

Е. О. Таппасханова^{а)}, З. А. Мустафаева^{а)}, Р. А. Токмакова^{а)}, М. З. Кудашева^{а)}

^{а)} Кабардино-Балкарский государственный университет им. Х. М. Бербекова

РАЗВИТИЕ ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННОГО КОМПЛЕКСА РЕГИОНА¹

В работе предметом изучения является туристско-рекреационный комплекс Кабардино-Балкарской Республики. Цель работы заключается в определении путей решения проблем, которые имеются в развитии туристско-рекреационного комплекса республики. Результаты исследования показали, что несмотря на то, что в его развитии сделаны определенные позитивные шаги, регион по показателям развития туризма и рекреации еще не достиг уровня 1990-х гг., возможности этого важнейшего сектора экономики республики остаются не вполне востребованными. Подчеркивается, что важнейшим фактором развития туристско-рекреационного комплекса является состояние его инфраструктуры. Рекомендовано использование модели управления инфраструктурой, направленной на обеспечение его эффективного функционирования и развития за счет формирования системы взаимодействия всех уровней власти, через сеть центров развития туристского и рекреационного комплексов. В статье также обосновывается необходимость использования инновационных подходов в развитии туристско-рекреационного комплекса республики, в частности разработки новых туристических направлений. С целью совершенствования системы подготовки профессиональных кадров для сферы туризма и рекреации обосновывается необходимость перехода к многоуровневой подготовке специалистов. Определены основные направления формирования имиджа республики на основе разработки и реализации региональной программы формирования ее имиджа как туристской территории и создания информационного центра туризма. Реализация всех этих задач позволит создать в Кабардино-Балкарии высокоэффективный и конкурентоспособный туристско-рекреационный комплекс.

Ключевые слова: туризм, рекреация, туристско-рекреационный потенциал, туристско-рекреационный комплекс, инфраструктура туристско-рекреационного комплекса, инновации в туризме, имидж туристско-рекреационной территории, информационный центр туризма

1. Введение

В хозяйственном комплексе региона, имеющего туристско-рекреационную специализацию, развитие туристско-рекреационного комплекса (ТРК) представляет собой проблему, требующую тщательного анализа, определения стратегии управления и разработки комплекса мероприятий для ее реализации. Это объясняется, прежде всего, тем, что ТРК, выполняя экономические и социальные функции, относится к наиболее динамичным секторам экономики, стимулирует развитие ключевых отраслей экономики, способствует социально-экономиче-

скому развитию общества, что ведет к росту благосостояния его населения².

Кабардино-Балкарская Республика (КБР) входит в состав самого «молодого» Северо-Кавказского федерального округа (СКФО), образованного в январе 2010 г.

Республика относится к депрессивным, трудоизбыточным регионам. И хотя Кабардино-Балкария лидирует среди регионов СКФО по таким показателям, как производство продукции сельского хозяйства и суммарный валовый региональный продукт, по основным экономическим показателям она занимает последние

¹ © Таппасханова Е. О., Мустафаева З. А., Токмакова Р. А., Кудашева М. З. Текст. 2015.

² Sadi Muhammad Asad, Joan C. Henderson. Tourism in Saudi Arabia and its Future development [Электронный ресурс]. URL: <http://qspace.qu.edu.qa/handle/10576/8105> (дата обращения: 17.12.2013).

места. Хозяйственный комплекс региона, который был сформирован еще в предыдущие десятилетия, имеет индустриально-аграрную структуру.

Долгие годы существование Кабардино-Балкарии определялось, в основном, дотациями государства в бюджет республики, объем которых достигал 70–90 %. В 2008 г. Кабардино-Балкарию исключили из перечня высокодотационных субъектов Российской Федерации. И хотя уровень дотационности на сегодняшний день остается все еще значительным (54,5 % в 2014 г.), для дальнейшего обеспечения экономического роста и повышения на этой основе уровня жизни населения республики требуется изыскание внутренних резервов ее социально-экономического развития, а настоящий момент вполне соответствует потребностям федеративного обустройства [1]. В связи с этим актуальными остаются вопросы, касающиеся определения перспектив развития экономики Кабардино-Балкарии преимущественно за счет развития туристско-рекреационного комплекса.

