

**РЕГИОНАЛЬНЫЙ АСПЕКТ ОРГАНИЗАЦИИ  
ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ  
В РОСТОВСКОЙ ОБЛАСТИ**

**О. Ю. Кутарев**

**Институт сферы обслуживания и предпринимательства  
(филиал) Донского государственного технического университета,  
г. Шахты, Ростовская область, Россия**

**A REGIONAL ASPECT OF THE ORGANIZATION  
OF TOURIST AND RECREATIONAL ACTIVITY  
IN THE ROSTOV REGION**

**O. Yu. Kutarev**

**Institute of Services and Business (the branch)  
of the Don State Technical University, Shakhty, Rostov-on-Don region, Russia**

**Summary.** The article is devoted to the analysis of prospects of improvement of a recreational subsystem in a services sector of the Rostov region. The author pays attention to regional specifics of the problems which are on the way of a sustainable development of tourism and the most effective ways of their overcoming. In his opinion, the most actual directions of the organization of tourist and recreational activity in the Rostov region are: (1) a long-term planning in combination with a cluster approach; (2) the policy of demopolization in the sphere of tourist infrastructure; (3) the restriction of any price rise on transport and utilities by means of a legal regulation; (4) the realization of capacity of small hotels and integrated approach to formation of a tourist product; (5) carrying out the actions for improvement of the ecological environment; (6) the expansion of souvenir production.

**Key words:** region; recreation; tourism; Rostov region; cluster.

В процессе взаимодействия природной и социальной сред складывается окружающая человека природно-социальная среда. Она не только воздействует на здоровье людей, но и определяет специфику жизнедеятельности, структуру хозяйства региона. Своеобразную функционально-структурную роль в составе региональных социально-экономических систем играет рекреационная подсистема, образующая среду отдыха и восстановления здоровья населения. Т. П. Елисеева резонно указывает, что «единство региона как социально-экономической системы обеспечивается деятельностью людей, поэтому взаимосвязь видов и структуры производства и доходов является наиболее существенной. Кроме того, развитие региона зависит от ряда тенденций, формирующихся в его подсистемах, которые предопределяются функционированием трёх основных групп факторов – экономических, природных и демографических» [2].

В настоящее время крайне важной задачей представляется формирование единой концепции народно-хозяйственного развития. Тем более, что «экстремальная социально-экономическая ситуация характерна практически для всех регионов страны, старопромышленных и наиболее милитаризованных регионов Центра, Сибири и Дальнего Востока. К этой же группе относятся регионы социального бедствия, где до 90 % населения находятся ниже уровня бедности и безработица достигла опасных масштабов (Тува, Калмыкия, республики Северного Кавказа, некоторые регионы Нечерноземья)» [13]. Исследователи отмечают, что «практически все крупные предприятия Юга России пострадали от кризиса. Основное падение пришлось на промышленные Волгоградскую и Ростовскую области. Падение объёмов производства здесь составило более 40 %» [2].

Очевидно, что развитие территорий в решающей стадии зависит от избранной государственной региональной стратегии. Специалисты утверждают, что «в основе региональной политики лежит несколько концептуальных положений.

1. Ключевым направлением региональных мер является поддержка развития территорий путём стимулирования роста производственного сектора...
2. Степень выравнивания экономического роста по регионам...
3. ...Длительно сохраняющиеся межрегиональные различия в уровне благосостояния противоречат социально-правовым представлениям общества.

4. ...Считается целесообразным, чтобы экономические параметры различных регионов были бы относительно близки между собой» [19]. В полном созвучии с обозначенными тезисами выдержаны отдельные положения Указа Президента РФ от 12.05.2009 г. № 537 «О стратегии национальной безопасности РФ до 2020 г.»: «Приоритеты социальной и экономической политики России в современных условиях: ...повышение качества жизни российских граждан; ...экология живых систем и рациональное природопользование».

Вместе с тем не только в России, но и за рубежом распространено явление уско-ряющегося разрастания высокоразвитых территорий при параллельном стагни-ровании отсталых, как результат «перетока» квалифицированных кадров (к повы-шенным заработкам) и инвестиционных ресурсов (к более высокой доходности). Результатом такого неуправляемого процесса становится развитие «преуспеваю-щих» территорий за счёт обнищания «бедных».

Правительством РФ в августе 2001 г. была утверждена Программа «Сокра-щение различий в социально-экономическом развитии регионов РФ на 2002–2010 г. до 2015 г.», реализация которой завершилась в 2006 году (распоряжение Правительства Российской Федерации от 20 октября 2006 года № 1454-р). Тем временем «предусмотренное (после 2002 г.) распределение налога на добычу по-лезных ископаемых в виде углеводородного сырья – в федеральный бюджет – 80 %, региональный – 20 % (при действовавших ранее нормативах в федераль-ный бюджет – 40 %, региональный – 60 %) – существенно снизило доходную базу областного и местного бюджетов» [12]. Инвестиции в субъектах Южно-Россий-ского региона также распределяются крайне неравномерно. В 2003 г. на Красно-дарский край (35 %) и Ростовскую область (18 %) пришлось более половины всех инвестиций. «В разрезе субъектов Федерации разрыв уровней (по ВРП) достигает 40,5 раза (Ямало-Ненецкий а.о. – 770 %, Ингушетия – 19 %)» [7]. Если в муници-пальном образовании, в развитии которого наблюдаются признаки депрессивно-сти, проживает менее 50 тыс. человек, то оно в принципе не может рассчитывать на федеральную поддержку [16].

