

ОЦЕНКА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ КУРОРТНОЙ ТЕРРИТОРИИ

Ксения Александровна НЕФЕДОВА ^{a*}, Дарья Олеговна МАСЛАКОВА ^b

^a кандидат экономических наук, доцент,
Владимирский государственный университет им. А.Г. и Н.Г. Столетовых (ВлГУ),
г. Владимир, Российская Федерация
kseniya-nefedova@yandex.ru
<https://orcid.org/0000-0001-9774-3684>
SPIN-код: 1176-6710

^b старший преподаватель,
Владимирский государственный университет им. А.Г. и Н.Г. Столетовых (ВлГУ),
г. Владимир, Российская Федерация
mas-dariy@yandex.ru
<https://orcid.org/0000-0001-9340-3359>
SPIN-код: 9123-1070

* Ответственный автор

История статьи:

Рег. № 118/2020
Получена 02.03.2020
Получена в
доработанном виде
15.05.2020
Одобрена 08.06.2020
Доступна онлайн
16.07.2020

УДК 336.7

JEL: D41, G20, G21

Ключевые слова:

конкурентоспособность,
курорт, дестинация,
показатели, оценка,
туризм

Аннотация

Предмет. Развитие курорта «Красная Поляна».

Цели. Формирование показателей оценки конкурентоспособности курорта, определение уровня привлекательности курортной территории.

Методология. Использованы методы сравнительного анализа, факторные и рейтинговые методы оценки. Применение комплексного подхода, основанного на использовании различных показателей, обеспечивает достоверность и обоснованность полученных результатов.

Результаты. Разработаны методики оценки конкурентоспособности горнолыжной курортной территории. Выполнен комплексный анализ горнолыжных курортов, определены возможные направления повышения их конкурентоспособности.

Выводы. При проведении оценки конкурентоспособности горнолыжной курортной территории должны использоваться комплексные показатели, отражающие степень ее развития и возможность обеспечения максимально комфортного отдыха туристов в любой сезон. Необходима модификация экспертно-социологического, рейтингового и дифференциального методов, что позволит управлять преимуществами курортной территории.

© Издательский дом ФИНАНСЫ и КРЕДИТ, 2020

Для цитирования: Нефедова К.А., Маслакова Д.О. Оценка конкурентоспособности курортной территории // Региональная экономика: теория и практика. – 2020. – Т. 18, № 7. – С. 1216 – 1231.
<https://doi.org/10.24891/re.18.7.1216>

Введение

Несмотря на наличие большого количества исследований и публикаций в области анализа и оценки конкурентоспособности курортных территорий, вопрос разработки методологической основы данного процесса представляется недостаточно изученным. Кроме этого, особую проблему представляет отсутствие

разработанной законодательной базы, единых отраслевых и межотраслевых стандартов оценки конкурентоспособности курортных территорий. По этой причине формирование механизма оценки конкурентоспособности городов-курортов является весьма актуальной задачей.

Понятие и методики оценки курортной территории

Содержание конкурентоспособности, определяемое в региональном аспекте, отлично от характеристики конкурентоспособности таких объектов, как товары, услуги, хозяйствующие субъекты различных организационно-правовых форм, отрасли экономики, домохозяйства. По мнению И.Р. Джуманьязовой, конкурентоспособность территории определяется не только наличием у нее преимуществ, но и уровнем их использования при формировании стратегии ее развития¹.

Исследователь Г.В. Коршунова рассматривает конкуренцию на рынке туристских горнолыжных услуг как экономическую категорию, представляющую собой соперничество специализированных курортов за формирование платежеспособного спроса и определяющую особенности функционирования экономических законов в процессе взаимодействия всех рыночных субъектов на определенной туристской территории².

Несмотря на развитие современных способов оценки конкурентоспособности, используемых для различных экономических объектов, анализ курортных территорий представляет собой сложный процесс. По мнению Г.А. Гаврилова, данное обстоятельство обусловлено многогранностью самого понятия, включающего в себя ряд показателей функционирования территории, а также неразработанностью общепринятых алгоритмов исследования механизма конкуренции [1]. Кроме этого, С.К. Эмиров отмечает, что в настоящее время отсутствуют документы, регламентирующие процедуру данной оценки, а современная социально-экономическая политика не в полной мере ориентирована на обеспечение конкурентоспособности различных объектов³.

Автор Е.А. Гутникова [2] предлагает следующую методику оценки уровня конкурентоспособности города-курорта:

¹ Джуманьязова И.Р. Конкурентоспособность территории и возможности ее повышения // Стратегия устойчивого развития регионов России. 2016. № 31. С. 48–51.

URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/konkurentosposobnost-territorii-i-vozmozhnosti-eyo-povysheniya/viewer>

² Коршунова Г.В. Проблемы формирования конкурентоспособности национальной экономики // Финансы и кредит. 2006. Т. 12. Вып. 6. С. 74–78. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/problemy-formirovaniya-konkurentosposobnosti-natsionalnoy-ekonomiki/viewer>

³ Эмиров С.К. Инновационная конкурентоспособность в туристической деятельности. В кн.: Приоритетные направления и проблемы развития внутреннего и международного туризма в России. Материалы I Всероссийской с международным участием научной конференции. Симферополь: Типография «Ариал», 2018. С. 81–85.

- выбор признаков, позволяющих осуществить отбор городов для проведения исследования (территориальная близость, наличие соответствующей курортной инфраструктуры, близость морских территорий); основная цель отбора – выявить прямых и косвенных конкурентов;
- выбор периода, позволяющего достоверно оценить изменение в развитии курортной территории (появление новых инфраструктурных объектов, рост численности туристов, реализация стратегий развития), то есть выявление городов, где отмечены рост и снижение конкурентоспособности;
- обоснование состава показателей, характеризующих общие конкурентные преимущества городов [3], а также объединение этих показателей в группы в соответствии с уровнем их развития как курортной зоны;
- расчет единого интегрального показателя измерения конкурентоспособности; основные показатели для расчета индекса конкурентоспособности туристской дестинации показаны на *рис. 1*.

В качестве основного метода оценки конкурентоспособности горнолыжного курорта предлагается использовать модифицированный рейтинговый метод, в который следует включить некоторые элементы дифференциального и экспертного методов, а также методов многокритериальной оптимизации и параметрического анализа. Поддерживая точку зрения Т.Я. Данелян [4], авторы предлагают использовать для оценки экспертно-социологический метод, то есть опрос потребителей услуг и специалистов предприятий, оказывающих эти услуги.

Оценка должна проводиться по основным рыночным критериям конкурентоспособности горнолыжных курортов, среди которых следует выделить:

- местонахождение (удаленность, стоимость проезда);
- размещение и питание (категории отелей, стоимость проживания, разнообразие меню),
- климат, техническую оснащенность (учитываются высота гор, снежный покров, продолжительность сезона, длина и категории трасс, наличие и виды подъемников, освещенность);
- дополнительные услуги (прокат инвентаря и его стоимость, помощь инструктора),
- безопасность.

На *рис. 2* отражены этапы проведенного исследования. Предложены также меры по дальнейшему мониторингу процесса формирования конкурентоспособности курорта.

Составным элементом управления конкурентоспособностью курортной территорией должен стать механизм формирования конкурентных преимуществ. Данный механизм, по мнению А.Б. Крутика, должен быть направлен на максимальный рост конкурентоспособности туристского продукта и удовлетворение потребностей населения за счет оптимизации структуры распределения ресурсов в туристской дестинации, подходящей ей по объему и структуре общественных потребностей [5].

Характеристика горнолыжных курортов

Горнолыжный курорт развлечений «Красная Поляна» (бывший «Горки-город») расположен на двух уровнях: Поляна 540 и Поляна 960. В зимний период функционируют канатные дороги гондольного, кресельного и бугельного типов. Общая пропускная способность – до 2 400 чел./ч. (одна из самых высоких в России). Основным сегментом потребителей выступают клиенты в возрасте от 25 до 45 лет разного семейного положения с доходом свыше 60 тыс. руб./мес., приезжающие на срок от 3 до 7 дней. Целью приезда может быть как активный и разнообразный, так и пассивный отдых. Наибольшую долю всех приезжающих на курорт составляют семьи (40%), а наименьшая часть приезжающих относится к премиум-классу (около 25%)⁴.

Основными конкурентами курорта «Красная Поляна» выступают курорты «Роза Хутор» и «Газпром». Инновационный горнолыжный многоуровневый курорт «Роза Хутор» расположен на одноименном плато на откосах хребта Аибга к востоку от поселка городского типа Красная Поляна. Курорт способен обслуживать до 10 500 отдыхающих ежедневно⁵.

Горно-туристический курорт «Газпром» сочетает в себе гостиничный комплекс, масштабные горнолыжные базы с трассами всевозможных уровней, а также первоклассные медицинско-оздоровительные, культурные, развлекательные, детские центры. Курорт имеет возможность принимать до 20 тыс. чел. в день. Входящие в состав ГТЦ «Газпром» горнолыжные курорты носят названия «Лаура» и «Альпика»⁶.

Сравнительная характеристика конкурентов по основным показателям

Проведем сравнительный анализ по ряду показателей: количество трасс и подъемников, цены, инфраструктура. В *табл. 1* представлено количество имеющихся трасс по видам сложности. Из представленных данных видно, что по количеству трасс лидирует курорт «Роза Хутор» (94 км). На территории курорта расположено несколько горнолыжных школ, действуют детская и учебная трасса, а

⁴ Красная Поляна. Курорт. URL: <https://krasnayapolyanaresort.ru>

⁵ Роза Хутор. URL: <https://rosakhutor.com>

⁶ Газпром. Горно-туристический центр. URL: <https://www.polyanaski.ru>

также специальная трасса для санок и тюбингов. Из трех анализируемых курортов «Роза Хутор» обладает наиболее развитой инфраструктурой, емкость которой определяется длиной трасс, количеством пунктов проката, горнолыжных школ, сноупарков для любителей сноуборда и фристайла.

