

Развитие туризма в Краснодарском крае

Бугреева А.Ю. студентка 4 курса ИМСИТ

Научный руководитель – д.э.н., профессор Климова Н.В.

Туризм — это одна из важнейших сфер деятельности современной экономики, нацеленная на удовлетворение потребностей людей и повышение качества жизни населения. При этом в отличие от многих других отраслей экономики туризм не приводит к истощению природных ресурсов. Будучи экспортоориентированной сферой, туризм проявляет большую стабильность по сравнению с другими отраслями в условиях неустойчивой ситуации на мировых рынках.

Развитие сферы туризма идет семимильными шагами — число туристов с каждым годом растет, а вместе с этим растет и прибыль стран. Россия обладает богатыми рекреационными и бальнеологическими ресурсами, однако, на сегодняшний день и не до конца используются. И это несмотря даже на то, что не за горами 2014 год и знаменательная сочинская зимняя Олимпиада.

Сегодня можно смело заявлять, что туризм является не только активно развивающейся индустрией, но и хорошим источником дохода во многих странах. К сожалению, это пока что не применимо к России, где все еще только начинает становиться на тот уровень, которого давно придерживается вся Европа. Большую проблему составляет огромное количество незаконно действующих фирм, туроператоры, которые выполняют свою работу некачественно. В России количество таких операторов возрастает с каждым годом, и люди в принципе с недоверием относятся к организации собственного путешествия, особенно за границу. Это проблема вызвана отчасти законодательством РФ, и большой конкуренцией на рынке туристических услуг. Увы, от этого страдают и крупные, устоявшиеся фирмы с высоким качеством обслуживания.

Международная практика показывает, что повышение конкурентоспособности туристского продукта любой страны на мировом рынке может быть достигнуто при условии выделения государственных бюджетных средств, достаточных для некоммерческого продвижения туристского продукта на внутреннем и мировом рынках. Задача создания образа страны, благоприятной для посещения, является исключительно государственной задачей.

Экономическое значение туризма как источника денежных поступлений, обеспечения занятости населения, активизации регионального развития, фактора реструктуризации экономики в постиндустриальную эпоху постоянно возрастает. Индустрия туризма входит

в число трех ведущих отраслей мирового хозяйства, незначительно уступая лишь нефтедобывающей промышленности и автомобилестроению.

Демографические признаки (пол потребителей, их возраст; количество членов семьи). Это обусловлено доступностью характеристик, их устойчивостью во времени, а также наличием между ними и спросом очень тесной взаимосвязи. По возрастному признаку можно выделить следующие сегменты, которым должно соответствовать и разное предложение туристского продукта:

дети (до 14 лет), путешествующие как со своими родителями, так и без них;

молодежь (15-24 года);

относительно молодые, экономически активные люди (25-44 года), путешествующие семьями (с детьми);

экономически активные люди среднего возраста (45-60 лет), путешествующие без детей;

туристы старшего возраста (60 лет и старше).

Первый сегмент, относящийся к детскому туризму, зависит от решения родителей и взрослых. Молодежь, в основном, предпочитает относительно дешевые путешествия с использованием менее комфортабельных средств размещения и транспорта. Для людей 25-44 лет характерно преобладание семейного туризма, поэтому необходима возможность использования детских площадок для игр, детских бассейнов и др. Потребители 45-60 лет предъявляют повышенные требования к комфорту и удобству, содержательным экскурсионным программам. Туризм "третьего" возраста требует не только комфорта, но и возможности получения квалифицированной медицинской помощи, персонального внимания со стороны обслуживающего персонала¹.

Социально-экономические признаки предполагают выделение сегментов потребителей на основе общности социальной и профессиональной принадлежности, образования и уровня дохода. Существенное влияние на туристское поведение оказывает уровень доходов в семье. Ряд исследователей утверждают, что уровень дохода выступает одним из критериев принадлежности к высшему, среднему или низшему слою общества. Известно, что материальное положение человека сказывается на его потребностях, предпочтениях, покупательском выборе. Различия в материальном положении населения порождают неоднородность туристского спроса. С одной стороны, туристский спрос расширяется за счет все большего вовлечения в туризм лиц со средним и даже относительно низким

¹ . Гуляев В.Г. Туризм: экономика и социальное развитие. – М.: Финансы и статистика, 2009.