Вызывает удивление тот факт, что единая страна существует как будто в раз-ных измерениях. Например, В. В. Кистанов отмечает, что в северных районах Российской Федерации «при 8 % населения страны производится 100 % алмазов, кобальта, платиноидов, апатитового концентрата, 9/10 природного газа, меди, ни-келя, 3/4 нефти, 2/3 золота, половина продукции лесной и рыбной промышленно-сти» [7]; и тут же сожалеет, что «плотность населения в российской части Арктики (0,1–0,2 человека на 1 кв. км) в 3–7 раз выше, чем в зарубежной (0,03). При боль-шой численности **лишних людей** [выделено нами, О. К.] на Севере предостав-ленные им дорогостоящие льготы ложатся тяжким бременем на государственный бюджет» [7]. Интересно то, что алмазы, платина, газ, нефть, золото, в отличие от людей, лишними не являются.

Подобный подход наблюдается и в оценках такого важного интеграцион-ного фактора, как транспорт. Не первый год различные источники перепева-ют мотив о том, что пассажирские перевозки убыточны и финансируются за счёт грузовых. В учебнике уже упомянутого В. В. Кистанова, в главе «Меж-районные транспортно-экономические связи» [7, с. 325–332], пассажирским перевозкам посвящено 5 строчек. Автор ограничился констатацией факта, что таковые «сократились» [7]. Похоже, что пассажиры железных дорог, мно-гие из которых находятся в статусе граждан России, также отнесены к ка-тегории «лишних людей».

На наш взгляд, следует согласиться с мнением других авторов, например, Э. А. Уткина и А. Ф. Денисова, напоминающих, что «хотя перед пассажирской транспортной системой стоит множество зачастую противоречивых целей, её главной задачей можно считать обеспечение перемещения населения. Поэтому прямым результатом её работы, который отвечает основной цели, будет число перевезённых пассажиров» [5]. Вряд ли кто-нибудь будет оспаривать тот факт, что «главный вид транспорта на Юге России – железнодорожный» (Регионове-дение, 2002). Ростов-на-Дону – самый большой город, транспортный узел, про-мышленный и культурный центр Северного Кавказа.

Для развития экономики страны, региона, области крайне важно обеспечить доступность транспорта для населения. О развитии туризма без транспортного обеспечения вообще говорить не приходится. С. А. Севастьянова, рассматривая интересные инновации в туристской сфере, приводит такой пример: «железнодорожные компании стали предлагать туры по льготному тарифу с включением стоимости экскурсий в городах по разным маршрутам» [6]. Хотя автор не упоминает страну, где был предпринят подобный шаг, интуитивно понимаешь, что речь явно не идёт о России.

Сказанное относится не только к железным дорогам. В конце концов, можно воспользоваться автомобильным транспортом, в наименьшей степени монополизированным и по этой причине формирующим наиболее адекватную покупательной способности населения ценовую политику. Однако следует помнить, что в большинстве регионов России преобладающим фактором техногенного влияния на загрязнение становится автотранспорт. Да и уровень комфорта здесь оставляет желать лучшего. Эта проблема вообще характерна для стран со слабо развитой инфраструктурой. Например, «организация автобусных экскурсий из Шарм-эль-Шейха к пирамидам только в декабре 2004 г. привела к гибели более 50 туристов из-за низкой квалификации водителей» [6]. Аналогично тот, кто решится совершить рейсовую автобусную поездку из Ростова-на-Дону в Теберду, испытает изрядный дискомфорт.

Если гостиницы, работающие с иностранными туристами, ещё как-то пытаются прогнозировать тарифы на размещение, то про авиационные, железнодорожные, автобусные и автомобильные перевозки говорить не приходится. Такая ситуация серьёзно затрудняет планирование туристского продукта, продвижение его на рынке и реализацию. Парадокс заключается ещё и в том, что за услуги физически и морально устаревшего парка российского транспорта приходится платить немислимо высокие цены по западным меркам. Этого не могут понять иностранные туристы, приезжающие знакомиться с достопримечательностями России. «Авиа и железнодорожные перевозки составляют до 50 % стоимости тура и не оставляют туроператорам возможности гибкого подхода. От этого страдают и гостиничные предприятия. Ещё один фактор, негативно влияющий на развитие туризма в регионе, – тарифы и аренда: даже крупные гостиничные предприятия нередко вынуждены использовать собственные генераторы электроэнергии из-за высокой стоимости подключения и платежей» [17]. Главная проблема сегодня заключается в снижении конкурентоспособности российского турпродукта, потому что он становится слишком дорогим.

Один из важнейших факторов, способствующих росту цен – монополизация рынка – тенденция, крайне актуальная для России. «Можно выделить три уровня, на которых действуют субъекты естественной монополии: федеральный, региональный и местный, так как сферы деятельности таких хозяйствующих субъектов и границы рынков, как правило, не совпадают. Но условия, в которых такие субъекты осуществляют свою деятельность на соответствующих товарных рынках, едины для всех и законодательно закреплены в определении естественной монополии. Абсолютное большинство субъектов естественной монополии на местном уровне относится к предприятиям ресурсоснабжения ЖКХ» [2]. Эта особенность, в свою очередь, влияет на цены внутри всей туристской инфраструктуры конкретного региона. Существует ряд вопросов по регулированию деятельности субъектов естественной монополии регионального и местного уровней. Практика установления тарифов на услуги субъектов естественной монополии не имеет объективной основы, нет чёткого обоснования издержек при определении тарифов.

