

УДК 338.48

Онищенко Елена Васильевна

Кандидат экономических наук

Южный федеральный университет, г. Ростов-на-Дону;

Сочинский научно-исследовательский центр Российской академии наук

**КОНКУРЕНТНЫЙ АНАЛИЗ ТУРИСТСКИХ СЕКТОРОВ ЭКОНОМИКИ
РЕГИОНОВ ЮГА РОССИИ (НА ПРИМЕРЕ КРЫМСКОГО
ФЕДЕРАЛЬНОГО ОКРУГА, КРАСНОДАРСКОГО И
СТАВРОПОЛЬСКОГО КРАЯ)**

В статье представлена методика проведения конкурентного анализа туристского сектора экономики региона, где помимо факторов, влияющих на его конкурентоспособность, в качестве основного объекта для сравнения рассматривается региональный турпродукт, его структура и параметры, включая состояние спроса.

Ключевые слова: региональная экономика, туризм, туристский сектор экономики, конкурентоспособность, конкурентный анализ, региональный турпродукт, параметры конкурентного анализа.

Jel classification code: L 830, O 018, R 190

Elena Onishchenko

Ph.D. (economics)

Southern federal university, Rostov-on-Don

The Sochi research center, Russian Academy of Sciences, Sochi

**THE COMPETITIVE ANALYSIS OF TOURIST SECTORS OF ECONOMY
OF REGIONS OF THE SOUTH OF RUSSIA (ON THE EXAMPLE OF THE
CRIMEAN FEDERAL DISTRICT, THE KRASNODAR AND STAVROPOL
KRAI)**

The article presents the methodology of competitive analysis of the tourism sector of the regional economy, where in addition to the factors affecting its competitiveness, as the main object for comparison acts as a regional tourist product, its structure and parameters, including the state of demand.

Keywords: regional economy, tourism, tourism sector, competitiveness, competitive analysis, regional tourism product, options competitive analysis.

Jel classification code: L 830, O 018, R 190

В последние десятилетия темпы роста мировой туриндустрии и её роль в глобальной экономике всё больше и больше начинают удивлять не только специалистов, по роду деятельности участвующих в данной сфере, но и всю мировую общественность. С 1950 по 2015 годы международный турпоток вырос практически в 47 раз, поднявшись от 25 до 1184 млн. чел., а общий (с учётом внутренних туристов) — перевалил за 7 млрд. чел., превысив численность населения Земли [2]. Даже в периоды регулярных кризисов, геополитических потрясений и стихийных бедствий мировая туриндустрия проявляет свою устойчивость и выживаемость, оставаясь сильной и гибкой по отношению к общей экономической ситуации. **UNWTO прогнозирует, что в 2016 году рост числа туристских прибытий во всем мире составит 4%** [2]. Очевидно, что в этих условиях конкуренция между различными регионами мира за привлечение туристских и финансовых потоков будет только возрастать, а, следовательно, всё большее значение на международном рынке приобретают конкурентные преимущества регионов и их анализ.

В международных сравнениях достижений стран в сфере туризма уже давно используется индекс конкурентоспособности сектора туризма (ТТСИ), который рассчитывается один раз в два года на основе факторов, влияющих на привлекательность сферы туризма в той или иной стране. Но в данном случае, по существу, сравниваются страны по уровню имеющегося и наработанного в них туристского потенциала, но не сами туристские сектора экономики, вовлечённые в производство и реализацию своих продуктов на внутреннем и мировом туристских рынках. Конкурентоспособность — понятие, порождённое рынком. Но вопросы рыночной экономики, включая основной: Что производится? Для кого? Каковы основные параметры и структура этих продуктов? И каков спрос на них? — в индексе конкурентоспособности сектора туризма, почему-то, совершенно не рассматриваются. А ведь именно эти очертания и формы, сложившийся образ региональных турпродуктов, их ключевые преимущества перед продуктами-аналогами, в конечном счёте,

привлекают и мотивируют туристов посетить тот или иной регион и, в итоге, влияют на их конкурентоспособность.

На наш взгляд, региональные турпродукты, как основной объект для сравнения, являются более сложными и системными образованиями, нуждающимися не только в детальном и комплексном изучении количественных и качественных параметров своей структуры, но и в понимании доли ответственности каждой из всей совокупности отраслей, участвующих в процессе производства и реализации турпродуктов. Такие направления работы, как сопряжение мотивирующих (лечение, отдых, развлечения и пр.) и базовых составляющих региональных турпродуктов (размещение, транспортные услуги, питание), определение перечня перспективных направлений развития туризма и выявление ключевых («ядра»), на которые должна возлагаться задача привлечения основной доли туристских и финансовых потоков в пространство регионов, проработка форм региональных турпродуктов, уровня их инновационно-технологического обеспечения (включая состояние брендинга) [1; 11; 12], — все эти вопросы пока находятся вне поля зрения при оценке конкурентоспособности сектора туризма тех или иных региональных образований. Хотя уже рассматриваются учёными и имеют некоторый опыт наработок в практике пространственного территориального планирования и развития ряда регионов России, в том числе, применительно к территориям Республики Крым и города Севастополя [10].

Более того, конкурентоспособность туристского сектора экономики регионов, на наш взгляд, предполагает не только оценку политических, природных и социально-экономических условий для его развития, включая состояние предложения на туристском рынке, но и оценку его востребованности со стороны потребителей, его способности к воспроизводству в соответствии с требованиями мировых рынков, степенью удовлетворения спроса со стороны турпотоков. Не менее важным представляется и влияние результатов развития туристской отрасли на социально-экономическое развитие региона, повышение жизненного уровня населения, проживающего в нём, так как грамотное

использование конкурентных преимуществ, в конечном счёте, должно обеспечивать экономическое процветание данной территории.

Принимая во внимание постановку проблемы проведения конкурентного анализа туристских секторов экономики Крымского федерального округа, Краснодарского и Ставропольского края, являющихся сегодня ведущими курортными дестинациями в России, полагаем уместным в качестве его основы использовать слагаемые индекса ТТСИ, а также имеющиеся наработки российских учёных, занимающихся изучением параметров оценки конкурентоспособности дестинаций и региональных турпродуктов [3; 7].

Методология представленного нами конкурентного анализа туристского сектора экономики регионов учитывает 9 групп факторов, определяющих их жизнеспособность и степень туристской привлекательности:

- нормативно-правовое обеспечение и социальная безопасность;
- природно-рекреационные ресурсы;
- культурно-исторические ресурсы;
- материально-технические ресурсы базовых отраслей;
- родственные и поддерживающие отрасли;
- кадровые и технологические ресурсы;
- параметры регионального турпродукта (далее — РТП);
- параметры текущего (реального) спроса на региональный турпродукт;
- туризм и социально-экономическое развитие региона.

Из-за сложности со сбором количественной и качественной информации, закрытостью ряда статистических материалов, структура базы данных для сравнительного анализа была сокращена и оптимизирована. Для наибольшей репрезентативности в качестве основных источников анализа использованы официальные статистические данные Федеральной службы государственной статистики, данные Федерального агентства по туризму РФ и региональных отраслевых министерств и ведомств за 2014 год (в связи с запозданием опубликованной полной статистической информации за 2015 год). Для наиболее полного сопоставления имеющихся данных рассматривалась и качественная

информация. Рейтинговая оценка факторов групп производилась с помощью экспертных оценок по количественному значению состояния в баллах, где 0 — наихудшее значение параметра, либо его отсутствие, 1 — низкое значение, 2 — среднее значение, 3 — высокое значение (или наилучший показатель).

Анализ группы факторов *«Нормативно-правовое обеспечение и социальная безопасность»* (рис.1) позволил определить лидирующую позицию Крымского федерального округа, средняя рейтинговая оценка которого, не смотря на влияние фактора угрозы диверсий со стороны Украины, составила 2,71 балла. Очевидно, что туристская отрасль экономики данного региона находится под особым патронажем федеральных и региональных органов власти, значительно влияющих на состояние законодательного, программного и бюджетного обеспечения туристской деятельности на полуострове. Так, объём финансирования Государственной программы развития курортов и туризма в Республике Крым на 2015-2017 годы составляет 7642483,8 тыс. руб., что в 5 раз превышает ежегодное финансирование аналогичных программ в Ставропольском крае и более чем в 10 раз — перспективное финансирование туристской отрасли в Краснодарском крае [4; 5; 6]. Крым лидирует и по реализации проектов создания 11 туристско-рекреационных кластеров (ТРК) для комплексного освоения своей территории.

