



УДК 338

**СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ, ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ
ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННОГО КОМПЛЕКСА КРАСНОДАРСКОГО КРАЯ**
**CURRENT STATE, PROBLEMS AND DEVELOPMENT PROSPECTS OF TOURIST
AND RECREATIONAL COMPLEX OF KRASNODAR REGION**

Т.Л. Оганесян, Е.В. Фоменко, В.В. Антошкина
T.L. Oganesyanyan, E.V. Fomenko, V.V. Antoshkina

Кубанский государственный технологический университет, Россия, 350072 г. Краснодар, ул. Московская, 2
Кубанский социально-экономический институт, Россия, 350075, г. Краснодар, ул. Камвольная, 3
Кубанский государственный университет, Россия, 350040, г. Краснодар, ул. Ставропольская, 149

Kuban State technological University, 2, Moskovskaya St., Krasnodar, 350072, Russia
Kuban Social and Economic Institute, 3, Kamvolnaya St., Krasnodar, 350075, Russia
Kuban State University, 149, Stavropolskaya St., Krasnodar, 350040, Russia

E-mail: oganesyant@mail.ru, aelena_@rambler.ru, viktoriaa_@mail.ru

Аннотация. К началу 2015 г. произошло изменение структуры российского турбизнеса – на 40 % уменьшился спрос на выездной организованный туризм и значительно, на 30 %, увеличился внутренний турпоток, достигнув отметки 41,5 млн поездок.

Основной задачей, поставленной Правительством РФ, является увеличение туристского потока за счет формирования добросовестной конкурентной бизнес-среды в сфере туризма.

В настоящее время, в соответствии с ориентирами социально-экономического развития Краснодарского края, туризм выделен в приоритетную отрасль. На этот вид экономической деятельности делается ставка и при переходе от сырьевого к инновационному, социально ориентированному типу развития.

Resume. By the beginning of 2015 there was a change of structure of Russian tourist industry - by 40% decreased the demand for outbound tourism and organized significantly, by 30%, domestic tourist arrivals increased, reaching 41.5 million trips.

The main task of the Government of the Russian Federation, is the increase in tourist traffic due to the formation of fair competitive business environment in tourism.

Currently, in accordance with the guidelines of socio-economic development of Krasnodar region, tourism is highlighted in the priority sectors. This type of economic activity is the rate in the transition from raw to innovative, socially oriented type of development.

Ключевые слова: рекреационный комплекс, туристско-рекреационный комплекс, статистические показатели, региональный турпродукт, Краснодарский край.

Key words: recreational complex, a tourist-recreational complex, statistical indicators, the regional tourism product, Krasnodar region.

Последние 20 лет в России туризм в основном воспринимался только как зарубежный отдых. По данным Всемирного Банка и ЮНВТО в период с 1991 по 2014 год российскими туристами было вывезено из страны 450 млрд долларов. Таким образом, в настоящее время существует большой потенциал для импортозамещения этого объема выпадающих туруслуг. Удовлетворить спрос российских путешественников, отказавшихся от поездок за границу, и обеспечить условия для экономического роста регионов возможно за счет развития внутреннего туризма путем создания туристской инфраструктуры и конкурентоспособного на внутреннем и мировом туристских рынках турпродукта.

К началу 2015 г. произошло изменение структуры российского турбизнеса – на 40% уменьшился спрос на выездной организованный туризм и значительно, на 30%, увеличился внутренний турпоток, достигнув отметки 41.5 млн поездок.

Основной задачей, поставленной Правительством РФ, является увеличение туристского потока за счет формирования добросовестной конкурентной бизнес-среды в сфере туризма.

В настоящее время, в соответствии с ориентирами социально-экономического развития Краснодарского края, туризм выделен в приоритетную отрасль. На этот вид экономической деятельности делается ставка и при переходе от сырьевого к инновационному, социально ориентированному типу развития [Антошкина и др., 2015].

