

## ГЛОБАЛЬНЫЕ ТРЕНДЫ И СТРАТЕГИЧЕСКИЕ ПРИОРИТЕТЫ РАЗВИТИЯ ТУРИСТСКИХ ДЕСТИНАЦИЙ В РЕГИОНАХ РОССИИ (НА МАТЕРИАЛАХ СТАВРОПОЛЬСКОГО КРАЯ)

Медяник Н.В., Мельников В.В.

*ФГАОУ ВПО «Северо-Кавказский федеральный университет», филиал в г. Пятигорске (357500, г. Пятигорск, ул. Матвеева, 35Б), natalya-medyanik@yandex.ru*

В статье тестируются ключевые глобальные тренды, детерминирующие перспективы развития туристских дестинаций в регионах России: поступательный рост туристских прибытий с сохранением в целом их географической архитектоники; детерминированность туризма кризисными процессами в экономике, природе, обществе; концентрация и транснационализация отрасли; НТП, связанный с развитием информационных технологий; устойчивое развитие туризма; изменения в потребительских предпочтениях туристов; активное государственное регулирование туризма. На их основе предложены меры, стимулирующие развитие туристской дестинации в Ставропольском крае. К их числу относятся клиенториентированная диверсификация туризма; обустройство туристической логистики по требованиям безопасности и информативности, озеленение туризма, маркетинг Ставропольской дестинации как уникального туристского товара, сочетание кластерного подхода и особого режима хозяйствования для малых форм туристического бизнеса.

Ключевые слова: туристская дестинация, глобальные тренды, рейтинг конкурентоспособности, регионы России, Ставропольский край.

## THE GLOBAL TRENDS AND STRATEGIC PRIORITIES TOURISM DESTINATIONS IN THE RUSSIAN REGIONS (ON MATERIALS OF STAVROPOL TERRITORY)

Medyanik N.V., Melnikov V.V.

*<sup>1</sup>North Caucasian Federal University, a branch in the town of Pyatigorsk (357500, Pyatigorsk, str. Matveeva, 35B), natalya-medyanik@yandex.ru*

The paper tested the key global trends that determine the prospects for the development of tourist destinations in the regions of Russia: Sustained growth in tourist arrivals to the preservation of the whole of their geographical architectonics; determinism tourism crisis processes in the economy, nature and society; concentration and transnationalization of the industry; NTP associated with the development of information technology; sustainable tourism development; changes in consumer preferences of tourists; active state regulation of tourism. Based on these proposed measures to promote the development of tourism destinations in the Stavropol region. These include customer-oriented diversification of tourism; construction of tourist logistics safety requirements and informative, green tourism, marketing Stavropol destination as a unique tourist product, the combination of the cluster approach and the particular mode of management for small forms of tourism business.

Keywords: tourism destination, global trends, Competitiveness, regions of Russia, Stavropol region.

Ключевым условием успешного развития туристских дестинаций любого ранга, имея в виду их существенную детерминированность факторами внутренней и внешней среды, является следование общемировым трендам, разумное заимствование позитивных сервисных практик и конструктивная национально-государственная политика.

Очевидной осознанностью подобного факта Правительством РФ и администрациями наиболее продвинутых туристских регионов России явилось проведение в октябре 2013 года в городе Казани (Республика Татарстан) 2-го международного туристического форума «Ориентиры будущего» под девизом «чувствовать и опережать время», где обсуждались мировые тенденции и инновационные технологии развития туризма [9].

В продолжение поднятой на форуме темы, а также привлекая в качестве эмпирической базы экспертные отчеты Всемирного экономического форума, в частности, по глобальной конкурентоспособности сектора туризма и путешествий, а также прогнозные до 2030 года обзоры Всемирной организации по туризму (UNWTO), предпримем попытку рейтинговой оценки конкурентных позиций национального туризма и туристской дестинации Ставропольского края в пространстве страны, а также систематизацию стратегических факторов их определяющих в контексте соответствия общемировым туристическим трендам.

