

УДК 379.8

**Н.В. Харитонова, А.А. Лимпинская**  
**СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ ВЫЕЗДНОГО ТУРИЗМА В ПЕРМСКОМ КРАЕ**

Определены специфика туристского рынка и опорные точки его анализа, рассмотрены состояние и изменения, произошедшие в выездном международном туризме Пермского края в период с 2013 по начало 2016 г. На основе данных полетных программ аэропорта Большое Савино (г. Пермь) проанализированы объемы и география выездных турпотоков. Выявлена динамика средних цен на туры по популярным летним и зимним направлениям из Перми в Грецию и Таиланд, показавшая слабую зависимость падения спроса на эти турпродукты от роста курсов основных иностранных валют по отношению к рублю. Проведен интернет опрос, позволивший определить предпочтения жителей региона в выборе направлений международного и российского туризма, степень влияния международной обстановки на выездную туристскую активность, величину допустимых расходов на отдых за рубежом, степень удовлетворенности географией полетов из места проживания, предлагаемой туроператорами. Составлен демографический портрет регионального международного туриста. Дается характеристика современного состояния выездного туризма в Пермском крае и определяются его перспективы.

**Ключевые слова:** международный туризм, туристский рынок, туристские продукты, туристские потоки, полетные программы, география выездного туризма, зарубежное рекреационное пространство региона, туристские предпочтения.

**N.V. Kharitonova, A.A. Limpinskaya**  
**STATE AND PROSPECTS OF INTERNATIONAL OUTBOUND TOURISM**  
**IN THE PERM REGION**

The article considers specific features of the tourism market and control points of its analysis, as well as the state of and changes in outbound tourism of Perm Krai over the period from 2013 to the beginning of 2016. On the basis of data from flight programs of the International Airport Bolshoye Savino (Perm International Airport), the volume and geography of outbound tourist flows are analyzed. The dynamics of average prices on popular summer and winter tours from Perm to Greece and Thailand has been revealed, which demonstrates that the drop in demand on these tourism products slightly depends on the increase of the major foreign currency rates against the ruble. The Internet survey conducted has shown preferences of Perm Krai residents in choosing tourist international and Russian destinations, the extent to which the international situation influences tourists' traveling activity, the value of affordable expenditures on international tourism, and the degree of tourists' satisfaction with the flight geography from the place of residence offered by tour operators. A demographic portrait of the regional international tourist is drawn. The research provides analysis of the current state of outbound tourism in Perm Krai and evaluates its prospects.

**Keywords:** outbound tourism, tourism market, tourism products, tourist flows, flight programs, outbound tourism geography, foreign recreational space of the region, tourists' preferences.

doi 10.17072/2079-7877-2016-2-139-147

Туризм – многоаспектный феномен, вобравший и сочетающий географию, рекреацию, культуру и традиции, экономику и политику. Рассматриваемый в советское время как социальное явление туризм в постсоветский период быстрее других сфер деятельности приобрел рыночный характер. Не случайно в литературных источниках уделяется внимание туристскому спросу, предложению, факторам влияния на них и механизму взаимодействия, роли бизнеса в туризме, конкуренции [1;4;5;8]. Международный туризм воспринимчив к среде косвенного воздействия: общеэкономическая ситуация, политический климат, уровень безработицы вносят коррективы в его пространственную организацию. Политические события двух последних лет, экономический кризис оказали существенное влияние на туризм: изменяются его география и предпочтения туристов, направления и продукты, предлагаемые туроператорами. Региональные рынки не являются исключением, однако отсутствие официального статистического материала затрудняет анализ и прогнозирование ситуации.

В статье поставлена задача рассмотреть состояние регионального выездного туризма исходя из специфики туристского рынка, выявить факторы происходящих изменений на основе анализа доступных и достоверных источников – международных полетных программ аэропорта.

Характеризуя туристский рынок, выделим его некоторые специфические свойства. В целях анализа следует разделять рынок туристских ресурсов и рынок турпродуктов. Ресурсный рынок имеет мировой масштаб и формируется продавцами – собственниками дестинаций, курортов, гостиниц, транспорта, предприятий общественного питания, зрелищных, развлекательных заведений и покупателями – туроператорами. Территориальное расположение туристских ресурсов выступает классификационным принципом деления туризма на внутренний и международный.

