

Ценообразование в туризме как средство реализации потребностей человека и общества: ретроспективный аспект и региональная практика

Белая И.А., коммерческий директор туристической компании «Мир»,
доцент кафедры «Сервис и туризм», Алтайский государственный технический
университет им. И.И. Ползунова

Белая Н.В., к.э.н., старший преподаватель кафедры «Менеджмент»,
Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова

Аннотация. Для многих субъектов России, богатых природными и климатическими ресурсами, культурно-историческими памятниками, развитие туристической отрасли и создание массовости турпотоков заявлено одной из приоритетных задач. Туристические продукты направлены на удовлетворение целого спектра потребностей человека и общества, и все это многообразие может быть удовлетворено при выполнении первоочередного условия – ценовой доступности турпродуктов и услуг. Принципы ценообразования в туризме должны быть ориентированы на возможность широкого и регулярного приобретения турпродуктов населением. В этом вопросе полезно рассмотреть опыт ценообразования, существовавший во времена СССР и имевший колоссальный социально-экономический эффект.

Ключевые слова: ценообразование, туризм, опыт ценообразования на туристические продукты, региональная практика ценообразования в туризме.

Price foundation in tourism as a source of people's needs satisfaction: look back aspect and regional practice

Belaya I.A., commercial manager of tourist company «Mir», assistant professor,
chair of service and tourism, Altai State Technical University after I.I. Polzunov.

Belaya N.V., PhD, senior lecture, chair of management,
Altai State Technical University after I.I. Polzunov

Annotation. For many regions of Russian Federation, which are rich in nature and climate resources, cultural and historical monuments, the tourism industry development and tourist flows increase are declared as a priority. Travel products are designed to meet a wide range of people's needs, and all this diversity can be satisfied when the main condition is done – the affordability of travel products and services. Pricing principles in tourism should be focused on the possibility of a broad and regular purchase of travel products. That's why it is useful to take into consideration the price formation experience that existed in Soviet times as it brought to enormous social and economic benefits.

Keywords: price formation, tourism, tourism product pricing experience, regional practice of tourism product pricing.

С третьей четверти XX в. туризм в России стал формироваться как самостоятельная, самодостаточная отрасль обслуживания населения. Туризм оказался способным заполнить ниши в сложившейся структуре услуг для населения: большое количество жителей страны, включая экономически слабо защищенные слои – пенсионеров, студентов, школьников, инвалидов, – получили возможность организованно отдохнуть, поправить здоровье, в меру сил и возможностей получить физическую закалку. Открылись широкие возможности познакомиться с различными уголками нашей Родины, бытом и колоритом представителей различных национальностей и регионов.

Наиболее активная часть общества получила возможность выезда за границу по туристским путевкам, знакомиться с условиями труда и жизни своих коллег за рубежом. Стало традицией формирование туристических групп по профессиональным интересам, внедрялся в практику безвалютный обмен группами туристов, в первую очередь, между странами бывшего социалистического лагеря.

В 1960-1980-е гг. бурно развивалась материально-техническая база туризма: новые туристские гостиницы, кемпинги, турбазы строились не только в центральной части страны, в регионах со сложившейся инфраструктурой, но

и в местностях, располагавших историческими и архитектурными памятниками, традиционными народными промыслами и подготовленными кадрами.

На государственном уровне принимались программы строительства туристских объектов и освоения новых рекреационных районов Сибири и Дальнего Востока, Средней Азии, Урала. В 1970-е годы активно строились крупные туристские комплексы в Москве, появлялись современные гостиницы во Владимире, Брянске, Улан-Удэ, Волгограде, Махачкале, Уфе, Архангельске, Ростове-на-Дону, Омске, Новосибирске, Красноярске, Астрахани, Нальчике и других городах. Наряду с крупными административными центрами, объекты туризма создавались и на глубокой периферии: в Сибири были введены в эксплуатацию тургостиницы в Абакане, Горно-Алтайске, Бийске, Томске.

Был взят курс на сбалансированное создание как отелей с современным набором комплексных услуг, отвечающих международным стандартам, рассчитанным на проживание нескольких тысяч отечественных и зарубежных туристов, так и небольших по количеству мест турбаз и малогабаритных кемпингов, с минимально необходимым набором удобств, но расположенных в уникальных природных зонах с неповторимой флорой и фауной, с целебным воздухом, красивейшими реками и озерами.