уровнем доходов по мере того, как потребность в отдыхе, связанном со сменой обстановки, с путешествием, превращается в одну из основных. С другой стороны, спрос на туристские поездки продолжают предъявлять лица с высоким уровнем доходов. Предложение туристского, продукта для этих двух различных групп должно быть различным. Если первых интересуют поездки, позволяющие получить максимальную скидку, основной целью их путешествия является отдых на море, при этом выбор места отдыха в основном определяется уровнем цен. Их принцип - за свои деньги получить все сполна.

Вторые предпочитают индивидуальные путешествия. Имея в основном высшее образование, они интересуются познавательными поездками, стремясь к смене впечатлений. Здесь представлены две возрастные категории: средний и "третий" возраст. Если лица "третьего" возраста путешествуют в составе групп, то представители среднего возраста предпочитают индивидуальные поездки или поездки небольшими группами друзей и знакомых. У этих людей интерес представляют дальние путешествия продолжительностью 2-3 недели. Туристы интересуются сувенирами, причем это могут быть дорогостоящие изделия, свидетельствующие о том, что люди совершили далекое экзотическое путешествие.

Краснодарский край — самый южный приграничный регион России, территориально входящий в Южный федеральный округ. Территория края составляет 76 тыс. км². Край расположен на Кубано-Приазовской низменности и частично в западной части системы Большого Кавказа. На севере и северо-востоке граничит с Ростовской областью, на востоке — со Ставропольским краем, на юге с Грузией и Карачаево-Черкесской Республикой. На юге и западе омывается водами Азовского и Черного морей. Из общей протяженности границы 1540 километров 740 километров проходит вдоль моря.

Краснодарский край расположен на широте северной Италии и южной Франции. В состав Краснодарского края входит 48 районов и городских округов, включающих 26 городов, 21 поселок городского типа и 1717 сельских населенных пункта. Административным центром края является город Краснодар.

Климат на большей части Краснодарского края умеренно-континентальный, на Черноморском побережье субтропический. Средняя многолетняя температура воздуха в январе от +5 °С в горах до 0 °С на равнине; в июле от +13 °С до +24 °С соответственно. Среднегодовой объем осадков от 400 мм в равнинной части до 3200 мм и более в горной. Средняя продолжительность вегетационного периода около 260 дней. На равнинах края преобладают черноземные почвы.

Целебный климат средиземноморского типа, теплые моря, уникальные природные минеральные источники и лечебные грязи снискали Кубани славу одного из самых экологически чистых и популярных курортно-туристических регионов страны.

Краснодарский край является комплексным центром оздоровления, отдыха и туризма, располагающим сетью разнообразных предприятий, специализирующихся на организации санаторно-курортного лечения, оздоровительного, морского, водного, горно-спортивного и экскурсионно-познавательного отдыха.

Природно-ресурсный рекреационный потенциал Юга России характеризуется разнообразием и в целом весьма емким, что обусловлено сочетанием равнинных, приморских, предгорных и высокогорных ландшафтов, наличием различных типов минеральных вод, лечебных грязей, довольно комфортными климатическими особенностями.

Особое место в рекреационных ресурсах края занимают минеральные источники, имеющие ценнейшее лечебное значение. Широко известны Мацестинские, Горячеключевские, Хадыженские, Запорожские, Семигорские источники. Большие запасы минеральных вод локализованы в Сочи-Адлерском артезианском бассейне мацестинских вод.

Кубань — колыбель древних цивилизаций, возраст которых исчисляется тысячами лет. Здесь находятся дольмены (самые древние достигают возраста пяти тысяч лет), курганы, древние городища, развалины древнегреческих колоний. Объектами познавательного туризма являются и достопримечательности местной природы: дендропарк, парк «Ривьера», бор пицундовской сосны (г. Геленджик), гора Ахун, Агурские водопады, Орлиные скалы, Воронцовская пещера, тиссо-самшитовая роща в Хосте, дельфинарии. В городах имеются музеи, концертные залы, театры.