Анализ последнего (пятого) экспертного отчета Всемирного экономического форума по глобальной конкурентоспособности сектора туризма и путешествий за 2013 год, как нам показалось, отражает именно те критерии, которые являются значимыми в контексте привлекательности туристских дестинаций, служа ключевыми детерминантами потребительских предпочтений и стратегических ориентиров в секторе путешествий и туризма регионов страны [12].

К подобным критериям, объединенным в три субиндекса, слагающих общий индекс конкурентоспособности национального сектора путешествий и туризма, относятся количественные показатели и качественные экспертные оценки состояния законодательства и политики, бизнес-климата и инфраструктуры, ресурсных возможностей отрасли.

Как следует, из последних оценок в глобальном туристском рейтинге Россия среди 140 стран заняла в 2013 году срединную 63 позицию, опустившись на 4 пункта по сравнению с предшествующими оценками 2011 года [12].

При этом к конкурентным преимуществам России мировое экспертное сообщество традиционно относит национальные туристические активы – природные и культурные ресурсы, инфраструктурное обеспечение туризма за исключением наземного транспорта, а также национальное здравоохранение (последние оценки скорее отражают ситуацию в наиболее развитых регионах страны, нежели в большинстве субъектов РФ. – *прим. авторов*).

Между тем очевидный эвристический потенциал для разработки и реализации релевантных туристской проблематике стратегических решений несут рейтинговые оценки позиций России, к сожалению, большей частью удручающие, касающиеся государственного регулирования в туризме и смежных с ним сфер, ценовой политики, а также профессионально-образовательной компетентности и лояльности к туристам россиян. Как следует из последних оценок, национальный турсектор экстренно нуждается в приоритетном внимании со стороны государства, особенно в части имущественных гарантий инвесторам, оптимизации налогообложения и широкомасштабного продвижения отрасли,

жестких экологических регламентах, обеспечения безопасности и гостеприимства туристов, адекватности ценообразования качеству услуг и роста кадрового потенциала отрасли.

Кроме того, подобные оценки, полностью корреспондирующие с низкими количественными показателями развития внутреннего и въездного туризма в России [8], со всей очевидностью демонстрируют важность вывода о том, что наличие туристских аттракторов, даже уникальных в мировом рейтинге о рангах, является необходимым, однако не достаточным условием привлекательности туристской дестинации, предполагая еще и наличие комфортной и доступной для ее посещения институциональной среды. Подобные выводы являются очевидными для туристских дестинаций регионального ранга.

Так, адаптируя и несколько упрощая к данному уровню обобщения рассмотренную выше индексную методику, нами была предпринята рейтинговая оценка конкурентных позиций туристских дестинаций Ставропольского края (см. табл. 1).

Таблица 1

Внутрироссийский рейтинг конкурентоспособности туристской дестинации  
Ставропольского края

№№	Показатели	Рейтинг
	<i>Законодательное регулирование и политика</i>	<i>50(среднее)</i>
1	Политика, правила и нормы	47
2	Устойчивость ОС	42
3	Безопасность	63
4	Здравоохранение и гигиена	45
5	Приоритетность туризма в регионе	н/д
	<i>Бизнес-климат и инфраструктура</i>	<i>37(среднее)</i>
6	Инфраструктура воздушного транспорта	н/д
7	Инфраструктура наземного транспорта	31
8	Туристская инфраструктура	14
9	Инфраструктура ИКТ	40
10	Ценовая конкурентоспособность туризма	65
	<i>Человеческие, природные, культурные ресурсы</i>	<i>52(среднее)</i>
11	Человеческие ресурсы	37
12	Доступность туризма	н/д
13	Природные ресурсы	67
14	Культурные ресурсы	53
	Итого	46

Результаты оценки, представленные в таблице 1, указывают на срединное положение Ставрополя в рейтинге конкурентоспособности туристских дестинаций регионов России. При этом туристская дестинация края обладает сравнительными инфраструктурными преимуществами в наземном транспорте, банковской и санаторно-курортной сферах, в доступности интернет и спортивных услуг, имеет выгодные позиции в сфере высшего образования и обеспеченности врачами. Однако демонстрирует инфраструктурные дефициты в дорожном хозяйстве и природопользовании, относительно высокая загрязненность среды обусловила низкие показатели устойчивого развития туризма, а