На 2 месте находится Ставропольский край (2,14 балла), в основном, со средними позициями факторов рейтинга, но серьёзными задачами по формированию региона-агломерации Кавказских Минеральных Вод, созданию ТРК «Эко-курорт Кавминводы». И, соответственно, на 3 месте — Краснодарский край (2 балла), где одними из важнейших туристских проектов являются инвестиционные проекты по созданию ТРК «Абрау-Утриш» и горноклиматического курорта Лагонаки в рамках туристического кластера в Северо-Кавказском федеральном округе, Краснодарском крае и Республике Адыгея. Планируются мероприятия и по созданию автотуристских кластеров, что, безусловно, будет способствовать повышению конкурентоспособности региональных турпродуктов. Вместе с тем, как показывают данные статистики,

в регионе наблюдается несколько повышенный уровень преступности, нежели у соседей, хотя обеспечению безопасности туристов на курортах края уделяется первостепенное внимание.

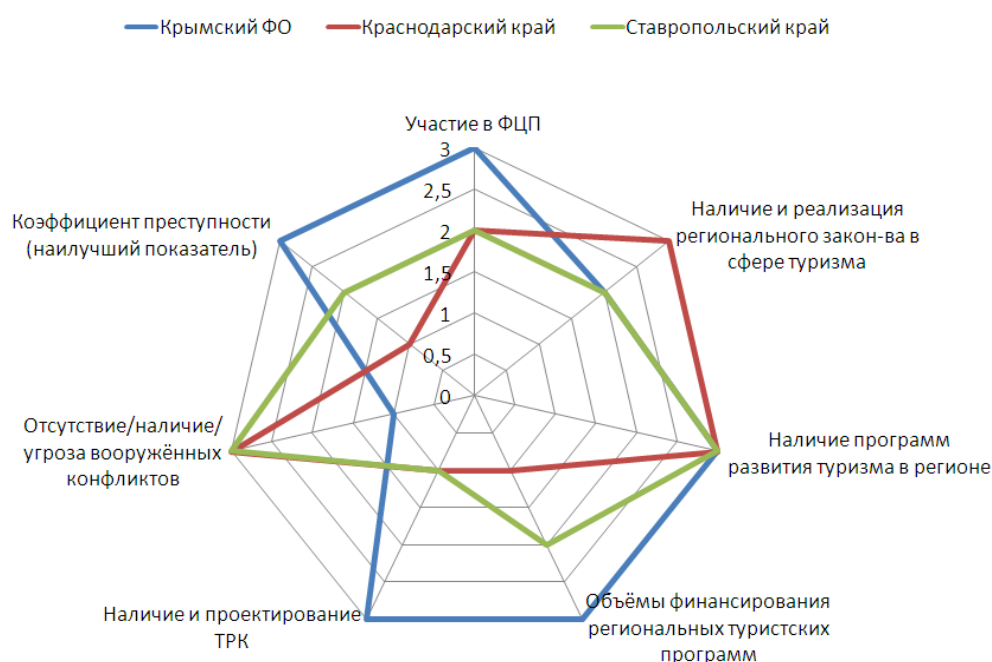


Рис. 1. Оценка факторов группы «Нормативно-правовое обеспечение и социальная безопасность»

В группе факторов «**Природно-рекреационные ресурсы**» (рис.2) на 1 месте расположился Краснодарский край (2,85 балла), значительно выигрывая практически по всем представленным показателям. Однако для повышения своих конкурентных преимуществ региону необходимо уделить особое внимание организации и проведению научно-исследовательских работ по изучению потенциала месторождений лечебных грязей, оценке рекреационной ёмкости пляжной территории Азово-Черноморского побережья. В то же время, очевидно, что располагая уникальными запасами термальных и минеральных вод, ценных по своему качеству, их потенциал, к сожалению, недооценивается и пока слабо используется для лечения и промышленного розлива. Например, воды Хадыженского месторождения не уступают по своему качеству минеральным водам Ессентуков и Боржоми (добывается 7% от возможного). Воды Анапского месторождения аналогичны минеральным водам Углича, Миргорода и Феодосии (добыча — 2,5% от возможного). На водах, подобных

водам из Кислогорского месторождения в Отрадненском районе, в Европе держится курортная индустрия Германии, Франции, Венгрии, Италии, а в Краснодарском крае месторождение даже не освоено. Лечебные воды Семигорского и Великовечного месторождений вообще уникальны и не имеют аналогов по своим лечебно-оздоровительным показателям (добывается 1,8% от возможного). Не говоря уже о рекордной для России концентрации водорода Мацестинской минеральной воды (более 700 мг/л), которая определяет её дефицитность среди остальных типов минеральных вод в ряду российских и зарубежных сероводородных курортов. Бесспорно, лечебная составляющая регионального турпродукта Краснодарского края может быть значительно усилена при решении ряда имеющихся проблем.

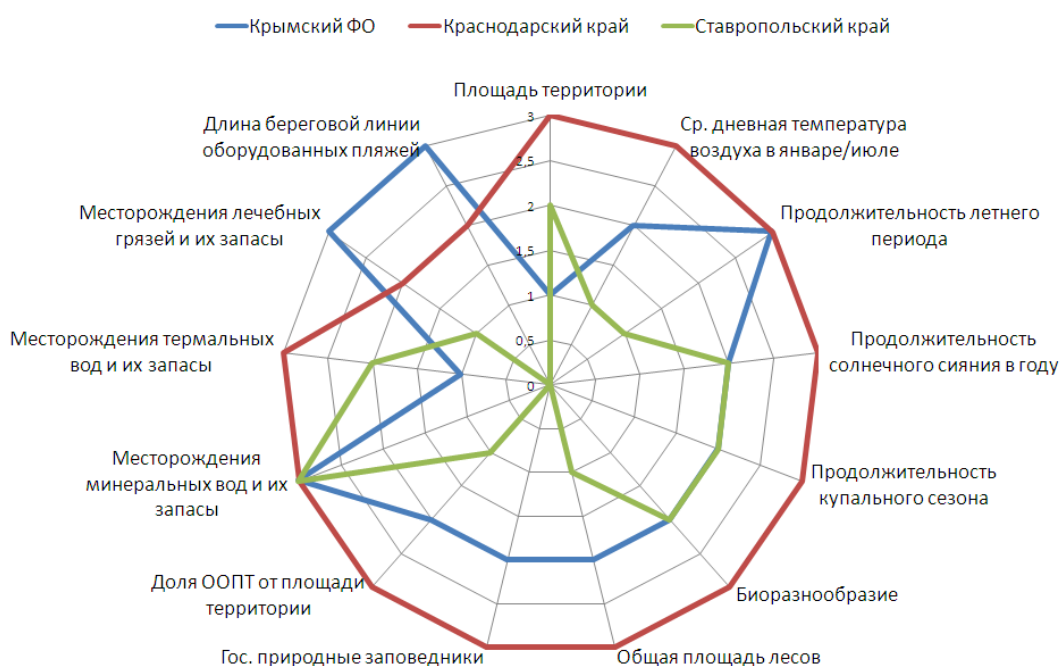


Рис. 2. Оценка факторов группы «Природно-рекреационные ресурсы»

Вторую позицию в группе обозначенных факторов занимает Крымский федеральный округ (2,15 балла) с наименьшей площадью территории среди регионов, но не менее ценными по своему составу природно-рекреационными ресурсами, особенно в плане использования месторождений минеральных вод и лечебных грязей, а также пляжной полосы для отдыха туристов (452 км). Третья позиция — у Ставропольского края (1,38 балла), отличающегося более суровыми природными условиями, не таким биоразнообразием и общей площадью лесов,

как у соседей, но не уступающему им по запасам и использованию месторождений минеральных вод, издревле славящихся своими полезными свойствами.

Анализ группы факторов «*Культурно-исторические ресурсы*» (рис. 3) свидетельствует о лидирующей позиции Крымского федерального округа по большинству позиций (2,7 балла). И это не случайно. Трудно отыскать подобное место на земле, где бы сохранились материальные следы стольких племен и народов, оставивших после себя уникальное количество памятников истории, архитектуры и искусства, расположенных на сравнительно небольшой территории.