2. Состояние туристско-рекреационного комплекса региона

Кабардино-Балкарская Республика имеет значительный туристско-рекреационный потенциал. На площади, занимающей 51 % территории региона, находятся живописные ущелья, горные озера и реки, развитая растительность, все высоты-пятитысячники Кавказа. В КБР выделяют различные типы климата, благоприятные для здоровья отдыхающих. Вместе со Ставропольским краем республика делит сульфидно-иловые грязи одного из самого известного в России озера Тамбукан, обеспечивая ими известные в Европе курорты. В республике сосредоточено около 100 источников минеральных вод.

В основном туристский комплекс КБР представлен пятью крупными объединениями: ОАО «Эльбрустурист», ОАО «Каббалкальпинист», ОАО «Каббалктурурист», ОАО «Эльбрусинтур», ОАО «Курорт Нальчик» Деятельность данных пяти предприятий выступает основой формирования и развития туристского продукта региона.

На сегодня реестр объектов туристско-рекреационного комплекса КБР включает 232 предприятия различных типов (табл. 1). Единновременно республика может разместить более 15 тысяч отдыхающих и туристов. В 2012–2013 гг. было введено в эксплуатацию 48 объектов, относящихся к туристской инфра-

Таблица 1

Объекты туристско-рекреационного комплекса КБР

Тип объекта	Количество
Санаторно-курортные учреждения	36
Оздоровительные лагеря	21
Альпинистские лагеря, спортивные базы и пансионаты	17
Частные коллективные средства размещения туристов в Приэльбрусье	89
Гостиницы	15
Туристические фирмы	54
Всего	232

* Инвестиционный паспорт Кабардино-Балкарской Республики. Нальчик — характеристики курорта. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.kbr-invest.ru/ru/node/241> (дата обращения: 15.04.2014).

структуре, из них 14 — это коллективные средства размещения на 509 койко-мест. Порядка 70 объектов находятся в незавершенном строительстве. В республику в 2013 г. приехало отдохнуть около 248 тыс. чел., это на 102,4 % больше чем было запланировано, 21909 детей имели возможность получить лечение и отдых¹.

За последние годы в республике построены две очереди канатной дороги, проведена сертификация горнолыжных трасс на гору Эльбрус, строятся селелавинозащитные сооружения, проведена реконструкция автомобильных дорог в районе Приэльбрусья. Важные показатели в экономике региона, результирующие деятельность ТРК, — объем прибыли и объем платежей в бюджет — свидетельствуют о росте доходов ТРК и финансовых отчислений в бюджет КБР. Однако в 1990-е гг. доходы ТРК в Кабардино-Балкарии составляли около 40 % годового бюджета против 2,7 % в 2012 г. Доля прибыли ТРК в ВРП Кабардино-Балкарии в 2012 г. составила всего 2,0 % [2].

Анализ туристско-рекреационного комплекса КБР выявил ряд основных проблем, препятствующих в настоящее время его развитию:

- несовершенная законодательная и нормативно-правовая база;
- несогласованные и разобщенные действия Федерального агентства по туризму, с одной стороны, и Министерства здравоохранения и социального развития РФ — с другой;
- отсутствие конкретного разграничения полномочий органов государственной исполнительной власти и местного самоуправления

¹ Заседание коллегии в министерстве спорта и туризма КБР от 24 января 2014 года. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.pravitelstvokbr.ru/k-br/kbr-maiN.Nsf/0/0380304AB7ED> (дата обращения: 23.05.2014).

в сфере управления, контроля и развития ТРК КБР;

- неэффективное функционирование имеющихся объектов ТРК;
- недостаточное количество и мощности объектов комплекса и мест размещения;
- ограниченный набор предоставляемых рекреационных услуг;
- низкая развитость инфраструктуры;
- неэффективная система управления развитием комплекса;
- пассивность маркетинговой и информационно-рекламной деятельности;
- изношенность основных средств курортно-туристического комплекса (с 1992 г. по 2002 г. средства размещения курорта «Нальчик» использовались не по назначению — для размещения внутренних войск и беженцев из Чеченской и Ингушской республик, что привело к значительному износу фонда, а также инвентаря санаторного комплекса в негодное состояние) и производственной инфраструктуры;
- постепенное истощение лечебных и природно-климатических ресурсов республики;
- невозможность обеспечения бесперебойного водоснабжения санаторно-курортных учреждений курорта «Нальчик»;
- низкая квалификация кадров как следствие отсутствия четко работающей многоступенчатой системы образования в области туристской индустрии, охватывающей все уровни — от профессиональной ориентации школьников до высшего уровня квалификации.

