

Природные условия отдельных территорий черноморского побережья Краснодарского края: катализатор для индустрии туризма или фактор, ограничивающий ее развитие

Дмитрий Николаевич Фокин

Кубанский государственный университет, Россия
350058, г. Краснодар, ул. Ставропольская, 149
Аспирант
E-mail: dmitriyfokin1983@gmail.com

Аннотация. В этой статье рассматривается комплексное влияние региональных факторов на предприятия индустрии туризма, особое внимание уделено географическим факторам как трудноизменяемым. Приведены результаты исследования, проведенного среди представителей индустрии туризма Черноморского побережья Краснодарского края.

Ключевые слова: региональные факторы, сетевые организации индустрии туризма, адаптация к особенностям отдельной территории, Черноморское побережье Краснодарского края.

УДК 338.48 (262.5) (470.620)

Развитие территории Черноморского побережья Краснодарского края как части Северо-Кавказского туристского макрорайона РФ подразумевает выделение индустрии туризма важнейшей составляющей для всего региона. В данном контексте определение региональной единицы опирается не на административные границы, а на рекреационное районирование, которое не всегда совпадает с установленными границами районов [1]. Так отдельного рекреационного района на территории Черноморского побережья не представлено, однако появление множества связей между составными районами в последнее десятилетие позволяет говорить о Черноморском побережье как об отдельной территории туристской специализации. В аспекте маркетинга мест и конкурентных преимуществ отдельных территорий туристский потенциал Черноморского побережья действительно является серьезным плюсом по отношению как к другим территориям, так и к другим отраслям народного хозяйства региона [2].

Стоит отметить, что курортно-рекреационный потенциал вместе с климатическими условиями и рельефом местности Черноморского побережья действительно позволяет говорить о серьезном конкурентном преимуществе данной территории. Однако только наличие благоприятных природных факторов недостаточно для формирования устойчивого преимущества территории. На комплексное полноценное развитие влияет и другая группа факторов, которая неотъемлемо связана с конкретной территорией: экономические, политические, социально-культурные факторы оказывают на территорию влияние не меньшее, чем географические факторы природной среды. В зарубежной практике рассматривались вопросы, когда даже при ярко выраженном влиянии только одного или двух факторов территории не удавалось полноценно развить имеющиеся преимущества [3]. Так, даже наличие уникальных природных условий еще не гарантирует успешное развитие туристской деятельности. Необходимы также и инфраструктура, и коммуникации, и особый административный режим приема и обслуживания туристов. Все это базируется на человеческом (социальном) капитале местной территории, а турпоток вливается в культурно-историческую среду.

По мере развития территорий приоритет конкурентного роста смещается с существующих факторов (природная среда и историческое наследие) к вновь создаваемым факторам (экономика и социальная база). В современных условиях конкуренции в международном туризме за монетизацию существующих турпотоков уже недостаточно иметь только рекреационную базу. Необходимо смещать приоритет в сторону развития инфраструктуры и человеческого капитала, которые вместе составляют индустрию туризма [4].

Влияние региональных факторов отражено на схеме (рис. 1). Как видно, региональные факторы непосредственно формируют индустрию туризма. Так, рекреационные и культурно-исторические ресурсы являются необходимой базой для развития туризма;

инфраструктура обеспечивает доступность и комфортное использование этих ресурсов; туркомпании оказывают комплекс услуг, сотрудничая со смежными предприятиями; социальная сфера является источником трудовых ресурсов, также выступая стороной размещения в виде частного сектора. Местное самоуправление является необходимым промежуточным звеном, координирующим деятельность различных участников индустрии туризма в регионе.

При отсутствии подобной координации со стороны местных органов власти деятельности туркомпаний, не принимающих во внимание региональные факторы, возможно появление и отрицательных явлений, которые могут оказаться весомее положительных эффектов. Такие явления проявляются в росте цен на местные товары, услуги, земельные участки, недвижимость (арендную плату), отток капитала, ущерб экологии, рост социальной напряженности, однобокое развитие промышленности и сферы услуг.