Рынок продуктов для туристов создается, прежде всего, национальными и региональными туроператорами как главными поставщиками турпродуктов (ТП). Участниками этого рынка, кроме туроператоров, являяются посредники (турагенты, брокеры и др.), продвигающие ТП (турагенты) к потребителю, и сами потребители (туристы). Этот рынок обширный как по числу покупателей, так и по числу продавцов; а основной объект купли-продажи здесь – туры, реже отдельные услуги. Особенность ТП состоит в том, что они однородны по составу и в то же время различны по средствам, скорости доставки, комфортности и целому ряду иных параметров. Принципиальное же отличие – *географическая дифференциация*, определяющая их огромное разнообразие, возможности комбинирования и взаимозаменяемости территорий внутри продукта. Турпродукт всегда включает пространственное перемещение, отсюда имманентной характеристикой этого рынка являются турпотоки, их объемы и география.

Цена на туристском рынке выступает решающим регулятором спроса и предложения: чем выше цена на конкретный ТП, тем ниже спрос и выше его предложение. Цена ТП паушальная, без дифференциации её составляющих, так как туристу предлагают не только набор услуг, каждую из которых не трудно оценить в стоимостном отношении, но и то, что ценится человеком высоко и измерится не в деньгах, – эмоции и впечатления. Высокая предельная полезность туров создает условия для завышения цен продавцами. Однако, как свидетельствует зарубежная и отечественная практики, паушальные цены не вызывают отторжений, воспринимаются туристами как справедливые.

В динамике спроса и предложения на туррынке особую роль играет сезонность. Летний период как основной период отпусков считается высоким, а зимний – низким, и хотя зимнее время последнее десятилетие более насыщено туристскими перемещениями, сезонность как характеристика этого рынка сохраняется и учитывается туроператорами.

Следует выделить наличие зависимости между ценой и доходом покупателя в массовом туризме. Отдых в форме путешествия не является базовой потребностью, поэтому большинство людей от него отказываются, когда ожидается снижение доходов. Ситуация обратная, когда доходы стабилизируются или возрастают. Это наглядно показал финансовый кризис (2008–2009 гг.), когда неопределенность ситуации, неблагоприятные потребительские ожидания вынуждали сокращать расходы, отказываясь от организованного отдыха. В 2009 г. почти наполовину сократился спрос на индивидуальные туры; спрос на массовые направления (Турция, Египет, Таиланд) ориентировался на нижний ценовой диапазон; снизились доходы турфирм; имели место банкротство вполне успешных туроператоров; закрывались турагентства. Выездной турпоток за этот год снизился на 15,5 %, а из Пермского края – на 18%. После того, как выяснилось, что кризис лишь затронул страну, то к 2011 г. спрос на международные туры полностью восстановился и стал постепенно возрастать.

Определив опорные точки анализа туррынка, рассмотрим изменения, произошедшие в выездном международном туризме Пермского края в период с 2013 по начало 2016 г.

Для установления турпотоков используются разные методы сбора информации: регистрация туристов в местах пребывания, данные ФМС о количестве выданных паспортов для выезда за границу и др. Одним из доступных источников данных о выезжающих с туристскими целями являются полетные программы. Авиапрограммы составляются и выполняются в соответствии с договорами туроператоров и достоверно отражают реальные потоки путешественников, так как фрахтуемый операторами борт загружается по факту на 90–92%, даже если это связано со снижением цен на туры. Следовательно, объем и география перевозок, установленные на основе полетных программ, дают достаточно точное представление о турпотоках как по количеству, так и по направлениям [6]. Изменения, произошедшие на рынке выездного туризма в Пермском крае в летний период 2013–2015 гг. и зимний период 2013–2016 гг., отражены в табл. 1, 2. Данные таблиц рассчитаны на основе полетных программ аэропорта Большое Савино (г. Пермь) по направлениям

выездного туризма, предусмотренных договорами перевозчиков с туроператорами, представленными в регионе, с учетом сезонности (зимний период с октября по март и летний с апреля по сентябрь), частоты полетов и типов судов.

Таблица 1

Турпотоки из аэропорта Большое Савино в неделю  
(летний период 2013–2015 гг.)