Именно в этот период началось активное туристское освоение Алтая, известного своими неповторимыми ландшафтами и природно-рекреационными ресурсами.

До этого главным «магнитом» для любителей активного общедоступного отдыха и путешествий был район Телецкого озера со старейшей турбазой «Артыбаш», где не было устойчивого электроснабжения, элементарных санитарных и бытовых удобств, но была «жемчужина» Сибири – озеро со своими легендами и тайнами, безмерными глубинами, уникальным животным и растительным миром.

В результате целенаправленной политики центральных и местных властей, туристских организаций, сотни тысяч жителей края и других регионов

страны получили возможность отдохнуть на турбазах «Катунь», «Юность», «Алтай», «Золотое озеро». В табл. 1 приведены для сравнения цены на отдых на наиболее популярных турбазах Республики Алтай (в летний сезон, в ценах соответствующего года).

Таблица 1

Минимальная стоимость человекодня для туриста на турбазах Алтая, тип питания - завтрак

Наименование турбазы	Стоимость одного человекодня (в руб.)		
	1984 г.	2004 г.	2014 г.
«Золотое озеро»	3,72	500	780
«Катунь»	3,64	490	670

В середине 1980-х гг. СССР вошел в число лидеров мирового туризма. Если в 1956 году в стране было обслужено 180,0 тыс. туристов, 2,4 млн. экскурсантов и населению было оказано услуг на 7,6 млн. рублей, то в 1983 г. эти цифры, соответственно составляли 35,2 млн., 195,0 млн. и 1,8 млрд. рублей (в ценах 1969 г.).

В Алтайском крае в том же 1983 году было обслужено 234,8 тыс. туристов, 728,9 тыс. экскурсантов. Объем услуг, оказанных населению, составил 9,7 млн. рублей, прибыль туристских предприятий и организаций превысила 854,0 тыс. рублей. Объем услуг по сравнению с 1969 г. вырос более чем в 6 раз.

Нельзя забывать о том, что такая огромная работа в стране проводилась в условиях нехватки финансовых и материальных ресурсов, при наличии массы проблем с состоянием уровня жизни населения, при неизбежной гонке вооружений, необходимости освоения космоса и труднообживаемых территорий с целью поиска новых топливно-энергетических ресурсов. Однако и в это время политика в области формирования цен на туристско-экскурсионные услуги была социально ориентированной, государство и общество в целом создавало условия для массовой доступности туристического продукта.

Отмечалось, что туризм, как сегмент экономической и хозяйственной деятельности государства, должен быть рентабельным и приносить прибыль. Но коммерческая выгода не ставилась как приоритетная задача для турорганизаций. Главным в их работе являлось:

- удовлетворение потребностей населения страны в отдыхе, путешествиях, укреплении здоровья;
- повышение качества и расширение форм и видов обслуживания;
- идейное воспитание людей через экскурсии, путешествие по местам боевой и трудовой славы советского народа.

Государство использовало инструменты ценообразования в целях сокращения себестоимости услуг учреждений отдыха. Особый упор делался на сельское население, людей с ограниченными финансовыми возможностями.

В существовавшей в ранге нормативного акта Методике расчета цен на экскурсии (июнь, 1978 г.) предписывалось, что при установлении цены экскурсии, предоставляемой школьникам, допризывникам, солдатам, сержантам, старшинам Советской Армии, рентабельность может снижаться до 5% (вместо 15% и более).

Таблица 2

Динамика цен на туристские путешествия

Наименование маршрута	Вид маршрута	Продолжительность (в днях)	Цена (руб.)	
			1980-е гг.	2010-е гг.
Барнаул – Сочи – Барнаул	Авиа	21	299	От 60000
Барнаул – Москва – Барнаул	Авиа	10	252	От 50000
Барнаул – Вильнюс – Паланга – Барнаул	Авиа	19	333	Турпакеты не предлагаются
Барнаул – Киев – Барнаул	Авиа	11	246	Турпакеты не предлагаются
Барнаул – Сигуда – Рига – Барнаул	Железнодорожный	23	255	Турпакеты не предлагаются

Ценовая политика государства способствовала развитию международного туризма.