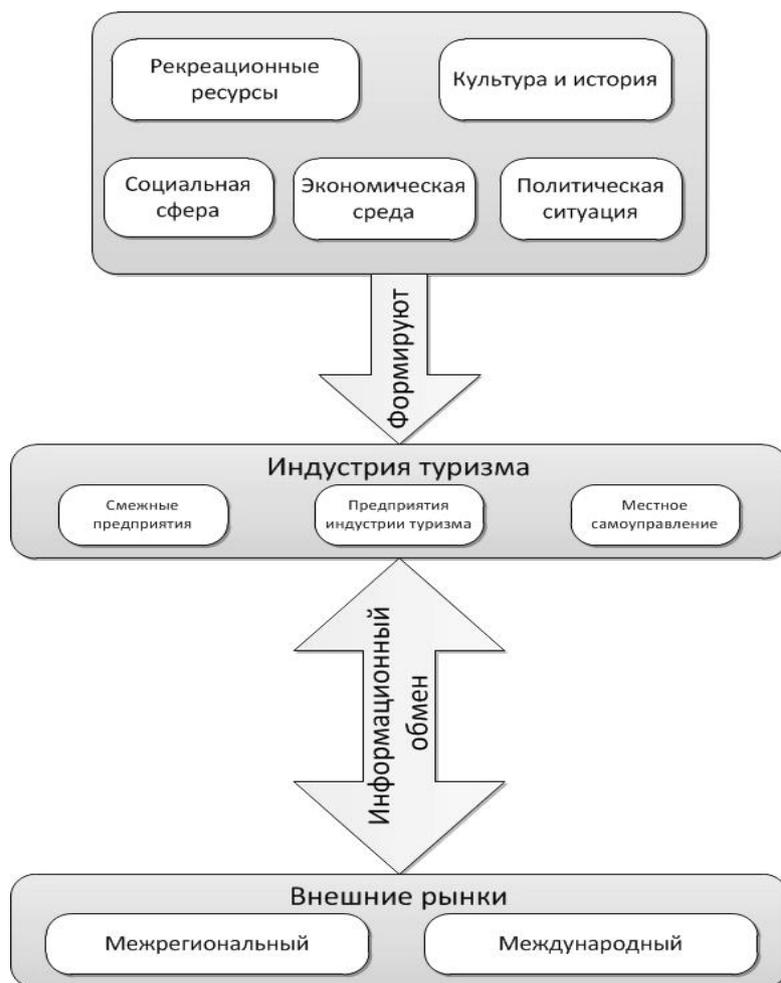


Рис. 1. Схема влияния региональных факторов на индустрию туризма в регионе

Несомненным остается и тот факт, что группа перечисленных факторов оказывает непосредственное влияние на деятельность всей индустрии туризма. Каждое предприятие в той или иной степени вынуждено адаптироваться к группе региональных факторов, разделяя их согласно приоритетам. В современных условиях интеграции и глобализации мировой экономики предприятия индустрии туризма получили новое развитие [5]. Относительная открытость границ сделала возможным географическую экспансию компаний, которые постепенно становятся мировыми брендами в индустрии туризма.

Наиболее эффективной моделью организационной структуры компаний индустрии туризма явилась сетевая модель, при которой методы административного управления подменяются более гибкими – рыночными – методами. Таким образом, образуются «внутренние рынки» в одной организации, позволяя в отдельных регионах переходить на механизмы самоуправления [6]. К примеру, для иностранных компаний (таких как Ассог,

ING, Residor, TUI Travel PLC) сетевой тип управления оказался наиболее приемлемым. Сетевые методы стали применяться такими организациями для создания представительств на различных территориях, где необходимо учитывать весь комплекс региональных факторов, влияющих на индустрию туризма [7].

В РФ приоритетными для сетевых компаний индустрии туризма последнее время оставались центральные районы (Санкт Петербург, Москва и Нижний Новгород), но постепенно акценты в развитии перемещаются в направлении ЮФО. Тому способствует не только подготовка к проведению международных мероприятий, но и уникальность природной среды.

Естественно, что при всем многообразии природной среды, фактор сезонности серьезно сказывается практически на всех предприятиях индустрии туризма. Только немногим гостиничным предприятиям (и связанным с ними турагентствам и перевозчикам) удалось приспособиться к резким перепадам в турпотоке [8].

