

Попов Виктор Николаевич

доктор экономических наук,
профессор кафедры менеджмента
Ставропольского государственного
аграрного университета
dom-hors@mail.ru

Островская Виктория Николаевна

доктор экономических наук,
профессор кафедры управления проектами
и инновациями
Северо-Кавказского федерального университета
dom-hors@mail.ru

**ОЦЕНКА СУЩЕСТВУЮЩЕЙ
СТРАТЕГИЧЕСКОЙ МОДЕЛИ
ПОЗИЦИОНИРОВАНИЯ
СТАВРОПОЛЬСКОГО КРАЯ
КАК ТУРИСТСКОГО РЕГИОНА**

Аннотация:

Данная статья посвящена обзору существующей модели позиционирования Ставропольского края как туристского региона. Проведенное исследование позволяет утверждать, что туристский потенциал Ставропольского края используется не в полной мере и создание условий для качественного отдыха требует более активного проведения государственной политики в сфере туризма.

Ключевые слова:

позиция территории, стратегия позиционирования территории, туристский потенциал, туристская индустрия.

Popov Victor Nikolaevich

D.Phil. in Economics,
Professor of the Management Department,
Stavropol State Agrarian University
dom-hors@mail.ru

Ostrovskaya Victoria Nikolaevna

D.Phil. in Economics,
Professor of the Projects
and Innovations Management Department,
North Caucasian Federal University
dom-hors@mail.ru

**ASSESSMENT OF
EXISTING STRATEGIC MODEL OF
THE STAVROPOL TERRITORY
AS A TOURISM REGION**

Summary:

The article reviews an existing strategic model of the Stavropol Territory as a tourism region. The undertaken study shows that touristic resources of the Stavropol Territory are not fully employed and formation of qualitative recreation conditions requires more active state policy in the tourism industry.

Keywords:

territory position, strategy of territory positioning, touristic potential, tourism industry.

Позиционирование Ставропольского края включает маркетинговые усилия по разработке и внедрению в сознание целевых потребителей имиджа края как региона, благоприятного для туризма.

Ставропольский край благодаря своему географическому положению, богатой истории и уникальным природным ресурсам обладает высоким потенциалом для развития туризма. На территории края функционируют разветвленная сеть Северо-Кавказской железной дороги, ряд крупных автомагистралей, два международных аэропорта – в г. Минеральные Воды и г. Ставрополь, которые выполняют миссию воздушных ворот Кавказа [1].

Современная туристская индустрия занимает в структуре его доходов все более ощутимые позиции, что соответствует тенденции увеличения удельного веса доли туризма в мировом экспорте товаров и услуг.

Правительство Российской Федерации, Минэкономразвития, Федеральное агентство по туризму и Министерство курортов и туризма Ставропольского края направляют усилия на использование туризма в оздоровлении экономической ситуации в регионе.

По богатству и разнообразию природных факторов Ставропольский край занимает исключительное место. Уникальным богатством Ставропольского края являются рекреационные ресурсы, которые включают лечебные, гидроминеральные, грязевые, климатические, а также туристско-экскурсионные объекты.

На территории Ставропольского края располагается уникальный известный более двухсот лет курорт – Кавказские Минеральные Воды, способный круглогодично принимать отдыхающих, обладающий удачными климатологическими условиями, значительными запасами минеральных вод.

На территории Ставропольского края представлено большинство имеющихся в России природных ландшафтов: песчаные, глинистые, солончаковые полупустыни, степи, лесостепи, холмы, горы, лиственные леса, степные реки.

По разнообразию ландшафтов, памятников природы, водно-минеральных ресурсов, архитектуры, археологических памятников истории и культуры можно выделить следующие районы Ставропольского края, представляющие повышенный интерес для развития туризма: Кавказские Минеральные воды; район города Ставрополь; район города Невинномысска; долина рек Кума и Подкумок; район озера Маныч-Гудило; район города Александровска; район Чограйского водохранилища; район плато Стрижамент; Андроповский район; Георгиевский район; Буденовский район; районы Солёных озёр – источник лечебных грязей; районы запасов термальных источников (Кочубеевский, Курский).