Все это в целом послужило развитию крупнейшего в России курортно-туристского комплекса. В крае создано не менее 1200 предприятий санаторно-курортного комплекса и туризма, где могут одновременно разместиться около 250 тыс. человек. Хорошо развита инфраструктура детского отдыха, которая представлена оздоровительными учреждениями с одновременным пребыванием в них около 100 тыс. человек.

ДЕТСКИЕ ОЗДОРОВИТЕЛЬНЫЕ УЧРЕЖДЕНИЯ (ЛАГЕРЯ)

<i>Показатель</i>	<i>2000</i>	<i>2005</i>	<i>2006</i>	<i>2007</i>	<i>2008</i>	<i>2009</i>	<i>2010</i>
Число детских оздоровительных учреждений (лагерей)	618	832	921	828	829	899	1367
Численность детей, отдохнувших в них за лето, тыс. человек	157,0	205,6	211,7	205,4	195,7	241,5	230,9

ДЕТСКИЕ ОЗДОРОВИТЕЛЬНЫЕ УЧРЕЖДЕНИЯ (ЛАГЕРЯ) В 2010 ГОДУ

<i>ДОУ</i>	<i>Число детских оздоровительных учреждений (лагерей)</i>	<i>Численность детей, отдохнувших в них за лето, человек</i>
Всего	1367	230901
в том числе:		
загородные стационарные	42	33344
оздоровительные с дневным пребыванием детей в период каникул	1103	99768
детские санатории	3	8004
санаторно-оздоровительные круглогодичного действия	30	72797
труда и отдыха	101	7184
палаточные	5	769
прочие	83	9035

В Краснодарском крае из года в год растет объем санаторно-оздоровительных и туристско-экскурсионных услуг. Уникальный рекреационный потенциал обеспечивает развитие практически всех видов индустрии курортов, туризма и отдыха — приморский, горный, горнолыжный, бальнеологический. В Краснодарском крае сосредоточены все основные морские курорты России: Сочи, Анапа, Геленджик, Туапсе, Ейск².

Быстрыми темпами развиваются экстремальные виды туризма. Наиболее крупные, успешно работающие санаторно-курортные комплексы края: ЗАО СКО «Адлеркурорт», парк отель ОАО «Гостиница Ленинград», отель «Рэдиссон Лазурная САС» (г. Сочи), ООО курортный комплекс «Надежда» (г. Геленджик), ООО «Оздоровительный комплекс «Гамма» (Туапсинский район), санаторий «Акварин» (г. Анапа)³.

Ежегодно увеличивается число туристов, отдыхающих на курортах Краснодарского края, что связано с увеличением благосостояния россиян.

Позитивным фактором развития рекреационной отрасли выступает наличие сложившейся инфраструктуры отдыха и лечения, трудовые навыки и профессиональные традиции местного населения, сформированная система подготовки кадров, объединяющая как множество средних специальных, так и ряд высших учебных заведений.

Благоприятный климат, теплые моря, наличие минеральных и грязевых источников, уникальные по эстетической ценности горные и приморские пейзажи — все это

² Культура, отдых и туризм // Россия в цифрах – М.: Гос. ком. стат. РФ - 2010.

³ Анализ основных показателей рыночной активности гостиниц России // Отель. – 2009

определило роль Краснодарского края как одного из крупнейших туристических регионов России и стран СНГ.

Еще большее развитие регион получит вследствие проведения здесь зимних Олимпийских игр 2014 года — уже сейчас строятся новые гостиничные и развлекательные комплексы, улучшается инфраструктура.

Краснодарский край — один из наиболее привлекательных в туристическом плане регионов России. Однако отдых там, в основном сезонный — летом наплыв туристов, а зимой — затишье. И если сейчас эта ситуация еще более-менее приемлема, то после проведения в Сочи зимних Олимпийских игр-2014, огромное количество гостиничных и развлекательных комплексов, которые сейчас строятся на территории в Сочи и пригородах, могут оказаться невостребованными, и срок их окупаемости, по подсчетам экономистов, может составить более 20 лет. Разумеется, нет смысла ждать 2014 года, чтобы потом хвататься за голову и в оперативном порядке решать, что же со всем этим делать. Гораздо полезнее будет уже сейчас начать программу по продвижению Краснодарского края как круглогодичного курорта, тем более что все предпосылки для этого есть — это и великолепные горные склоны, и удивительная природа, и благодатный климат, и целебные минеральные источники, и культурное наследие, и развлекательные комплексы, и развитая и продолжающаяся развиваться инфраструктура.