Направление турпотоков	2013		2014		2015	
	Количество, чел.	Доля в общем объеме, %	Количество, чел.	Доля в общем объеме, %	Количество, чел.	Доля в общем объеме, %
Черногория	91	1,4 11	117	1,4	123	2,2
Италия	141	2,2 10	0	0,0	0	0,0
Чехия	268	4,2 7	290	3,5 7	0	0,0
Вьетнам	0	0,0	188	2,3 8	0	0,0
Болгария	274	4,3 6	298	3,6 6	0	0,0
Греция	742	11,6 3	804	9,7 3	280	5,0
Египет	830	12,9 2	1180	14,2 2	1191	21,4 2
Испания	404	6,3 5	656	7,9 4	173	3,1
Кипр	496	7,7 4	432	5,2 5	378	6,8
Таиланд	187	2,9 8	144	1,7	0	0,0
Тунис	142	2,2 9	171	2,19	135	2,4
Турция	2838	44,3 1	4002	48,3 1	3287	59,0 1
ИТОГО	6413		8282		5567	

Успешная реализация турпродуктов летом 2013 и зимой 2013–2014 гг. дала основание операторам для увеличения объема перевозок более чем на 22% летом 2014 г. География полетов практически не изменилась, объемы были увеличены в равных долях по всем направлениям. Лидирующая позиция со значительным преимуществом принадлежала Турции. Однако успехом сезон не завершился, банкротство федерального оператора «Лабиринт» в августе 2014 г., являющегося консолидатором рейсов в Бургас, Кос, Родос, а также части рейсов в Барселону, Ираклион и Анталию, привело к закрытию части направлений (Бургас, Кос) или вынужденным повторным фрахтованиями авиатранспорта другими операторами. В результате операторы терпели убытки, туристы опасались приобретать турпакеты, не желая оказаться на месте тех, кто пострадал от действий «Лабиринта». Ситуация усугублялась ростом валют, обостренными отношениями со странами Запада и дальнейшим массовым банкротством туроператоров.

Таблица 2

Турпотоки из аэропорта Большое Савино в неделю  
(зимний период 2013–2016 гг.)

Направление турпотоков	2013/2014		2014/2015		2015/2016	
	Количество, чел.	Доля в общем объеме, %	Количество, чел.	Доля в общем объеме, %	Количество, чел.	Доля в общем объеме, %
Вьетнам	138	3,8	144	7,8	138	17,3
Египет	1761	48,7	816	44,2	0	0,0
Индия	308	8,5	171	9,3	165	20,7
Китай	127	3,5	0	0,0	0	0,0
ОАЭ	198	5,5	220	11,9	220	27,6
Таиланд	595	16,4	496	26,9	275	34,5
Чехия	492	13,6	0	0,0	0	0,0
ИТОГО	3619		1847		798	

Зимой 2014 г. объем «зимних» перевозок был сокращен почти на 50%, закрылось единственное круглогодичное европейское направление из Перми. Чешские авиалинии приостановили полетные программы из Перми в Прагу. Кроме того, полетные коррективы были внесены в течение сезона:

программа по направлениям Таиланд, ОАЭ 2014–2015 гг. выполнена не полностью, рейсы в Бангкок, Пхукет и Дубай были отменены в январе в связи с плохой загрузкой.

Учитывая, что объем перевозок из края в «летний» сезон более чем в два раза превышает «зимний», программа «Лето-2015» была сокращена не столь значительно: на 33% по сравнению с 2014 г. и лишь на 13% по сравнению с успешным 2013 г. Исключены полетные программы по направлениям Болгария, Чехия, Таиланд, Вьетнам и в три раза сокращены полеты в Испанию и Грецию. Плановая летняя программа была выполнена практически в полном объеме по направлениям, за исключением в г. Салоники. В связи с сокращением количества выездных потоков туроператоры и авиаперевозчики частично переориентировались на внутренние направления, что обусловило рост пассажиропотока на 32% по сравнению с аналогичным периодом прошлого года. Самыми популярными направлениями внутренних вылетов из Перми стали рейсы до Москвы, Сочи, Симферополя, Санкт-Петербурга и Анапы [9]. Впервые не только региональные, но и федеральные операторы формировали турпакеты на базе авиаперевозок в города Сочи, Анапа и Симферополь.

Критичным для выездного туризма стал зимний период 2015–2016. В связи с закрытием полетов в Египет число планируемых путешественников в неделю сократилось: с 2293 до 798. Таким образом, 65% объема перевозки было сокращено в ноябре 2015 г. В январе отменили рейсы в города Дубай, Пхукет (сохранив только перелеты на материк Таиланда в г. Бангкок). Основной причиной столь значительного сокращения выездных туров как по стране, так и по региону аналитики считают резко возросшие курсы доллара и евро по отношению к рублю. Однако анализ динамики средней цены туров по наиболее популярным летним и зимним направлениям из Перми в Грецию и Таиланд показал их слабую зависимость от роста курсов основных иностранных валют по отношению к рублю. Стоимость доллара и евро в период 2013–2016 гг. возросла более чем в 2 раза, цены на полнопакетные туры в Грецию «все включено» в отеле 4\* увеличились не более чем на 30% (рис. 1). Цены рассчитаны на основании туристских предложений крупных федеральных операторов [12–14].