слабый приток инвестиций и низкая активность малых предприятий инициируют необходимость адекватных действий со стороны региональной администрации, в т.ч. в сфере туризма. При этом малая капитализация природных ресурсов дестинации вызвана низкой долей природоохранных территорий и уровнем лесистости, деградацией почвенного покрова и видового биоразнообразия, однако характеризуется наличием уникальных территориально локализованных природных объектов (например, Кавказских Минеральных Вод (КМВ)).

С учетом отмеченных обстоятельств, правомерно стратегические ориентиры развития туристской дестинации в Ставропольском крае связать с активным инфраструктурным ее обустройством, не только в контексте транспортной логистики, инженерных коммуникаций, гостиничного сектора, но также в сфере аттракции. Развитию последней способствует как наличие ресурсной базы в виде исторических, археологических, природных, ландшафтно-эстетических объектов и самобытной культуры народов Ставрополя, так и стимулирование на их основе познавательного, экологического, событийного и делового туризма.

Очевидно, что востребованность со стороны туристов Ставропольской дестинации, равно как и стратегические перспективы ее развития, во многом зависят не только от сугубо национальных факторов, но в не меньшей степени детерминированы влиянием глобальных трендов. К наиболее значимым из них профессиональное сообщество относит следующие.

Первое – поступательный рост туристских прибытий с сохранением в целом их географической архитектоники. Статистика свидетельствует, что отрасль туризма по экономическим показателям занимает второе место в мире после компьютерной индустрии. Начиная с 1950 года количество туристов непрерывно росло и к 2013 году увеличилось в 43,5 раза, составив 1,087 млрд чел. Подобный количественный рост отразился на поступлениях от туризма, доходы которого за последнее 60 лет выросли более чем в 600 раз (!!!), достигнув отметки в 1,159 трл долл. США в 2013 году [14]. Динамика мирового туризма впечатляет, но его будущие перспективы выглядят еще более очевидными.

В географическом отношении, по-прежнему, европейские страны продолжают лидировать в качестве доноров и реципиентов туристских потоков, однако, все более уступая свои позиции растущим странам, прежде всего, БРИКС[13].

Второе – детерминированность туризма кризисными процессами в экономике, природе, обществе, проявляющаяся в падении туристской активности, однако, при быстром восстановительном росте. Так, по данным UNWTO, кратковременные спады в отрасли, наблюдавшиеся в 1980–1982, 1990–1992, 2001 и 2009 гг., явились отражением кризисной финансово-экономической и политической ситуации в мире [5].

Например, в период общественно-политических волнений в арабских странах осенью 2011 года поток российских туристов в Египет сократился на 40 %, однако, вернув утраченные позиции уже к лету следующего года [7].

Третье – концентрация и транснационализация в туристической индустрии. С одной стороны, подобная тенденция, порождая сетевые формы ведения бизнеса, способствует путем консолидации ресурсных возможностей и заключения стратегических альянсов сохранению конкурентных позиций турагентов в условиях высокорисковой рыночной среды. С другой, порождаемая ею монополизация создает угрозу автономной деятельности малым формам бизнеса, активно навязывая им франчайзинговые схемы, что, в общем-то, конструктивно на старте, а также с точки зрения унификации бизнес-процессов и утверждения международных стандартов туристского обслуживания, но одновременно порождает трудности в сохранении индивидуального корпоративного стиля и сервисного подхода.

Последние обстоятельства актуализируют острую необходимость внедрения конструктивных механизмов государственной поддержки малых форм турбизнеса, а также их интеграцию в предпринимательские объединения в формате саморегулируемых организаций. Имея в виду предприимчивость местных жителей, национальный колорит, ориентацию на развитие внутреннего туризма полагаем оправданным стимулирование малого турбизнеса в условиях Ставропольской дестинации.