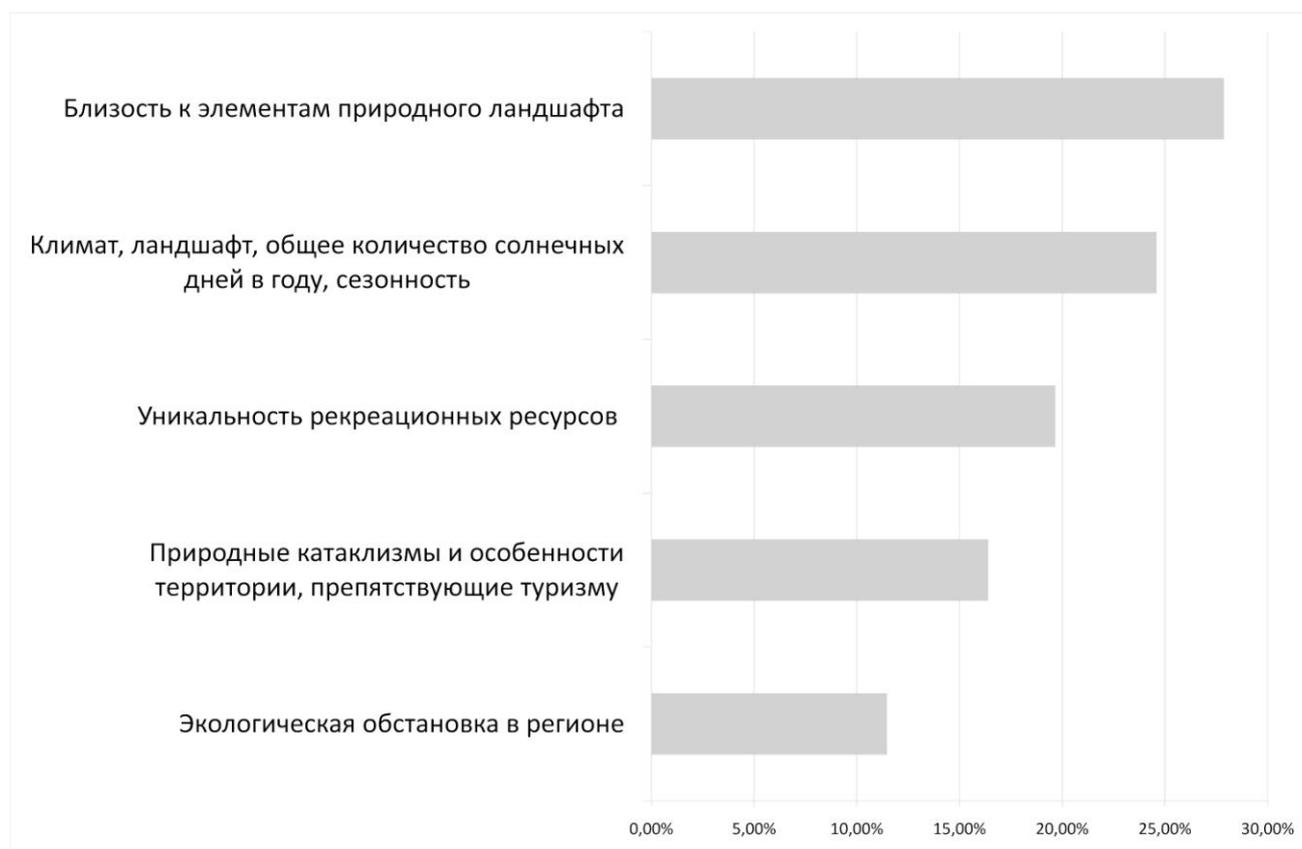


Рис. 2. Диаграмма влияния географических факторов

В ходе проводимого исследования кафедра международного туризма и менеджмента КубГУ провела анкетирование ряда гостиничных предприятий с целью выявления влияния географических факторов на их деятельность (рис.1). Учитывались близость к элементам природного ландшафта, уникальность рекреационных ресурсов, количество солнечных дней в году, температурный режим (сезонность), общая экологическая обстановка на определенной территории. Среди респондентов фигурировали такие предприятия, как: ГК «Гамма», гостиница «Новороссийск», «Молния – Отель – Небут», «ТАВС «Кубань», «Арли», «UNDERSUN», гранд-отель «Валентина» и другие.

Полученные данные показали, что наибольшее влияние на деятельность оказывает близость к элементам природного ландшафта и сезонность. Действительно расположение средств размещения вблизи рекреационных объектов существенно влияет на его эффективность. Можно даже проследить экономико-географическую закономерность в каждом туристском микрорайоне: близость к пляжу, к объекту культурного наследия, или транспортному узлу повышают общую доходность предприятия индустрии туризма. И этот фактор является «жестким», т.е. его трудно преодолеть. Так, гостинице вдали от пляжа или

другого рекреационного объекта приходится искать конкурентные преимущества в другой области, чем «близость к элементу природного ландшафта».