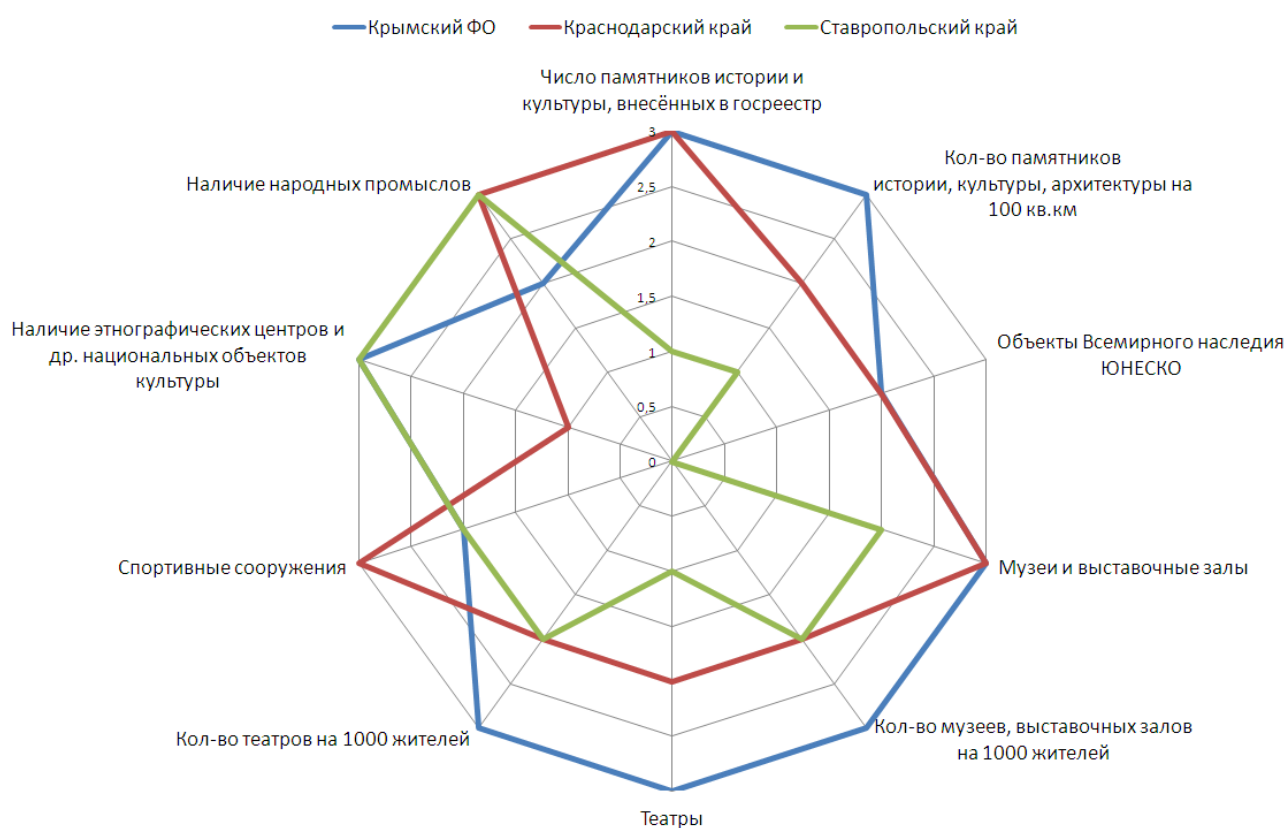


Рис. 3 Оценка факторов группы «Культурно-исторические ресурсы»

Второе место в данной группе занимает Краснодарский край (2,3 балла), также располагающий значительным культурно-историческим потенциалом и, к тому же, самой мощной среди конкурентов базой спортивных сооружений. На 3-ем месте — Ставропольский край (1,7 балла), хотя и в 4-6 раз уступающий своим соседям по количеству памятников, внесённых в госреестр, без объектов Всемирного наследия ЮНЕСКО, но с огромным потенциалом имеющихся

национально-культурных центров (более 80) и налаженной системой народных художественных промыслов.

В группе факторов **«Материально-технические ресурсы базовых отраслей»** (рис.4) на 1-ом месте расположился Краснодарский край (2,92 балла) с самой широкой среди представленных регионов базой коллективных средств размещения, из которых на 01.01.2016 года 1597 классифицированы, и многие (преимущественно, в Сочи) имеют специализированную инфраструктуру для людей с ограниченными физическими возможностями. Вместе с тем, как показывают данные статистики за 2014 год, количество мест в КСР региона в расчёте на 100 тыс. человек населения, значительно меньше этого же показателя в Крыму (4223,4 места против 4541,4), а если провести подобную аналогию по гостиничному сектору, то можно проследить ещё большее отставание (1850,4 места против 2230,4). По транспортному обеспечению туристской отрасли и состоянию сектора общественного питания Краснодарский край лидирует полностью.



Рисунок 4. Оценка факторов группы «Материально-технические ресурсы базовых отраслей»

На 2-ом месте в данной группе факторов — Ставропольский край (1,83 балла) с незначительным потенциалом коллективных средств размещения и мест в них. Особенно слабо развит гостиничный сектор, где количество мест в расчёте на 100 тыс. населения в 7-8 раз отстаёт от соседних регионов. (276,5 мест).

К тому же наблюдаются самые низкие показатели по классификации КСР. По транспортному обеспечению позиция региона ослаблена из-за отсутствия водных портов, в секторе общественного питания — примерно такая же, как в Краснодарском крае. На 3-м месте — Крымский федеральный округ (1,46 балла) с материально-технической базой КСР, остро нуждающейся в модернизации и классификации, создании специализированной инфраструктуры для мало мобильных групп населения. Проигрывает регион, в целом, и по транспортному обеспечению, а материально-техническая база сектора общественного питания пока не совсем соответствует туристическим потребностям региона.

Анализ группы факторов *«Родственные и поддерживающие отрасли»* (рис. 5) дал возможность произвести оценку сопутствующей туристской инфраструктуры, оказывающей влияние на качество работы предприятий туристической индустрии. На 1 месте рейтинга представлен Краснодарский край (2,57 балла), на 2 месте — Ставропольский край (2,28 балла), на 3-м — Крымский федеральный округ (1,28 балла), где наблюдается наиболее слабая позиция по информационно-коммуникационным технологиям (доступность мобильного Интернета, процент покрытия территории мобильной связью), количеству учебных заведений по подготовке и переподготовке туристских кадров, торговле (оборот розничной торговли на душу населения), банковской и кредитной системе (наличие международных платёжных систем и обеспеченность банкоматами), АПК (производство продукции сельского хозяйства на душу населения и др.), ЖКХ. Всё это свидетельствует о недостаточной сопряжённости базовой и мотивирующей составляющих крымского регионального турпродукта (мотивов для путешествий много, поддержка туристской отрасли со стороны жизнеобеспечивающих отраслей — слабая). В области медицины и образования наименьшие показатели демонстрирует Ставропольский край.



Рис. 5. Оценка факторов группы «Родственные и поддерживающие отрасли»

В группе факторов «*Кадровые и технологические ресурсы*» (рис.6) на 1-м месте расположился Крымский федеральный округ (2,07 балла), лидирующий среди остальных по количеству и ассортименту разработанных региональными туроператорами туров, комплексно и тематически представленных на сайте Министерства курортов и туризма Республики Крым. Заслуживает особого внимания имеющаяся сеть туристско-информационных центров (ТИЦ), присутствующих на территории полуострова (всего — 24), а также уровень маркетингового планирования развития туризма в регионе на стратегическую перспективу.