К одному из важнейших факторов, тормозящих развитие ТРК Кабардино-Балкарии, относится неразвитость его инфраструктуры, представляющей собой государственные и негосударственные общественные, образовательные и коммерческие организации, основной задачей которых является формирование благоприятных условий и оказания всесторонней поддержки для его развития.

Анализ инфраструктуры ТРК республики показал, что в плохом еще состоянии находится коммунальная инфраструктура. Не ведется в необходимых объемах строительство дорог и мостов, обустройство горнолыжных трасс, строительство объектов размещения, питания и развлекательной инфраструктуры, не на должном уровне инженерная защита и охрана окружающей среды и спортивных объектов. Слабо развита сеть предприятий бытового питания, а также торгово-бытового сервиса. Ощущается слабая связь туристской инфраструктуры с другими отраслями республиканского хозяйства.

3. Модель и методы

Для эффективного управления инфраструктурой ТРК, с нашей точки зрения, наиболее приемлемой будет модель, разработанная и предложенная В.Х. Шеожевым (рис. 1). Использование модели, предлагаемой ученым, позволит эффективно взаимодействовать всем уровням органов государственной власти: федеральным, субъектам Российской Федерации и местным органам самоуправления через сеть центров развития ТРК, и приведет к обеспечению его эффективного функционирования и развития [3, с. 91].

Для выявления основных факторов, влияющих на инфраструктурное развитие ТРК региона, целесообразно использовать подход В.Г. Герасименк, разделяющего данные факторы на факторы макроуровня, мезоуровня, микроуровня. К первой группе он относит факторы, которые определяют состояние экономики региона, ко второй группе — определяющие состояние отрасли, к третьей — определяющие состояние отдельных предприятий, организаций и учреждений рекреационной и туристской сфер¹.

Анализ факторов инфраструктуры региона показал, что можно определить оптимальные направления развития, выделить ключевые элементы внутри каждой группы, распределить полномочия и задачи, найти ресурсы для их выполнения, что даст возможность расширить воспроизводство экономики региона и вывести туристско-рекреационный комплекс на более качественный и новый уровень развития. С учетом выявленных проблем инфраструктурного обеспечения следует сформулировать рекомендации с целью совершенствования системы управления развитием ТРК.

Внедрение данной системы должно основываться на ряде принципов:

- тщательное исследование состояния наиболее важных для потребителей услуг ТРК;
- с целью получения данных о тенденциях и процессах на рынке и определения эффективности деятельности предприятий ТРК региона;
- использование методов и инструментов маркетинга;
- исследование процессов, возникающих в ходе развития ТРК;
- исследование внутренней среды предприятий ТРК в целях сравнения ее пока-

¹ Герасименко В. Г. Развитие теории системного подхода применительно к исследованию сферы туризма. [Электронный ресурс]. URL: <http://dspace.oneu.edu.ua/jspui/> (дата обращения: 11.03.2014).