Следует заметить, что комплекс тактических мероприятий, реализованных Администрацией Краснодарского края в сфере развития туризма, позволил добиться определенной устойчивости региона на туррынке, о чем свидетельствуют статистические данные (таблица 1) и стабильно высокие места по многочисленным рейтингам туристского потенциала. Одним из основных показателей динамики развития ТРК является туристский поток (рисунок 1).

По оценкам специалистов, в ближайшие годы количество посещений должно достигнуть 14 млн. Однако анализируя официальные статистические данные можно отметить только незначитель-



ный рост турпотока в 2015 г. по сравнению с соответствующим периодом (январь-сентябрь) 2014 г., что является следствием кризисных явлений в экономике страны.

Таблица 1
Table 1

Основные статистические показатели туристско-рекреационного комплекса Краснодарского края
Key statistics tourist and recreational complex of Krasnodar Region

Показатели	Годы					
	оценка			прогноз		
	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Количество организаций в комплексе – всего (ед.)	1046	1082	1120	1150	1176	1196
в т. ч.: коллективные средства размещения	976	1017	1056	1082	1107	1128
детские оздоровительные лагеря	70	65	64	67	68	68
Количество мест в организациях отдыха – всего (ед.)	180642	182410	203307	207025	210828	214945
в т. ч.: в коллективных средствах размещения	177830	180391	201331	204989	208772	212859
в детских оздоровительных лагерях	2812	2019	1932	1992	2012	2042
Количество отдыхающих – всего (тыс. чел.)	10564	10837	12058	11965	12172	12378
в т. ч.: в коллективных средствах размещения	2474	2540	3042	2998	3056	3106
в детских оздоровительных лагерях	98	87	96	97	98	99
самостоятельных туристов	7991	8210	8920	8869	9018	9173
Доходы предприятий курортно-туристического комплекса – всего (в действ. ценах, млн руб.)	52198	54687	63233	63313	65809	68880
гостиниц и аналогичных средств размещения	10755	13028	16987	16318	17002	17866
организаций отдыха и туристических баз	2052	2056	2171	2245	2353	2468
санаторно-курортных учреждений	20846	20605	22473	23204	24125	25291
индивидуальных средств размещения	18544	18997	21600	21545	22327	23254

Следует обратить внимание, что в 2009–2011 году российская экономика функционировала в посткризисных условиях, что, безусловно, нашло отражение в замедлении темпов роста мирового туризма и снижению турпотока во многих странах и регионах мира. И то, что турпоток в Краснодарском крае в посткризисные годы не снизился резко, а остался на стабильном уровне, характеризует проводимую политику продвижения как достаточно эффективную. Например, в самый сложный для экономики 2009 год, когда падение туризма на отдельных направлениях составило 20–30%, в Краснодарском крае был на 65% увеличен рекламный бюджет на продвижение курортов, что, по мнению аналитиков, позволило удержать турпоток в регион на прежнем докризисном уровне. В 2010 г., как отмечают эксперты, рекламный бюджет был ниже, что соответственно отразилось и на динамике турпотока. Динамика турпотока – показатель, характеризующий эффективность рекламной деятельности на уровне региона.