Основной проблемой края является предвзятое отношение к нему туристов — многие даже не думают об этом регионе, как о месте, куда можно поехать на новогодние праздники, например, или в зимние каникулы с детьми.

Также нужно учесть, что и туристические фирмы начинают предлагать туры в Краснодарский край только ближе к лету, да стоимость проживания в отелях в основном размещают за летний период.

Все это создает впечатление, что Кубань как бы «замирает» на холодный сезон в ожидании тепла, притока туристов и, соответственно, денежных средств.

Специальные события необходимы региону, как, например, различные фестивали и открытия сезона именно они, наряду с продвижением горнолыжных комплексов, будут способствовать круглогодичному притоку туристов. Событийный туризм еще достаточно слабо развит в нашей стране, однако, это не означает, что он не прибылен, главное, чтобы мероприятия были должным образом освещены в СМИ и хорошо организованы, ведь даже небольшая оплошность в организации может привести к тому, что публикации будут иметь негативный характер и только понизят имидж мероприятия и курорта в целом⁴.

⁴ Дурович А.П. Маркетинг в туризме: Учеб. Пособие / А.П. Дурович. – 3-е изд., стереотип. – Мн.: Новое знание, 2010

В последние годы в мире наблюдается тенденция превышения темпов роста количества путешествующих в соседние страны или страны ближайших регионов над числом путешествующих в дальние страны. Некоторые эксперты связывают это с постоянной угрозой терроризма в мире, другие — с увеличением количества туристских поездок в год в связи с разбивкой отпусков. Эту тенденцию следует учитывать и стараться предлагать туристические продукты в своей стране лучше, чем это могли бы предложить соседние страны.

К основным факторам, определяющим будущее туризма, следует отнести общие и отраслевые факторы, такие как конкуренция, информационные технологии, авиаперевозки, туроператорские услуги, а также политические и социальные условия развития.

Отечественная туристическая отрасль на самом высоком уровне признана одним из важнейших секторов развития экономики. В 2010 году правительство РФ утвердило Концепцию Федеральной целевой программы "Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011-2016 годы)". Это то, чего так долго ждал российский туризм.

Разработана и сама программа, которую в ближайшее время намерено утвердить правительство. Как считают участники туррынка, это, несомненно, даст большой стимул для развития российского туризма. На реализацию мероприятий программы планируется направить 332 млрд руб., в том числе: средства федерального бюджета - 96 млрд руб (28,9%); средства региональных бюджетов - 25 млрд руб (7,5%); внебюджетные средства - 211 млрд руб (63,6%). В ближайшие три года ФЦП предусмотрено развивать восемь инвестиционных проектов в 6 регионах России: в Ярославской, Ивановской, Псковской, Ростовской, Рязанской областях и Алтайском крае. На реализацию этих проектов предполагается выделить от 50 до 90 млрд рублей из федерального бюджета и около 300 млрд составят частные инвестиции, заявил Виталий Мутко, министр спорта, туризма и молодежной политики.

В ближайшие три года государство намерено также развивать экологический туризм в заповедниках России. По словам Юрия Трутнева, министра природных ресурсов и экологии, в 2011-2013 гг. на эти цели из федерального бюджета будет выделено 2,4 млрд руб. В рамках 3-летней программы по реконструкции и модернизации инфраструктуры планируется обустроить 280 информационных и музейных центров для посетителей, спроектировать и обустроить 398 экскурсионных экологических троп и маршрутов, обустроить 250 объектов для размещения посетителей; оборудовать 36 мест отдыха на откры-

том воздухе, обновить транспортный парк заповедников. Также предусматривается организация сбора бытовых отходов.

Пилотными заповедниками предполагается сделать: Кроноцкий (Камчатский край), Байкальский (Республика Бурятия), Алтайский (Республика Алтай), Байкало-Ленский (Иркутская область), Воронежский (Воронежская и Липецкая области), Кавказский (Краснодарский край, Карачаево-Черкесия, Адыгея), Лапландский (Мурманская область), Саяно-Шушенский, Столбы (Красноярский край) и некоторые другие.