Некоторые из существующих препятствий на пути развития регионального туризма – невысокое качество обслуживания (по данным Минэкономразвития более 70 % гостиниц, функционирующих в РФ, по качеству обслуживания не подходят ни под одну из действующих категорий); высокая доля некатегорийных гостиниц (в 2008–2009 гг., по данным Росстата, 85 %); недостаток и низкая квалификация линейного персонала, высокая текучесть обслуживающего персонала гостиниц (в РФ, в отличие от США и других зарубежных стран, отсутствуют резервы подготовленных работников, а также тренинговые гостиницы, в которых осуществляется

краткосрочное обучение персонала); слабость справочно-информационной базы в гостиницах, низкий уровень информационного комфорта, снижающие показатели доходности из-за незнания гостем предлагаемого сервиса [2].

Т. В. Шевцова резонно отмечает, что «вопросы повышения квалификации и переподготовки сотрудников зачастую решаются посредством внутрифирменных тренингов, что не решает в полной мере проблем отрасли в области повышения качества сервиса, о чём свидетельствует анализ программных документов и личного опыта общения с представителями турбизнеса Ростовской области. Данные предпосылки актуализируют проблему создания «Регионального центра аттестации, переподготовки и повышения квалификации кадров туристской индустрии» [18].

Дефицит квалифицированных кадров сегодня ощущается практически во всех регионах Российской Федерации. К сожалению, прогнозирование спроса специалистов до последнего времени строилось в отраслевом разрезе. На наш взгляд, наиболее предпочтительным является подход, ориентированный на учёт потребностей рынка труда в городе, регионе, по конкретным специальностям. К сожалению, даже организаторы туристской деятельности порой крайне инертны.

Факт нехватки квалифицированных кадров в индустрии особенно сказывается в гостиничном секторе Черноморского побережья России. Связь образовательных учреждений и реальных предприятий гостиничной индустрии не налажена. Например, управляющие в сегменте HORECA города Сочи вообще не стремятся к улучшению обслуживания и повышению качества образования персонала. «Нас всё устраивает, клиенты никуда не денутся», – говорят они [4]. Смеем усомниться: «денутся», и уже «деваются». В Сочинском санатории летом 2012 года паре туристов необходимо было потратить не менее 70 тыс. руб. за 10-дневный отдых, не считая расходов на дорогу. Поездка в Испанию в тот же сезон могла обойтись в 30 тыс. руб. на двоих.

Политика лени и ценового «выкручивания рук» приводит к гигантским потерям потенциальной прибыли. Россиянин порой готов переплатить, лишь бы избавиться от грязи и безразличия хотя бы на период отдыха. «Как показывают исследования Всемирной туристской организации, российские туристы входят в десятку самых платежеспособных туристов в мире, занимая девятое место. При этом по уровню дохода на душу населения Россия занимает 76 место в мировом рейтинге» [17]. Получается, что граждане Российской Федерации готовы выложить за полноценный отдых гораздо большую долю своего ежегодного заработка, чем население любой другой страны. Достаточно нескольких цифр. «Россия занимает пятое место среди 130 стран по наличию рекреационных ресурсов мирового значения и девятое – по их культурному статусу; 59-е место среди 139 стран по конкурентоспособности туристского рынка и 33-е место – среди 42 европейских; на долю России приходится всего 1% мирового туристского потока; на отдых за границей россияне ежегодно тратят 27 млрд руб., в то время как доходы внутреннего и въездного туризма оцениваются всего в 10 млрд руб.» [1]. Осознав всеудушную жадность российского чиновничества, «крупнейшие иностранные туроператоры TEZ-TUR, Tui Trevel начали продавать сформированные туры турагентам и гражданам напрямую, минуя российскую посредническую сеть. Это позволило снизить итоговую стоимость тура для российских туристов» [17].

Отмеченные неблагоприятные тенденции характерны и для Северного Кавказа. Более 70% гостей Донского региона жалуется на несоответствующее функциональное и социальное качество обслуживания. Как показывает практика проводимых Комитетом защиты прав потребителей Южного федерального округа проверок, нарушения в сфере общественного питания носят тотальный характер. «Из сотни проведённых Комитетом проверок не было ни одной организации общественного питания, в которой не было бы выявлено тех или иных нарушений законодательства о защите прав потребителей или санитарных требований» [8]. Качество обслуживания тесно связано с социально-экономической ситуацией, характеризующей конкретный регион: в городах с низким уровнем дохода на одного жителя просто неоткуда взяться ресторану для среднего класса; подобной прослойки в этих регионах не существует в таком количестве, чтобы окупить

издержки работы предприятия общественного питания. Может быть, поэтому быстрее всего в России развивается не въездной или внутренний туризм, а выездной. «Web-сайты имеют лишь 5,7% предприятий от общего числа гостиниц и ресторанов Ростовской области» [2]. И это в то время, когда туристский продукт является одним из наиболее запрашиваемых в Интернете. Так, через электронную сеть получают около 68,2% информации о путешествиях: это информация о видах отдыха, ценах, картографические материалы и, конечно, бронирование. Достаточно сказать, что крупнейший оператор сети Интернет в Шахтах – ЮТК – не имеет в городе специалистов технической поддержки. Некоторые исследователи считают, что в России деградация человеческого потенциала, вызванная проблемами в здравоохранении, образовании, культуре вообще приобрела системный характер.