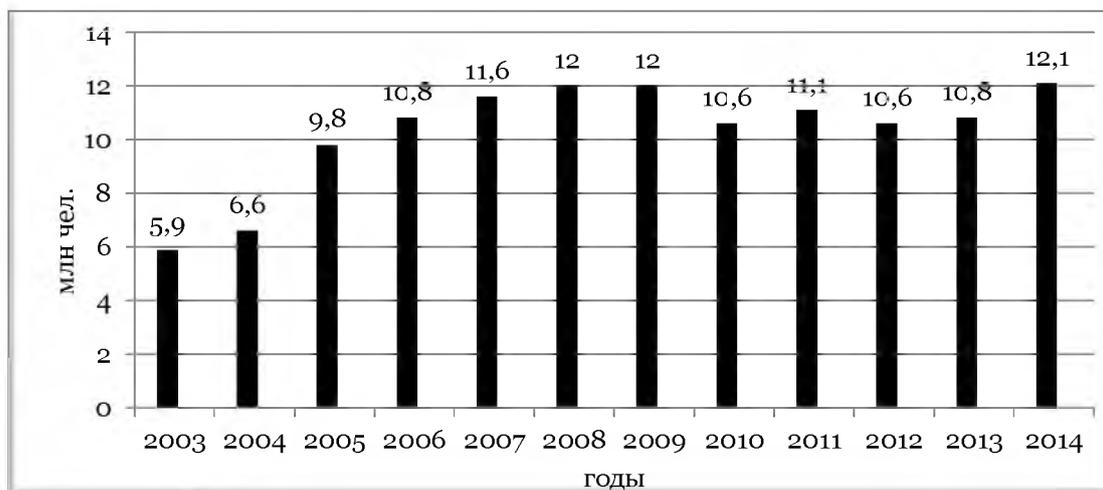


Рис. 1. Туристский поток в Краснодарский край
Fig. 1. The tourist flow in the Krasnodar region

Согласно результатам исследований, проводимых в 2013 г. Сочинским государственным университетом по заказу Министерства курортов и туризма Краснодарского края, изменяются не только количественные показатели ТРК, но и дифференцируются цели поездок, т.е. предпочтительные виды туризма (рисунок 2). По-прежнему предпочтение отдается оздоровительному и пляжному отдыху, для других представленных видов туризма наблюдается тенденция увеличения спроса.

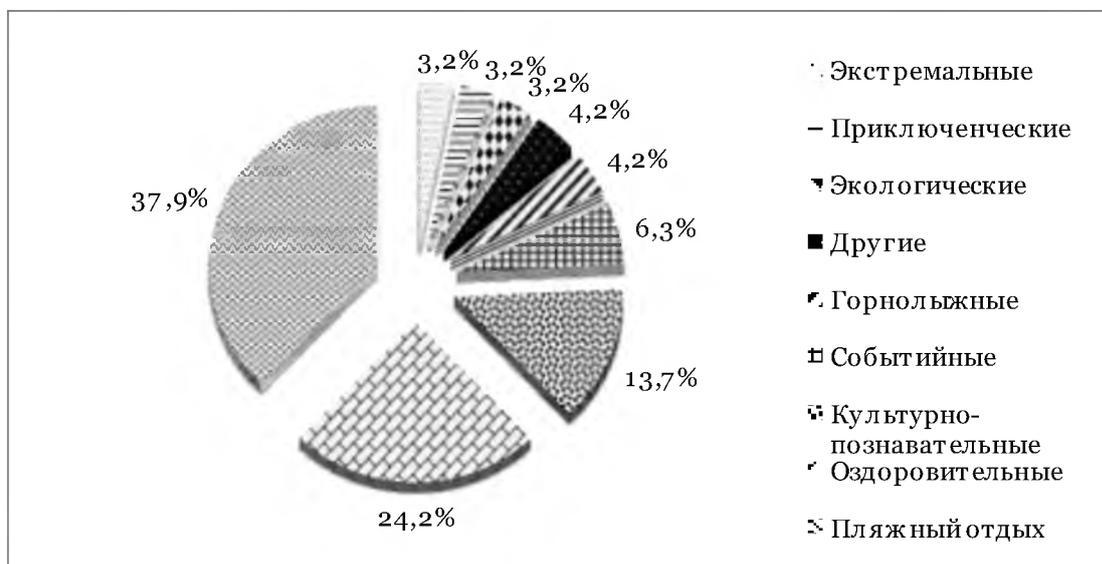


Рис. 2. Популярность видов туризма на курортах Краснодарского края
Fig. 2. The popular kinds of tourism in the resorts of the Krasnodar region

Позитивной тенденцией является достаточно высокий процент возвратных туристов, это около 60% по сегменту внутреннего туризма. Следует отметить, что качество сервиса остается одной из главных причин влияющие на отрицательный выбор потребителей в отношении отдыха на курортах Краснодарского края (рисунок 3, таблица 2).

