

УДК 338.48

UDC 338.48

**ТУРИСТСКАЯ ДЕСТИНАЦИЯ:
ХАРАКТЕРНЫЕ ЧЕРТЫ И ЭТАПЫ
РАЗВИТИЯ**

**TOURIST DESTINATION: CHARACTERISTICS
AND STAGES OF DEVELOPMENT**

Щепакин Михаил Борисович
д.э.н., профессор

Shepakin Mikhail Borisovich
Doctor of Economics, professor

Басюк Анаит Сейрановна
к.э.н., доцент
*Кубанский государственный технологический
университет, Краснодар, Россия*

Basyuk Anait Seiranovna
Cand.Econ.Sci., associate professor
*Kuban State Technological University, Krasnodar,
Russia*

В статье рассмотрены сущность понятия туристской дестинации, как элемента туристской системы. Определены типы дестинации, основные характеристики и этапы развития в условиях возрастающей конкуренции

The article considers the essence of the concept of a tourist destination, as an element of the tourism system. We have identified the types of destination, the main characteristics and stages of development in conditions of growing competition

Ключевые слова: ТУРИСТСКАЯ ДЕСТИНАЦИЯ, КУРОРТ, РЕКРЕАЦИОННЫЕ РЕСУРСЫ, КЛАСТЕРЫ, КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ, ИНФРАСТРУКТУРА РЕГИОНА

Keywords: TOURIST DESTINATION, RESORT, RECREATION RESOURCES, CLUSTERS, COMPETITIVENESS, INFRASTRUCTURE OF REGION

Туризм сегодня – это стремительно развивающаяся и высокодоходная отрасль экономики. Ключевым аспектом развития туризма в Краснодарском крае является богатейший рекреационный потенциал и уникальные природные лечебные ресурсы. Говоря о рекреационных ресурсах Краснодарского края необходимо отметить, высокую эстетическую, познавательную и оздоровительную ценность, которые могут быть широко использованы в целях туризма [1, с. 87]. С учетом имеющихся ресурсных предпосылок, специализации рекреационного комплекса и тенденций на мировом и российском рынках на Кубани в настоящее время происходит развитие разнообразных видов туризма. По насыщенности объектами историко-культурного наследия на первом месте стоит город Краснодар (более 500). Значительное количество памятников, охраняемых государством, расположено в городах Анапе, Армавире, Геленджике, Ейске, Новороссийске, Сочи, Темрюке. В настоящее время на Кубани все большей популярностью пользуются активные виды туризма: пешеходный туризм, походы, массовые спортивные мероприятия,

включающие элементы спорта, такие как дайвинг, рафтинг, виндсерфинг, скайдайвинг, рыбалка, охота, сноубординг, горные лыжи, водные лыжи, дельтапланеризм, джиппинг, парашютный спорт и др. Активно развиваются речные туры по реке Кубань на базе Кубанского речного пароходства (2-3-х часовые речные туры), а также имеет место развитие маршрутов по горным и предгорным рекам Краснодарского края. Доходы в краевой консолидированный бюджет от предприятий санаторно-курортного и туристского комплекса с 2000 года выросли в 7 раз и составили в 2010 году более 5,4 млрд. рублей. Практически половину поступлений в краевой бюджет от санаторно-курортной и туристской отрасли обеспечивает муниципальное образование город Сочи. Значительный вклад вносят муниципальные образования город-курорт Анапа, город-курорт Геленджик и Туапсинский район [10].

Таким образом, Краснодарский край обладает уникальными для России природно-климатическими условиями, наличием передовых медицинских учреждений и технологий, историческими достопримечательностями. В настоящее время активно развивается мировой туристский рынок. Этот рынок является конкурентоспособным, поскольку туризм все больше становится средством продвижения страны на рынке труда и международном рынке новейших технологий [1, с. 88; 4]. Все выше перечисленное, безусловно, способствует созданию потенциала для развития высокоэффективного, конкурентоспособного туристско-рекреационного комплекса международного уровня, формирующего благоприятный имидж региона, страны на международной арене и обеспечивающего растущие потребности населения в услугах, связанных с отдыхом, лечением и туризмом [1, с. 89;2].