Средняя цена туров в Таиланд из Перми, рассчитанная на одного взрослого (проживание в двухместном номере гостиницы 3\*, питание «завтраки», авиаперелет из Перми, трансфер, медицинская страховка) возросла примерно на 25% (рис. 2). Сделаем вывод, что это обусловлено не только изменением курса валют, но и снижением доходов населения в реальном выражении, формированием ожиданий об ухудшении материального положения в будущем и как следствие – нежеланием тратить доходы и накопления на туризм.

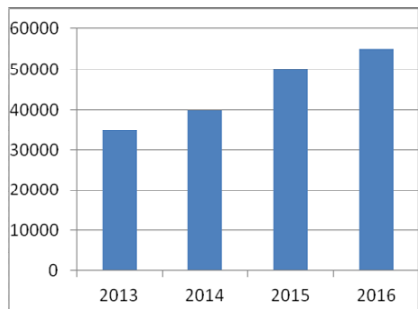


Рис. 1. Средняя стоимость туров в Грецию в период 2013–2016 гг., руб./чел

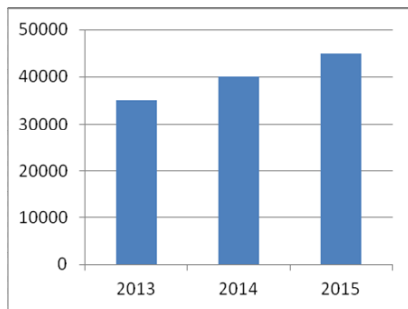


Рис. 2. Средняя стоимость туров в Таиланд в период 2013–2015 гг., руб./чел.

Согласно прогнозу, опубликованному ЮНВТО в январе текущего года, ожидается, что за весь 2015 г. количество международных туристских прибытий увеличится на 3–4%, что совпадает с долгосрочным прогнозом ЮНВТО, предполагающим рост на 3,8% в год на период 2010–2020 гг. На фоне зарегистрированного в 2014 г. показателя темпов роста в 4,3%, этот результат свидетельствует об усилении тенденции к росту туризма в мире (в среднем +4,5% международных туристских прибытий в год с 2010 г.) [11]. На фоне общемировой положительной динамики международного туризма выезд из России существенно сократился. За 9 мес. 2015 г. по сравнению с аналогичным показателем предыдущего года численность россиян, выехавших за рубеж, снизилась на 31%, а из Перми – на 42,8%. [10]. Сузилось и зарубежное рекреационное пространство.

Наглядное представление о существенном обеднении пространства выездного туризма из региона дают рис.3, 4, где представлена география полетов из аэропорта Большое Савино, включая летний и зимний периоды.

Сравнивая пространственную направленность турпотоков из региона, наблюдаем 3–кратное сокращение с 17 до 6 стран в текущем году. Известно, что летом 2016 г. будет отсутствовать самое массовое направление – Турция. Планируются летние полеты по четырем направлениям: Греция (Ираклион, Родос, Салоники), Испания (Барселона), Болгария (Бургас) и Кипр (Ларнака). В полетной программе 2016 г. отсутствуют круглогодичные направления вылетов: заключительные вылеты в Индию, Вьетнам и Таиланд состоятся в марте, а планируемые летние европейские направления начнутся только в конце апреля, начале мая.

Насколько оправдано столь значительное сокращение направлений, и есть ли надежды на возобновление турпотока? Отчасти ответы на эти вопросы можно получить, выяснив отношение жителей Пермского края к выездному туризму в сложившейся ситуации.