В 70-е гг. Госкомитетом Совета министров СССР по вопросам труда и заработной платы, Минфином СССР, Госбанком СССР и ВЦСПС был установлен порядок, при котором не менее 85 процентов туристов, направляемых за рубеж (как правило, в социалистические страны) должны были быть рабочими и служащими, непосредственно занятыми на производстве.

Путевки в таких случаях оплачивались туристами в размере 30-50% их стоимости, оставшаяся стоимость погашалась за счет фондов:

- социально-культурных мероприятий и жилищного строительства;
- премирования и оказания материальной помощи;
- премирования по итогам социалистического соревнования.

Трудящимся, выезжающим на лечение и отдых в санатории и дома отдыха социалистических стран, путевки выдавались за счет средств фонда государственного социального страхования с оплатой 30% стоимости путевки или бесплатно.

Аналогичным образом, путем «щадящего», льготного ценообразования власть привлекала в страну иностранных туристов. Нормы расходов на обслуживание иностранных туристов, прибывающих в СССР, на безвозмездной основе приведены в табл. 3.

Таблица 3

Нормы расходов на обслуживании туристов на безвозмездной основе

Статья расходов	Нормы расходов на человека в день	Примечание
Питание	До 4 руб. в столовых, до 5 руб. в ресторанах	В дни праздников – дополнительно 1,5 руб. с человека
Проживание	По тарифам для советских граждан	В гостиницах «Интуриста» по прейскуранту
Экскурсионное обслуживание	До 1 руб.	2 экскурсии в день
Автотранспорт (трансфер)	До 2 руб.	
Услуги персонала	До 1,2 руб.	
Сувениры	До 2 руб.	
Деньги на личные расходы	До 100 руб.	

В табл. 4 представлены нормы расходов на обслуживание иностранных туристов на коммерческой основе.

Таблица 4

Нормы расходов на обслуживании туристов на коммерческой основе

Страна	Стоимость одного дня обслуживания на 1 человека (в переводных рублях)				Скидки с 01.01 по 30.04 и с 01.10 по 31.12
	1 класс	Турист. класс	отдых		
			1 класс	Турист. класс	
ГДР	11,0	6,5	7,0	5,0	25%
ВНР	11,8	8,8	8,6	6,2	20%
ЧССР	11,5	9,0	7,2	5,6	10%

Ежегодно выделялось около миллиарда рублей на различные льготные путевки из фонда государственного социального страхования, что делало путевки массово доступными. На государственном уровне централизованно устанавливались льготные транспортные тарифы. Эти тарифы учитывали сезонность, категорию граждан (школьники, студенты, групповые поездки, передовики производства и т.д.). Значительную роль в развитии материально-технической базы туризма сыграла политика государства по освобождению туристско-экскурсионных организаций от налогов.

Вместе с тем, деньги, полученные в результате хозяйственной деятельности туристских гостиниц, комплексов, баз, бюро путешествий и экскурсий не «проедались». Большая часть их направлялась на строительство новых и реконструкцию существовавших объектов, реставрацию и восстановление памятников архитектуры, истории, развитие музейного дела.

Существенную роль сыграли централизованные поставки из Центра в регионы по государственным ценам автотранспорта (пассажирского, грузового, для спецперевозок), строительной техники, оборудования для предприятий питания туристских организаций. В промышленности, сельском хозяйстве, в строительстве, на транспорте из фонда предприятий и организаций большие суммы направлялись на снижение стоимости туристических и оздоровительных путевок.

И здесь неопределима роль правильно выбранной политики ценообразования и ценоприменения в туризме.

Являлось обычной практикой, когда рабочий, служащий или студент приобретали туристскую путевку за 30-50% ее стоимости, когда целые трудовые и студенческие коллективы отдыхали на туристских маршрутах выходного дня бесплатно. Цена путевки при стабильной себестоимости туристских услуг гибко варьировалась; нередко она была стимулом к качественному труду. Так, например, директивным порядком устанавливалось, что туристские путевки, приобретаемые за счет фонда государственного страхования, выдаются бесплатно только передовикам производства – победителям во Всесоюзном социалистическом соревновании; рекомендовалось при необходимости выдавать победителю вторую туристскую путевку для супруги (супруга). Такая «патерналистская» политика давала весьма ощутимые результаты.