Концепцией долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации, утвержденной распоряжением Правительства Российской Федерации от 17 ноября 2008 г. № 1662-р, предусматривается

создание сети территориально-производственных кластеров, реализующих конкурентный потенциал территорий, формирование ряда инновационных высокотехнологичных кластеров в европейской и азиатской части России. Центральным понятием кластера являются туристские ресурсы, им принадлежит решающая роль в развитии туризма, потому что они в большей степени являются основным мотивом и причиной участия людей в туристских поездках [5].

Туристско-рекреационные кластеры формируются на базе туристических активов в регионе и состоят из предприятий различных секторов, связанных с обслуживанием туристов, например, туристских операторов, турбаз, гостиниц, сектора общественного питания, производителей сувенирной продукции, транспортных предприятий и других.

Реализация системного подхода к региональной кластерной политике позволит, на наш взгляд, обеспечить высокие темпы экономического роста и диверсификации экономики региона за счет повышения конкурентоспособности предприятий, поставщиков оборудования, комплектующих, специализированных производственных и сервисных услуг, научно-исследовательских и образовательных организаций, образующих территориально-производственные кластеры [1, с. 88; 5]. Сегодня крупные туристские организации способны практически полностью удовлетворить потребности населения в предоставляемых услугах.

Приоритетными направлениями социально-экономического развития Краснодарского края можно отметить следующие комплексы: агропромышленный, топливно-энергетический, транспортный, курортно-рекреационный, туристский.

Основываясь на ресурсном потенциале региона, в Краснодарском крае определена стратегическая цель развития - реализация политических,

геостратегических и социально-экономических приоритетов РФ на Юге страны и обеспечение кардинального повышения качества жизни населения региона, на основе создания потенциала опережающего развития [7]. Для решения поставленной цели, в крае осуществляется комплекс мер по повышению роли государственных и муниципальных институтов. Правительством Краснодарского края разработана Стратегия социально-экономического развития на период до 2020 года [10].

Для реализации стратегической цели развития Краснодарского края определены следующие стратегические направления:

1. Кардинальное повышение качества и продолжительности жизни, развитие человеческого потенциала края на основе повышения эффективности здравоохранения, образования и жилищного строительства.

2. Обеспечение высоких темпов устойчивого экономического роста края на основе повышения его конкурентоспособности.

3. Создание потенциала опережающего (будущего) развития края.

4. Повышение эффективности государственного регулирования социально-экономических процессов в крае на основе формирования систем стратегического управления, пространственного и территориального планирования.

С целью повышения эффективности реализации Стратегии социально-экономического развития, предлагается развивать на территории края туристские дестинации, которые имеют стратегическое значение. Туристская дестинация – решающий элемент туристской системы. Ее можно охарактеризовать как центр (территорию) со всевозможными удобствами, средствами размещения, обслуживания и услугами для обеспечения всевозможных потребностей туристов. Таким образом, туристская дестинация включает в себя наиболее важные и

решающие элементы туризма, необходимые для удобного и комфортного отдыха.

Проанализируем происхождение понятия «дестинация». В переводе с английского, оно означает «местонахождение; место назначения». Термин «туристская дестинация» был введен Лейпером в середине 1980-х г.г. [8]. Сейчас дестинация – это географическая территория, имеющая определенные границы, которая может привлекать и удовлетворять различные потребности широкой группы туристов. В конце XX века термин дестинация стал официальным термином Всемирной туристской организации, которая дала следующее официальное определение: «Дестинация– физическое пространство, в котором посетитель проводит время, по крайней мере, с одной ночевкой. Оно включает туристские продукты, такие как услуги и аттракции и туристские ресурсы в пределах одного дня путешествия. Это пространство имеет физические и административные границы, определяющие способ его управления, образы и перцепции, определяющие его рыночную конкурентоспособность». В определении UNWTO используется целый ряд аргументов: физическое пространство, посетитель, ночевка, туристский продукт, туристская услуга, аттракция, туристские ресурсы, доступность, образ, восприятие, рынок, конкурентоспособность [11].