Далее следуют курорты «Красная Поляна» (27 км трасс), «Газпром» (23 км трасс). «Красная Поляна» – лучший курорт для катания вне трасс из-за большого перепада высот и разнообразного рельефа. Если температура выше нормы, то из-за таяния снега может быть закрыта нижняя часть трасс. Самое большое число канатных дорог отмечено на курорте «Роза Хутор».

Также следует рассмотреть минимальный уровень цен на ски-пасс и прокат инвентаря (табл. 2). В целом стоимость данных услуг зависит от сезона, времени суток и длительности абонементов (в днях). Из данных таблицы видно, что самая высокая стоимость ски-пасс в дневные часы – на курорте «Роза Хутор», при этом стоимость проката лыжного комплекта для взрослых здесь самая низкая. На пользование подъемниками действуют специальные абонементы, причем цены установлены в соответствии с тарифами разной направленности. Отметим специальный тариф для новичков, предполагающий посещение трасс для обучения, ски-пасс для всей семьи. Стоимость проката снаряжения варьируется в зависимости от выбранной модели (для новичков, любителей или спортсменов).

Курорт «Газпром» также предлагает ряд тарифов («утренний», «вечерний», «пять дней подряд»), своя ценовая политика характерна для комплексов «Лаура» и «Альпика».

Стоимость услуг на курорте «Красная Поляна» зависит от сезона, периода посещения комплекса. Для экономии средств разработаны такие тарифы, как «групповой», «семейный», «учебный». Основным преимуществом является наличие единого ски-пасса на всех трех рассматриваемых горных курортах.

Далее рассмотрим инфраструктуру курортных городов – в первую очередь это количество гостиниц и цены на проживание⁷. Из данных табл. 3 видно, что наиболее низкая стоимость проживания в отелях среднего, высокого класса и апартаментах зафиксирована на курорте «Роза Хутор», который характеризуется наибольшим количеством средств размещения. Самый дешевый (бюджетный) отдых может предложить «Красная Поляна».

Авторами проведен сравнительный анализ дополнительных услуг, оказываемых курортами. Наибольший комплекс услуг предлагается курортом «Красная Поляна». Большое количество интересных услуг, в том числе отличающихся от реализуемых на курорте «Красная Поляна», предлагает «Газпром». Из услуг, не оказываемых на курорте «Красная Поляна», но являющихся весьма интересными, можно выделить

⁷ Горнолыжные курорты Красной Поляны в Сочи.

URL: <https://topparki.ru/gornolyzhnye-kurorty-krasnoj-poljany-v-sochi/>

следующие: качели над облаками, родеълбан, тематические парки, оленья ферма, аренда гриль-домиков, прокат снегоходов, батутный центр, совариум.

Одним из важных направлений оценки конкурентоспособности курортов в условиях глобализации является анализ социальных медиа. Самым популярным курортом в социальных сетях стал «Роза Хутор» (свыше 96 тыс. сообщений). ГТЦ «Газпром» имеет самый позитивный фон (26% позитивных сообщений). Доля негативных сообщений для всех курортов находится примерно на одном уровне (1–2% от всех сообщений).

Следует уделить внимание развитию социального направления в деятельности курортов. Участие бизнеса в решении социальных проблем позволяет выстроить доброжелательные отношения с общественностью и повысить уровень лояльности к компании [6].

Активное участие в реализации различного рода проектов принимает «Роза Хутор». Например, в июле 2019 г. 25 детей-инвалидов две недели активно занимались разными видами спорта в окружении обычных сверстников, играли на детских площадках. Главная цель проекта – апробировать новые методы спортивной реабилитации, социальной адаптации инвалидов и инклюзии. С 26 января 2020 г. начался набор в группу по обучению катанию на горных лыжах детей с ограниченными возможностями по здоровью.

Стоит отметить, что «Газпром» и «Красная Поляна» подобных программ в настоящее время не представили. Таким образом, проведенный сравнительный анализ позволил выявить потенциальные направления для дальнейшего развития и повышения конкурентоспособности курорта «Красная Поляна».