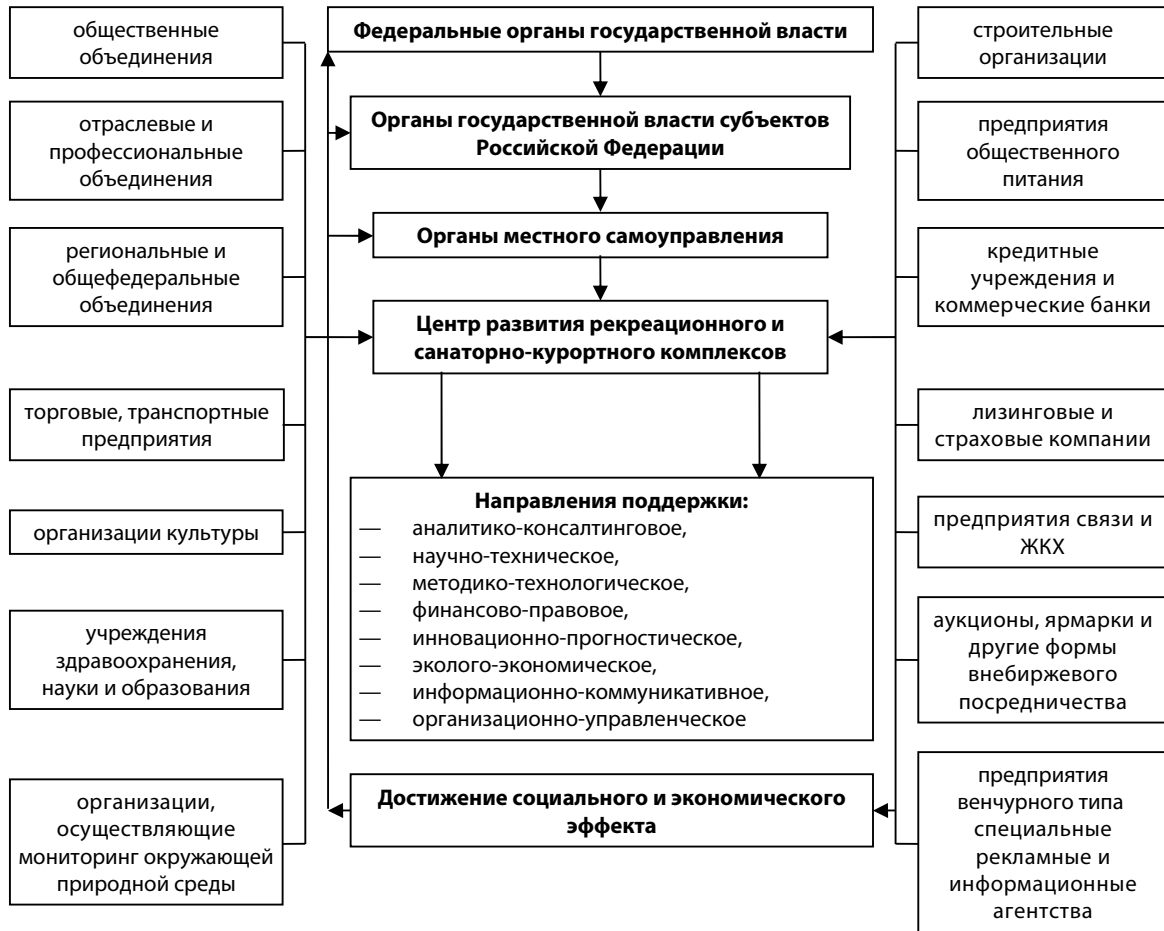


Рис. 1. Система инфраструктурного обеспечения жизнедеятельности туристско-рекреационного комплекса

зателей с аналогичными показателями предприятий-конкурентов;

- исследование внешней среды, которая должна включать исследование конъюнктуры рынка туристско-рекреационных услуг, а также покупателей и конкурентов;

- исследование конъюнктуры рынка с целью получения информации о возможных посредниках и партнерах;

- при исследовании конкурентов определение собственных конкурентных преимуществ, проведение SWOT-анализа, включающего изучение занимаемой конкурентами доли на рынке, качество сервиса и отношение потребителей. Изучение финансовой, кадровой, информационной, инновационной и управленческой политики конкурентов и имеющегося потенциала в этих областях, выявление на основе такого исследования способов, приемов и методов достижения предприятиями более выгодного, чем у конкурентов, положения на рынке, определение преимуществ перед конкурентами за счет качества предоставляемых услуг;

- исследование потребителей с целью получения данных о тех факторах, которыми они руководствуются при осуществлении выбора.