Каждый из этих аргументов по-своему углубляет первичное понятие и создает из обычного слова культурную константу. Во многих отношениях туристская дестинация представляет собой «острие» туризма. Именно в дестинации ощущается влияние туризма на путешественника в целом, и реализуются стратегии планирования и управления самой туристской организации [9].

Для того чтобы территория была дестинацией, необходимо выполнение следующих условий:

– наличие на территории мест размещения, питания, развлечений (высокий уровень качества предоставляемых услуг) и высокоразвитой транспортной системы;

– наличие достопримечательностей, интересующих туристов (наличие фактора привлекательности является одним из главных факторов конкуренции между дестинациями);

– наличие информационных и коммуникационных систем, так как это необходимый инструмент информирования туристского рынка о дестинации.

Говоря о дестинации как элементе туристской системы, выделим типы дестинации.

Первый тип – это крупные столичные города или приравненные к ним, которые привлекают туристов своими достопримечательностями. В данном типе дестинации эффективно развивается познавательный туризм, наличие хороших возможностей для решения проблем бизнеса позволяет развивать конгрессный туризм, бизнес-туризм и др.

Второй тип делится на две подгруппы: а) центры целенаправленного развития туризма деревни, города, в которых сохраняются обычаи, история, культура; б) притягательные для туристов центры не столицы, но города, имеющие высокую степень привлекательности благодаря своей истории, культуре, науке (например, академгородок под Новосибирском).

Третий тип – это центры, специально построенные для туристов (например, Красная поляна – горнолыжный курорт, «Олимпийский городок», г. Сочи).

Немаловажно различать понятия «туристская дестинация» и «курорт». Туристская дестинация – это более широкое понятие, чем курорт; это регион, который нас больше всего привлекает по определяющим характеристикам. Регион туристской дестинации является

одним из самых важных в туристской системе, так как сами туристские дестинации и их имидж привлекают туристов, мотивируют визит, таким образом, активизируют всю туристскую систему. Определив типы туристской дестинации как элемента туристской системы, выделим ее основные свойства и характеристики.

1. Дестинация представляет собой совокупность следующих компонентов: достопримечательность (природные богатства или созданные человеком, то есть то, что побуждает туриста совершать путешествие); удобства (размещение, питание, развлечения, а также розничная торговля и другие предприятия сферы услуг, такие как банки, парикмахерские, медицинские предприятия); доступность (удаленность дестинации от туристских рынков делает их уязвимыми к колебанию спроса).

2. Дестинация представляет собой культурную ценность: посетители должны считать дестинацию привлекательной и заслуживающей времени и денег, потраченных на путешествие.

3. Дестинация неразделима, то есть туристский продукт потребляется там, где он непосредственно производится, и, его потребление связано с физическим присутствием в дестинации. Отметим, что процессы производства и потребления туристского продукта совпадают не только в пространстве, но и во времени, то есть дестинации не могут быть запасены впрок. Таким образом, сезонность дестинации является наиболее важной проблемой, так как снижает доходность их деятельности и делает их неэффективными, с точки зрения, использования основных средств дестинации.

4. Услугами и удобствами дестинации пользуются не только туристы, но и люди, проживающие и работающие в данной дестинации. Таким образом, предприятия, расположенные в дестинации не могут быть

ориентированы только на местных жителей, или только на туристов, они должны ориентироваться и на тех, и других.

Каждая дестинация в своем развитии проходит следующие этапы. Рассмотрим характерные черты каждого из этапов развития.

Первый, дотуристский этап, характеризуется привлекательностью дестинации как уникального географического объекта. На данном этапе дестинация еще не подверглась изменениям под воздействием туризма.