Четвертое – НТИ, прежде всего, связанный с развитием информационных технологий, использование которых позволило создать глобальные системы туристской навигации (например, Amadeus, Galileo, Worldspan, Sabre. – прим. авторов) для туркомпаний и интернет (или альтернативные) системы дистрибуции туруслуг (например, Expedia.com, Orbitz.com, HRS.com, Travelocity.com, Hotels.com, Priceline.com, Hotels.su. – прим. авторов) для частных лиц; интернет-порталы с мобильной версией и туристические реестры на базе региональных туристско-информационных центров, виртуальные турпродукты и корпоративные сайты. Создание последних, например, в гостиничном бизнесе способствует годовому росту продаж на 12–20 %, а у некоторых отелей – до 50 % [3]. В перспективе для туристской дестинации Ставрополя возможно создание в формате геокэшинга электронных туристических карт, оздоровительных онлайн-туров, например, по санаториям КМВ, пр.

Кроме того, НТИ существенным образом влияет на развитие транспортной инфраструктуры и туристической логистики, ведущих к росту мобильности населения, расширяющих как географию путешествий, так и экстремальные виды туризма, вовлекая в туристское пространство такие экзотичные дестинации, как, например, горы Кавказа (подобные проекты реализует «Северо-Кавказский горный клуб». – прим. авторов) [6].

В контексте инфраструктурного обеспечения стратегические приоритеты развития Ставропольской дестинации следует связать с обустройством туристической логистики, отвечающей, прежде всего, требованиям безопасности и информативности, например, посредством электронной туристической навигации и терминалов с «тревожными кнопками».

Пятое – устойчивое развитие туризма. Подобная постановка вопроса является вполне справедливой для отрасли, являющейся драйвером экономических процессов, фактором социальной стабильности, с одной стороны, и существенного воздействия на природную среду – с другой. Не случайно туризм поименован ООН в числе 10 глобальных секторов, которым предстоит первым осуществить зеленые отраслевые трансформации [2].

Следует отметить, что применительно к Ставропольской дестинации тренд озеленения туризма является особенно значимым, ибо, с одной стороны, природные ресурсы и экологические блага (климат, акватории, минеральные воды, лечебные грязи, растительные, горные ландшафты, пр.) являются важным фактором производства и значимой компонентой туруслуг, а, с другой, их уникальность и во многом ограниченность обуславливает особую экологическую статусность и специфический режим природопользования в туристских дестинациях, особенно оздоровительного типа.

Полагаем, что на Ставрополье тренд озеленения может быть реализован как в формате экологического, сельского туризма, так и в рамках комплексного проекта «Устойчивая “Зеленая” туристская дестинация Ставрополья», охватывающего зеленые направления во всех сферах жизнедеятельности местного сообщества, и, прежде всего, в сфере рекреации и туризма. Подобные зеленые проекты могли бы служить основой инновационного развития региона, стимулируя бизнес и научные исследования в таких смежных с туризмом «зеленых» областях, как фармацевтика, натуральная косметика, органическое земледелие, энергосбережение, Smart-технологии, рециклинг, зеленый дизайн.

Шестое – изменения в потребительских предпочтениях туристов. Так, статистикой отмечено, что кризисные явления в экономике и обществе инициируют рост ближних путешествий в соседские страны либо внутренний туризм. Например, ныне четыре из пяти прибытий во всем мире происходят в регионе проживания туристов, и подобные диспропорции имеют тенденцию к росту [13].

Однако в контексте отраслевых трансформаций в туристской дестинации Ставрополья наибольшее значение имеет возрастная сегментация туристов на две категории – пенсионеров, ориентированных на оздоровительный отдых с элементами культурных активностей, и успешных, как правило, молодых людей, ограниченных во времени, финансово состоятельных, а потому весьма требовательных к насыщенности и качеству

турпродукта. Очевидно, что располагаемые ставропольской дестинацией туристские ресурсы создают все предпосылки для подобной клиенториентированной диверсификации отрасли.

