

УДК 332.142.2

## ПОВЫШЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННОЙ ТЕРРИТОРИИ, КАК ФАКТОР РАЗВИТИЯ РЕГИОНА

**Золотарева Ю.В.**

*ФГБОУ ВПО «Северо-Кавказский институт», филиал Российской академии народного хозяйства и государственной службы при президенте РФ, Ессентуки, e-mail: zolotulya@mail.ru*

Туристско-рекреационные территории всегда являются предметом внимания, как теоретиков, так и практиков. Ставропольский край, имеющий богатый туристско-рекреационный потенциал сегодня имеет весьма противоречивый имидж, который мешает притоку инвестиций в данный регион. Особенно Кавказские Минеральные Воды являются сегодня субъектом, вызывающим множество вопросов. При всем многообразии природного и ресурсного потенциала существует множество факторов, которые препятствуют как притоку инвестиций, так и расширению инфраструктуры, данное обстоятельство снижает репрезентативность и конкурентоспособность исследуемой территории.

**Ключевые слова:** туристско-рекреационный регион, конкурентоспособность, инвестиционная привлекательность, репрезентативность, имидж, позиционирование

## ENHANCING COMPETITIVENESS TOURISM AND RECREATIONAL AREAS AS A FACTOR IN THE DEVELOPMENT OF THE REGION

**Zolotareva J.V.**

*The North Caucasian institute-branch of the Russian academy of national economy and public service at the President of the Russian Federation», Essentuki, e-mail: zolotulya@mail.ru*

Tourist and recreational areas are always the subject of attention, both theorists and practitioners. Stavropol region, which has a rich tourist and recreational potential of today is a very controversial image, which prevents the inflow of investments into the region. Especially KMV are now subject that causes a lot of questions. With all the variety of natural resource potential and there are many factors that prevent a flow of investments and expansion of infrastructure, this fact reduces the representativeness of the study area and competitiveness.

**Keywords:** tourism and recreation area, competitiveness, investment attractiveness, representation, image and positioning.

Необходимость повышения конкурентоспособности территорий предопределена быстро меняющимися факторами внешней среды, которые порой пагубно влияют на позиционирование территорий, а особенно территорий с туристско-рекреационным потенциалом. Следовательно, необходимо сформировать устойчивый и вместе с тем адаптивный механизм функционирования региональной системы развития территории, способствующий повышению ее конкурентоспособности.

Между регионами сегодня наблюдается острая конкурентная борьба, что еще больше подтверждает необходимость поиска инструментов, повышения конкурентоспособности отдельных субъектов. Кроме того, возросшая самостоятельность регионов наталкивает на необходимость поиска альтернативных решений в области позиционирования и продвижения уникальных продуктов, производимых на данной территории.

Особый интерес в последнее время вызывает положение дел в туристско-рекреационной территории Ставропольском крае. Ставропольский край в 2011 году посетило

порядка 960 тыс. туристов, что на 9% больше, чем в 2010 году. [1] Из общего числа туристов, посетивших край в 2011 году, 11% (107,5 тыс. человек) составили иностранные граждане. Увеличению туристского потока на Ставрополье способствовало завершение строительства в 2011 году новой взлетно-посадочной полосы и реконструкция аэровокзального комплекса международного аэропорта «Минеральные Воды», благодаря чему аэропорт может принимать все типы отечественных и зарубежных воздушных судов. Сегодня рейсы в Минеральные Воды осуществляют ведущие авиакомпании России, а также Казахстана, Азербайджана, Армении и Узбекистана. Авиарейсы выполняются по 12 международным и 22 российским авиалиниям. Объемы оказанных туристических услуг в 2011 году достигли 18 млрд. рублей против 16,3 млрд. рублей в 2010 году.

На настоящий момент в Ставропольском крае работает 40 туроператоров и порядка 200 турагентств, функционирует 302 коллективных средства размещения, в том числе 132 предприятия санаторно-курортного комплекса общей емкостью на 33,5 тыс. мест. Ежегодно за счет реконструкции

и строительства санаторно-курортный и гостиничный комплексы приумножают свой номерной фонд. В 2011 году в Ставропольском крае введено в эксплуатацию 20 объектов туристской инфраструктуры, номерной фонд пополнился на 700 новых мест размещения.

Объем инвестиций в санаторно-курортный и туристический комплекс Ставропольского края за последние 3 года составил порядка 8,5 млрд. рублей. В настоящее время строится около 40 курортных и туристских объектов. В ближайшие годы емкость санаторно-курортного комплекса увеличится на 2,9 тыс. мест, дополнительно планируется создать около 3 тыс. рабочих мест. Сейчас в крае требуется порядка 4,5 тыс. специалистов со средним профессиональным или начальным профессиональным образованием, поскольку недостаточно горничных, барменов, официантов. Кроме того, требуется еще около 2,5 тысяч администраторов, менеджеров, аниматоров, метрдотелей, – специалистов с высшим образованием. В 2011 году принята краевая целевая программа «Развитие курортов и туризма в Ставропольском крае на 2012-2016 годы». Общий объем финансирования программы составил 1,115 млрд. рублей.