Второй, определяется ростом численности туристов и основан на любви к красоте нетронутой природы и культуре проживающих местных жителей дестинации. Поток туристов на этом этапе растет, в результате формируются основы туристской инфраструктуры.

На третьем этапе, в результате устойчивого роста туристских потоков, формируется рынок туристских услуг, таким образом, перед сектором бизнес-единиц стоит задача по обеспечению инфраструктуры дестинации.

На четвертом этапе дестинация нуждается в притоке инвестиций в туризм, так как инфраструктура не справляется с объемом прибытий туристов. Меняется ее внешний облик.

Пятый этап характерен ростом организаций и предприятий инфраструктуры туризма, следовательно, созданием новых рабочих мест в дестинации.

Шестой этап характеризуется повышением конкурентоспособности и качества продукции, работ, услуг предприятий дестинации.

Седьмой этап определяется ростом прибыли и капитализации туристских организаций.

Что, безусловно, приведет к повышению качества жизни постоянного населения дестинации, восьмой этап.

В итоге, мультипликативный эффект для экономики дестинации, девятый этап.

Развитие дестинаций в Краснодарском крае чрезвычайно важно для достижения целей социально-экономического развития региона, в условиях возрастающей конкуренции на рынке туристских услуг [3, 6]. Несмотря на привлекательность курортов Краснодарского края для потребителей, существуют факторы, отрицательно влияющие на продажи туристского продукта. Это, в первую очередь, несоответствие цены и качества предоставляемых туристских услуг, и как следствие, низкая конкурентоспособность туристских предприятий. Для преодоления обозначенных проблем необходима разработка методических подходов к оценке конкурентоспособности туристских услуг, определению факторов и источников конкурентоспособности туристских предприятий, определению критериев оценки конкурентоспособности региона (на примере туристско-рекреационного комплекса Краснодарского края). Это позволит повысить конкурентоспособность туристских услуги послужит основой создания эффективной системы продвижения турпродукта дестинаций туристско-рекреационного комплекса Краснодарского края. Поэтому с целью повышения качества и конкурентоспособности туристских услуг, необходимо развивать дестинации, что приведет к повышению роли менеджмента и маркетинга дестинаций на уровне региона.

Список использованной литературы

1. Басюк А.С. Эффективное развитие региональных кластеров в условиях глобализации//Вестник Адыгейского государственного университета. Серия «Экономика». – Майкоп: изд-во АГУ, 2013. – Вып. 3 (127). – С.86-90.
2. Щепакин М.Б., Хандамова Э.Ф., Хараджан Л.В. К разработке методического подхода к оценке конкурентоспособности корпораций в условиях развивающихся маркетинговых коммуникаций (часть 1)// Экономика и предпринимательство. – 2013. – № 8(37). – С. 398-405.
3. Щепакин М.Б., Губин В.А. Теоретико-методологические аспекты управления экономической системой в условиях кризисной угрозы//Региональный научный журнал «Экономика устойчивого развития». – 2012. – № 9. – С.64-67.
4. Щепакин М.Б., Фицурина М.С., Кузнецова О.А., Артемьева А.В. К разработке организационно-экономического механизма управления предприятием по фактору «инновационное обновление»// Политематический сетевой электронный научный

журнал Кубанского государственного аграрного университета (Научный журнал КубГАУ) [Электронный ресурс]. – Краснодар: КубГАУ, 2012. – № 10(84). – Режим доступа: <http://ej.kubagro.ru/2012/10/pdf/20.pdf>

5. Щепакин М.Б., Томилко Ю.В. Классификация и формы организации отраслевых инновационных кластеров// Новые технологии. – Вып. 3. – Майкоп: Изд-во ГОУ ВПО «МГТУ». – 2012. - С. 226-230.

6. Щепакин М.Б., Маштаков А.И. Методологические и методические аспекты выбора стратегии развития региона// Труды Кубанского государственного аграрного университета. – Вып. № 4(19), 2009. – С. 12-17.