Оценка конкурентоспособности курорта

На первом этапе рассчитаем количественный эффект от привлечения инвестиций на развитие и повышение конкурентоспособности. Для оценки данного показателя составим *табл. 4*. Далее произведем расчет данного экономического показателя на основании методики, предложенной М.А. Морозовым:

$$\Delta TP = TP_1 - TP_0, \quad (1)$$

$$\Delta DP = DP_1 - DP_0, \quad (2)$$

$$\Delta CZ = CZ_1 - CZ_0, \quad (3)$$

где TP_0 , TP_1 – количество туристских прибытий до и после осуществления затрат соответственно; DP_0 , DP_1 – денежные потоки от туризма до и после осуществления затрат соответственно; CZ_0 , CZ_1 – численность занятого населения в дестинации до и после осуществления затрат соответственно [7, 8].

Из произведенных расчетов видно, что такой показатель, как количество туристских прибытий, ежегодно возрастает, что говорит о высокой степени привлекательности курортной территории. Прирост данного показателя за анализируемый период составил 38,9 тыс. чел. Денежные потоки курорта «Красная Поляна» возросли почти на 455 млн руб. (табл. 5).

Численность занятого населения курорта «Красная Поляна» росла в 2012–2014 гг. Выраженный спад отмечен в 2015–2018 гг. Это связано, возможно, с тем, что в период 2012–2013 гг. происходило завершение строительства курорта и олимпийского объекта «Русские горки» (трамплин)⁸, которые находились на его балансе до 2016 г. После проведения XXII зимних Олимпийских игр и XI зимних Паралимпийских игр 2014 г. численность занятого населения на курорте уменьшилась.

В качестве показателя, характеризующего эффективность деятельности курорта, а следовательно, и его конкурентоспособность, также используется доход от одного туриста. Чем выше данный показатель, тем более платежеспособные клиенты привлекаются на курортную территорию и тем более разнообразными являются предлагаемые услуги (гостю приходится осуществлять больше затрат, чтобы воспользоваться всеми предложениями и интересно провести время).

$$ДТ_0 = ДП_0 / ТП_0, \quad (4)$$

$$ДТ_1 = ДП_1 / ТП_1, \quad (5)$$

где $ДТ_0$, $ДТ_1$ – доход от одного туриста до и после осуществления затрат.

Произведенные расчеты показали рост дохода от одного туриста, что при наличии роста общей численности туристского потока говорит об эффективной деятельности курортной территории (табл. 6). Так как доход с осуществлением затрат больше, чем без их осуществления, то можно говорить и о повышении конкурентоспособности дестинации.

Далее рассчитаем коэффициент удовлетворенности / неудовлетворенности потребителей:

$$K_{\text{нy}} = ТП_{\text{нy}} / ТП, \quad (6)$$

$$K_{\text{y}} = 1 - K_{\text{нy}}, \quad (7)$$

где $ТП_{\text{нy}}$ — количество туристов, не удовлетворенных качеством услуг дестинации.

⁸ Министерство спорта Российской Федерации.

URL: https://www.minsport.gov.ru/press-centre/interview/23546/?sphrase_id=886683

Рассчитанный показатель K_y имеет значение, приближенное к 1, а значит, можно говорить о высокой степени удовлетворенности туристов курорта «Красная Поляна» (табл. 7).

Следующим важным показателем, отражающим уровень конкурентоспособности туристской территории, является коэффициент лояльности туристов к дестинации (коэффициент возврата туристов):

$$K_{\text{лт}} = \text{ТП}_{\text{п}} / \text{ТП}, \quad (8)$$

где $\text{ТП}_{\text{п}}$ – число гостей за период, посетивших данную дестинацию неоднократно.

При проведенном расчете экономический показатель $K_{\text{лт}}$ равен 0,66, а так как коэффициент лояльности ближе к 1, чем к 0, то можно говорить о высоком возврате гостей на курорт, о его привлекательности и высокой степени конкурентоспособности.

Рассчитаем прирост туристкой прибыли:

$$K_{\text{ТП}} = \Delta \text{ТП} / \text{ТП}_0, \quad (9)$$

Завершая анализ, оценим показатель прироста доходов от одного туриста:

$$K_{\text{дт}} = (\text{ДТ}_1 - \text{ДТ}_0) / \text{ДТ}_0, \quad (10)$$

Как и предыдущие рассмотренные показатели, $K_{\text{ТП}}$ (коэффициент прироста туристской прибыли), получивший значение 2,27, и $K_{\text{дт}}$ (прирост доходов на одного туриста), чей показатель равен 0,53, весьма высоки, что подтверждает достаточный уровень конкурентоспособности объекта исследования. Таким образом, все представленные показатели и коэффициенты говорят о росте уровня конкурентоспособности курорта «Красная Поляна» и об эффективности инвестируемых в его развитие средств.

На втором этапе проведем оценку конкурентоспособности курортов по ряду показателей, важных с точки зрения отдыхающих (табл. 8). По данным, представленным в таблице, можно определить наиболее слабые позиции рассматриваемой курортной территории, которые далее будут рассмотрены более подробно.