Потребитель – основной объект процесса планирования маршрутов и формирования туров. Туристским операторам важно ориентироваться на желания потребителей с целью определения идеи, замысла и состава услуг в туре. Изучение желаний потребителей включает в себя выявление их предпочтений, вкусов, возможностей в проведении туристического отдыха, покупательной способности, размеров рынка, состояния спроса на нем, других характеристик, определяющих поведение потребителя по отношению к путешествиям. Потребители любых продуктов стремятся при покупке максимизировать удовлетворение своих потребностей в них. В модели поведения выездного туриста первостепенное значение имеют такие факторы, как предпочтения и бюджеты (цены с учетом курсов валют и доходы). То, как люди ранжируют возможные маршрутные альтернативы, дает информация о том, что им нравится и что – нет, какие альтернативы предпочтительнее и какую из них организованный турист бы выбрал. Согласно теории потребительского выбора предпочтения можно представить ранжированием, рангами, которые потребители устанавливают в условиях многовариантных возможностей. «Все, что предполагает теория, – это способность ранжировать: нет необходимости предполагать, что человек может измерить интенсивность своих предпочтений. Достаточно, что человек знает, какой вариант лучше» [7]. Предпочтения – это желания, мечты о том, что бы люди хотели иметь, и хотя экономические и другие реалии вносят в них свои коррективы, выясняя предпочтения, можно в общих чертах увидеть перспективу потребительского выбора.

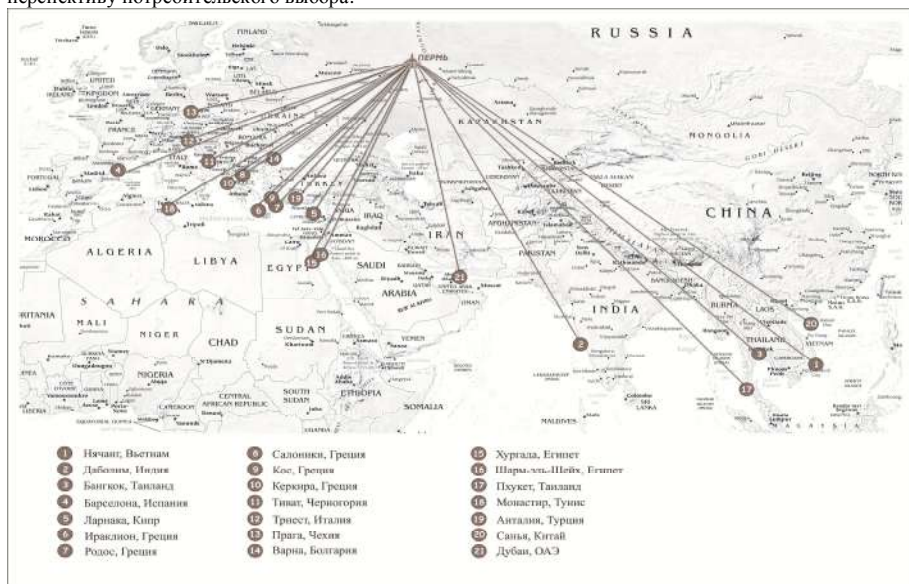


Рис. 3. География полетов из аэропорта Большое Савино в 2013 г.



Рис. 4. География полетов из аэропорта Большое Савино в 2016 г.

Существует много методов научного познания туризма (картографический, типологический, оценочный и др.) и все более распространенным становится социологический метод опроса, позволяющий получить первичные данные от самого участника исследуемого явления – человека [2,3]. Результаты исследования методом опроса жителей конкретной территории позволяют провести сегментацию рынка турпродуктов, ориентировать туроператоров и перевозчиков на предпочтения целевых групп потребителей.

В рамках анализа приоритетных направлений международного туризма в ПК проведен Интернет опрос «Туристские предпочтения жителей Урала» среди населения Пермского края в период с 13.01–02.02.2016, в ходе которого получены ответы 406 респондентов. Выборка, рассчитанная для генеральной совокупности 3 млн чел. с доверительной вероятностью 95%, доверительным интервалом 5%, составила 384 чел. Цель опроса: выявить приоритетные направления международного и российского туризма для жителей региона, степень влияния международной обстановки на выездную туристскую активность, величину расходов на отдых за рубежом, степень удовлетворенности предлагаемой перевозчиками географией полетов из места проживания; описать региональное выездного туриста, составить представление о будущем выездного туризма из края. Программа опроса включила 14 вопросов, отражающих его цель: 5 открытых и 9 закрытых.

На основании ответов на вопросы демографического характера можно утверждать, что средний возраст путешественников в другие страны составляет 30 лет. Более 46% состоят в браке и имеют детей в возрасте до 12 лет, одна треть не имеют семьи. Значительная часть (40,4%) посетили 4 и более стран и примерно такое же число путешественников отдыхают с выездом за рубеж не реже одного раза в год. По существующим классификациям туристов по демографическому признаку группу от 24 до 35 лет относят к наиболее экономически активным туристам. Следовательно, участвующих в опросе следует рассматривать как экономически активное население, имеющее опыт зарубежных поездок, предпочитающее отдыхать с семьей или друзьями.