Равно как и успешному позиционированию Ставрополя в формате агро-, этнотуризма отвечают все более растущие туристские предпочтения активных видов отдыха, связанных с «национальными традициями – пейзажами – познавательным досугом», а оздоровительной профилизации Ставропольской дестинации способствуют традиционная забота населения о здоровье и патернализм государства по отношению к больным людям.

Седьмое – активное государственное регулирование и стратегическое позиционирование туризма, что вполне справедливо, имея в виду локомотивную роль отрасли в мировом и национальном масштабах. Как показывает зарубежная практика, формы государственного участия в туристской индустрии отличаются разнообразием. Однако определенные позитивные закономерности, особенно в контексте заимствования инструментария в отечественной практике, следует обособить.

Прежде всего, системный характер развития туризма и смежных с ним отраслей, как показывает европейская практика [10], предусматривает скоординированную работу всех публичных структур в рамках туристской политики на государственном и региональном уровнях на начальных этапах ее формирования, а по мере реализации – на местном и корпоративном. Особый регулятивный статус в этом механизме занимают национальные туристические организации, основное назначение которых заключается в маркетинге и продвижении национального турпродукта [1].

Именно неэффективное позиционирование на мировом рынке российского туризма рассматривается экспертным сообществом в качестве «провалов» государственного регулирования отрасли и причины ее низкой конкурентоспособности. Подобные причинно-следственные связи следует иметь в виду в контексте продвижения Ставропольской дестинации, формируя о ней целостное видение как уникальном туристском товаре, используя разнообразие инструментов единой рекламно-информационной политики, разрабатываемой и реализуемой на базе регионального туристско-информационного центра, должного оказывать турагентам полный спектр информационно-маркетинговых услуг.

Между тем безальтернативными и эффективными инструментами развития туристской индустрии, имея в виду ее сетевую форму организации и инфраструктурный характер, в мировой, а с недавних пор в отечественной практике признаются кластерный подход и государственно-частное партнерство (ГЧП) [4].

Как известно, на территории Ставропольской дестинации реализуется модель Северо-Кавказского туркластера, в рамках которого в формате особых экономических зон предусмотрен преференциальный режим хозяйствования для резидентов сроком на 49 лет.

Полагаем, что подобные новации, сочетающие кластерный подход и особый режим хозяйствования, следует шире использовать в части предоставления региональных льгот участникам кластерных образований, создаваемых в рамках Ставропольской турдестинации.

Наконец, как показывает мировая практика [11], весьма эффективным инструментом согласования инвестиционных, а также имущественных интересов бизнеса и государства, прежде всего в контексте решения инфраструктурных проблем развития туризма, выступает механизм ГЧП. В целом последний правомерно рассматривать как качественно новую модель хозяйствования в Ставропольской туристской дестинации, возможные формы реализации которой представлены ниже (см. табл. 2).

Таблица 2

Механизм реализации государственно-частного партнерства в развитии туристской дестинации Ставропольского края

Формы ГЧП	Собственность на объект ГЧП	Эксплуатация и содержание	Инвестиции	Коммерческие риски	Сроки	Сфера применения
Сервисные контракты (аутсорсинг)	ГС*	ГС, ЧС**	ГС	ГС	1–3 года	Маркетинг региона, благоустройство, озеленение территорий, обращение отходов, энергосбережение, экскурсионные туры, организация выставок, конференций, реставрационные работы
Управляющие (менеджмент) контракты	ГС	ЧС	ГС	ГС	3–5 (8) лет	Обслуживание и содержание парковой, лечебно-оздоровительной, туристской инфраструктуры, архитектурных, природных памятников, зон отдыха, пр.
Аренда и временная передача прав	ГС	ЧС	ГС	ГС, ЧС	5(8)–15 лет	Транспортные услуги, переработка отходов, водопроводно-канализационная инфраструктура, теплоснабжение туристской дестинации, пр.
Концессионные соглашения	ГС, ЧС	ЧС	ЧС	ЧС	15–30 лет	Рекреационное природопользование, строительство и эксплуатация объектов туризма, транспортной, инженерной, энергетической инфраструктуры туристских дестинаций, пр.