Сердцем туристско-рекреационного региона Ставропольского края являются Кавказские Минеральные Воды. Здесь увеличилось предложение туристических объектов, что привело к увеличению потока отдыхающих. А в частности, в 2011 году общее количество отдыхающих на КМВ приблизилось к 750 тыс., – в итоге прирост по сравнению с 2010 годом составил 6%. Данный рост связан с тем, что в 2012 году в регионе работали практически все санатории и профилактории, а также более 70 гостиниц и отелей. Причем, за последние годы отели и санатории предпринимают попытки модернизировать свою инфраструктуру, что в дальнейшем повлияет на изменение «портрета» туриста и приведет к увеличению туристического потока в регион. К 2016 году количество отдыхающих на КМВ должно увеличиться до 1,2 миллионов человек.[2]

Главная проблема региона – низкий уровень инвестиций. В КМВ бюджетные инвестиции – 7 тыс. рублей на душу населения, частные – 11 тыс. В расположенном рядом Краснодарском крае эти показатели составляют 10 тыс. и 28 тыс. рублей. Большинство инвесторов предпочитают вкладывать свои деньги в Краснодарский край – «золотую

жилу» сейчас в сфере туризма. Постоянные вспышки насилия и периодическое введение режима контр-террористической операции в субъектах СКФО не внушают оптимизма инвесторам и сильно тормозят планы полпреда в СКФО.

В момент создания СКФО в начале 2010 года КМВ выглядели наименее проблематичной и, пожалуй, самой перспективной территорией нового округа. На начало 2010-го была очередь из крупных инвесторов, большинство из которых заявили о своих проектах еще до кризиса. В 2010 году администрация КМВ сделала свои предложения для федеральных целевых программ «Юг России» и «Развитие внутреннего и въездного туризма в РФ», инвестиционные программы «Реализация стратегии социально-экономического развития СКФО». В результате регион получил на ближайшие несколько лет господдержку по сорока наиболее важным инфраструктурным объектам на общую сумму 58,4 млрд. рублей. Однако прошел еще год – и благополучный образ КМВ поблек. Сегодня крупные инвестпроекты не движутся, инвестиционные заявки порой явно исключают друг друга, санаторный фонд быстро ветшает, а уровень сервиса остается низким.

Одна из самых острых проблем здесь – эффективность использования объектов. В подавляющем большинстве они перешли из советской эпохи, сохранив старых собственников или доставшись новым «по наследству». В рыночных условиях такие владельцы нередко не вполне эффективны. В итоге в трети здравниц региона высок износ основных фондов и оборудования. Есть законсервированные корпуса, долгострои. Ряд санаториев по уровню сервиса и комфорта так и остался в 1980-х. Они не отвечают международным стандартам: нет современных спортсооружений, бассейнов или аквапарков, детских игровых площадок. Благоустройство прилегающих территорий вызывает сомнения.

Один из ключевых сдерживающих факторов развития КМВ – отсутствие современной инженерной, энергетической и транспортной инфраструктуры. Кроме того, у региона сейчас нет единой стратегии, которая подразумевала бы комплексное развитие всей территории, а не отдельных муниципальных образований, входящих в ее состав. Ожидается к концу 2013 года принятие программы с федеральным финансированием территории КМВ, а также ожидается, что по окончании масштабного

финансирования объектов сочинской Олимпиады федеральный центр уделит особое внимание региону КМВ. Другой фактор – проблемы в земельных отношениях, включая контроль Федерации профсоюзов над большим числом привлекательных участков. При этом профсоюзы и сами не ведут активную инвестиционную политику, и не желают передавать свои объекты частным инвесторам на разумных условиях.

Проблемы КМВ попали в сферу внимания региональных и федеральных властей. Сейчас обсуждаются три меры, которые обеспечат «перезагрузку» Кавминвод. Во-первых, как считают эксперты, из КМВ можно собрать управляемую агломерацию, которая будет генерировать экономический рост для всего региона. Во-вторых, привлечение сюда таких государственных тяжеловесов, как Корпорация развития Северного Кавказа и ОАО «Курорты Северного Кавказа» (КСК), позволит сформировать мощный проектный задел. В-третьих, развитие до федеральных масштабов местного весеннего делового форума «Инвестиции в человека» позволит внести значительные коррективы в сложившееся восприятие КМВ как туристами, так и инвесторами.

Сегодня много говорят о формировании кавминводской агломерации, существование которой по факту признают, но никаких организационных структур она пока не имеет. Александр Хлопонин в конце прошлого года обозначил две возможности для развития агломерации КМВ. Сначала он заявил, что на Кавминводах нужно делать «особую экономическую зону с особой системой налогообложения, с особой системой сбора налогов, льготами, преференциями» [3]. А затем из уст полпреда прозвучало то, что всю территорию Кавказских Минеральных Вод, нужно объединить в единое муниципальное образование – Минеральные Воды, которое стало бы новым российским городом-миллионником.