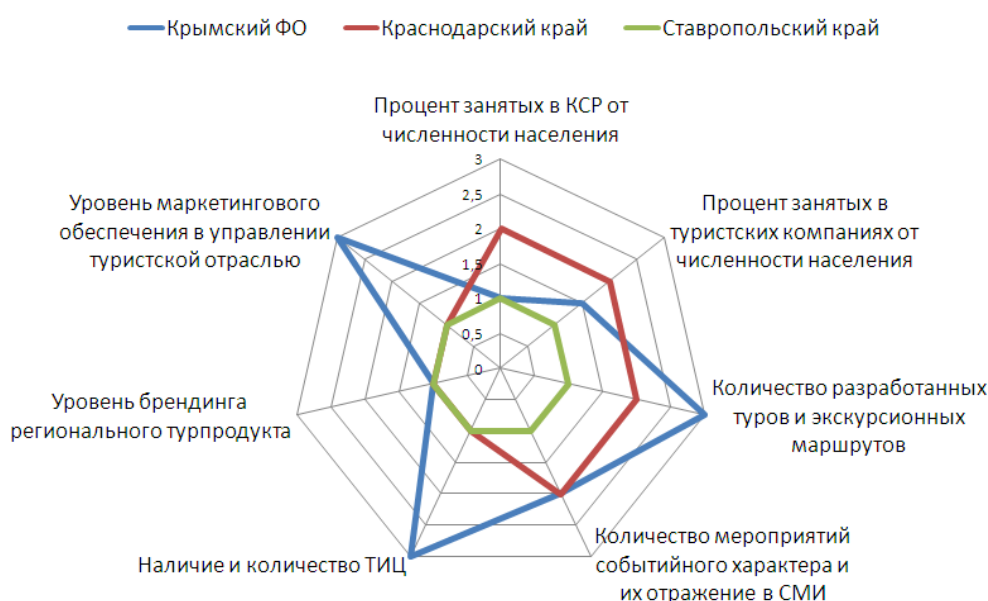


Рис. 6. Оценка факторов группы «Кадровые и технологические ресурсы»

Второе место в данной группе занимает Краснодарский край (1,57 балла) и, соответственно, на 3-м — Ставропольский край (1 балл). Общей задачей для всех регионов стоит необходимость наращивания кадрового потенциала в отрасли, внедрения новых технологий и инструментов управления туристским сектором экономики, налаживания комплексного и системного процесса брендинга региональных турпродуктов, направленного на формирование и поддержание благоприятного и притягательного для туристов образа регионального пространства со своими цивилизационными особенностями. Причём этот процесс, подразумевающий под собой не просто продвижение продуктов, а глубокую концептуальную основу, необходимо будет увязывать со всеми этапами воспроизводства региональных турпродуктов, заботясь об обеспечении их конкурентоспособности в стратегической перспективе.

В группе факторов *«Параметры регионального продукта»* (рис. 7-8) лидирует Крымский федеральный округ (2,59 балла) с широко представленной функционально-видовой структурой и наиболее сбалансированным продуктовым портфелем, где на стадии внедрения находятся лишь экологический и сельский туризм, а большинство из других культивируемых видов туризма уже, практически, перешли или давно присутствуют в стадии своего роста (пляжный, культурно-познавательный, событийный, охота и рыбалка, религиозный, паломнический, этнографический, с 2014 г. — деловой).¹ Как свидетельствует статистика и опросы экспертов, в регионе, на базе имеющегося уникального культурно-исторического и природно-рекреационного потенциала, параллельно с развитием соответствующей инфраструктуры туризма, обустройством территориального пространства (пусть пока ещё неравномерно освоенного), разработкой широкого спектра туристско-экскурсионных маршрутов и туров, уже наблюдается значительное увеличение туристских прибытий по данным направлениям. В стадии зрелости в Крыму находятся лечебно-оздоровительный и активные (спортивные) виды туризма,

¹ Оценка стадий жизненного цикла представленных видов туризма носит экспертный характер, нуждается в проведении дополнительных научных исследований.

явно нуждающиеся в своём обновлении и модернизации инфраструктуры. Согласно «Схемы территориального планирования Российской Федерации применительно к территориям Республики Крым и города Севастополя» [10] в качестве «ядра» РТП на стратегическую перспективу до 2030 года обозначены лечебно-оздоровительный и культурно-исторический виды туризма. Параметры крымского регионального турпродукта лидируют также и по показателям территориальной структуры (так как в регионе уже проведено туристско-рекреационное районирование), обеспечению информационной и ценовой доступности для туристов.

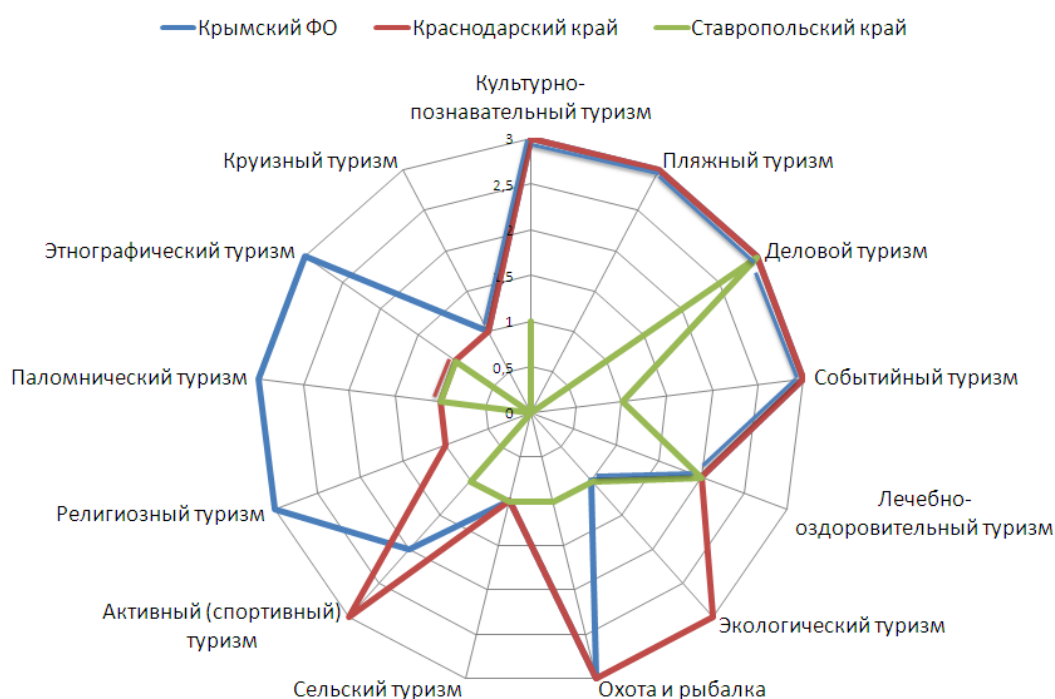


Рис. 7. Функционально-видовая структура региональных турпродуктов Крымского федерального округа, Краснодарского края и Ставропольского края с учётом стадии жизненного цикла (1 балл — стадия внедрения, 2 балла — стадия зрелости, 3 балла — стадия роста (наиболее прибыльная)).

На 2 месте расположился Краснодарский край (1,83 балла) с несколько другой конфигурацией продуктового портфеля регионального турпродукта. На стадии разработки и внедрения, со сравнительно небольшими масштабами туристской вовлечённости, но необходимостью финансовых затрат и отработкой технологий, находятся сельский, религиозный и паломнический, этнографический, круизный виды туризма. На стадии роста — пляжный,

культурно-познавательный, деловой, событийный, активные (в том числе, горнолыжный) виды туризма, охота и рыбалка. Лечебно-оздоровительный туризм переживает стадию зрелости с необходимостью расширения рыночной ниши и поиска перспективных для роста сегментов рынка, чему начинает способствовать рост внутреннего туризма в России. «Ядро» регионального турпродукта Краснодарского края в стратегических документах планирования не обозначено. Несмотря на имеющиеся, исторически сложившиеся курорты, регион нуждается в полном туристско-рекреационном районировании, повышении эффективности использования инструментов формирования информационного поля.



Рис.8. Оценка группы факторов «Параметры регионального турпродукта»

В Ставропольском крае (3-е место, рейтинговая оценка — 1,33) продуктовый портфель регионального турпродукта наименее сбалансирован. Основная прибыль туриндустрии формируется за счёт организаций, занимающихся лечебно-оздоровительным туризмом, переживающим сегодня стадию зрелости, а также за счёт развивающегося и только вышедшего в стадию роста делового туризма. Все остальные виды туризма (культурно-познавательный, событийный, экологический, сельский, активные виды туризма, паломнический, этнографический, охота и рыбалка) пока находятся на

самом затратном этапе — разработки и внедрения, хотя и относятся к весьма перспективным. Проигрывает край и по информационной и ценовой доступности региональных турпродуктов. Туристам в Ставрополье приходится больше тратить за оказание услуг санаторно-курортных и туристских организаций, нежели в соседних регионах.

В группе факторов «*Параметры текущего (реального) спроса на региональный турпродукт*» (рис. 9), по которым можно оценить его востребованность со стороны туристских потоков, в 2014 году лидировал Краснодарский край (2,73 балла) с наибольшим показателем количества туристов (12,3 млн. чел.) и соотношением турист/местный житель — 2,2.