Ответы позволили установить, что основным сдерживающим фактором для путешественников сегодня является возросший курс валют, влияющий как на повышение цен туров, так и на сумму расходов во время путешествия. На вопрос о влиянии отмены в этом году многих прямых вылетов из Перми на количество поездок за рубеж 39,4% респондентов ответили, что не поедут в любом случае, мотивируя это непомерной дороговизной туров, однако 46,8% опрошенных заявили, что на прямых рейсах летали бы чаще.

На 10-дневный отдых за рубежом 30–50 тыс. руб. на одного человека готовы потратить почти половина респондентов, не более 30 тыс. руб. – 28,1 %, 50-70 тыс. руб. – 17 % и более 70 тыс. – только 5% опрошенных. Анализ туристского предложения в Пермском крае показал, что указанная большинством путешественников допустимая сумма на 10-дневный отдых в размере 30–50 тыс. руб. на одного человека позволяет подобрать для них туры и в современных условиях по всем международным направлениям, представленным из Перми. Географическое положение края, небольшое количество солнечных дней в году обуславливает желание 66,8% опрошенных отдыхать там, где есть море и солнце. Среди других видов отдыха высока частотность указаний на выбор спортивного и экскурсионного форм туризма. Длительность перелета для многих имеет значение: 42% выбирают направления с перелетом до 5 ч, остальные хорошо переносят длительные полеты. Отсутствие прямого авиаперелета из Перми в места отдыха в большинстве случаев не является причиной отказа от поездки, туристы имеют возможность выбора направлений с вылетом из Екатеринбурга (37,2%) и из Москвы (45,8%). Однозначного предпочтения географии полетов у жителей региона нет. Европейские и азиатские направления интересуют туристов практически в равной степени, меньшей популярностью пользуются страны Карибского бассейна. Такое распределение обусловлено полетной доступностью этих направлений из региона: туристы уже побывали в странах Азии и Европы и способны оценить их привлекательность. Операторам не рекомендуем делать упор на страны северной Африки, такие как Марокко и Тунис, даже учитывая запрет на вылет в Египет для граждан Российской Федерации, так как лишь 4,7% опрошенных считают регион Северной Африки привлекательным. Анализируя предпочтения и актуальную полетную программу, отметим, что основные неудобства будут испытывать любители отельного отдыха «all inclusive», вероятнее, отдых им придется планировать в летний период, предложив направления Кипр и островную Грецию. Зимой направления с подобными предложениями удалены географически и не соотносимы по стоимости с привычными турами в Египет. К ним отнесем страны Карибского бассейна (Доминикана, Мексика, Куба), а также некоторые острова Индийского океана (Мальдивские о-ва, Сейшелы). Туристы, не переносящие длительных авиаперелетов, более активно будут путешествовать также в летний период, зимой они могут отправиться в ОАЭ.

Нестабильная международная обстановка влияет на уменьшение активности путешественников. Так, 56,9% пермских путешественников продемонстрировали свою приверженность международному туризму, выбирая безопасные, на свой взгляд, места отдыха. Это свидетельствует о том, что у них есть уверенность в своих возможностях определить такие места. Показательно, что одинаковое число опрошенных (около 18%) отказываются от выездов за рубеж и планируют отдых только в России, и лишь незначительная часть думает о замещении дальнего зарубежья ближним.

Предпочтения жителей края в отношении отдыха в России распределились следующим образом. Как и за рубежом, основное предпочтение отдается пляжному отдыху на юге страны, кроме того, актуальными являются направления активного и экскурсионного туризма. Пакетные туры по направлению пляжного туризма сформированы с широким ассортиментом и в достаточном количестве. Экскурсионные туры по направлениям Москва, Санкт-Петербург, «Золотое кольцо» представлены федеральными операторами; туристы имеют возможность присоединиться к туристским группам в связи с высокой доступностью перевозки по направлению Москва и Санкт-Петербург. Из активных туров туристам региона доступны маршруты по Пермскому краю, сегмент организованных туров в другие регионы представлен слабо. Операторам можно рекомендовать расширение географии предложений активного туризма и формирование пакетных туров из Перми по направлениям Алтай, Байкал, Камчатка.