Особенно стоит отметить памятники природы Ставропольского края, к которым относятся и уникальные представители флоры и фауны, занесенные в Красную книгу, и множество водно-минеральных источников, золотых форм рельефа, скал и гор, останцев, участков нетронутой степи – целины. Большинство этих памятников в крае находится под защитой государства. Наиболее богатым такими памятниками природы является регион Кавказских Минеральных вод.

Потенциал таких туристских продуктов, как исторические достопримечательности, неисчерпаем. Историко-культурное наследие охватывает всю социально-культурную среду с традициями и обычаями, особенностями бытовой и хозяйственной жизни. Практически каждая местность края может представлять познавательный интерес для туристов.

Ставропольский край расположен на стыке различных культур и является территорией активных этнических и культурных контактов народов Евразии. Через край проходила северная трасса Великого Шелкового пути. Здесь в эпоху бронзы происходило формирование индоевропейских народов. На территории края оставили свои следы скифы, сарматы, аланы, гунны, болгары, хазары, половцы и многие другие племена древности и средневековья. Поэтому на территории Ставропольского края до сих пор хранятся зримые следы истории – десятки сторожевых башен, храмов и мечетей.

На территории края имеется множество археологических памятников. Наиболее древние находки относятся к каменному веку – палеолитические памятники и памятники эпохи неолита близ Кисловодска и Железноводска (Селитряные скалы, Уллу-Кол).

Наиболее важными потребительскими свойствами Ставропольского края являются достаточность инфраструктуры, мощный промышленный потенциал, высокий образовательный, профессиональный и культурный уровень населения края. Из присущих потребительских свойств можно также выделить богатое историческое прошлое, выгодное географическое расположение, наличие традиций в сфере туризма, развитость сферы образования. Наиболее значимые события края, известные символы и исторические лица, мифы и легенды в той или иной степени отражают соответствующие Ставропольскому краю потребительские свойства.

Туристский потенциал Ставропольского края используется не в полной мере и создание условий для качественного отдыха требует более активного проведения государственной политики в сфере туризма. Анализ позиции Ставропольского края на российском и международном рынках показывает, что край удовлетворяет потребности туристов, прибывающих на лечение и отдых. Вместе с тем в отношении туристов, путешествующих с познавательными и деловыми целями, позиции Ставропольского края слабы, либо вообще не определены. Это объясняется, прежде всего, ассиметричным распространением информации о крае за его пределами: уникальные бальнеологические ресурсы, широко известные на территории России и за рубежом, влияют на въездной туристский поток намного сильнее, чем уровень развития инфраструктуры и качество туристского сервиса.

Для туристской индустрии края свойственно одностороннее позиционирование вследствие создания у потребителей слишком узкого представления о туристских возможностях и предлагаемых видах туризма. Имея существенный потенциал в области оздоровительного и познавательного туризма, Кавказские Минеральные Воды привлекают пока ограниченный контингент отдыхающих.

Слабые стороны существующей модели позиционирования Ставропольского края определяются следующими факторами:

- недостаточное количество информации о Ставропольском крае как регионе, безопасном для пребывания туристов;
- слабая информированность российских и иностранных туристов о туристском потенциале края, отсутствие специальной туристской информации на улицах, сервисных объектах и объектах показа;

- низкий уровень диверсификации туристских услуг, выражающийся в преобладании лечебно-оздоровительного туризма и экскурсионной деятельности с характерным для нее краткосрочным пребыванием туристов;
- недостаточное представление регионального туристского продукта в сети Интернет;
- слабое продвижение на мировом и региональных туристских рынках;
- недостаточное количество средств размещения туристского класса для организации массового туристского потока;
- недостаточное разнообразие культурно-познавательного туризма, в то время как общемировые тенденции демонстрируют популярность специализированных видов туризма, где ознакомление с достопримечательностями является частью разнообразной программы туров;
- недостаточное использование возможностей туризма выходного дня;
- недостаточное использование фестивального, ярмарочного, выставочного потенциала в туристских целях;
- слабый уровень квалификационной подготовки обслуживающего персонала.