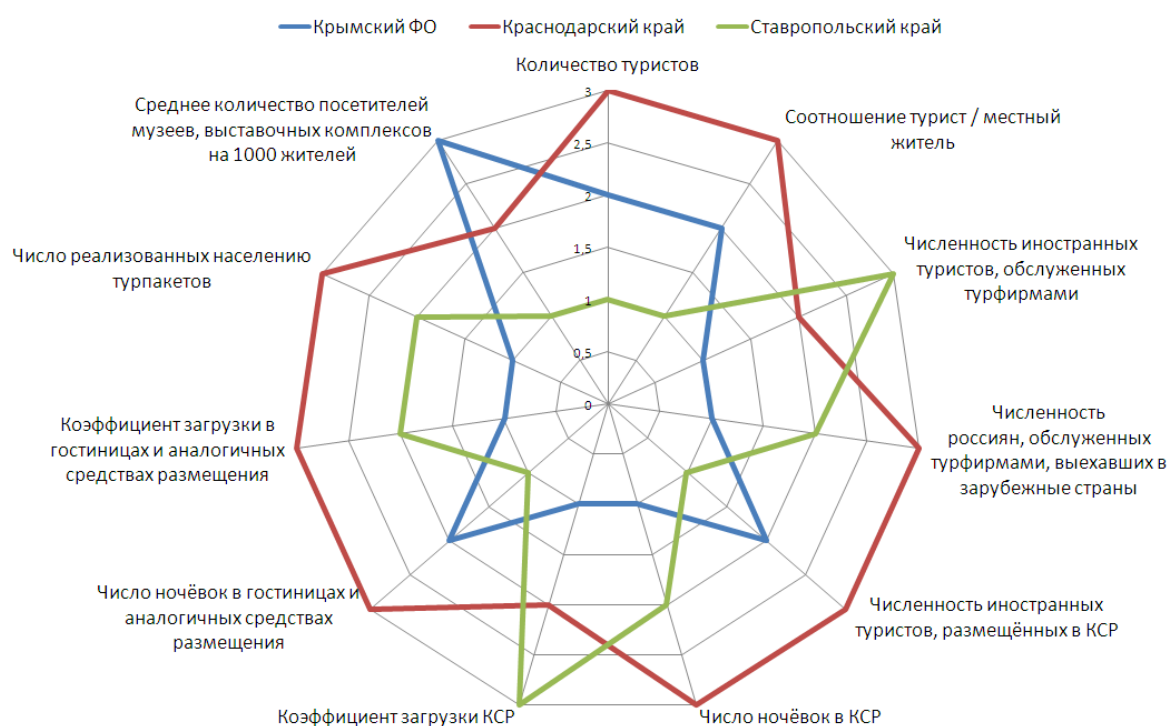


Рисунок 9. Оценка факторов группы «Параметры текущего (реального) спроса на региональный турпродукт»

Крымский федеральный округ в 2014 году принял 4 млн. туристов (соотношение — 1,7), Ставропольский край — 1,2 млн. чел. (соответственно — 0,4) Невысокие показатели коэффициента заполняемости КСР (кроме Ставропольского края), и, главным образом, в межсезонье, снижение спроса на турпакеты являлись основными

проблемами в данный период. Но, как свидетельствует пресс-секретарь Российского союза туриндустрии (РСТ) Ирина Тюрина, в 2015 году по сравнению с прошлым годом спрос на отдых в Крыму по итогам раннего бронирования вырос на 200%, а в Сочи и Краснодарском крае — на 100% [9]. Основная задача представленных регионов — удовлетворить существующий спрос, а также привлечь и расширить туристский поток за счёт развития широкого спектра перспективных видов туризма и нивелирования сезонности, в том числе, со стороны иностранных туристов.

Факторы группы *«Туризм и социально-экономическое развитие региона»* (рис.10-11) дают возможность рассмотреть в сопоставлении конечные результаты деятельности туристского сектора экономики сравниваемых регионов, определить их влияние на уровень жизни и здоровья населения, проживающего в них. Наиболее эффективной, безусловно, следует признать туристскую отрасль Краснодарского края, в котором уровень жизни значительно выше, чем в соседних регионах (2,55 балла).

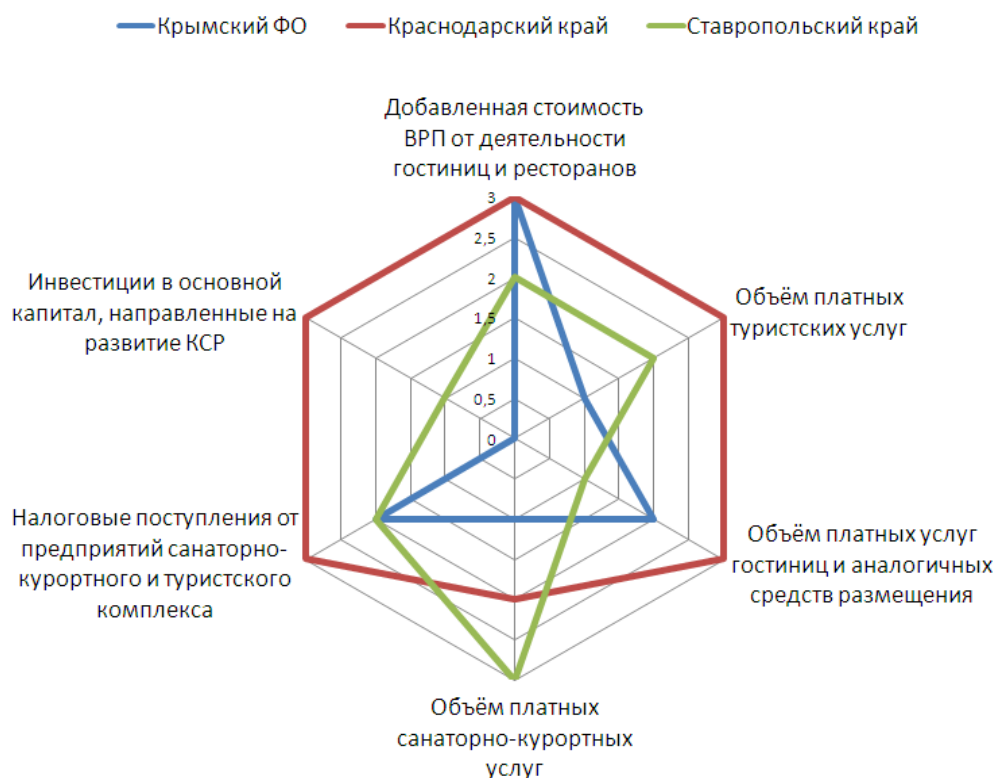


Рис. 10. Оценка факторов подгруппы «Эффективность туристского сектора экономики регионов»

Ставропольский край в представленной оценке занимает 2 место (2,05 балла), Крымский федеральный округ — 3-е (1,46 балла). Вместе с тем, в регионе-лидере отмечается повышенная первичная заболеваемость населения, свидетельствующая о недостаточном его профилактировании. В Ставропольском крае в числе важных задач стоит увеличение объёма платных услуг от деятельности туристских организаций, гостиниц и аналогичных средств размещения, привлечение инвестиций и кадровых ресурсов в туристскую отрасль. В Крымском федеральном округе, помимо аналогичных проблем, на повестке дня — повышение уровня жизни населения, отстающего пока от соседних регионов по уровню доходов и покупательской способности. Можно также отметить неудовлетворительное состояние демографии, где увеличение численности населения сегодня происходит не за счёт рождаемости, а за счет миграционного прироста.