Результаты исследования

Первым фактором, по которому «Красная Поляна» отстает от конкурентов, является развитость системы искусственного оснежения. В целом расположение позволяет обслуживать посетителей дольше по сравнению с другими курортами (более длинный сезон), но при условиях очень теплой зимы, как, например, в 2019–2020 гг., требуется закрыть большую часть трасс.

В качестве второго фактора, снижающего конкурентоспособность курорта «Красная Поляна», можно отметить недостаточную развитость торговой инфраструктуры – нехватку магазинов различного формата. В настоящее время на территории курорта действует один «топовый» торговый центр, на цокольном этаже которого расположены магазин «Перекресток», а также несколько магазинов спортивных товаров и кинотеатр.

Третьей проблемой можно назвать качество дорог к курорту и их обслуживание, наличие льготных парковочных мест для следующих групп населения: социально-демографических (пенсионеры) и социально-территориальных (жители данного поселка). Проблема является общей для всех курортов и ее решение должно осуществляться на уровне руководства Краснодарского края совместно с курортами.

Выводы

Применение комплексной методики позволяет провести всесторонний анализ курортных территорий с использованием максимального количества важных для подобного рода исследования показателей. Конечным результатом такой оценки становится получение необходимых и полных данных относительно существующего положения дестинации на рынке туристских услуг. Проведенный на основе предложенной методики анализ показал, что за последние несколько лет курорт «Красная Поляна» не только существенно усилил свои конкурентные позиции на рынке горнолыжных услуг, но и обеспечил себе положительную динамику развития.

Таблица 1

Количество трасс и канатных дорог

Table 1

The number of pistes and cable lifts

Курорт	Трассы				Канатные дороги
	Зеленая	Синяя	Красная	Черная	
Красная Поляна	2	11	12	9	13
Роза Хутор	5	18	9	8	29
Газпром	3	7	13	5	14

Источник: Рестко Холдинг. Лучшие готовые маркетинговые исследования и анализ рынка. Обзоры, Аналитика, Консалтинг. URL: <https://www.restko.ru/market>

Source: Restko Kholding. Luchshie gotovye marketingovye issledovaniya i analiz rynka. Obzory, Analitika, Konsalting [Restko Holding. The Best Pre-Made Marketing Research and Market Analysis. Reviews, Analytics, Consulting]. URL: <https://www.restko.ru/market>

Таблица 2**Минимальная стоимость ски-пасса и проката, руб.****Table 2****The minimum cost of lift pass and rentals, RUB**

Курорт	Тариф «дневной»		Тариф «вечерний»	
	взрослый	детский	взрослый	детский
Красная Поляна	2 250	1 400	1 250	800
Роза Хутор	2 950	1 500	1 350	700
Газпром	2 150	1 300	1 300	800

Продолжение

Курорт	Прокат комплекта		Прокат элементов	
	взрослый	детский	взрослый	детский
Красная Поляна	1 700	900	500	300
Роза Хутор	1 400	700	900	450
Газпром	1 500	1 000	400	400

Источник: авторская разработка*Source:* Authoring**Таблица 3****Минимальная стоимость проживания, руб./день****Table 3****The minimum cost of accommodation, RUB per day**

Курорт	Апартаменты	Отели высокого класса	Отели среднего класса	Гостевые комплексы	Общее количество средств размещения
Красная Поляна	8 000	4 000	2 500	800	11
Роза Хутор	7 800	2 500	1 800	1 000	19
Газпром	12 500	3 000	2 500	1 000	2

Источник: авторская разработка*Source:* Authoring**Таблица 4****Данные для расчета количественного эффекта от привлечения инвестиций (2012–2018 гг.)****Table 4****Data for calculating the quantitative effect of attracted investment in 2012–2018**

Показатель	2012	2013	2014	2015
Количество туристских прибытий, тыс. чел.	17,2	21,3	32,6	48,3
Денежные потоки от туризма, тыс. руб.	120 239,3	154 668,3	325 121,6	479 698,3
Численность занятого населения в дестинации, тыс. чел.	3,6	3,8	3,9	3,1

Продолжение

Показатель	2016	2017	2018
Количество туристских прибытий, тыс. чел.	50,2	54,6	56,1
Денежные потоки от туризма, тыс. руб.	514 285,6	559 126,8	575 137,2
Численность занятого населения в дестинации, тыс. чел.	2,8	2,7	2,7

Примечание. За 2012 и 2013 гг. представлены суммы до осуществления затрат. За 2014–2018 гг. представлены суммы после осуществления затрат.

Источник: авторская разработка на основе данных, предоставленных горнолыжным курортом «Красная Поляна»

Source: Authoring, based on the *Krasnaya Polyana* ski resort data

Таблица 5

Количественный эффект от привлечения инвестиций на развитие и повышение конкурентоспособности курорта «Красная поляна» с 2012 по 2018 г.