И здесь неминуемо возникает вопрос, как в процессе создания агломерации должны сочетаться административные механизмы и процессы самоорганизации на уровне местного сообщества. Агломерация – это эффективный механизм, благодаря которому сегодня развивается экономика во многих экономических центрах мира. Гипотетически можно предположить, что агломерация станет одним из главных драйверов роста КМВ. Она сможет иметь общую схему территориального планирования, общую стратегию экономического развития, общий

взгляд на размещение зон развития, чтобы они не конфликтовали друг с другом. Агломерационные механизмы позволяют проводить более скоординированную политику по развитию территории, концентрировать ресурсы на ключевых проектах межмуниципального значения, активизировать маркетинг. Однако тут таятся и потенциальные опасности, основные из них – риск потери индивидуальности четырех городов-курортов КМВ и риск чрезмерной, неэффективной концентрации ресурсов на одном-двух городах.

По нашему мнению города-курорты Кавказских Минеральных Вод должны иметь концептуальные особенности, что позволит привлечь в регион большее количество туристов, предоставляя им возможность выбора близкого типа курорта. Кроме того, не все объекты курортной инфраструктуры имеет смысл тиражировать в каждом городе. При этом целесообразно соблюдение городами-курортами общей концептуальной линии, иначе имидж региона будет слишком сильно размываться, что резко усложнит задачу привлечения туристов.

С точки зрения межмуниципального взаимодействия КМВ – очень сложный для управления объект. С одной стороны, это федеральный курорт, где много неприкосновенных федеральных земель, с другой – альтернативный центр Ставрополья, потенциал которого используется слабо, с третьей – это семь самостоятельных городов (Пятигорск, Кисловодск, Ессентуки, Железноводск, Минеральные Воды, Лермонтов, Георгиевск), где есть что делить, а управлять этими городами одновременно крайне затруднительно.

Однако нынешнее развитие КМВ не позволяет рассчитывать на решение самых тяжелых проблем – управленческих, транспортно-логистических, обновление ветхой санаторной и коммунальной инфраструктуры. Все это напрямую влияет на качество сервиса и на привлекательность региона. Для того чтобы развиваться или даже сохранять позиции в конкурентной среде, КМВ нужны крупные проекты. Они же должны привлечь на КМВ новых – молодых и активных специалистов. Рекреационному центру КМВ нужно стать интеллектуальным центром СКФО. Территории, где хорошо жить, особенно привлекают к себе творческих работников. КМВ могут стать центром интеллектуального творчества. Необходимо сделать акценты и на культуру – надо развивать свой театр, формиро-

вать свои художественные школы, объекты досуга, киностудии, которые позволили бы снимать на территории КМВ фильмы и тем самым популяризировать регион.

Кроме того, необходимо формировать маркетинг имиджа городов КМВ. Маркетинг имиджа туристских центров должен формироваться таким образом, чтобы их имидж гармонично вписывался в единое туристское пространство региона КМВ. Однако решения, принимаемые в области маркетинга имиджа должны быть направлены не на искусственное ослабление и нивелирование сложившегося имиджа «старого» курорта, а на формирование нового комплексного имиджа, в который гармонично будут вписываться элементы имиджа и основные черты привлекательности старого города.

Фактически новый имидж КМВ должен сохранить свое мозаичное разнообразие и привлекательность территориального туристско-рекреационного комплекса. Инструментами маркетинга имиджа являются коммуникационные мероприятия и средства, демонстрирующие открытость территории для контактов, позволяющие внешним субъектам лучше понять и узнать ее, удостовериться в существовании имеющихся у нее преимуществ.

Самое главное позиционировать регион не как бальнеологический, а как туристский, поскольку туризм – это путешествие в свободное время, один из видов активного отдыха, средство культурного и социального развития личности. В туризме сочетаются различные аспекты рекреации (оздоровление, познание, общение), направленной на восстановление сил человека. Кроме того, необходимо развивать индустрию развлечений, поскольку развлекаясь, человек удовлетворяет свои социальные и духовные потребности, определяет свою роль в референтной группе. Индустрия развлечений воспитывает, обучает, обогащает культуру индивида, способствует созданию оптимистического настроения, формирует личность, восстанавливает силы. Следовательно, необходимо ориентироваться на формирование анимационных программ, так популярных в странах зарубежья.

#### Список литературы

1. <http://turmayak.ru/news/news-tur/3228-stavropolye-turisty-v-2011-godu.html>.
2. [http://skfo.ru/news/2012/04/08/Na\\_Kavkazskih\\_Mineralnyh\\_Vodah\\_uvelichitsya\\_potok\\_otdyhayushchih](http://skfo.ru/news/2012/04/08/Na_Kavkazskih_Mineralnyh_Vodah_uvelichitsya_potok_otdyhayushchih).
3. <http://kavpolit.com/kurortnyj-bedlam/?print>.