В крае используется стратегия позиционирования, основанная на укреплении существующих позиций. Такая позиция не может быть приемлемой, так как недостаточно близка к желаниям целевого рынка и не отлична от конкурентных предложений [2].

В условиях реализации Стратегии развития туристско-рекреационного комплекса Ставропольского края до 2020 г., предусматривающей диверсификацию туристского продукта с развитием развлекательного, делового, событийного туризма, туризма выходного дня необходимо прибегнуть к постепенному перепозиционированию, что означает захват новых рыночных сегментов и разработку новых ценностей, не распространенных в данный момент на туристском рынке Ставропольского края. В этой связи существует необходимость реконструировать имидж для еще большего приближения к желаниям потребителей туристских услуг [3].

Стратегия позиционирования Ставропольского края в данном случае будет заключаться в донесении до целевого сегмента потребителей основного существующего конкурентного преимущества – уникальность рекреационных ресурсов и туристско-экскурсионных объектов.

Улучшение в краткосрочной перспективе важнейших для потребителей свойств края и эффективное донесение до них существующей позиции позволит снизить негативное влияние современных тенденций развития и достичь устойчивого конкурентоспособного положения в туризме.

На фоне других субъектов Северо-Кавказского федерального округа Ставропольский край обладает уникальным туристско-рекреационным потенциалом, который определяется богатыми природно-ресурсными возможностями, богатым культурно-историческим наследием, разнообразным этнографическим составом, выгодным географическим положением, наличием центров делового туризма и конгрессно-выставочного туризма в гг. Ставрополь, Пятигорск, Кисловодск, Невинномысск.

Все это делает Ставропольский край благоприятным регионом для развития различных видов туризма.

Анализ развития внутреннего и въездного туризма Ставропольского края в оценках представителей и потребителей услуг туристской индустрии показал, что население Ставропольского края в целом оказалось информированным относительно основных туристских зон края. Тем не менее, ни одна зона не обладает 100-процентной известностью. Наибольшей известностью среди населения пользуются Кавказские Минеральные Воды.

Широкую известность среди населения имеют природные объекты, нежели объекты культурно-исторического значения. Поездки на природу не рассматриваются населением в качестве одного из направлений организованного туризма.

Исторический и природный туризм внутри края имеют практически равное небольшое количество сторонников среди населения. Наименьший интерес у населения вызывают этнографические туры. Комбинированные туры по Ставропольскому краю и другим регионам Северо-Кавказского федерального округа могут привлечь достаточное количество туристов. Наиболее перспективными направлениями развития комбинированных туров по Ставропольскому краю и другим регионам СКФО выступают туры, сочетающие отдых и путешествие с познанием исторических достопримечательностей.

Наиболее популярными источниками получения информации об отдыхе и туризме в Ставропольском крае были названы журналы, газеты, сеть Интернет, межличностные коммуникации. Лишь половина населения удовлетворены количеством предлагаемой информации о туристских услугах по Ставропольскому краю и СКФО, что уступает удовлетворенности количеством информации о туристских услугах за рубежом [4].

Перспективными видами туризма являются: лечебно-оздоровительный, событийный, деловой, развлекательный и экстремально-спортивный. Данные виды сегментов туристского рынка требуют особых и всесторонних подходов, применяемых в организации развития туристского рынка, в контексте учета требований, выдвигаемых различными социальными группами.