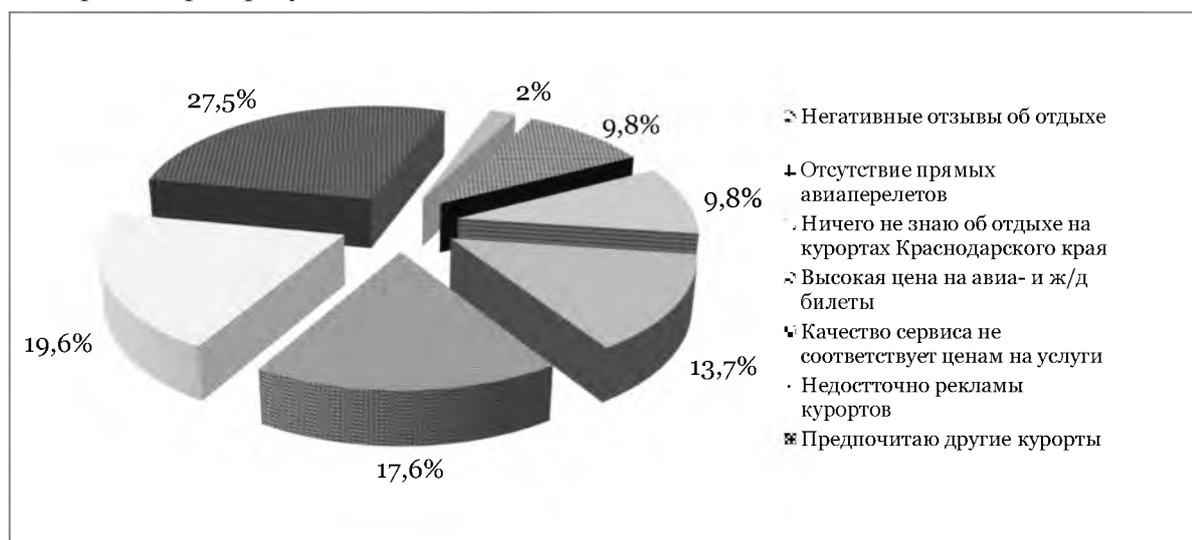


Рис. 3. Причины, влияющие на отрицательный выбор потребителей в отношении отдыха на курортах Краснодарского края
Fig. 3. The reasons influencing the negative consumer choice in relation to holiday resorts of the Krasnodar region

В качестве стагнационной тенденции следует отметить отсутствие в последние годы положительной динамики увеличения продолжительности пребывания туристов в гостиницах края.

Значительная часть туристов размещается в секторе индивидуальных средств размещения. Учитывая, что загрузка гостиниц, в общем, в крае не составляет 100%, можно сделать вывод, что отказ от гостиничного размещения обусловлен потребительскими предпочтениями туристов, а не мощностью базы размещения края.



Таблица 2
Table 2

**Оценка качества услуг
Evaluation of quality of service**

Показатели оценки	Средняя оценка по 5-балльной шкале
Качество оздоровительных услуг	4.16
Качество экскурсионного обслуживания	4.11
Качество услуг размещения	4.05
Качество услуг питания	3.86
Подготовка персонала	3.29
Соответствие цены качеству услуг	2.93
Качество транспортного обслуживания	2.91

По итогам 2014 года объем услуг ТРК в Краснодарском крае составил 74.0 млрд рублей (рисунок 4).

Таким образом, при изучении современного состояния ТРК Краснодарского края выявлены следующие тенденции:

- положительная динамика его развития;
- стабильное увеличение турпотока в период 2012–2015 годы;
- основная доля туристов приезжают с личными целями, прежде всего, с целями рекреации, связанными с проведением отпуска, отдыха и досуга;
- основная часть потока представлена гражданами РФ;
- резко возросла доля транзитного потока, что обусловлено популярностью Крыма в 2014–2015 годы.