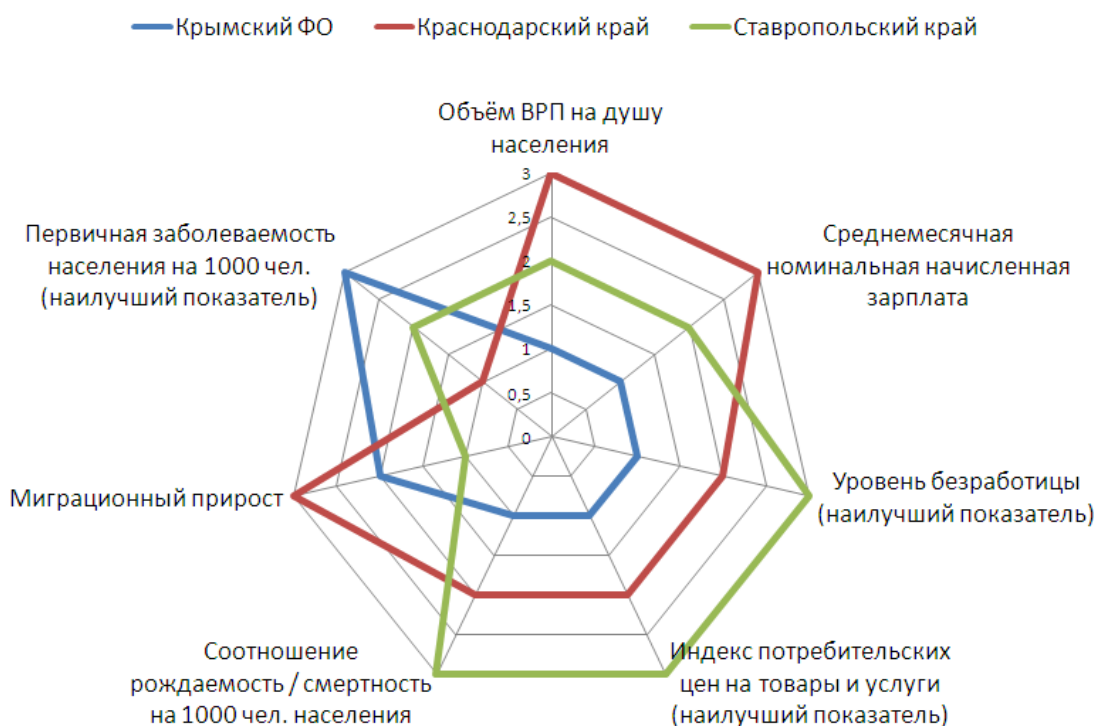


Рис.10. Оценка факторов подгруппы «Уровень жизни и здоровья населения регионов»

Представленный выше конкурентный анализ туристских секторов экономики регионов Юга России по девяти группам факторов, определяющих их

жизнеспособность и степень туристской привлекательности, наглядно изображён на диаграмме рисунка 11.

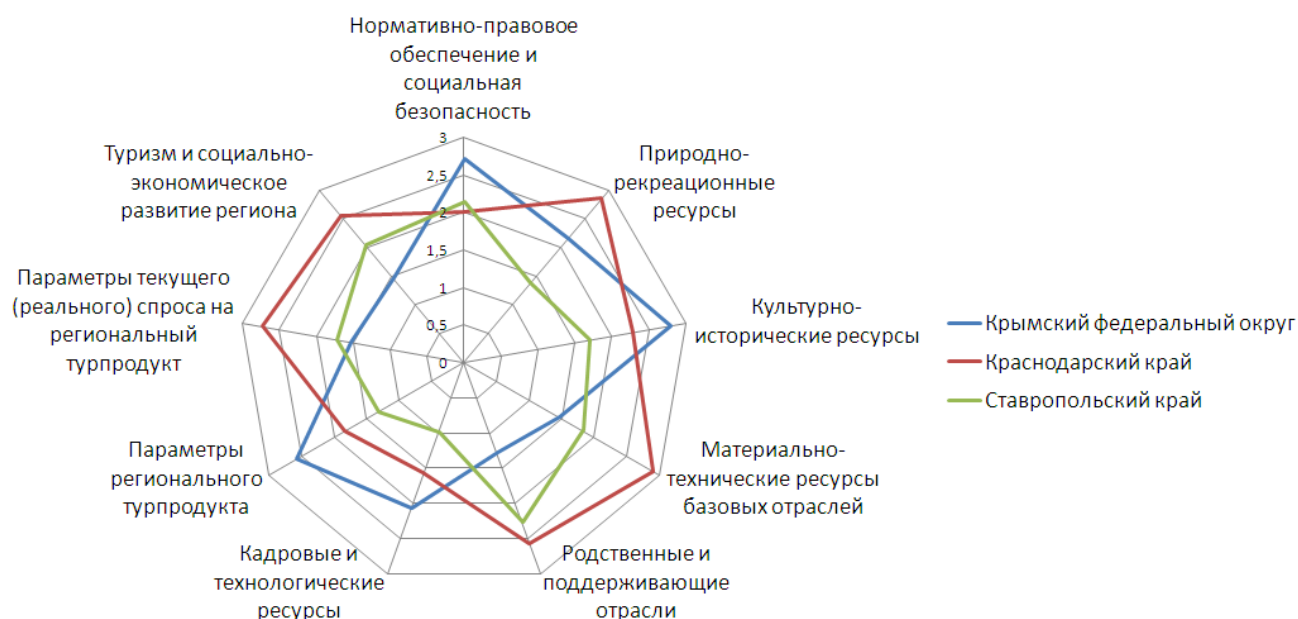


Рис. 11. Результаты конкурентного анализа туристских секторов экономики Крымского федерального округа, Краснодарского края и Ставропольского края

Как видно из полученных данных оценки, наиболее сильная конкурентная позиция в 2014 году присутствовала у Краснодарского края. Крымский федеральный округ лидирует по показателям нормативно-правового обеспечения (пока с наличием социальной напряжённости), что, является следствием проведения скорейшей интеграции Крыма в социальную, экономическую и правовую системы Российской Федерации, а также по культурно-историческим и технологическим ресурсам, непосредственно по самим параметрам регионального турпродукта. Ставропольский край проигрывает по большинству позиций. Анализ расхождений в диаграмме показывает, каким группам факторов необходимо отдать приоритеты для улучшения. Комплекс наиболее общих проблем по каждому региону, которые необходимо решать (желательно в рамках региональных и муниципальных целевых программ), представлен в таблице 1.

Табл. 1. Основные проблемы (слабые конкурентные позиции) туристских секторов экономики Крымского федерального округа, Краснодарского и Ставропольского края

Регионы	Проблемы (слабые конкурентные позиции)
Крымский федеральный округ	Угроза вооружённых конфликтов и диверсий со стороны Украины
	Отсутствие железнодорожного и сухопутного транспортного коридора из России
	Недостаточно развитая сеть общественного питания
	Недостаточная пропускная способность воздушного транспорта, отсутствие международного сообщения
	Самый низкий в России уровень проникновения мобильного и фиксированного Интернета
	Низкий процент покрытия территории мобильной связью
	Устаревшая материально-техническая база санаторно-курортной отрасли, сезонность функционирования
	Недоступность социальной инфраструктуры для мало мобильных групп населения
	Недостаточное количество учебных заведений, осуществляющих подготовку и переподготовку кадров для индустрии туризма
	Отсутствие системы повышения квалификации кадров для туристической отрасли, регулируемой государством
	Недостаточное количество действующих международных платёжных систем
	Низкая обеспеченность населения банкоматами
	Низкий объём продукции сельского хозяйства, влияющий на обеспеченность туристов продовольствием
	Недостаточные объёмы для потребления электроэнергии, газа и воды, что приводит к невозможности обеспечения надлежащего качества базовых туристских услуг
	Низкий процент занятости населения в туристской отрасли, характеризующийся повышенной сезонностью
	Неотработанный процесс брендинга регионального турпродукта (начиная от концепции и, заканчивая привязкой к основным этапам воспроизводства РТП)
	Неравномерная степень туристско-рекреационной освоенности территории
	Низкие показатели по въездному туризму
	Низкий коэффициент загрузки КСР
Краснодарский край	Низкие показатели реализованных населению турпакетов
	Низкие показатели объёма платных туристских, санаторно-курортных услуг
	Недостаточный уровень безопасности в связи с повышенной преступностью
	Малая протяжённость и сокращение береговой линии пляжей
	Недостаточная информативность туристских порталов о возможностях региона, включая данные статистики по ресурсной базе
	Недоступность и недостаточность информации для туристов об этнографических центрах и других национальных объектах культуры
	Отсутствие на туристском портале комплексной информации по турам и экскурсионным маршрутам региона в виде тематических сборников, ориентированных на разные группы туристов
	Недостаточная работа по формированию новых туров, направленных на перераспределение туристских потоков на территории региона, нивелирование сезонности
	Отсутствие полной информации по событийному календарю региона, представленной в удобном формате на туристском портале
	Отсутствие ТИЦ в регионе и недостаточное их количество за рубежом
	Отсутствие маркетингового плана развития туризма с выделением приоритетных продуктов и определением регионов с чёткой целевой аудиторией по тем или иным продуктам, включая выявление региональных потребностей РФ по заболеваемости населения
	Неотработанный процесс брендинга регионального турпродукта (начиная от концепции и, заканчивая привязкой к основным этапам воспроизводства РТП)
	Неотработанная структура и несбалансированный «продуктовый портфель» региональных турпродуктов
	Отсутствие туристско-рекреационного районирования (включая определение параметров максимальной рекреационной ёмкости районов) на уровне стратегического управления регионом