К перспективным возможностям позиционирования туристских услуг в Ставропольском крае можно отнести:

- интерес к незнакомому и малознакомому для многочисленных сегментов международного и внутреннего туризма направлению;
- толерантность культур и этноса;
- развитие новых конкурентоспособных туристских предложений (спортивных, экологических, кулинарных и др.);
- рост числа туроператоров для быстрого освоения рынка туристских услуг в Ставропольском крае, в том числе в муниципальных образованиях [5].

Уникальные природно-климатические условия Ставропольского края, наличие передовых оздоровительных технологий, исторические достопримечательности создают потенциал для развития конкурентоспособного туристско-рекреационного комплекса международного уровня, формирующего позитивный имидж края и обеспечивающего потребности населения в услугах, связанных с лечением, отдыхом и туризмом.

Для эффективного позиционирования Ставропольского края как туристского направления должно быть сформировано «позиционное утверждение», основанное на бренде Ставропольского края как места, привлекательного для туризма.

Таким образом, анализ состояния туристской индустрии в Ставропольском крае свидетельствует о высоком потенциале для развития въездного и внутреннего туризма. Вклад туризма в экономику региона малозначительный и сдерживается недостаточным финансированием отрасли и информированностью населения о туристских возможностях области, дефицитом квалифицированных кадров. Среди факторов, сдерживающих развитие внутреннего и въездного туризма, следует выделить:

- неразвитая туристская инфраструктура, в том числе, отсутствие сети малых гостиниц;
- отсутствие положительного туристского имиджа и рекламы туристских возможностей Ставропольского края на международном уровне и на уровне Российской Федерации;
- недостаточное инвестирование в сферу туризма и производство сувенирной продукции и народных промыслов;
- недостаточное кадровое обеспечение сферы туризма, в том числе, специалистами среднего звена, и отсутствие единой системы переподготовки и повышения их квалификации.

Ссылки:

1. Краевая целевая программа «Развитие курортов и туризма в Ставропольском крае на 2012–2016 годы» от 20 июля 2011 г. № 287-п (в ред. постановления Правительства Ставропольского края от 18.01.2012 № 12-п).
2. Стратегия развития туристско-рекреационного комплекса Ставропольского края до 2020 года. Ставрополь, 2009.
3. Саак А.Э., Пшеничных Ю.А. Маркетинг в социально-культурном сервисе и туризме: учебное пособие. СПб., 2007.
4. Стратегия социально-экономического развития Северо-Кавказского федерального округа до 2025 года от 06.09.2010 г. № 1485-р.
5. Скачков Р.А. Коммуникативные стратегические цели как основа развития туристического кластера региона // Фундаментальные исследования. 2011. № 12 (часть 3). С. 662–665 URL: www.rae.ru/fs/?section=content&op=show_article&article_id=7981791 (дата обращения: 10.11.2012).

References (transliterated):

1. Kraevaya tselevaya programma «Razvitie kurortov i turizma v Stavropol'skom krae na 2012–2016 gody» ot 20 iyulya 2011 g. № 287-p (v red. postanovleniya Pravitel'stva Stavropol'skogo kraya ot 18.01.2012 № 12-p).
2. Strategiya razvitiya turistsko-rekreatsionnogo kompleksa Stavropol'skogo kraya do 2020 goda. Stavropol', 2009.
3. Saak A.E., Pshenichnykh Y.A. Marketing v sotsial'no-kul'turnom servise i turizme: uchebnoe posobie. SPb., 2007.
4. Strategiya sotsial'no-ekonomicheskogo razvitiya Severo-Kavkazskogo federal'nogo okruga do 2025 goda ot 06.09.2010 g. № 1485-r.
5. Skachkov R.A. Kommunikativnie strategicheskie tseli kak osnova razvitiya turisticheskogo klastera regiona // Fundamental'nie issledovaniya. 2011. № 12 (part 3). 3. 662–665 URL: www.rae.ru/fs/?section=content&op=show_article&article_id=7981791 (date of access: 10.11.2012).