Анализ основных показателей деятельности гостиниц и иных средств размещения Южного федерального округа (по масштабам, уровню и темпам развития санаторно-курортной и туристской сфер хозяйства занимал первое место в 2010 г. среди регионов) позволяет отметить важную роль Ростовской области в развитии неотъемлемой составляющей туристской индустрии. «По числу гостиниц, номеров и размещённых лиц Ростовская область занимает 2-е место после Краснодарского края. В области действует 378 коллективных средств размещения, из которых более 50% – средства размещения гостиничного типа, принимающие до 75% всех туристов Ростовской области. В целом туристский потенциал региона оценивается экспертами на уровне 1–3 млн чел. в год. В объёме платных услуг субъектов туристской индустрии за рассматриваемый период 2006–2009 гг. преобладала доля услуг средств размещения: в 2006 г. – 81,6%, в 2007 г. – 82,3%, в 2008 г. – 68,8%, в 2009 г. – 67,1%. С 2007 г. наблюдалось снижение удельного веса услуг коллективных средств размещения на фоне возрастания доли услуг турфирм до 32,9% в 2009 г.» [2]. Туризм для Ростовской области в настоящее время может стать той уникальной возможностью, которая позволит возникнуть, окрепнуть и успешно развиваться стабильному, высокодоходному и устойчивому малому и среднему бизнесу.

Однако размеры областного и муниципальных бюджетов, а также частного капитала, инвестируемого в развитие туризма, не столь велики, чтобы «глобально» решить сверхзадачи по созданию туристской инфраструктуры в регионе на сегодняшний момент. «Мы не сможем построить свою «Эйфелеву башню» или «Диснейленд». Это показал и провал создания «Азов-сити» [11]. «В настоящее время вклад малого бизнеса в общий объём производимых предприятиями и организациями товаров и услуг в среднем по регионам России составляет 13–15%, что не соответствует параметрам экономически развитых стран, где аналогичные показатели превышают половину объёмов всего национального продукта» [2].

Ю. С. Пономарёв справедливо отмечает, что российские предприниматели в большинстве своём не настолько богаты, чтобы профинансировать создание с нуля инженерных и транспортных коммуникаций и объектов, обеспечивающих жизнедеятельность хозяйственно-бытовых структур. Обстоятельства продиктовали необходимость совместных усилий бюджетных возможностей государственных формирований и частного бизнеса. Подобное партнёрство необходимо массово применять и в Ростовской области для развития туризма. «Создаваемые сейчас спортивные, охотничьи, рыбные и экологические зоны могут значительно увеличить приток любителей активного отдыха», – продолжает автор. «Однако, на наш взгляд, властные структуры недостаточно стимулируют такие виды деятельности, как изготовление чучел из дичи и рыбы, добытых любителями охоты и рыбалки; народно-художественные промыслы, сувенирные поделки, отражающие донской быт, и т. п. – это значительно влияет на приток туристов... Что касается мест размещения, то их количество увеличивается в виде малых гостиниц, новых комплексов, да и старый гостиничный фонд стремится к обновлению», – считает Юрий Сергеевич.

Действительно, по данным Росстата, оборот малых гостиниц в 2009 г. составил 130,1 млрд руб., доля в общем объёме услуг по видам экономической деятельности – 1,5%, что соответствует 6-му месту из 13 после оптовой торговли (59,4%),

обрабатывающего производства (12,0 %) и строительства (12,0 %), операций с недвижимым имуществом (7,1 %), транспорта и связи (3,1 %), сельского хозяйства (2,1 %). В 2009 г. по сравнению с предыдущим 2008 г. оборот и доля возросли на 22 % (или на 23,4 млрд руб.) и на 0,4 % соответственно. К примеру, на Шахтинском рынке гостиничных услуг в настоящее время функционируют девять гостиниц, причём 7 из них (за исключением «Горняка» и «Никопола») – малые гостиницы вместимостью до 50 номеров.

Потенциал малых гостиниц может состоять в их уникальных качествах, неповторимости дизайнерского «лица», «авторском» подходе к предоставлению основных услуг, начиная с кухни и кончая конструкцией мебели. Ведь какой популярностью пользуется домбайская гостиница, напоминающая по форме летающую тарелку. Периодически приходится слышать о том, как мастера создают вращающиеся, перемещающиеся, «перевёрнутые» дома. Известный экспериментатор в области гостиничного бизнеса и гастрономии Урс Карли считает, что потенция дизайнерских бутик-отелей набирает силу. По его мнению, мода на такие отели продержится не менее 25 лет. Главный принцип бутик-отеля – это стопроцентная уникальность [6]. Мы разделяем мнение Е. А. Джанджугазовой, что «именно такого подхода и не хватает российскому гостиничному бизнесу». Следует прислушаться к мнению Д. Белла: «Даже если мы, пусть и с трудом, сумеем преодолеть дефицит материальных, дистрибутивных благ, нам не дано справиться с ограниченностью благ статусных. Они редки по самой своей природе. А экономике не разработал методологии, пригодной для оценки статусных благ и позволяющей определять общие закономерности их производства, распределения и обмена» [3].

