

Tatiana Yu. Grubich,
senior lecturer,
Kuban State Agrarian University

Maria N. Petridi,
3d year student,
Kuban State Agrarian University

Analysis of Attendance the Resort Town of Anapa and the Factors Affecting It

Key words: *analysis, analysis methods, hypotheses, factors.*

Annotation: *the article presents the results of the analysis of attendance of the resort town of Anapa. The analysis of factors influencing the city's tourist traffic. Recommendations on the results of the analysis. The city revealed the shortcomings that reduce the traffic of tourists, and to propose measures to address the identified factors.*

Целью данного исследования является анализ посещаемости города-курорта Анапа, а также выявление проблемных зон в развитии города. Данный анализ позволит сделать выводы о перспективах развития, поможет дать текущую оценку привлекательности курорта.

Для того, чтобы иметь представление о месте, которое будет анализироваться, требуется дать ему краткую характеристику.

Город-курорт Анапа – курорт, где действуют свыше 400 круглогодичных и сезонных курортных организаций. В летних оздоровительных лагерях отдыхают более 1 млн. детей из разных регионов России. Ежегодно курорт посещают более 4 млн. туристов. Основное направление экономики – курортная отрасль, однако большое значение имеет также виноградарство и виноделие.

Стоит отметить, что город-курорт Анапа очень сильно зависит от притока людей, так как курортная часть занимает 80% деятельности проживающих. В несезонное время город «умирает». Именно поэтому так важно, как можно больше людей привлечь в летний период. Для анализа были отобраны данные о посещаемости города-курорта Анапа в период с 2012 по 2015 год.

Согласно данным, на 2015 год курортно-туристский комплекс муниципального образования город-курорт Анапа включает в себя 34 санатория, 48 пансионатов, 46 баз отдыха, 35 детских лагерей, 415 гостиниц и отелей, 7 автокемпингов, 25 туристско-экскурсионных фирм. Кроме того, услуги отдыхающим по временному и проживанию оказывает 4,7 тыс. хозяйствующих субъектов частного сектора размещения. Данные показатели почти не изменились по сравнению с предыдущим годом, однако количество баз отдыха сократилось на 6,1%, а детских лагерей увеличилось на 2,9%. Это связано с тем, что город-курорт ориентирован на семейный и детский отдых, поэтому развитие идет в этом направлении.

Количество гостиниц и гостевых домов увеличилось на 18,6%, а специализированных и индивидуальных средств размещения стало больше на 17,6%. Это прежде всего связано с тем, что люди стремятся открывать собственное дело, так как это является наиболее выгодным в рамках курортного-города.

Выросло количество объектов туристического показа и курортной инфраструктуры больше, чем в 3 раза. Это связано с активным развитием города в последнее время. Открываются не только новые памятники, но и молодежные центры, торгово-развлекательные комплексы, расширяется туристическая база отдыха.

В Анапе в 2014 году отдохнули и прошли курс оздоровления более 3 млн. человек, что на 26,9% меньше, чем в 2013. Однако, в течение 2015 года в Анапе отдохнули и прошли курс оздоровления 4557 тыс. человек (из них 1282,0 тыс. детей), что на 51,9% больше, чем в 2014 году. Столь резкий спад посетивших город объясняется внешними причинами – на Анапу, как курортный город на Юге России, присоединение Крыма вполне могло оказать подобное влияние. Вернуться к нормальным показателям в 2015 году помогло активное участие в международных выставках.

Курорт Анапа традиционно привлекает внимание ведущих туроператоров и турагентов. Делегации города приняли участие в 3 крупных международных выставках (туристический форум «SIFT» в городе Сочи; «Интурмаркет» в городе Москве; «Инветексис» в городе Санкт-Петербурге). В рейтинге муниципальных образований края по темпам роста объема услуг курортно-туристского комплекса Анапа заняла 6 место.

В 2015 году крупными и средними предприятиями оказано услуг на сумму 5 439,6 млн, что на 17,4% превышает аналогичный показатель за 2012 год. Это показывает, что рынок услуг и товаров в городе развит на достаточно высоком уровне (так как даже в условиях не полной загрузки предприятий санаторно-курортного комплекса спрос был достаточно высоким).