Table 5

The quantitative effect of attracting investment to develop and improve the competitiveness of the *Krasnaya Polyana* resort from 2012 to 2018

Экономические показатели	Результаты расчетов
ΔTP	38,9 тыс. чел.
ΔDP	454 897 тыс. руб.
ΔCZ	-0,9 тыс. чел

Источник: авторская разработка

Source: Authoring

Таблица 6

Доход курорта «Красная поляна» от одного туриста за период 2012–2018 гг.

Table 6

The *Krasnaya Polyana* resort revenue from one tourist for the period from 2012 to 2018

Экономические показатели	Результаты расчетов
DT_0	6 700 тыс. руб.
DT_1	10 252 тыс. руб.

Источник: авторская разработка

Source: Authoring

Таблица 7

Рост дохода курорта «Красная поляна» на одного туриста за период 2012–2018 гг.

Table 7

Growth of income of the *Krasnaya Polyana* resort per tourist for the period from 2012 to 2018

Экономические показатели	Результаты расчетов
K_{ny}	0,05
K_y	0,95

Источник: авторская разработка

Source: Authoring

Таблица 8

Экспертная оценка основных показателей курортов-конкурентов

Table 8

Expert evaluation of the competitor resorts' key indicators

Показатель	Коэффициент перевода	Красная Поляна		Газпром		Роза Хутор	
		оценка	итог	оценка	итог	оценка	итог
Катальная инфраструктура							
Количество трасс	6	2	12	1	6	3	18
Очереди на подъемники	2	2	4	3	6	2	4
Разнообразие трасс по категориям сложности	2	3	6	2	4	3	6
Комфортность трасс	2	2	4	3	6	2	4
Качество и регулярность подготовки трасс	1	3	3	3	3	3	3
Качество и количество снега, продолжительность сезона	1	3	3	1	1	3	3
Искусственное оснежение	1	1	1	2	2	3	3

Оборудование трасс	1	3	3	3	3	3	3
Прокаты и ски-сервисы	1	3	3	2	2	3	3
Ски-школы, инструкторы и подъемники	1	3	3	2	2	3	3
Детские клубы, школы	1	3	3	1	1	3	3
<i>Транспортная доступность</i>							
Удаленность от хабов (вокзалы, аэропорты)	3	3	9	3	9	3	9
Наличие трансфертов, такси, общественного транспорта	2	3	6	3	6	3	6
Качество дорог к курорту и их обслуживание	1	1	1	1	1	1	1
Наличие парковок	1	1	1	1	1	1	1
<i>Размещение</i>							
Размер и качество гостиничного фонда	5	2	10	1	5	1	5
<i>Питание, торговля, досуг</i>							
Разнообразие меню	2	3	6	1	2	2	4
Развлекательные заведения	2	3	6	3	6	3	3
Супермаркеты, спортивные магазины	1	1	1	1	1	1	1
Ярмарки, рынки, минимаркеты	1	1	1	0	0	1	1
Рейтинг	–	–	86	–	67	–	84