Разработка прогнозов ожидаемого спроса, сегментирование рынка и выбор целевых сегментов рынка;

- при проведении исследования самих услуг определение их качества, соответствия ГОСТам, технико-экономическим показателям, запросам потребителей. Все это позволит разработать индивидуальный перечень услуг с учетом требований рынка, повысить конкурентоспособность, провести анализ возможности оказания новых видов услуг и т. д.;

- исследование каналов сбыта с целью определения эффективных способов и средств скорейшего доведения услуг ТРК до потребителя и их реализации;

- исследование системы репутинга, направленной на выявление тех средств и приемов, которые позволят создать новый или улучшить существующий имидж предприятий ТРК. Такие сведения позволят повысить эффективность сервисных коммуникаций;

- исследование рекламы и брендинга с целью проведения оценки рекламной и брендинговой кампаний и определение перспективы их улучшения.

Сам процесс управления развитием ТРК должен представлять собой систему последовательных этапов:

1. Определение цели развития ТРК.
2. Выявление проблем и разработка их решения.
3. Формирование системы показателей на основе принятого решения.
4. Создание информационной базы.
5. Разработка рабочего инструментария и анализ полученной информации.
6. Формулировка выводов и разработка основных направления по совершенствованию управления развитием ТРК.

Лишь полноценное взаимодействие и взаимовлияние, всесторонняя помощь и поддержка со стороны всех участников сферы туристско-рекреационных и санаторно-курортных услуг, а также органов государственной власти, способны многократно улучшить сложившееся положение в республике.

Рассмотрим более подробно основные пути решения проблем в этой сфере экономики КБР. Развитие туризма, как и любой другой сферы экономики, находится под влиянием различных факторов, некоторые из которых определяют направления их развития, другие же тормозят. Эти факторы еще называют угрозами и возможностями воздействия среды (внутренней и внешней). Ф. Котлер, Дж. Боуэн и Дж. Мейкензи, К.Л. Келлер в своих работах рассматривают и дают оценку влияния каждого из них [4, с. 128; 5, с. 50].

4. Полученные результаты

В процессе исследования с помощью метода составления профиля факторов нами было оценено относительное значимое влияния отдельных факторов на развитие новых туристических направлений в регионе: природно-климатические, культурно-исторические, технологические, экологические. Затем на основе анализа всех имеющихся факторов был использован рекомендуемый в экономической литературе и с успехом используемый на практике метод SWOT-анализа [6, с. 97; 7, с. 206].

Анализ позволил выявить сильные и слабые стороны, возможности и угрозы развития туристско-рекреационного комплекса Кабардино-Балкарии (табл. 2) и сделать вывод о том, что в КБР есть возможности для развития новых туристических направлений¹.

¹ Инновационное развитие туристско-рекреационного комплекса региона / Р.М. Лигидов, Е.О. Таппасханова, З.А. Мустафаева и др. // Современные проблемы науки и образования. 2012. № 4 [Электронный ресурс]. URL: <http://www.science-education.ru/104-6819> //(дата обращения: 11.09.2014).

К новым туристическим направлениям, которые можно развивать в ТРК республики, с нашей точки зрения, можно отнести:

— создание современной системы с использованием высокогорной климатотерапии с использованием лечебно-оздоровительных факторов курорта Нальчик, а также других рекреационных местностей КБР (развитие инфраструктуры рекреационных комплексов «Тамбукан» и «Джылы-Су»);

— развитие экстремального туризма: дайвинга, рафтинга, возможно, использование батискафа. Перспективен для развития экстремального туризма Черекский район и, в частности, экскурсионно-туристский комплекс «Голубые озера»;

— организацию этнографических центров или деревень, включающих комплекс жилых построек;

— обустройство туристско-археологических центров с восстановлением культурно-исторических достопримечательностей и реставрацией археологических памятников. В целом, на территории региона расположено 343 памятника культуры. Представляет большой интерес боевая башня Абаевых и башня Амирхановых, замок Курнаят-баши, укрепления Карча-кала, Зылгы-кала, Болат-кала, Малкар-кала, наземные склепы-усыпальницы, датируемые в пределах XIII–XVII вв. (кешене в Мухоле, в «городке мертвых»). Все эти архитектурные памятники расположены в Верхне-Балкарской котловине. Имеются интересные памятники культуры в Чегемском ущелье: боевая башня Балкаруковых и наземные склепы-усыпальницы Фардык-кешене (XIV–XVII вв.), а также расположенный в поселке Кулиевых комплекс оборонительно-жилых сооружений и др;

— развитие экотуризма как приоритетного направления туризма в регионе. В КБР имеются значительные площади с уникальной природной средой, которые еще не подвергнуты антропогенному воздействию, куда также следует причислить особо охраняемые природные территории с богатым и разнообразным растительным и животным миром, прекрасными ландшафтами, характерные для предгорий и гор Центрального Кавказа.