И здесь на региональном уровне есть широкая перспектива для творческой деятельности. Позиционирование является одним из наиболее действенных инструментов туристского маркетинга, предоставляющим возможность туристским предприятиям, органам власти, региональным и муниципальным администрациям оказывать воздействие на развитие туризма в регионе, привлекать туристов и рекреантов при помощи выделения, конструирования и продвижения наиболее ценных в туристском отношении объектов и явлений той или иной территории. Причём сказанное относится не только к отдельным туристским объектам, но и к целым городам. Имидж города – это специально психологически формируемый образ города или его составляющих, ориентированный на определённую социальную группу с целью его продвижения. Статистика показывает, что для туристов с высоким уровнем удовлетворения высока вероятность повторного посещения региона и благоприятного отзыва о нём. При этом необходимо отметить, что создание бренда должно носить зонтичный характер для всего региона, т. е., чем брендов меньше, тем лучше. Это обусловлено необходимостью создания упрощённого образа региона в сознании туристов. Бренд должен быть широко распространён в регионе, встречаться по возможности чаще и обязательно находить отражение в производстве региональных сувениров.

Сувенирная продукция – важный компонент турпродукта. Недоработки по её созданию и производству чреваты значительными экономическими потерями. Так, в марте 2003 г. в Ханты-Мансийске проводился чемпионат мира по биатлону. По мнению специалистов туристско-экскурсионного бизнеса, спрос на некоторые виды сувенирной продукции, посвящённой данному мероприятию, значительно превзошёл её предложение. Не были удовлетворены потребности туристов; имела место упущенная выгода. Между тем во всём мире при организации подобных мероприятий уделяется большое внимание производству и реализации сувенирной продукции с символикой, так как в немалой степени благодаря этому окупаются расходы на проведение спортивных состязаний. Примером может служить опыт проведения Зимних Олимпийских игр в Лилихаммере (Норвегия), высокий коммерческий успех которых стал следствием, в том числе, активной торговли сувенирами с символикой игр. Упомянутое упущение характерно не только для Ханты-Мансийска. Крайне трудно найти в Риме или Венеции майку с названием этих городов, а изредка встречающаяся продукция такого рода (обычно китайского производства), как правило, непрезентабельна. Мало

кто будет спорить с утверждением, что одежда брендового характера пользуется спросом среди туристов. Тем более это относится к майкам свободного покроя, поскольку требования к их размерам крайне просты; реально конкурировать с ними могут разве что бейсболки.

Сувенир – это частица культуры народа. Совершенно справедливо его называют визитной карточкой страны, региона, населённого пункта, местной культуры и искусства. Сувениры играют познавательную роль, способствуют духовному обогащению людей, отражая жизнь местности, которую они представляют. Подобные «визитки» рекламируют достижения искусства, спорта, науки и техники региона, создают ему благоприятный имидж. Человек, демонстрируя привезённые из туристской поездки сувениры, невольно становится бесплатным рекламным агентом туристского центра, чем активно способствует привлечению в него новых туристов.

Города – туристские центры станут более конкурентоспособными, если будут предлагать туристам не только путешествие в свой город, но и новый опыт, впечатления и знания. В этом случае туристское предложение будет формироваться на основе многочисленных комбинаций услуг, которые может предложить туристский центр, обеспечивая удовлетворение широкого круга потребностей. «Чтобы повысить турпривлекательность региона, планируется развивать условия для велопутешествий; создавать архитектуру малых форм, отражающую историю городов и районов, их культурно-исторические особенности; создавать «арт-улицы» с лавками ремёсел, мастерскими, сувенирной продукцией; популяризировать туры выходного дня под лозунгом “Провести выходные на Дону!”» [9]. Учитывая ситуацию, сложившуюся в сфере транспорта, развитие велосипедного (а также, видимо, и конного) туризма в России представляется весьма актуальным.

Одним из важнейших факторов развития малого и среднего города является его транспортно-географическое положение. Наибольшие выгоды имеют те, которые входят в зоны влияния больших городов; на своё счастье Шахты относятся к таковым, особенно в связи с планирующимся переносом Ростовского аэродрома в район Новочеркаска и расширением агломерации вокруг Донской столицы. По сведениям авторов «Проекта стратегии социально-экономического развития Ростовской области на период до 2020 г.», основу турпотока (62 %) составляют туристы, приезжающие с деловыми (45 %) и культурно-познавательными (17 %) целями. Значительную долю в турпотоке (более 10 %) составляют туристы, предпочитающие рекреационный отдых. Доля туристов, посещающих область с лечебно-оздоровительными целями, невелика – всего 7%; на остальные виды туризма приходится по 2–4 % от общего турпотока в регион. Типичный потребитель городского туристского продукта – турист, который приезжает в город на уик-энд либо для участия в конференции или семинаре, с деловыми целями [6].