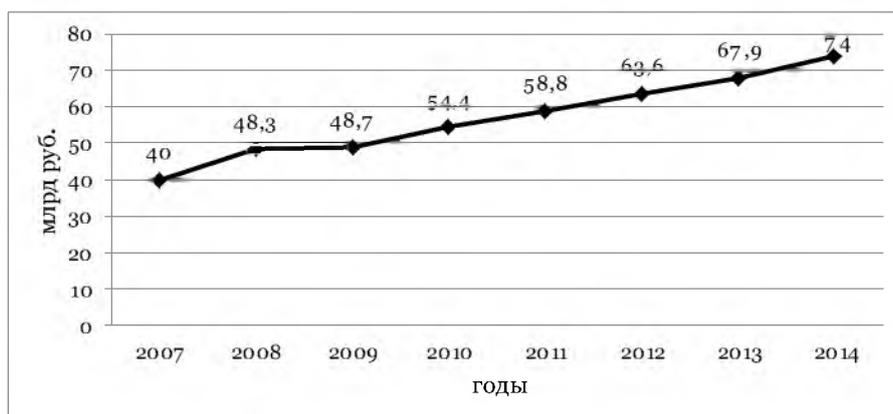


Рис. 4. Объем услуг курортно-рекреационного комплекса Краснодарского края
Fig. 4. The scope of services of the resort and recreational complex of Krasnodar region

Останавливаясь на последнем, следует отметить, что в ближайшие годы поток транзитных туристов будет увеличиваться, особенно после возведения моста через Керченский пролив. Поэтому, для достижения долгосрочных целей необходимо реализовать целый комплекс мероприятий, среди которых обязательно должны быть мероприятия по «задержанию» транзитного потока и по увеличению продолжительности пребывания туристов, особенно в Приазовской рекреационной зоне. А этого невозможно достигнуть без формирования перспективных туристских продуктов, адаптированных под требования потребителей сегментов внутреннего и въездного туризма.

Также внимание следует уделять расширению географических рынков сбыта регионального турпродукта по вектору въездного туризма.

Для уточнения организационно-качественных параметров регионального рынка туризма, которые закладываются в основу оптимизации процесса формирования перспективных, конкурентоспособных туристских продуктов, следует осуществить дополнительные исследования в трех плоскостях [Фоменко и др., 2014].

1 Выявление целевых групп потребителей в соответствии с географией прибытий туристов в Краснодарский край. Учитывая приоритеты международного и межрегионального сотрудничества края, наиважнейшими рынками сбыта турпродукта должны стать страны СНГ. Изучая основные рынки внутреннего туризма, следует приоритетными считать рынки Московского региона, Санкт-Петербурга и Западно-Сибирского региона, а также близлежащие субъекты РФ.



Результаты исследований по данному направлению позволят уточнить географические аспекты стратегических и тактических мероприятий по развитию сферы туризма в крае, прежде всего, в сфере маркетинга.

2 Уточнение видовой специализации в целях модернизации традиционных туристских продуктов и определения перспектив по диверсификации предложения на основе имеющихся туристских ресурсов. В первую очередь следует подчеркнуть, что диверсификационные подходы смогут обеспечить стратегическое развитие и конкурентоспособность турпродукта края.

3 Выделение иерархии приоритетных видов туризма с учетом тенденций развития глобального туризма, тенденций развития внутреннего туризма в целом по России в целях построения перспективы по выходу на рынок с принципиально новыми для Краснодарского края туристскими продуктами и управления инфраструктурными изменениями в среднесрочном периоде.

По данным ЮНВТО, по перспективности развития отдельных видов туризма в мире формируется следующая иерархия приоритетных видов туризма: рекреация, проведение каникул, отпусков, отдыха; оздоровление, религиозный и паломнический туризм; деловой туризм; сельский туризм.