Туризм играл существенную роль в социально-экономической жизни страны, идейно-политическом воспитании людей, пропаганде патриотизма, любви к Родине, воспитывал приверженность к традициям своего народа. Формирование новых туристских центров, открытие тысяч маршрутов способствовало развитию инфраструктуры транспорта, росту сети предприятий общественного питания, строительству комфортабельных морских и речных судов. Туризм оказывал безусловное влияние на экономическую жизнь не только отдельных районов, но и регионов в целом.

Осуществленное по инициативе Алтайского краевого совета по туризму и экскурсиям строительство ЛЭП-35 в Турочакском и ЛЭП-10 в Шебалинском районах Горно-Алтайской автономной области, входившей в Алтайский край, позволило обеспечить устойчивым электроосвещением не только турбазы «Золотое озеро» и «Катунь», но и близлежащие населенные пункты и производственные объекты. Увеличение объемов работы туристских хозяйств способствовало росту занятости местного населения.

Важным обстоятельством являлось то, что в СССР директивные органы централизованно регламентировали нормативы и методику расчета цен на туристские путевки и жестко контролировали их применение. Это касалось, прежде всего, тех направлений хозяйственной деятельности, которые непосредственно были связаны с укреплением здоровья людей.

В 1970-1980-е гг. в основу расчета нормативов были положены десять ценообразующих факторов, среди которых:

- стоимость набора продуктов питания;
- расходы на культурно-массовые мероприятия;
- расходы на туристскую работу и походы;
- расходы на экскурсионную работу;
- стоимость проживания;
- общие эксплуатационные расходы;
- расходы по внутримаршрутному транспорту;
- расходы на содержание органов управления.

Кроме того, устанавливались ценовые нормы и тарифы, действующие на всей территории страны, что создавало равные условия для обслуживания туристов независимо от мест проживания.

С целью контроля за соблюдением нормативных актов по вопросам ценообразования в туризме директивными органами страны был принят ряд регламентирующих документов:

- О нормативах и методике расчета цен на туристские путевки (декабрь, 1974 г.);
- О дифференциации цен на туристские путевки (февраль, 1984 г.);
- О стоимости набора продуктов для питания туристов в туристских учреждениях (апрель, 1980 г.);
- Об изменении цен на туристские путевки местных маршрутов (июнь, 1978 г.);
- О расчете цен на экскурсии (июнь, 1978 г.);

- О ценах на экскурсии (июнь, 1980 г.);
- О ценах на билеты за проезд на пассажирских канатных дорогах (апрель, 1984 г.);
- О расходах на обязательные походы для маршрутов с активными способами передвижения (август, 1983 г.).

В нашей стране был структурирован и оформлен порядок формирования и утверждения цен на услуги туристских предприятий. Цены на путевки всесоюзных маршрутов формировали Центральные (всесоюзные) туристические органы, Госкомитет по ценам СССР, Министерства (ведомства) СССР. Цены на путевки региональных маршрутов устанавливали органы власти региона и региональные туристические органы. И этот порядок строго контролировался. Так, на заседании бюро ЦСТЭ 30 марта 1976 г. жесткой критике был подвергнут ряд туристских предприятий, в том числе:

- Алма-Атинское бюро путешествий и экскурсий, установившее норматив прибыли вместо 6,5% вместо 5%, и Гагрское бюро, установившее норматив 13,9% вместо 5%;
- Тираспольское бюро путешествий и экскурсий, бравшего с туристов за проживание 1,20 руб. в сутки вместо 70 коп.;
- Ставропольское бюро путешествий и экскурсий, незаконно взыскивавшее броню;
- Краснодарского и Ставропольского краев, завывсивших цены на свои услуги.

Такая политика контроля и спроса в вопросах ценообразования осуществлялась в русле требований правящей партии, которая на XXIV съезде КПСС заявила, что «...следует решительно пресекать факты завышения цен, усилить контроль за установлением розничных цен и тарифов на бытовые услуги...»¹.