Как правило, основными мотивами выбора туристских услуг являются вид туризма и определённый уровень обслуживания, продолжительность отдыха. Специализация же обслуживания по возрастному принципу и по составу семьи диктуется спецификой обслуживания людей разных возрастных групп, возникающей на основе психофизиологических особенностей того или иного возраста, и обуславливается величиной туристских потоков на конкретную материальную базу.

Для многих подростков области г. Шахты является потенциальным местом учёбы, работы, занятий спортом. Периодически проводимые здесь «ярмарки профессий» уместно было бы совместить с «ярмарками учебных заведений», «ярмарками спорта». Наверняка потенциальным студентам было бы интересно узнать, как они могут организовать досуг с пользой для здоровья и карьеры, познакомиться с потенциальными работодателями. И их родители наверняка нашли бы деньги для того, чтобы обеспечить участие в подобном мероприятии. Следует помнить о том, что «туризм как социально-экономическая система способен эволюционировать из одного вида в другой» [14]. Качество турпродукта формируют разнообразные факторы, что является следствием его сущности, поскольку туристский продукт – это совокупность сложных элементов, удовлетворяющая потребности туристов во время путешествий и представляющая собой результат усилий многих предприятий. Все особенности региона должны учитываться

создателями туристского продукта. Полнейшая его реализация возможна в том случае, если рекреационная сеть позволяет туристу пользоваться всеми благами, представляемыми той или иной местностью.

Вселяет приятные надежды тот факт, что 8 ноября 2012 г. на XII Международном бизнес-форуме в честь 75-летия Ростовской области мэром г. Шахты Д. Станиславовым была представлена концепция застройки жилого района «Олимпийский». Проект рассчитан на 10–15 лет. Между фабрикой «Глория-Джинс» и посёлком Артём планируется выделение земельного участка в 221 га для комплексного жилищного строительства. Мэр сообщил, что в городе запланировано большое количество объектов для занятий массовым и профессиональным спортом.

Наибольшую склонность к активным формам туризма проявляют лица в возрасте 18–30 лет. Однако пик общей туристской подвижности людей наблюдается по достижении ими 30–50 лет [14]. Для этого возраста вопросы, связанные со здоровьем, постепенно выдвигаются на первый план.

Начиная с 2003 г. специалисты всерьёз заговорили о «русском SPA» как о самостоятельной модели рынка. По всей видимости, сама постановка вопроса исторически правомерна, особенно если учесть серьёзную медицинскую базу российских специалистов и исконно славянские традиции оздоровления: русскую баню, знаменитые русские массажи, траволечение, объединённые действительно системным подходом, органично сочетаемым со всем укладом жизни россиянина. Донской край в целом и г. Шахты в частности вполне могут выходить на рынок подобных услуг. Примером рациональной реализации комплексного подхода к оказанию услуг является опыт ООО «Акватория», входящего в комплекс «Green Park» (пригород г. Шахты). Вместимость гостиницы составляет 11 номеров (стоимостью от 2800 до 3800 руб./сут). Комплекс был открыт в 2011 г. Идея этого проекта заключалась в создании зоны отдыха по типу «экологическая деревня». В отличие от других гостиниц города здесь предлагаются услуги ресторанного питания, бассейна, спа-салона. Основными посетителями комплекса являются как гости города, так и шахтинцы, посещающие комплекс в рекреационных целях.

Проведённый в декабре 2012 года опрос студентов 2 курса нашего вуза (специальность – туризм) показал, что одним из самых перспективных направлений в индустрии туризма респонденты считают лечебно-оздоровительный туризм (50 % опрошенных). На втором месте оказался экологический туризм.

С проблемой оздоровления тесно связано экологическое состояние туристского региона. В этом отношении ситуация в России и Ростовской области очень неоднозначная. По данным «Росгидромета», «мониторингом качества атмосферного воздуха охвачено менее 300 городов России, что составляет менее 1/3 от общего количества населённых пунктов городского типа... Населённые пункты сельского типа практически не охвачены системой мониторинга экологической ситуации, особенно в удалённых от крупных городов районах» [16]. 67% населения России проживают на территории с уровнем загрязнения воздуха, не соответствующим гигиеническим нормам; более 40 % подаваемой в сеть питьевой воды не соответствует санитарным нормам [15]. По загрязнению атмосферы Северо-Кавказский федеральный округ занял в 2010 году второе место после Центрального ФО. Однако в районах с невысокой промышленной нагрузкой территория Ростовской области располагает значительными возможностями для реализации многих видов природного туризма, прежде всего экологического. Этому способствует туристский потенциал донских земель.

В настоящее время социально ориентированная ассоциация «Живая природа степи» планирует на основе добровольцев сформировать областной экологический актив, который при наличии координации сможет решать проблемы и воплощать идеи, нужные именно в этом регионе. Одним из продуктов проекта «Организация взаимодействия институтов гражданского общества для развития экологического туризма и образования в Ростовской области» станет справочник-путеводитель по экологическим маршрутам Ростовской области. Маршруты в нём составлены таким образом, что все они сходятся в главной природной достопримечательности области – в долине Маныча. Именно здесь расположены

объекты ассоциации – два участка с вольерным и полувольным содержанием исчезающих, редких и аборигенных птиц и животных – дрофы, журавля, лебедя-шипуна, сайгака, бизона, яка, буйвола, кулана. Здесь располагаются биосферный заповедник «Ростовский», водно-болотные угодья международного значения «Веселовское водохранилище» и озеро «Маныч-Гудило». Мало кто знает, что солёность этого крупного озера почти втрое превышает солёность Чёрного моря. В центре озера расположен знаменитый остров Водный, где уже более полувека обитает табун диких лошадей – мустангов. В 2011 году здесь насчитывалось уже порядка 130 особей. В заповеднике «Ростовский» уже оборудованы туристские маршруты, установлены аншлаги и информационные щиты. В идеале его руководство желает создать что-то похожее на «Асканию-Нова», который считается одним из семи природных чудес Украины.