Международный туризм является устойчивым сектором туризма в Пермском крае и будет таким в будущем. К факторам устойчивости отнесем существенное отличие международного туристского продукта от внутренних российских, которое состоит в огромном географическом разнообразии, возможности комбинирования и взаимозаменяемости территорий внутри продукта. Это свойство зарубежных туров было и будет привлекательно для широкого круга людей. Результаты опроса показали, что и в условиях неспокойной международной обстановки, угроз терроризма, запретов 58% жителей края предпочитают отдыхать за рубежом.

Ценовой фактор, имеющий решающее значение в выборе потребителя, в международном туризме не является ярко выраженным вследствие специфики цен на международный туристский продукт. Справедливость цен в этом виде туризма массовый потребитель определяет исходя не столько из реальных затрат на формирование тура, которые, кстати, непросто установить в чужой стране, сколько из уровня его полезности для себя. Следует учесть и такой выявленный факт, что, несмотря

на сокращение количества направлений вылетов из краевого центра, 14% путешествующих не считают это причиной отказаться от поездки и готовы выезжать из отдаленных аэропортов. Отметим, что даже в сложившихся условиях бюджетных ограничений спрос на международные туры со стороны пермяков будет и в дальнейшем.

Что касается предложения, то ситуация для профессионалов туризма не является критической, так как доля тех, кто побывал только в одной–двух странах и планирует зарубежные поездки, составляет около 37% (а это потенциальные покупатели, готовые тратить 30–50 и более тыс. руб. на поездку одного человека). Благоприятным фактором является и положительное отношение 57% опрошенных к длительным перелетам, что позволит по мере стабилизации экономического положения в стране наладить более прочные и приемлемые в ценовом отношении туристские связи с дружественными нам странами Юго-Восточной Азии. Турфирмы края, как и в целом по России, сегодня несут урон в доходах от международного туризма по сравнению с обильными предыдущими периодами, однако отметим, что он не вызовет массового ухода с рынка. Сокращение турпотока из края при сложившейся курсовой разнице возмещается ростом цен, что дает возможность продавцам маневрировать ёмкостью рынка и доходами. Вместе с тем заметим, что конкурентом организованного рекреационного туризма в дальнее зарубежье становится самостоятельный туризм, а в перспективе – туризм в ближнее зарубежье.

#### Библиографический список

1. *Александрова А.Ю.* Международный туризм. М.: Аспект Пресс, 2004. 345 с.
2. *Бутко И.И., Ситников В.А., Ситников Е.А.* Маркетинг в туризме: учеб. пособие. М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и Ко»; Наука – Спектр, 2009. 416 с.
3. *География туризма* / под ред. А.Ю. Александровой. М.: КНОРУС, 2013. 592 с.
4. *Зырянов А.И.* Теоретические аспекты географии туризма / Перм. гос. ун-т. Пермь, 2013. 157 с.
5. *Левшина О.Н.* Товарная конкуренция как отражение рыночного взаимодействия спроса и предложения // Вестник Национальной академии туризма. 2009. №1(9). С. 31–34.
6. *Липтинская А.А.* Распределение зарубежных туристских потоков из Уральского региона // Вестник Удмуртского университета. Серия. Биология. Науки о Земле. 2014. Вып. 1. С. 144–150.
7. *Хайман Д.Н.* Современная микроэкономика: анализ и применение. Т.1/ пер.с англ. М.: Финансы и статистика, 1992. С.58
8. *Харитоновна Н.В.* Конкуренция и конкурентная среда туристского рынка (на примере пермских туроператоров) // Географический вестник. 2013. № 4. С.88–92.
9. *Официальный сайт международного аэропорта «Большое Савино» г. Перми.* URL: <http://aviaperm.ru/> (дата обращения: 10.02.2016).
10. *Официальный сайт федерального агентства по туризму РФ.* URL: <http://www.russiatourism.ru/> (дата обращения: 19.03.2016).
11. *Выездной туризм в мире вырос за январь-апрель 2015 года на 4%* // Сетевое издание «РИА Новости». URL: <http://ria.ru/tourism/20150713/1126402678.html#ixzz42qqbqUA7> (дата обращения: 01.03.2016).
12. *Официальный сайт туроператора CORAL TRAVEL.* URL: [www.coral.ru](http://www.coral.ru) (дата обращения: 05.03.2016).
13. *Официальный сайт туроператора PEGAS Touristik.* URL:[www.pegast.ru](http://www.pegast.ru) (дата обращения: 05.03.2016).
14. *Официальный сайт туроператора Anex tour.* URL: [www.anextour.ru](http://www.anextour.ru) (дата обращения: 05.03.2016).