В стратегической перспективе развития туризма в Краснодарском крае следует отметить высокий потенциал делового и сельского туризма. По оценкам World Travel and Tourism Council (WTTC), к 2020 году глобальный рынок делового туризма составит \$1,589 трлн., что означает ежегодный рост на 4,3%, а объём российского рынка деловых поездок достигнет \$18,4 млрд при ежегодном росте на 5,9%. Данные WTTC доказывают перспективность развития делового туризма в мире в целом и России в частности. Статистические данные показывают, что среди целей приезда в Краснодарский край большую долю занимают служебные цели.

На современном этапе деловой туризм в России находится в стадии становления. В Краснодарском крае имеется высокий экономический и культурный потенциал, достаточно развитая инфраструктура и налаженная индустрия отдыха и развлечений, т.е. имеются все необходимые предпосылки для развития делового туризма.

Сельский туризм, один из наиболее популярных видов отдыха за рубежом, также является приоритетным направлением развития туризма в крае. Мировая практика показывает средний рост сектора сельского туризма на 6% в год. В развитых европейских странах сельский туризм по популярности занимает второе место после пляжного и приносит около 20–30% общего дохода туристической индустрии. В мире ежегодно путешествуют около 700 млн человек, из них предпочитают сельский туризм от 12 до 30% [Здоров].

Однако в России сельский туризм относится к ряду новых видов туризма, поэтому конкуренция в этом секторе не настолько остра, как в других видах туризма. В России сельский туризм начал развиваться в Московской области. Наиболее известен сельский туризм в настоящее время на Алтае.

На современном этапе сельский туризм в крае находится в стадии становления. Учитывая рекреационный потенциал Краснодарского края, место сельского хозяйства в экономике региона и создаваемую базу для его развития, этот вид туризма может стать одним из ведущих сегментов рынка, особенно в степной зоне края.

Следует отметить, что значительная часть рекреантов прибывает в Краснодарский край на автомобильном транспорте даже из отдаленных регионов. Вообще, автотуризм, по данным ЮНВТО, составляет 40% всего туристского потока, находясь на втором месте после авиатранспорта. По данным экспертов, прирост автотуристов в турпотоке в России достигает 10–15% ежегодно, а за рубежом этот показатель несколько выше – 15–20%. Как показывает практика, автотуры пользуются спросом среди мобильных путешественников с достатком выше среднего уровня в возрасте от 35 лет. При этом рост интереса к этому сегменту наблюдается со стороны семейных туристов. Средняя продолжительность автомобильных поездок составляет порядка 7–10 дней.

Краснодарский край обладает основным условием активного развития автотуризма – развитой сетью автодорог. Факторами, способствующими развитию автотуризма, следует считать повышение информационной доступности, совершенствование навигации, в т.ч. электронной, проводимые соответствующими краевыми целевыми программами.

До 2020 г. на территории Краснодарского края планируется создание комплексов объектов туристско-рекреационной инфраструктуры, сформированных по кластерному принципу, в том числе автотуристские кластеры «Лермонтово» (Туапсинский район), «Можжевельная роща» (город-курорт Геленджик), «Горячий Ключ» (г. Горячий Ключ). Реализация данных инвестиционных проектов планируется на наиболее популярных маршрутах и федеральных трассах, а также вблизи мест, представляющих значительный интерес для туристов и отдыхающих.

Согласно общемировым тенденциям большинство путешественников, более 57%, – молодые люди. Известно, что основной фактор развития молодежного туризма – его ценовая доступность. В Краснодарском крае начали работать наиболее востребованные молодежью коллективные средства размещения – хостелы. Разнообразная и доступная досуговая индустрия, разнообразие туристских ресурсов будут способствовать разработке молодежных программ.



Сложившаяся политическая и экономическая ситуация в мире является позитивной для развития внутреннего и въездного туризма. Это ведет к двум важным следствиям: 1) ослабление рубля привело к снижению стоимости туров в Россию для иностранных туристов; 2) запрет выездного туризма для некоторых категорий россиян, выбиравших ранее зарубежные курорты, принуждает их, выбирать внутренние курорты, особенно Черноморского побережья. Посетившие в 2014 г. Краснодарский край туристы принесли в бюджет края 5.6 млрд руб., что больше уровня 2013 г. на 18.1%, объем услуг курортно-туристского комплекса по сравнению с 2013 г. увеличился на 18.3% (в сопоставимых ценах) до 34.9 млрд руб.