Известно, что директор и владелец великокняжеского конного завода (ВКЗ) Юрий Кукота собирается инвестировать 100 млн руб. собственных средств в организацию на части территории полуострова озера Маныч-Гудило, расположенного восточнее г. Пролетарска, туристского проекта «Великокняжеский остров». Бизнесмен планирует создать экодеревню, где жители российских городов, в основном представители среднего класса, смогут приобщиться к природе и познакомиться с особенностями деревенского быта. Территория полуострова представляет собой непаханную степь, где растёт много ароматных трав.

В состав комплекса войдёт ранее построенная часовня. Юрий Кукота планирует также вырыть там пруд, высадить хвойный лес и оборудовать парковую зону. «Будет построено 10 домов из экологически чистых материалов, каждый на два номера. Снаружи дома стилизируют под мазанки с крытыми камышом крышами, внутри же будут современные удобства. Также в деревне разместится ресторан с летней площадкой, в подвальном этаже которого планируется оборудовать дегустационный зал, где, по замыслу Юрия Кукоты, смогут проводить дегустации различные компании. На территории деревни будет оборудована остановка, от которой гостей будут возить по всему острову в фаэтонах» [10].

Бизнесмен уже провёл на часть полуострова все коммуникации, кроме газа, который собирается подводить в ближайшее время. По его инициативе на полуострове было высажено 250 тыс. деревьев. Юрий Кукота сообщил, что путёвки не будут дорогими, пока планируется стоимость в 1,5 тыс. руб. с человека за сутки. В эту сумму будет входить завтрак. Остальные услуги – за дополнительную плату.

Идея сама по себе очень интересная. Отрадно, что кто-то вообще озабочен созидательной деятельностью, посадкой деревьев и т. п. Вместе с тем сомнительно, что указанная стоимость путёвки рассчитана на широкую клиентскую базу. В 2012 году спеццена на отдых в Болгарии, в районе Золотых песков, с 30 июня незадолго до вылета опускалась до 10 тыс. руб. с человека. Экологическая деревня Юрия Кукоты будет расположена в 200 километрах от столицы Донского края. Ростовский аэропорт ближе; 10 тысяч рублей за десять дней меньше, чем 15 тысяч; золотые пески вряд ли появятся на Маныче.

Известно, что в туристской индустрии стран ЕС трудоустроено до 65 % экономически активного населения [14]. По данным Росстата, каждый турист, приехавший в Россию, создаёт 10 рабочих мест [2]. Для регионов, подобных Ростовской области, повышение занятости населения является жизненно важным направлением деятельности. В 2012 году только в г. Шахты порядка 33 тыс. человек от 25 до 55 лет не числились ни за одной организацией и по базе данных проходили как неработающее население. Численность работающих в Шахтах – 44,3 тыс. человек, а в городе проживает 240 тыс. населения. Объективная информация о количестве работающих вахтовым методом отсутствует. Вместе с тем «только каждый двадцатый житель РФ совершает путешествия. В Европе, по экспертным оценкам, каждый четвёртый человек совершает два туристских путешествия в календарном году, каждый девятый – три путешествия и более. По рекомендациям Всемирной туристской организации (ЮНВТО) туризм в стране считается массовым, если в нём принимает участие более 50 % населения страны» [14]. Приведённые цифры свидетельствуют о системных проблемах,

существующих в российском туризме. По мере становления в Российской Федерации конкурентно-рыночной системы хозяйства возрастает потребность в совершенствовании системы регионального хозяйствования, придании ей на региональном срезе большей системности, плановости и управленческой чёткости. Региональный аспект туристской, рекреационной деятельности в сложившихся условиях будет приобретать для России особое значение. Мы совершенно согласны с С. А. Севастьяновой в том, что «региональная специализация турпродуктов должна стать центральным звеном соответствующих целевых программ, обеспечивая тем самым включение этих услуг не только в национальный, но и в мировой туристский рынок» [14]. Видимо, по этой причине губернатор Ростовской области В. Ю. Голубев в своём постановлении от 16.09.2010 г. № 187 «Об утверждении Областной долгосрочной целевой программы развития туризма в Ростовской области на 2011–2016 годы», рекомендовал органам местного самоуправления разработать и принять муниципальные программы развития туризма. Для Ростовской области вопрос эффективной эксплуатации туристской инфраструктуры приобретает особое значение в связи с проведением одного из этапов Чемпионата мира по футболу в 2018 году. Для чемпионата планируется построить ряд спортивных объектов, развлекательных комплексов, новых гостиниц и отелей.