7. Молчан А. С. Ретроспективный анализ тенденций развития экономического потенциала региональной социально-экономической системы (на примере Краснодарского края)//Экономические науки. -2011. -№ 76. -С. 46-51.

8. Bryden J. Tourism and development. N.Y.; L., 1980.

9. Сердюкова Н.К., Гаврилец Г.Ю. Оценка современных тенденций продвижения туристского продукта // Известия Сочинского государственного университета. 2012. Т. 21. № 3. С. 90-95.

10. Официальный сайт Департамента экономического развития Краснодарского края // <http://economy.kubangov.ru/strateg/11/>

11. Brief Descriptions: Sites Inscribed in the World Heritage List. World Heritage Center UNESCO, Paris, 2003

References

1. Basjuk A.S. Jeffektivnoe razvitie regional'nyh klasterov v uslovijah globalizacii//Vestnik Adygejskogo gosudarstvennogo universiteta. Serija «Jekonomika». □Majkop: izd-vo AGU, 2013. □Vyp. 3 (127). – S.86-90.

2. Shhepakin M.B., Handamova Je.F., Haradzhan L.V. K razrabotke metodicheskogo podhoda k ocenke konkurentosposobnosti korporacij v uslovijah razvivajushhihsja marketingovyh kommunikacij (chast' 1)// Jekonomika i predprinimatel'stvo. – 2013. – № 8(37). – S. 398-405.

3. Shhepakin M.B., Gubin V.A. Teoretiko-metodologicheskie aspekty upravlenija jekonomicheskoj sistemoj v uslovijah krizisnoj ugrozy//Regional'nyj nauchnyj zhurnal «Jekonomika ustojchivogo razvitija». – 2012. – № 9. – S.64-67.

4. Shhepakin M.B., Ficurina M.S., Kuznecova O.A., Artem'eva A.V. K razrabotke organizacionno-jekonomicheskogo mehanizma upravlenija predprijatiem po faktoru «innovacionnoe obnovlenie»// Politematicheskij setevoj jelektronnyj nauchnyj zhurnal Kubanskogo gosudarstvennogo agrarnogo universiteta (Nauchnyj zhurnal KubGAU) [Jelektronnyj resurs]. – Krasnodar: KubGAU, 2012. – № 10(84). – Rezhim dostupa: <http://ej.kubagro.ru/2012/10/pdf/20.pdf>

5. Shhepakin M.B., Tomilko Ju.V. Klassifikacija i formy organizacii otraslevyih innovacionnyh klasterov// Novye tehnologii. – Vyp. 3. – Majkop: Izd-vo GOU VPO «MGTU». – 2012. - S. 226-230.

6. Shhepakin M.B., Mashtakov A.I. Metodologicheskie i metodicheskie aspekty vybora strategii razvitija regiona// Trudy Kubanskogo gosudarstvennogo agrarnogo universiteta. – Vyp. № 4(19), 2009. – S. 12-17.

7. Molchan A. S. Retrospektivnyj analiz tendencij razvitija jekonomicheskogo potenciala regional'noj social'no-jekonomicheskoj sistemy (na primere Krasnodarskogo kraja)//Jekonomicheskie nauki. -2011. -№ 76. -S. 46-51.

8. Bryden J. Tourism and development. N.Y.; L., 1980.

9. Serdjukova N.K., Gavrilec G.Ju. Ocenka sovremennyh tendencij prodvizhenija turistskogo produkta // Izvestija Sochinskogo gosudarstvennogo universiteta. 2012. T. 21. № 3. S. 90-95.

10. Oficial'nyj sajt Departamenta jekonomicheskogo razvitija Krasnodarskogo kraja // <http://economy.kubangov.ru/strateg/11/>

11. Brief Descriptions: Sites Inscribed in the World Heritage List. World Heritage Center UNESCO, Paris, 2003