Проанализировав данные можно сделать вывод о том, что город-курорт на правильном пути развития. Однако есть ряд недостатков, которые требуется устранить для дальнейшего планомерного развития туристического направления:

1. Низкий уровень качества сервиса. Большая часть населения владеет лишь 1 языком, что не дает возможности привлечения иностранных граждан в город-курорт, тем самым лишая его дополнительного притока клиентов. Очень малое количество гостевых домов и гостиниц Анапы может предложить большой спектр услуг, таких как «еда в номер» или бассейн. Для дальнейшего развития необходимо выделять средства не только для обустройства и застройки города, но и на основании для программ по поддержке малого и частного бизнеса, так как большая часть гостевых домов Анапы принадлежит именно малому частному сектору.

2. Отсутствие популярных мест. Зачастую люди едут на курорт ради посещения одного или двух популярных мест. В Анапу едут именно на море. Однако посетив море, люди не знают, чем еще им заняться. Такие места как «Летняя эстрада» или развлекательная площадь «Родина» используются в целях города в крайне редких случаях. Город не использует свой потенциал для продвижения и привлечения клиентов. Если у города появится 3 – 4 места, которые будут интересны современному поколению, то это значительно увеличит приток клиентов.

3. Экологическая проблема с морем. У побережья юго-западные ветра создают морское течение, направленное от Анапы вдоль берега – к северу. Вот это, к сожалению, и не учли люди, которые проектировали и строили анапскую канализационную трубу. Она выведена далеко – за 2 километра от берега, но выливает городские стоки прямо в струю течения, которое приносит их обратно к городу и пляжу. Микробов и другой заразы в этих сточных водах, конечно, уже нет – они прошли многоступенчатую очистку. Но стоки несут в себе много минеральных солей, являющихся, по сути, удобрениями. Так и в море – летом у берега разрастается настоящий морской сорняк – кладофора бродячая. Начало цветения кладофоры совпало с вводом в строй этой сточной трубы – в начале 1980-х годов. И по сей день город каждое лето страдает не только от грязного моря, но и от ужасного запаха.

Стоит отметить, что решение данной проблемы является чрезвычайно важной, так как в большей степени именно этот пляж пользуется наибольшей популярностью у туристов (большинство гостиниц и отелей находится около этого пляжа) и подобная проблема отталкивает многих желающих посетить курорт.

Проведем однофакторный дисперсионный анализ для определения значимости данных факторов на посещаемость города-курорта.

В таблице Дисперсионный анализ на пересечении строки между группами и столбца Р-Значение находится величина 0,044709731. Величина Р-Значение $< 0,05$, следовательно, критерий Фишера значим и влияние фактора уровня качества сервиса на количество посетивших город доказано статистически.

Наличие популярных мест. Р-Значение = 0,000486081. Величина Р-Значение $< 0,05$, следовательно, критерий Фишера значим и влияние фактора наличия популярных мест на количество посетивших город доказано статистически.

Состояние моря. Р-Значение = 0,038259518. Величина Р-Значение $< 0,05$, следовательно, критерий Фишера значим и влияние фактора состояния моря на количество посетивших город доказано статистически.

В результате проведенного анализа было доказано, что все 3 показателя являются статически значимыми, а это значит, что, повысив их уровень, город сможет получить дополнить приток туристов.

References:

1. Grubich TYu, Pavlov DA. *Data analysis: workshop. Krasnodar, 2015.*
2. Grubich TYu, Shrolik AV. *Methods of analysis of enterprise business architecture: Science of the XXI century: a new approach Materials of the XII International youth scientific-practical conference of students, graduate students and young scientists. "Opening" Scientific Publishing Center. 2015; 97-101.*
3. Grubich TYu, Shrolik AV. *Analysis of enterprise architecture: an analysis of competition Porter: Europäische Fachhochschule, 2015, № 4; 91-94.*