Для того чтобы развивать этот вид туризма, необходимо, прежде всего, на основе привлечения сторонних инвесторов создать такую инфраструктуру, которая бы обеспечила сервисное обслуживание посетителей; соз-

Таблица 2

SWOT-анализ туристско-рекреационного потенциала Кабардино-Балкарской Республики

Сильные стороны		Слабые стороны	
1.	Наличие горнолыжного курорта «Приэльбрусье», который составляет конкуренцию многим европейским курортам	1.	Неэффективная пиар-компания, не способствующая развитию региона как туристического центра
2.	Уникальная природа Северного Кавказа	2.	Недостаточный уровень управления предприятиями отдыха
3.	Наличие бальнеологических курортов, таких как Джилы-Су, Аушигерские термальные источники, лечебное озеро Тамбукан и др.	3.	Недостаточный уровень развития инфраструктуры
4.	Благоприятный мягкий климат, который способствует развитию туризма не только зимой, но и летом	4.	Несоответствие материальной базы учреждений курортно-рекреационного комплекса современным требованиям, недостаточный уровень сервиса, комфортности и качества курортных и туристских услуг
5.	Традиции и обычаи местного населения, отличающиеся самобытностью	5.	Дефицит квалифицированных рабочих кадров в области туризма и сервиса
6.	Проведение горнолыжных турниров	6.	Низкое качество транспортной инфраструктуры
7.	Курорт для семейного отдыха	7.	Недостаточная привлекательность курортов республики для частных инвесторов в связи с неразвитостью инфраструктуры
8.	Возможность экскурсионно-познавательного туризма	8.	Недостаточное продвижение санаторно-курортного и туристического продукта на рынке услуг
9.	Хорошее состояние экологии	9.	Временами обостряющиеся политические конфликты, что приводит к резкому снижению турпотока в республику
10.	Относительная дешевизна курортов		
Возможности		Угрозы	
1.	Развитие электронных технологий: создание сайтов с удобной системой навигации	1.	Нестабильная политическая обстановка (частые террористические акты)
2.	Продвижение территории на международном туристическом рынке с помощью пиар-компаний	2.	Плохая оснащенность аэропорта и вокзалов республики
3.	Стабилизация политической обстановки	3.	Конкуренция со стороны европейских и мировых горнолыжных курортов
4.	Привлечение инвесторов для развития туристических секторов посредством покупки выгодных для бизнеса земель	4.	Власти не делают должного упора на развитие туризма
5.	Создание «этнических» туров для знакомства с обычаями и бытом местного населения	5.	Отсутствие школ сервиса
6.	Выделение средств из государственного бюджета на строительство гостиниц и домов отдыха и реконструкцию старых		
7.	Реконструкция дорог		

дать систему материальных стимулов для руководителей и специалистов, которые эффективно работают в сфере экотуризма; разработать экскурсионные экопрограммы для различных категорий посетителей; обустроить экологические тропы и маршруты одновременно с разработкой и внедрением системы их сертификации; осуществлять модернизацию существующих музеев природы и создавать новые музеи и информационные центры

на особо охраняемых территориях; налаживать партнерские связи заповедников, национальных и природных парков КБР с экотуристическими компаниями России и зарубежных стран, заинтересованными в развитии экотуризма. Безусловно, все это выступит мощным фактором привлечения туристов любителей экологического туризма [8, с. 26; 9, с. 31].