Существовавшая в стране система ценообразования имела серьезные достоинства и, прежде всего, решала главную социальную задачу – обеспечить

реальную возможность для подавляющего большинства людей иметь доступ к турпродукту и использовать эту возможность.

Однако низкая стоимость путевок достигалась, прежде всего, за счет снижения даже необходимых издержек туристского учреждения и, в том числе, за счет низкой заработной платы работников. Минимальная заработная плата в стране на тот период составляла 70 рублей, заработная плата работников туручреждений Алтайского края представлена в табл. 5:

Таблица 5

Размеры заработной платы работников туристических организаций Алтайского края в 1970-1980-е годы

а) бюро путешествий и экскурсий:

Наименование должностей	Месячные должностные оклады по группам бюро (в руб.)		
	III	IV	V
Директор	160-180	140-160	120-140
Заведующий отделом (методическим, экскурсионным, обслуживания туристов, реализации путевок)	140-160	120-140	Не предусмотрено
Главный бухгалтер (старший на правах главного)	130-150	120-140	110-130
Экскурсоводы I категория (высшее образование, стаж более 5 лет)	140 руб.		
Экскурсоводы II категория (высшее или среднее специальное образование, стаж не менее 2 лет)	120 руб.		
Экскурсоводы III категория (неоконченное высшее или среднее специальное образование, без стажа)	100 руб.		
Руководители тургрупп I категории (стаж 10 лет)	110 руб.		
Руководители тургрупп II категории (стаж 5 лет)	100 руб.		
Руководители тургрупп III категории (без стажа)	90 руб.		

¹ Квартальнов В.А. Туризм: Учебник. – М.: Финансы и статистика, 2000. – 320 с

б) туристская база:

Наименование должностей	Месячные оклады по группам (в руб.)							
	I	II	III	IV	V	VI	VII	VIII
Директор	200-230	180-200	170-180	160-170	150-160	140-150	130-140	120-130
Заместитель директора	80-90% оклада директора							
Главный бухгалтер	145-155	135-145	130-140	120-130	120-130	115-125	115-125	95-115
Старший инструктор	135							
Инструктор I категории	125							
Культурорганизатор	80-100							
Экономист	95-130							
Кладовщик	80-85							

Стоит заметить, что систематическое повышение тарифных ставок и должностных окладов работникам производственных отраслей, как правило, не распространялось на сферу туризма и экскурсий.

Подводя итоги, необходимо отметить, что в СССР, несмотря на жесткую регламентацию, существовавшие ограничения, сковывавшие нередко самостоятельность туристских предприятий, слабую материально-техническую базу, недостаточный уровень подготовки и самоотдачи работников, туризм поступательно развивался. Бурный количественный рост в 1960-1980-е гг. организаций и учреждений туризма, освоение новых маршрутов, образование туристских центров в различных регионах страны, неограниченные природные возможности создавали объективные предпосылки для превращения СССР в ведущую туристическую державу.

Непреодолимое значение имеет то обстоятельство, что туризм развивался как социальный феномен, являясь в обстановке многочисленных запретов и ограничений доступной и действенной формой организации отдыха и укрепления здоровья всех без исключения групп населения страны. И этому во многом способствовала политика ценообразования на основные туристские услуги. Рассмотренный в статье опыт мог бы оказаться полезным и сегодня, особенно для Алтайского края, в стратегии развития которого туризм

обозначен одной из приоритетных отраслей экономики. Перед краем стоят задачи массового привлечения туристов из других регионов и стран, развития доступной среды для лиц с ограниченными возможностями здоровья, создания и совершенствования социально-бытовой и инженерной инфраструктуры. Одним из инструментов решения таких сложных долгосрочных задач и проектов является продуманное, грамотное ценообразование на туристические продукты.

Библиографический список

1. Дьякова Р.А. Основы экскурсоведения. – М.: Просвещение, 1985. – 256 с.
2. Кабушкин Н.И. Менеджмент туризма Учебник. – Минск: Новое знание, 2002. – 409 с.
3. Квартальнов В.А. Туризм: Учебник. – М.: Финансы и статистика, 2000. – 320 с.
4. Попчиковский В.Ю. Организация и проведение туристских походов. – М.: Профиздат, 1987. – 224 с.