Источник: авторская разработка

Source: Authoring

Рисунок 1

Показатели для расчета индекса конкурентоспособности туристской дестинации

Figure 1

The tourist destination competitiveness index rating indicators



Источник: авторская разработка

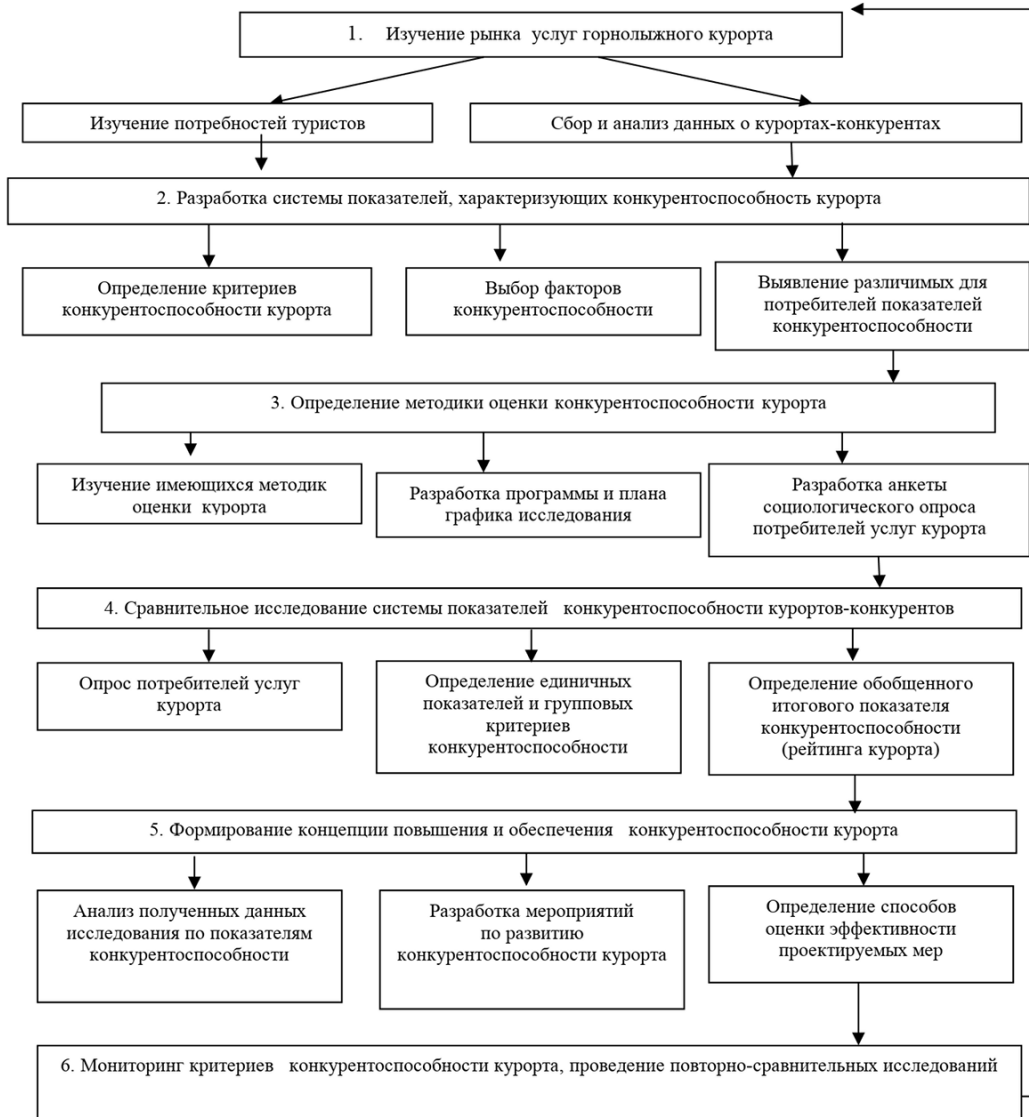
Source: Authoring

Рисунок 2

Схема оценки и формирования конкурентоспособности горнолыжного курорта

Figure 2

A scheme to assess and shape the competitive ability of a ski resort



Источник: авторская разработка

Source: Authoring

Список литературы

1. Гаврилов Г.А., Забодаева И.В. Маркетинг городских территорий // Экономические и социально-гуманитарные исследования. 2015. № 2. С. 90–94. URL: http://esgi-miet.ru/images/esgi2_6_2015.pdf.pdf
2. Гутникова Е.А. Оценка конкурентоспособности города // Проблемы развития территории. 2013. Вып. 6. С. 22–29. URL: <http://pdt.isert-ran.ru/article/1107/full>

3. Ускова Т.В., Ворошилов Н.В., Гутникова Е.А., Кожевников С.А. Социально-экономические проблемы локальных территорий: монография. Вологда: Институт социально-экономического развития территорий РАН, 2013. 196 с.
4. Данелян Т.Я. Формальные методы экспертных оценок // Экономика, Статистика и Информатика. Вестник УМО. 2015. № 1. С. 183–187.
URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/formalnye-metody-ekspertnyh-otsenok/viewer>
5. Крутик А.Б. Особенности конкурентной среды на рынке туристических услуг и конкурентоспособность туристических фирм // Научно-технические ведомости Санкт-Петербургского государственного политехнического университета. Экономические науки. 2014. № 1. С. 98–104.
URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-konkurentnoy-sredy-na-rynke-turisticheskikh-uslug-i-konkurentosposobnost-turisticheskikh-firm/viewer>
6. Гулин К.А. К вопросу о социально-экономической модернизации российских регионов // Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз. 2012. № 4. С. 42–58. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/k-voprosu-o-sotsialno-ekonomicheskoy-modernizatsii-rossijskikh-regionov/viewer>
7. Морозов М.А., Морозова Н.С. Моделирование и прогнозирование развития туристских дестинаций // Сервис Plus. 2014. Т. 8. № 3. С. 32–39.
URL: <https://doi.org/10.12737/5535>
8. Морозов М.А., Морозова Н.С. Инновационные тренды развития туризма и гостиничного бизнеса в условиях цифровизации // Естественно-гуманитарные исследования. 2020. № 28. С. 196–202.
URL: <https://doi.org/10.24411/2309-4788-2020-10100>

Информация о конфликте интересов

Мы, авторы данной статьи, со всей ответственностью заявляем о частичном и полном отсутствии фактического или потенциального конфликта интересов с какой бы то ни было третьей стороной, который может возникнуть вследствие публикации данной статьи. Настоящее заявление относится к проведению научной работы, сбору и обработке данных, написанию и подготовке статьи, принятию решения о публикации рукописи.