Таким образом, в современных условиях глобализации и жесткой конкуренции акту-

Показатели рекламно-маркетингового продвижения туристско-рекреационного комплекса Кабардино-Балкарской Республики*

Наименование	ед. измер-я	Значение показателей (тг.)								
		2012 (базовый год)	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Количество туристов, посетивших КБР в течение года	тыс. чел.	197,1	241,4	270,0	300,0	350,0	450,0	600,0	700,0	800,0
Количество пресс-туров и инфотуров	шт.	2	2	3	5	6	7	8	10	10
Количество турвыставок и форумов, на которых представлен туристический продукт КБР	шт.	3	3	5	7	9	10	12	13	15

* О государственной программе Кабардино-Балкарской Республики «Развитие туристско-рекреационного комплекса Кабардино-Балкарской Республики» на 2013–2020 годы. Постановление Правительства Кабардино-Балкарской Республики от 28 июня 2013 г. № 183-ПП [Электронный ресурс]. URL: <http://base.garant.ru/30520799/> (дата обращения: 12.03.2014).

альными становятся вопросы рационального использования ресурсов и развития их на основе инновационных подходов. Одним из них и является развитие новых туристических направлений.

5. Выводы и последствия для развития ТРК региона

Успешное развитие ТРК региона во многом зависит от имиджа территории, ее репутации в отечественных и зарубежных общественно-политических и деловых кругах. Об этом пишут в своих работах как отечественные [10, 11], так и зарубежные ученые [12, 13].

Однако информацию о Кабардино-Балкарии в интернете довольно сложно найти, хотя сайтов с информацией о республике много. Отсутствует баннерная реклама, республика не достаточно рекламирует себя как туристско-рекреационную территорию, а отсюда нередко находится вне поля видимости. Следует также отметить, что практически ни один сайт о Кабардино-Балкарии не представлен на английском языке, что усложняет, а иногда и препятствует работе с данным сайтом иностранцев, развитию Кабардино-Балкарии на зарубежном туристическом рынке.

Следует отметить, что в республике в последнее время активизировалась работа по маркетинговой и информационно-рекламной деятельности. Так, в июле 2013 г. Правительство КБР утвердило государственную программу «Развитие туристско-рекреационного комплекса КБР на 2013–2020 годы». Программой «Проведение широкомасштабной пиар-кампании на федеральном уровне» предусмотрены следующие мероприятия: создание за счет ис-

пользования всех видов СМИ: имиджевых статей, телепередач, социальной рекламы, брендов; проведение пресс-туров и инфотуров для представителей СМИ, туристических агентств и организаций; участие во всех наиболее значимых всероссийских и международных туристических выставках, форумах и ярмарках (табл. 3).

Однако этих мероприятий не достаточно для вывода отрасли на совершенно новый качественный уровень. В этом смысле большую роль может сыграть создание в республике туристско-информационного центра (ТИЦ), основными задачами которого будут сбор, изучение и распространение информации о туристских, культурно-исторических и социально-экономических ресурсах, а также распространение информации о лучших туристских предложениях КБР и о возможных опасных ситуациях, которые могут возникнуть на их пути. Центр должен тесно сотрудничать с другими организациями. Речь идет о государственных и коммерческих организациях, профессиональных ассоциациях, издательствах и СМИ. В центре должна быть создана горячая телефонная линия для туристов, позволяющая им получить быструю и своевременную помощь в случае возникновения какой-либо экстренной ситуации.

Вся совокупность этих мер должна быть направлена на повышение качества обслуживания и обеспечение безопасности туристов, приезжающих в КБР.

Опыт функционирования таких центров во многих городах и регионах нашей страны показывает, что их работа приносит ощутимую пользу, насыщая рынок туристических услуг и



Рис. 2. Структура взаимодействия «Единого ТИЦ» и экономики КБР (источник: [12, с. 158])

предлагая гостям новый уровень комфорта и безопасности. О возможностях и преимуществах ТИЦ, необходимости их создания в регионах с туристско-рекреационной специализацией совершенно справедливо пишут в своих работах И.А. Киселева, А.М. Трамова и О.А. Чернякина [14, с. 150; 15, с. 49].