Регионы	Проблемы (слабые конкурентные позиции)
Ставропольский край	Повышенная стоимость гостиничных услуг
	Отсутствие системы повышения квалификации кадров для туриндустрии, регулируемой государством
	Недостаточное количество мероприятий по продвижению региональных турпродуктов (реклама, выставки, конгрессы и пр.)
	Недостаточный объём финансирования туристских программ
	Недостаточное внимание к проектированию туристско-рекреационных кластеров
	Низкая доля ООПТ от общей площади территории (1,6%)
	Низкая обустроенность и неиспользование речных пляжей в туристско-рекреационных целях
	Отсутствие объектов Всемирного наследия ЮНЕСКО
	Незначительное количество памятников истории, культуры, архитектуры, взятых под охрану государства (по сравнению с соседними регионами)
	Недостаточное количество мест в коллективных средствах размещения, особенно, в гостиничном секторе
	Недоступность социальной инфраструктуры для мало мобильных групп населения
	Низкий уровень стандартизации и классификации средств размещения
	Недостаточное количество больничных коек на 10 тыс. чел. населения
	Низкий процент занятости населения в туристской отрасли
	Недостаточная информативность туристских порталов о туристских возможностях региона, их низкая посещаемость
	Отсутствие на туристском портале комплексной информации по турам региона в виде тематических сборников, ориентированных на разные группы туристов
	Слабое освещение событийных мероприятий в СМИ
	Недостаточное количество ТИЦ
	Отсутствие маркетингового плана развития туризма с выделением приоритетных продуктов и определением регионов с чёткой целевой аудиторией по тем или иным продуктам, включая выявление региональных потребностей РФ по заболеваемости населения
	Неотработанная структура и несбалансированный «продуктовый портфель» региональных турпродуктов. Низкий уровень диверсификации.
	Неотработанный процесс брендинга регионального турпродукта (начиная от концепции и, заканчивая привязкой к основным этапам воспроизводства РТП)
	Отсутствие туристско-рекреационного районирования (включая определение параметров максимальной рекреационной ёмкости районов) на уровне стратегического управления регионом
	Повышенная стоимость санаторно-курортных и туристских услуг (по сравнению с соседними регионами)
	Отсутствие системы повышения квалификации кадров для туриндустрии, регулируемой государством
	Низкие показатели общего туристского потока
	Недостаточное количество посетителей музеев и выставочных комплексов
	Низкие показатели объёма платных услуг гостиниц и аналогичных средств размещения
	Недостаточное количество мероприятий по продвижению региональных турпродуктов (реклама, выставки, конгрессы и пр.)

Выполненное исследование позволяет сделать следующие основные

ВЫВОДЫ:

1. Представленная методика конкурентного анализа туристских секторов экономики регионов по изложенному выше алгоритму, безусловно, может быть спорной в отношении включения тех или иных факторов оценки в обозначенные группы, способа расчёта средней рейтинговой оценки. Но такой анализ (достаточно простой для обработки) позволяет не только выделить

сложившиеся условия развития туриндустрии в регионах, определить конкурентные преимущества и недостатки их туристского потенциала, но и сформировать полноценную картину в плане различия количественно-качественных параметров сравниваемых региональных турпродуктов, их привлекательности и востребованности со стороны турпотоков, установления фактических результатов деятельности туристского сектора экономики на развитие этих территорий. Более того, опираясь на значительное количество статистической информации, методика позволяет проводить комплексную диагностику самих туристско-курортных комплексов во взаимодействии с рядом смежных отраслей и сфер туриндустрии, определять наиболее проблемные факторы и устанавливать цели и задачи по их улучшению.

2. В результате исследования было определено, что Краснодарский край, Ставропольский край и Крымский федеральный округ, как ведущие курортно-рекреационные регионы России, притягивающие на сегодняшний день в свои пространства около 18 миллионов туристов в год (главным образом, пока внутренних), обладают значительными конкурентными преимуществами, порой даже не сравнимыми с самыми известными в мире туристскими дестинациями. В основном, это *естественные по происхождению уникальные конкурентные преимущества*, преобладающие в том или ином регионе в большей или меньшей степени (природное и историко-культурное наследие, неповторимый ландшафт, минеральные и бальнеологические ресурсы и пр.). Гораздо сложнее обстоит дело с преимуществами приобретёнными, то есть наработанными (наличие и состояние туристской инфраструктуры, сопряжённость туристской отрасли с родственными и поддерживающими отраслями, используемые инструменты и технологии управления, уровень регионального маркетинга и степень его участия в управлении отраслью, квалифицированные трудовые ресурсы и повышение их квалификации и пр.), которые должны обуславливать лучшие, по сравнению с российскими и зарубежными аналогами, возможности для организации рекреации и отдыха. И не столь важен вопрос, какой регион из представленных в анализе, более конкурентоспособен. Важно решение самой

проблемы, что нужно предпринять для повышения привлекательности всего Азово-Черноморского регионального турпродукта на мировом рынке туристских услуг, используя преимущества каждого, и, каким образом повысить его качественные параметры, опирающиеся на характерные особенности нашей цивилизации в пространстве данных регионов.

3. В силу того, что в создание и продвижение региональных турпродуктов вовлечено значительное количество отраслей и сфер экономики (по данным **UNWTO**, более 50-ти), для повышения их конкурентоспособности, на наш взгляд, принципиально важно обеспечивать не разовые мероприятия по улучшению материально-технической базы и качества услуг, что предпринимается в настоящее время в России, а применять системный подход к организации процесса их воспроизводства на уровне регионов в целом, нацеленный на удовлетворение как мотивирующих (в лечении, оздоровлении, отдыхе, развлечениях и др.), так и базовых потребностей туристов (в транспорте, проживании, питании, банковском, страховом обслуживании и др.). Это ориентирует на необходимость совершенствования системы управления развитием туристского сектора экономики в регионах, наделением её органов координирующими функциями с родственными и поддерживающими отраслями.

4. Принимая во внимание пространственную неоднородность и дифференциацию районов по наличию ресурсов, которые могут быть вовлечены в туристскую деятельность, важна актуализация проведения работ по пространственному планированию, зонированию территории, определению порога рекреационной и экологической нагрузки в Краснодарском и Ставропольском крае, в первую очередь, в целях сохранения естественных конкурентных преимуществ обозначенных регионов. Всё это поможет не только грамотно распределять туристскую нагрузку на их территорию, сохраняя экологическую и туристскую привлекательность, регулировать состояние спроса в течение года, но и более системно подходить к созданию комплексных (пакетных) туров, объединяемых общей тематикой и общим «зонтичным»

брендом, значительно расширяя ассортимент предлагаемых турпродуктов и сегменты его потребителей.

5. Весьма важным представляется организация научно-исследовательских работ, нацеленных на формирование сбалансированного «продуктового портфеля» региональных турпродуктов Азово-Черноморского региона по всем перспективным для развития направлениям туризма: определение их количественных и качественных, натуральных и стоимостных параметров, проведение их дифференциации по различным социальным признакам потребителей (национальности, интересам, возрасту, социальному положению, полу и т.д.); исследование и мониторинг их жизненных циклов в целях разработки будущих стратегий развития, грамотного инвестирования и проведения целесообразной маркетинговой политики, начиная от формирования предложений по разработке «ценовой линейки» продуктов и, заканчивая выбором и бюджетом рекламных средств, в тот или иной период жизненного цикла.

6. Необходимым инструментом, способным значительно повысить конкурентоспособность региональных турпродуктов Азово-Черноморского региона, и которому, на наш взгляд, сегодня следует уделить более пристальное внимание, выступает брендинг. Но не только как технология, ориентированная на продвижение и формирование информационного поля с обязательным отражением цивилизационной идентичности и преимуществ данной территории, но и как неотъемлемая часть всех стадий воспроизводственного процесса региональных турпродуктов. Своевременная визуализация в бренде выгодных отличий региональных турпродуктов на каждой фазе их воспроизводства не только повысит их потребительскую ценность, но и позитивно повлияет на наращивание их стоимости за счёт более эффективного использования туристского потенциала регионов и повышения степени удовлетворения платежеспособного спроса турпотоков.