Сезонность практически одинаково влияет на все предприятия индустрии туризма рассматриваемого региона, она также является «жестким» фактором, к которому остается только приспособиться, т.е. адаптировать свою деятельность в соответствии с календарем. Адаптация может касаться не только оптимизации внутренних процессов, что характерно для мелких и средних предприятий, но и развития межсезонного отдыха, что под силу уже крупным компаниям.

Близость к уникальным природным объектам является также важным фактором, но его влияние незначительно; все же не это в первую очередь привлекает туристов на Черноморское побережье. Существенную роль играет развитая инфраструктура вокруг таких объектов.

Влиянию природных катаклизмов и экологической обстановке респонденты отдали меньше всего баллов по причине их редкого возникновения и быстрой локализации. Стоит отметить, что экологическая обстановка вокруг определенных участков напряженная непосредственным образом влияет на турпоток. Это касается разливов нефтепродуктов в районе Новороссийска и Туапсе, а также незаконного изменения ландшафта и сбросов отходов в окружающую среду на прибрежных территориях.

Адаптация именно к этим факторам вызывает затруднение. Однако в ходе опроса респондентов, указавших влияние данных факторов минимально, были выявлены способы адаптации. Условно данные способы можно разделить на две группы: внутреннего противодействия и внешней адаптации.

К способам внутреннего противодействия относят:

- скидки, пакетные предложения, новогодние программы, расширенное предложение для возрастных категорий, туры экономкласса;
- создание в собственной структуре всесезонных круглогодичных услуг или же услуг, ориентированных на зимнее время;
- ориентация на событийный туризм, специальные виды отдыха, создание базы для спортивного отдыха.

К способам внешней адаптации относят:

- долговременное сотрудничество с предприятиями, специализирующимися на отдыхе в зимний период времени;
- выделение собственных направлений зимнего отдыха, которые в летний сезон переориентируются;
- ориентация на спрос со стороны внутреннего туризма, использование новых видов внутриматерикового туризма.

Какими из перечисленных способов стоит воспользоваться, определяет конкретное предприятие, исходя из территориальных особенностей. Но как вывод стоит отметить определенную закономерность: наиболее эффективным способом адаптации к фактору сезонности является ее использование в формировании собственных услуг для целевого рекреанта.

Примечания:

1. Климанов В.В. Региональные системы и региональное развитие в России. М.: Едиториал УРСС, 2004. 296 с.
2. Котлер Ф., Боуэн Д., Мейкенз Дж. Маркетинг. Гостеприимство и туризм: учебник для вузов. М.: Юнити, 2007. 1071 с.
3. Катякало В.С., Шемранова В.Н. Сетевые стратегии гостиничного бизнеса. СПб.: Высшая школа менеджмента СПбГУ, 2008. 384 с.
4. Володько И. Краснодарский Край. Возвращение среднего класса // Туризм: практика, проблемы перспективы. 2009. №6. С. 44–56.
5. Соловьев М. Стратегии и стратегичность в туроператорской деятельности // Туризм: практика, проблемы перспективы. 2009. №2. С. 50–53.
6. Мирошниченко Н.В. / Сетевые формы межфирменной кооперации: стратегические вызовы и конкурентные преимущества новых организаций XXI века // Российский журнал менеджмента. 2006. №3. С. 165–168.

7. A World Ranking of the Top 100 Hospitality and Tourism Programs / E.S. Denver and oth. // Journal of Hospitality & Tourism Research. 2009. N4. P. 451–470.

8. Фатикова З. Будущее за провинциальным туризмом // Вестник Торгово-Промышленной палаты Краснодарского Края. 2010. №1. С. 22–24.

**Natural Conditions of Some Territories of the Black Sea Coast of Krasnodar Region:
Catalyst for Travel Industry or the Factor, Limiting Its Development**

Dmitry N. Fokin

Kuban State University, Russia
149 Stavropolskaya Str., Krasnodar 350058
Post-graduate student
E-mail: dmitriyfokin1983@gmail.com

Abstract. This contribution studies complex impact of regional factors on travel businesses, attaching special attention to geographical factors as hard changeable, brings in the results of the research, conducted among travel industry representatives of the Black Sea Coast of Krasnodar Region.

Keywords: regional factors, chain organizations of travel industry, adaptation to the territory features, Black Sea Coast of Krasnodar Region.

UDC 338.48(262. 5)(470.620)