По данным минспорттуризма, реализация ФЦП позволит к 2017 году увеличить гостиничный фонд страны на 50 процентов, обеспечить рост инвестиций в основной капитал в 1,5 раза, довести объем платных туристических услуг до 900 млрд руб., увеличив его более чем в 5 раз. Отечественные туристические комплексы смогут обслуживать на 12 млн российских и 13 млн иностранных туристов больше, чем сегодня. Предполагается в отрасли создать свыше 1 млн новых рабочих мест.

Курорты Кавказских Минеральных Вод за прошедший год приняли 710 тысяч человек, что всего на 3% больше, чем в 2009 году, хотя среднегодовая загрузка осталась на уровне 100 процентов. Как считают эксперты, если говорить о перспективных направлениях развития туризма в России, то это прежде всего пляжный отдых в Краснодарском крае и отдых в Центральной России. А такие направления, как, например, Байкал, Алтай, Камчатка, доступны только тем, кто близко живет или у кого достаточно средств, чтобы туда добраться⁵.

Большие надежды туроператоры возлагают на россиян, готовых путешествовать на автомобилях. По данным минспорттуризма, в прошлом году количество таких туристов существенно выросло. Доля автотуристов в общей турпотоке составила 5%, а в Краснодарском крае эта цифра возросла до 30 процентов. Но рост количества автопутешественников сдерживает слабо и неравномерно развитая придорожная инфраструктура, состояние самих автодорог, а также гарантия безопасности. И без специальных государственных программ здесь не обойтись.

Надо отметить, что 2010-й год выдался нелегким для туризма. Осенью целая цепь негативных событий выявила немало пробелов в туристическом законодательстве. Беспрецедентное событие - крах одного из крупнейших туроператоров - повлекло невыполнение обязательств перед туристами, большие проблемы возникли и турагентов, работающих с туроператором-банкротом. По данным Ростуризма, на февраль 2011 года компания должна туристам более 326 млн руб, в страховую компанию, которая обеспечивала

⁵. Попова Р.Ю. Маркетинг, реклама и информация в туризме. – М.:2010

финансовые гарантии туроператора, поступили обращения граждан на сумму около 150 млн рублей.

В Ростуризме отмечают, что назрела необходимость внесения поправок в Закон "Об основах туристской деятельности", в частности, о повышении размера финансовой ответственности туроператоров. В первую очередь в законопроект войдут поправки, касающиеся повышения размера финансовых гарантий для крупных туроператоров пропорционально обороту при условии повышения прозрачности финансовой отчетности. В России в конце 2010 года вступил в силу закон, согласно которому Ростуризм получил право запрашивать результаты независимого аудита у туроператоров при подаче документов на фингарантии. Это нововведение поможет выяснять финансовое состояние компании. Что касается остальных поправок, то также будет включен пункт, касающийся аттестации гидов, экскурсоводов и инструкторов.

Кроме того, минспорттуризма намерено включить в законопроект положение, предусматривающее деятельность турагентств исключительно по поручению туроператора. Правда, по мнению самих операторов, это существенно сократит агентский рынок, поскольку повлечет за собой двойное налогообложение и усложнение документооборота⁶.

Список использованной литературы и источников:

1. Анализ основных показателей рыночной активности гостиниц России // Отель. – 2009
2. Гуляев В.Г. Туризм: экономика и социальное развитие. – М.: Финансы и статистика, 2009.
3. Дурович А.П. Маркетинг в туризме: Учеб. Пособие / А.П. Дурович. – 3-е изд., стереотип. – Мн.: Новое знание, 2010.
4. Культура, отдых и туризм // Россия в цифрах – М.: Гос. ком. стат. РФ - 2010.
5. Попова Р.Ю. Маркетинг, реклама и информация в туризме. – М.:2010
6. <http://economy.krasnodar.ru>
7. <http://tourinfo.ru/>
8. www.business-kuban.ru
9. www.krasnodartur.ru
10. <http://www.forumkuban.ru/kk8.shtml>

⁶ Культура, отдых и туризм // Россия в цифрах – М.: Гос. ком. стат. РФ - 2010