По мнению основоположника теории кластеризации экономики М. Портера, кластер представляет собой группу географически соседствующих взаимосвязанных предприятий и связанных с ними организаций, действующих в определённой сфере и взаимодополняющих друг друга. Для достижения цели активизации ресурсного потенциала посредством кластерного подхода, перспективной является разработка и реализация крупных комплексных проектов в рамках целевых региональных программ развития сферы услуг.

Современный гостиничный кластер следует рассматривать прежде всего как сложную мезоэкономическую систему, совокупность взаимосвязанных кластеров. Особое значение кластерный подход имеет для малых предприятий. Рынок XXI века – это не «место встречи» мелких независимых товаропроизводителей, а «поле боя» крупных корпораций. Некоторые исследователи видят единственный способ сохранения малых фирм в условиях глобализации и возрастающей международной конкуренции в объединении их в кластеры. Как утверждают в Гарвардской школе бизнеса, кластерный сектор является главной движущей силой развития секторов, которые обслуживают локальный рынок.

Действительно, отель в наши дни – значительно больше, чем просто место для ночлега. Прекрасным поводом заглянуть в отель может стать спа-комплекс или фитнес-центр. Многие гостиницы, имеющие полноценную велнес-зону, охотно пускают в неё клиентов со стороны. Поэтому на очереди – строительство капитальных туристских сооружений круглогодичного действия и разнообразного профиля.

Таким образом, актуальными направлениями организации туристско-рекреационной деятельности в Ростовской области являются:

- 1) долгосрочное планирование в сочетании с кластерным подходом;
- 2) политика демонополизации в сфере туристской инфраструктуры;
- 3) ограничение произвольного роста цен на транспортные и коммунальные услуги посредством правового регулирования;
- 4) реализация потенциала малых гостиниц и комплексного подхода к формированию туристского продукта;
- 5) проведение мероприятий по оздоровлению экологической среды;
- 6) расширение производства сувенирной продукции.

#### Библиографический список

1. Агумава Ф. Всесоюзная здравница обретает вторую жизнь: перспективы развития туристского кластера в Северо-Кавказском регионе // Парламентская газета. – 2012. – 8 июня. – С. 19.
2. Актуальные аспекты социально-экономического развития региона: монография / под общ. ред. Т. П. Елисейевой. – Шахты : ФГБОУ ВПО «ЮРГУЭС», 2012.

3. Белл Д. Эпоха разобщённости: размышления о мире XXI века / Даниел Белл, Владислав Леонидович Иноземцев ; Центр исследований постиндустриального общества ; Журнал «Свободная мысль–XXI». – М. : Ред. журн. «Свободная мысль–XXI», 2007.
4. Виноградов А. В. Проблемы развития туристической отрасли в преддверии Олимпийских игр в Сочи–2014 // Теория и практика сервиса: экономика, социальная сфера, технологии. – 2012. – № 2 (12). – С. 112–118.
5. Государственное и муниципальное управление : учебное пособие / под ред. Э. А. Уткина, А. Ф. Денисова. – М. : ЭКМОС, 2002.
6. Джанджугазова Е. А. Маркетинг туристских территорий : учебное пособие для вузов. – М. : Академия, 2008.
7. Кистанов В. В. Региональная экономика России : учебник для вузов. – М. : Финансы и статистика, 2006.
8. Материалы по 1 вопросу повестки дня заседания МВК по защите прав потребителей на территории Ростовской области [Электронный ресурс]. URL: <http://zppdon.ru> (дата обращения 14.09.2011).
9. Отдых на Дону – на любой вкус // Шахтинские известия. – 2012. – 1 августа. – С. 5.
10. Полякова Ю. Отдохнуть по-деревенски // Город N. – 2012. – 29 мая. – С. 1, 4.
11. Пономарёв Ю. С. К вопросу о концепции долгосрочной целевой программы развития туризма в Ростовской области на 2011–2016 гг. // Развитие туризма на Юге России : междунар. науч.-практич. конф. – Шахты, 2011. – 22–24 сент. – С. 7.
12. Рахманин В. П. Механизм регионального налогообложения. – Шахты : ЮРГУЭС, 2005.
13. Региональная экономика : учебники и учебные пособия / под ред. В. П. Желтикова, Н. Г. Кузнецова, С. Г. Тяглова. – Ростов н/Д. : Феникс, 2001.
14. Севастьянова С. А. Региональное планирование развития туризма и гостиничного хозяйства: учебное пособие для вузов. – М. : Кнорус, 2007.
15. Скопин А. Ю. Экономическая география России : учебник для вузов. – М. : Проспект, 2005.
16. Стратегический анализ социально-экономического развития региона: принципы, основные направления, проблемы / под ред. В. А. Гневко, В. Е. Рохчина. – СПб. : Институт управления и экономики, 2004.
17. Фокин Д. Н. Комплекс региональных факторов, влияющих на индустрию туризма отдельных территорий черноморского побережья Краснодарского края // Сервис plus. – 2012. – № 1. – С. 30–37.
18. Шевцова Т. В. Программы дополнительного профессионального образования в контексте развития регионального туризма // Развитие туризма на Юге России : междунар. науч.-практич. конф. – Шахты, 2011. – 22–24 сент.
19. Экономическая теория. Экспресс-курс : учеб. пособ. / под ред. А. Г. Грязновой, Н. Н. Думной и А. Ю. Юданова. – М. : КНОРУС, 2007.

© Кутарев О. Ю.