

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.

¹North 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 Ставрополья, 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 клиентоориентированной 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 туриндустрии 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, должно оказывать турагентам полный спектр информационно-маркетинговых услуг.

Между тем безальтернативными и эффективными инструментами развития туриндустрии, 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.