В масштабах России эти изменения выглядят следующим образом: в 2013 г. количество туристов, путешествующих по России, было на уровне 32 млн человек; в 2014 г. – 41.5 млн чел., что было отмечено выше. В Ростуризме отмечают рост на 25% числа туроператоров, которые занимаются внутренним туризмом. На 1 февраля 2014 г. таких фирм было 2957, на соответствующий период 2015 г. – 3710. Это происходит за счет того, что туроператоры, понимая большой потенциал внутреннего туризма, переориентируют свою деятельность [Сафонов].

Еще одним фактором, способствующим наращиванию туристского потока в регион, является то, что в преддверии подготовки к Олимпиаде 2014 г. был введен в строй и реконструирован значительный объем номерного фонда г. Сочи. Емкость средств размещения увеличилась фактически в два раза. Тем не менее, приток туристов может привести к нехватке номерного фонда в пиковые месяцы: июль и август.

Таким образом, по предварительным подсчетам, что в 2015 г. выездной туристский поток из России значительно сократится, вплоть до 50%. При этом, по некоторым направлениям возможно падение до 80%. Это приведет к тому, что за рубеж отправятся на 7–8 млн граждан меньше, чем в 2014 г. Значительное их количество может быть переориентировано на курорты Краснодарского края. Так, в начале 2015 г. вице-президент группы компаний «Пегас Туристик» анонсировал, что к началу курортного сезона компания выйдет на туристский рынок Краснодарского края. «Пегас Туристик» готов привлечь в Сочи большое количество туристов – до 100 тыс. чел. С этой целью в компании уже разрабатывают единый туристический продукт, который будет включать в себя все необходимые услуги: авиаперелет, проживание и трансфер. Таким образом, клиентам компании будет предложена альтернатива выездному туризму.

Эта тенденции, по оценкам специалистов, продлится еще 1–2 года, пока уровень зарплат и цен, компенсирует падение в кризис. За это время туристская индустрия в России, получая дополнительный доход, должна совершить рывок для того, чтобы после восстановления докризисного состояния иметь возможность предложить разнообразный инновационный турпродукт, способный заинтересовать значительную часть потенциальных туристов.

Одним из сдерживающих факторов значительного увеличения турпотока на курорты Краснодарского края является ценовая политика, особенно на авиаперелеты. В таблице 3 приведены результаты сравнительного анализа цен на авиаперелеты в Сочи из отдаленных регионов России и цены на турпакеты, которые включают не только авиаперелет, но и проживание, и другие услуги, предоставляемые отдыхающим отелями.

Таблица 3
Table 3

Сравнительный анализ цен на авиаперелеты в Сочи и турпакеты в Турцию и Таиланд из крупных городов Сибирского Федерального округа
Comparative analysis of prices on flights in Sochi and travel packages to Turkey, Thailand and the major cities of the Siberian Federal District

Город отправления	Минимальная цена авиаперелета в Сочи, туда и обратно тыс. руб.		Минимальная цена турпакета с авиаперелетом в Турцию (отель 2-3* AI)		Минимальная цена турпакета с авиаперелетом в Таиланд (отель 1-3* BB)	
	2013	2015	2013	2015	2013	2015
Барнаул	21.1*	25.7	23.6 (6**)	24.8	26.2 (12)	43.4(9**)
Иркутск	34.8	28.7	27.9 (7)	24.5	26.6 (13)	72.4 (13)
Кемерово	28.2	27.7	27.6 (8)	33.8	21.9 (10)	69.3 (10)
Красноярск	20.8	25.6	24.7 (7)	19.4	20.6 (6)	37.5 (15)
Новокузнецк	17.9	26.6	26.0 (6)	25.7	23.0 (13)	44.1 (9)
Новосибирск	21.7	21.2	20.5 (6)	72.7	23.6 (6)	63.9 (6)
Омск	23.0	24.,2	22.0 (7)	47.6	35.0 (12)	61 (10)
Томск	24.4	22.7	29.3(13)	31.9	32.5 (12)	45.4 (9)
Чита	28.1	32.1	34.2 (13)	39.2	22.8 (11)	75.3 (12)