Варианты решения представленных выше проблем, безусловно, не являются исчерпывающими, но, однозначно, требуют к себе системного и

комплексного подхода. Действительно, развитие внутреннего и въездного туризма, как считает министр культуры России В.Р. Мединский, «может стать нашей визитной карточкой, как русская культура, русская нефть, русское оружие» [8]. Но, наверно, только в том случае, если, в первую очередь, мы научимся, опираясь на свой богатейший туристско-рекреационный потенциал и сложившиеся благоприятные условия для роста внутреннего туризма, более серьёзное подходить к проектированию региональных турпродуктов и понимать всю сложность их структуры и факторов для повышения их конкурентоспособности не только внутри страны, но и на мировом туристском рынке.

Литература

1. Кетова Н.П., Онищенко Е.В., Шарафутдинов В.Н. Формирование и реализация регионального туристского продукта на рынке рекреационно-оздоровительных услуг: маркетинговый подход. — Ростов н/Д: Изд-во «Содействие XXI век, 2011. — 288 с.

2. Мировой турпоток в 2015 году — уверенный рост! [Электронный ресурс] URL: http://cruiseshop.com.ua/news/mirovoy_turpotok_v_2015_godu_uverennyiy_rost.html (дата обращения: 22.03.2016)

3. Морозов М.А., Войт М.Н. Конкурентоспособность туристской дестинации, анализ её основных конкурентных преимуществ // Современная конкуренция. 2013. №3(39). С. 82-92.

4. Об утверждении государственной программы Краснодарского края «Развитие санаторно-курортного и туристского комплекса» и о внесении изменения в постановление главы администрации (губернатора) Краснодарского края от 4 октября 2011 года № 1129 «О предоставлении и распределении субсидий из краевого бюджета местным бюджетам муниципальных образований Краснодарского края». Постановление Главы администрации (губернатора) Краснодарского края от 05.11.2015 г. №1007.

5. Об утверждении Государственной программы развития курортов и туризма в Республике Крым на 2015-2017 годы: Постановление Совета министров Республики Крым от 09.12.2014 г. №501.

6. Об утверждении Государственной программы Ставропольского края «Культура и туристско-рекреационный комплекс». Постановление Правительства Ставропольского края от 24.12.2015 г. №569-п.

7. Совершенствование методологических основ повышения конкурентоспособности регионального турпродукта в современной трансформирующейся экономике: Отчёт о НИР. Номер государственной регистрации НИР: 7.2.11 / С.В. Гордиенко, Н.Ю.Губанова, Е.В. Онищенко, С.М. Романов, В.Н. Шарафутдинов, — Сочи: Сочинский государственный университет, 2011. — 144 с.

8. Соколов М. Два спутника вечных, туризм и культура // Известия. 2016. 4 апреля.

9. Спрос на отдых в Краснодарском крае вырос на 100%. [Электронный ресурс]. URL://<https://news.mail.ru/economics/25138178/?frommail=1> (дата обращения: 16.03.2016)

10. Схема территориального планирования Российской Федерации применительно к территориям Республики Крым и города Севастополя (Утв. распоряжением Правительства РФ от 08.10.2015 г. №204р). Т.2. Книга 7. Современное состояние и перспективы развития туристско-рекреационного комплекса. Гос. контракт: № Е16/14 от 08. 09. 2014 г., Москва / В.Н., Шарафутдинов, Е.В. Онищенко, С.А. Карпенко, Е.А. Позаченюк, И.М. Яковенко, Г.М. Романова, А.М. Ветитнев, М.М. Амирханов, Г.А. Симонян; Рук. авт. коллектива — В.Н. Шарафутдинов. — М., 2014.

11. Шарафутдинов В.Н. Проблемы определения и формирования современных турпродуктов // Вестник СГУТиКД. 2009. №2 (июнь). С. 21-40.

12. Шарафутдинов В.Н. Региональный турпродукт: определение и ключевые параметры // Известия Сочинского государственного университета. 2015. № 3-1 (36). С. 197-207; URL: http://vestnik.sutr.ru/journals_n/1447240912.pdf

References

1. Ketova N.P., Onishhenko E.V., Sharafutdinov V.N. Formirovanie i realizacija regional'nogo turistskogo produkta na rynke rekreacionno-ozdorovitel'nyh uslug: marketingovyj podhod. — Rostov n/D: Izd-vo «Sodejstvie XXI vek, 2011. — 288 p. *(in Russian)*
2. Mirovoj turpotok v 2015 godu — uverennyj rost! URL: http://cruiseshop.com.ua/news/mirovoy_turpotok_v_2015_godu_uverennyiy_rost.html *(in Russian)*
3. Morozov M.A., Vojt M.N. Konkurentosposobnost' turistskoj destinacii, analiz ejo osnovnyh konkurentnyh preimushhestv // Sovremennaja konkurencija. 2013. №3(39). p. 82-92. *(in Russian)*
4. Ob utverzhdenii gosudarstvennoj programmy Krasnodarskogo kraja «Razvitie sanatorno-kurortnogo i turistskogo kompleksa» i o vnesenii izmenenija v postanovlenie glavy administracii (gubernatora) Krasnodarskogo kraja ot 4 oktjabrja 2011 goda № 1129 «O predostavlenii i raspredelenii subsidij iz kraevogo bjudzhetam mestnym bjudzhetam municipal'nyh obrazovanij Krasnodarskogo kraja». Postanovlenie Glavy administracii (gubernatora) Krasnodarskogo kraja ot 05.11.2015 g. №1007. *(in Russian)*
5. Ob utverzhdenii Gosudarstvennoj programmy razvitija kurortov i turizma v Respublike Krym na 2015-2017 gody: Postanovlenie Soveta ministrov Respubliki Krym ot 09.12.2014 g. №501. *(in Russian)*
6. Ob utverzhdenii Gosudarstvennoj programmy Stavropol'skogo kraja «Kul'tura i turistsko-rekreacionnyj kompleks». Postanovlenie Pravitel'stva Stavropol'skogo kraja ot 24.12.2015 g. №569-p. *(in Russian)*
7. Sovershenstvovanie metodologicheskikh osnov povyshenija konkurentosposobnosti regional'nogo turprodukta v sovremennoj transformirujushhejsja jekonomike: Otchjot o NIR. Nomer gosudarstvennoj registracii NIR: 7.2.11 / S.V. Gordienko, N.Ju.Gubanova, E.V. Onishhenko, S.M. Romanov, V.N.

Sharafutdinov, — Sochi: Sochinskij gosudarstvennyj universitet, 2011. — 144 p. (*in Russian*)

8. Sokolov M. Dva sputnika vechnyh, turizm i kul'tura // Izvestija. 2016. 4 aprelja.

9. Spros na otdyh v Krasnodarskom krae vyros na 100%.. URL://<https://news.mail.ru/economics/25138178/?frommail=1> (*in Russian*)

10. Shema territorial'nogo planirovanija Rossijskoj Federacii primenitel'no k territorijam Respubliki Krym i goroda Sevastopolja (Utv. rasporjazheniem Pravitel'stva RF ot 08.10.2015 g. №204r). T.2. Kniga 7. Sovremennoe sostojanie i perspektivy razvitija turistsko-rekreacionnogo kompleksa. Gos. kontrakt: № E16/14 ot 08. 09. 2014 g., Moskva / V.N., Sharafutdinov, E.V. Onishhenko, S.A. Karpenko, E.A. Pozachenjuk, I.M. Jakovenko, G.M. Romanova, A.M. Vetitnev, M.M. Amirhanov, G.A. Simonjan; Ruk. avt. kollektiva — V.N. Sharafutdinov. — M., 2014. (*in Russian*)

11. Sharafutdinov V.N. Problemy opredelenija i formirovanija sovremennyh turproduktov // Vestnik SGUTiKD. 2009. №2 (ijun'). p. 21-40. (*in Russian*)

12. Sharafutdinov V.N. Regional'nyj turprodukt: opredelenie i ključevye parametry // Izvestija Sochinskogo gosudarstvennogo universiteta. 2015. № 3-1 (36). p. 197-207; URL: http://vestnik.sutr.ru/journals_n/1447240912.pdf (*in Russian*)