Примечание: ГС\* – государственный сектор; ЧС\*\* – частный сектор.

Таким образом, в условиях высокой неопределённости и изменчивости внутренних факторов и внешних условий развития туризма национально-государственная и региональная политика, а также бизнес практика должны быть адаптированы к восприятию подобных изменений. Их комплексная и систематическая диагностика позволяет должным образом обеспечить учет глобальных трендов и национальной специфики, наметить территориально-отраслевые перспективы кластерных инициатив, консолидировать усилия государства и бизнеса и, наконец, служить «дорожной картой» для последовательной



реализации на практике и продвижения туристических продуктов регионов России, в том числе Ставропольской дестинации.

### Список литературы

1. Леннон Дж., Смит Х., Кокерелл Н., Трю Д. Управление индустрией туризма: лучший опыт деятельности национальных организаций и агентств по туризму: пер. с англ. – М.: Группа ИДТ, 2008. – 272 с.
2. Навстречу зеленой экономике: пути к устойчивому развитию и искоренению бедности. Обобщающий доклад для представителей властных структур. – ЮНЕП, 2011. – 43 с.
3. Ниязов С.Х. Формирование саморегулируемых организаций в сфере малого гостиничного бизнеса: автореф. дис. ... канд. экон. наук. – Санкт-Петербург, 2012. – 21 с.
4. Шебзухова Т.А., Киселева Н.Н., Санкин А.В. Развитие туристского кластера СКФО // Современная наука и инновации. – 2013. – № 1. – С. 7-16.
5. Официальный сайт Всемирной туристской организации.URL: <http://www.unwto.org/facts/eng/economy.htm> (дата обращения: 26.09.14).
6. Официальный сайт ООО «Северо-Кавказский горный клуб». URL: <http://caucasus.ru/ru/excursions> (дата обращения: 27.09.14).
7. Российский турпоток в Египет по итогам года сократился на 40%.URL: <http://ria.ru/tourism/20111221/522427948.html> (дата обращения: 25.09.14).
8. Тарасова О.Ю. Перспективы развития туристского бизнеса России в период постиндустриальной экономики // Социально-экономические явления и процессы. – 2014. – № 1 (059). – С.126-135.
9. II Казанский международный туристский форум «Ориентиры будущего» 17–19 Октября 2013 года, Казань, Россия. URL:<http://kazan-kitforum.com/ru/o-forume.html> (дата обращения: 27.09.14).
10. Cluster policy in Europe. A brief summary of cluster policies in 31 European countries. Oxford Research AS. 2008. URL: <http://www.clusterobservatory.eu/system/modules/com.gridnine.opencms.modules.eco/providers/getpdf.jsp?uid=100146> (дата обращения: 26.09.14).
11. Grigg W. Infrastructure finance: the business of infrastructure for a sustainable future. - Hoboken. NJ, 2010. 347 p.
12. The Peru Travel & Tourism Competitiveness Report 2013. Geneva: World Economic Forum, 2013. 484 p.
13. Tourism Towards 2030/Global Overview. Madrid: World Tourism Organization, 2011. 47 p.

14. UNWTO Tourism Highlights, 2014 Edition. URL:<http://mkt.unwto.org/publication/unwto-tourism-highlights-2014-edition> (дата обращения: 26.09.14).

**Рецензенты:**

Рудь Н.Ю., д.э.н., профессор, зав. кафедрой мировой экономики и таможенного дела Института сервиса, туризма и дизайна (филиала) ФГАОУ ВПО «Северо-Кавказский федеральный университет» в г. Пятигорске, г. Пятигорск;

Штапова И.С., д.э.н., профессор, зав. кафедрой государственного и муниципального управления Института сервиса, туризма и дизайна (филиала) ФГАОУ ВПО «Северо-Кавказский федеральный университет» в г. Пятигорске, г. Пятигорск.