* цены приведены на начало сентября 2015 г. в тыс. руб. на человека

** количество ночей



Привлечь иностранных туристов на пляжный отдых в Краснодарский край, на сегодня, выглядит слишком сомнительно. Этому препятствуют: территориальная удаленность туристских центров от мест постоянного проживания туристов; визовые трудности; низкий уровень сервиса; короткий пляжный сезон. Привлекая иностранных туристов, Россия и Краснодарский край, в частности, должны делать акцент не на строительстве комфортабельных гостиничных комплексов и развитой инфраструктуры (как отметил министр курортов и туризма края – «этим мы их не удивим»), а на типичных для нашего региона видах туризма. В этом вопросе большие перспективы у этнотуризма, который позволит раскрыть самобытность и культуру нашего края.

В заключение следует отметить, что систематический мониторинг организационно-качественных параметров краевого рынка туризма хотя бы по минимальным исследовательским направлениям, обозначенным автором выше, позволит на постоянной основе совершенствовать процесс стратегического и тактического управления совокупностью турпродуктов, что обеспечит их конкурентоспособность на отечественном и международном рынках.

Список литературы References

1. Антошкина В.В., Максимов Д.В., Фоменко Е.В. 2015. Альтернативные методики определения численности туристского потока. Экономика и предпринимательство. 3–2 (56–2): 943–948.
Antoshkina V.V., Maksimov D.V., Fomenko E.V. 2015. Al'ternativnye metodiki opredeleniya chislenosti turistskogo potoka. Ekonomika i predprinimatel'stvo. 3–2 (56–2): 943–948.
2. Выездной турпоток из России в 8 раз превышает въездной. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.atorus.ru/articles/all/article/2434.html> (10 октября 2015).
Vyezdnoy turpotok iz Rossii v 8 raz prevyshaet v"ezdnoy. [Elektronnyy resurs]. - URL: <http://www.atorus.ru/articles/all/article/2434.html> (10 oktyabrya 2015).
3. Здоров А.Б. Комплексное развитие туризма в сельской местности. Экономический портал. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://institutiones.com/general/1420-razvitie-turizma.html> (18 октября 2015).
Zdorov A.B. Kompleksnoe razvitie turizma v sel'skoy mestnosti. Ekonomicheskiy portal. [Elektronnyy resurs]. - URL: <http://institutiones.com/general/1420-razvitie-turizma.html> (18 oktyabrya 2015).
4. Сафонов О. Российская туристическая индустрия сейчас переживает переломный момент. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.russiatourism.ru>.
Safonov O. Rossiyskaya turisticheskaya industriya seychas perezhivaet perelomnyy moment. [Elektronnyy resurs]. - URL: <http://www.russiatourism.ru>.
5. Фоменко Е.В., Оганесян Л.Л., Антошкина В.В. 2014. Диверсификационные возможности современного турпродукта. Краснодар, КСЭИ, 177.
Fomenko E.V., Oganesyanyan L.L., Antoshkina V.V. 2014. Diversifikatsionnye vozmozhnosti sovremennogo turprodukta. Krasnodar, KSEI, 177.
6. Business Travel & Tourism Spending. WTTC. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.wttc.org/research/economic-data-search-tool/> (17 октября 2015).
7. UNWTO Tourism Highlights 2013 Edition. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://mkt.unwto.org/en/publication/unwto-tourism-highlights-2013-edition> (18 октября 2015).
8. Электронный ресурс. – Режим доступа: <http://www.russiatourism.ru/regions/?fedok=109&freg=223>. (10 октября 2015).