ASSESSING THE COMPETITIVENESS OF THE RESORT AREA

Kseniya A. NEFEDOVA ^{a,*}, Dar'ya O. MASLAKOVA ^b

^a Vladimir State University named after Alexander and Nikolay Stoletovs (VISU),
Vladimir, Russian Federation
kseniya-nefedova@yandex.ru
<https://orcid.org/0000-0001-9774-3684>

^b Vladimir State University named after Alexander and Nikolay Stoletovs (VISU),
Vladimir, Russian Federation
mas-dariy@yandex.ru
<https://orcid.org/0000-0001-9340-3359>

* Corresponding author

Article history:

Article No. 118/2020
Received 2 March 2020
Received in revised form
15 May 2020
Accepted 8 June 2020
Available online
16 July 2020

JEL classification: D41,
G20, G21

Keywords: competitive
ability, resort, destination,
indicators, assessment,
tourism

Abstract

Subject. This article discusses the issues of development of the *Krasnaya Polyana* resort area.

Objectives. The article aims to assess the competitive ability and attractiveness of this resort area through developing indicators.

Methods. For the study, we used a comparative analysis, and factor and ranking score techniques.

Results. The article offers original methods to assess the competitiveness of the ski resort area and describes possible directions to increase and improve the competitiveness and attractiveness of ski resorts.

Conclusions. Comprehensive development indicators help assess the competitive ability of the ski resort area. Modified expert, sociological, rating, and differential methods contribute to the effective management of the resort area's advantages.

© Publishing house FINANCE and CREDIT, 2020

Please cite this article as: Nefedova K.A., Maslakova D.O. Assessing the Competitiveness of the Resort Area. *Regional Economics: Theory and Practice*, 2020, vol. 18, iss. 7, pp. 1216–1231.
<https://doi.org/10.24891/re.18.7.1216>

References

1. Gavrilov G.A., Zabodaeva I.V. [Marketing of urban areas]. *Ekonomicheskie i sotsial'no-gumanitarnye issledovaniya* = *Economic and Social Research*, 2015, no. 2, pp. 90–94. URL: http://esgi-miet.ru/images/esgi2_6_2015.pdf.pdf (In Russ.)
2. Gutnikova E.A. [Assessment of the city's competitiveness]. *Problemy razvitiya territorii* = *Problems of Territory's Development*, 2013, no. 6, pp. 22–29. URL: <http://pdt.isert-ran.ru/article/1107/full> (In Russ.)
3. Uskova T.V., Voroshilov N.V., Gutnikova E.A., Kozhevnikov S.A. *Sotsial'no-ekonomicheskie problemy lokal'nykh territorii: monografiya* [Social and economic

- problems of local territories: a monograph]. Vologda, Institute of Socio-Economic Development of Territories of RAS Publ., 2013, 196 p.
4. Danelyan T.Ya. [Formal methods of expert estimations]. *Ekonomika, Statistika i Informatika. Vestnik UMO = Economics, Statistics and Informatics. Bulletin of Educational Methodical Association*, 2015, no. 1, pp. 183–187.
URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/formalnye-metody-ekspertnyh-otsenok/viewer> (In Russ.)
 5. Krutik A.B. [Features of the competitive environment in the market of tourist services and competitiveness of travel companies]. *Nauchno-tekhnicheskie vedomosti Sankt-Peterburgskogo gosudarstvennogo politekhnicheskogo universiteta. Ekonomicheskie nauki = St. Petersburg State Polytechnic University Journal. Economics*, 2014, no. 1, pp. 98–104. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-konkurentnoy-sredy-na-rynke-turisticheskikh-uslug-i-konkurentosposobnost-turisticheskikh-firm/viewer> (In Russ.)
 6. Gulin K.A. [On the issue of socio-economic modernization of Russian regions]. *Ekonomicheskie i sotsial'nye peremeny: fakty, tendentsii, prognoz = Economic and Social Changes: Facts, Trends, Forecast*, 2012, no. 4, pp. 42–58.
URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/k-voprosu-o-sotsialno-ekonomicheskoy-modernizatsii-rossiyskikh-regionov/viewer> (In Russ.)
 7. Morozov M.A., Morozova N.S. [Tourist destination development: modeling and forecasting]. *Servis Plus*, 2014, vol. 8, no. 3, pp. 32–39. (In Russ.)
URL: <https://doi.org/10.12737/5535>
 8. Morozov M.A., Morozova N.S. [Innovative trends of the development of tourism and hotel business in the conditions of digitalization]. *Estestvenno-gumanitarnye issledovaniya = Natural Humanitarian Studies*, 2020, no. 28, pp. 196–202. (In Russ.)
URL: <https://doi.org/10.24411/2309-4788-2020-10100>

Conflict-of-interest notification

We, the authors of this article, bindingly and explicitly declare of the partial and total lack of actual or potential conflict of interest with any other third party whatsoever, which may arise as a result of the publication of this article. This statement relates to the study, data collection and interpretation, writing and preparation of the article, and the decision to submit the manuscript for publication.