#### References

1. *Aleksandrova, A.Yu.* (2004), *Mezhdunarodnyj turizm* [International tourism], Aspekt Press, Moscow, Russia.
2. *Butko, I.I., Sitnikov, V.A. and Sitnikov, E.A.* (2009), *Marketing v turizme: uchebnoe posobie* [Marketing in tourism: tutorial], Publishing and trade corporation “Dashkov i Ko”, Nauka-Spektr, Moscow, Russia.
3. *Aleksandrova, A.Yu.* (ed.) (2013), *Geografiya turizma* [Geography of tourism], 3rd ed., KNORUS, Moscow, Russia.
4. *Zyryanov, A.I.* (2013), *Teoreticheskie aspekty geografii turizma* [Theoretical aspects of tourism geography], Perm State University Press, Perm, Russia.



5. Levshina, O.N. (2009), "Commodity competition as a reflection of demand and supply interaction", *Vestnik nacionalnoj akademii turizma* [Vestnik of National Tourism Academy], no.1 (9), pp. 31–34.
6. Limpinskaya, A.A. (2014), "Distribution of foreign tourist flows from the Ural region", *Bulletin of Udmurt University, Series: Biology. Earth Sciences*, no. 1, pp. 144–150.
7. David N. Hyman (1992), *Sovremennaya mikroekonomika: analiz i primeneniye* [Modern microeconomics: analysis and applications], vol.1, Finansy i statistika, Moscow, Russia.
8. Kharitonova, N.V. (2013), "Competition and competitive environment of the tourism market (the case of Perm tour operators)", *Geographicheskii Vestnik*, no. 4, pp. 88–92.
9. The official site of Bolshoe Savino International airport (2016), available at: <http://aviaperm.ru/> (Accessed 10 February 2016).
10. The official site of The Federal Agency for Tourism of the Russian Federation, available at: <http://www.russiatourism.ru/> (Accessed 19 March 2016).
11. "Outbound tourism in the world increased by 4% between January and April 2015", Russian news agency RIA Novosti., available at: <http://ria.ru/tourism/20150713/1126402678.html#ixzz42qqbqUA7> (Accessed 01 March 2016).
12. The official site of CORAL TRAVEL tour operator, available at: [www.coral.ru](http://www.coral.ru) (Accessed 05 March 2016).
13. The official site of PEGAS Touristik tour operator, available at: [www.pegast.ru](http://www.pegast.ru) (Accessed 05 March 2016).
14. The official site of ANEX Tour tour operator, available at: [www.anextour.ru](http://www.anextour.ru) (Accessed 05 March 2016).

Поступила в редакцию: 29.03.2016

#### Сведения об авторах

##### Харитоновна Нина Викторовна

кандидат экономических наук, доцент кафедры туризма Пермского государственного национального исследовательского университета, 614068, Россия, г. Пермь, ул. Букирева, 15; e-mail: [nina3747@mail.ru](mailto:nina3747@mail.ru)

##### Лимпинская Алла Андреевна

старший преподаватель кафедры туризма Пермского государственного национального исследовательского университета, директор по туризму ООО ТК "ДЖУС ТУР" 614068, Россия, г. Пермь, ул. Букирева, 15; e-mail: [alla\\_sid@mail.ru](mailto:alla_sid@mail.ru)

#### About the authors

##### Nina V. Kharitonova

candidate of Economic Sciences, associate professor, Perm State University; 8/8 Genkelya str., Perm, 614068, Russia; e-mail: [nina3747@mail.ru](mailto:nina3747@mail.ru)

##### Alla A. Limpinskaya

senior lecturer, Perm State University; 8/8 Genkelya str., Perm, 614068, Russia; e-mail: [alla\\_sid@mail.ru](mailto:alla_sid@mail.ru)

#### Просьба ссылаться на эту статью в русскоязычных источниках следующим образом:

Харитоновна Н.В., Лимпинская А.А. Состояние и перспективы выездного туризма в Пермском крае // Географический вестник. 2016. № 2(37). С. 139–147. doi 10.17072/2079-7877-2016-2-139-147

#### Please cite this article in English as:

Kharitonova N.V., Limpinskaya A.A. State and prospects of international outbound tourism in the Perm region // Geographicheskii Vestnik. 2016. № 2(37). P. 139–147. doi 10.17072/2079-7877-2016-2-139-147