С помощью ТИЦ будут использованы все маркетинговые возможности в решении проблемы (рис. 2):

- использована единая служба бронирования по туристскому потенциалу КБР;
- использован интернет-портал по КБР, который должен включать по всем вопросам отдыха как можно больше информации;
- составлен план маркетинга, который даст возможность правильно определять стратегии развития будущего предприятия, методы продвижения услуг на рынке;
- внедрен комплекс маркетинговых приемов и стратегий, которые могут проявляться в виде внедрения разнообразных мероприятий и программ;
- использована единая служба бронирования по туристскому потенциалу КБР;
- использован интернет-портал по КБР, который должен включать по всем вопросам отдыха как можно больше информации;

— составление плана маркетинга, который даст возможность правильно определять стратегии развития будущего предприятия, методы продвижения услуг на рынке;

— внедрение комплекса маркетинговых приемов и стратегий, которые могут проявляться в виде внедрения разнообразных мероприятий и программ.

Необходимо также создание web-портала, предоставляющего полную информацию на разных языках, создание круглосуточного контакт-центра, а также дорожной инфраструктуры туристических городов, снабженной указателями и вывесками.

Для КБР особое значение имеет проблема совершенствования системы подготовки профессиональных кадров для сферы туризма. И решать ее, с нашей точки зрения, необходимо, как это подчеркивает Крис Копер, прежде всего, с учетом новейших тенденций XXI в. [16, с. 187].

При этом также следует учитывать особенность туристской деятельности, которая заключается в многопрофильности характера. Развитие туристско-рекреационного комплекса, как известно, ведет к развитию смежных отраслей, что, естественно, создает с одной стороны, потребность в новейших технологиях обслуживания туристов и потребности в фор-

мирования для них специалистов, а с другой — потребность в многообразных специалистах, имеющих разнообразные профессии. Поэтому для всех стран и регионов характерны, как подчеркивает С.А. Гринько, две основные системы подготовки кадров для туристской сферы:

- подготовка специалистов для предприятий, конкретно участвующих в производстве турпродукта;

- подготовка специалистов для смежных отраслей экономики страны [17, с. 243].

Как первая, так и вторая система подготовки кадров должны иметь различные образовательные уровни. Высший образовательный уровень дает возможность готовить менеджеров, которые могут определять направление и задачи работы, стратегию и тактику отрасли или отдельного предприятия (тур-менеджер, менеджер гостиницы и другие). Подготовка кадров такого уровня осуществляется в учебных заведениях по программам бакалавра и магистра.

Средний образовательный уровень характерен для работников, которые обеспечивают технологическую последовательность обслуживания (менеджер по резервированию мест, турагент, метрдотель ресторана). Данный уровень образования получают в высших и средних специальных учебных заведениях, колледжах, лицеях, которые занимаются подготовкой специалистов по менеджменту определенных технологических процессов бакалаврского уровня. Поэтому этот уровень образования еще называют управленческо-технологическим.

Самый низкий уровень (технологическо-исполнительный) представляют работники, которые выполняют конкретные задачи и обеспечивают удовлетворение индивидуальных потребностей заказчика или реализацию определенного вида услуг. Это обеспечивают учебные заведения, в которых обучают массовым профессиям: официанты, повара, тренеры. К ним относятся: колледжи широкого профиля и специализации, различные центры, школы, курсы.

Приведенная нами система подготовки кадров для туристско-рекреационной сферы дает возможность проводить многовариантную подготовку специалистов для туристско-рекреационной сферы в условиях динамично изменяющегося рынка.

Однако успешность решения данной задачи во многом зависит от совместных усилий всех заинтересованных сторон, начиная от органов государственной власти и заканчивая научно-

исследовательскими институтами, занимающихся проблемами становления личности.

Исследование системы подготовки кадров для сферы туризма в Кабардино-Балкарии показало, что существует необходимость внедрения в процесс подготовки кадров в регионе принципов непрерывного образования, включающего несколько уровней.

Первый уровень профессиональных знаний должен реализоваться еще в школе, где учащиеся в лицеях (лицейных классах) кроме общеобразовательных дисциплин изучают дисциплины, дающие первичные знания по туризму и рекреации, социальной анимации, спортивно-оздоровительному и экскурсионному туризму. В школе необходимо построить систему отбора учеников, которая позволяла бы выявлять ребят с сервисной ментальностью.

Второй уровень — получение профессиональных знаний в училищах, техникумах и колледжах. В эти учебные заведения могут поступать выпускники школ для продолжения своего профессионального образования. В данном случае имеет место система среднего специального образования.

Третий уровень профессиональных знаний — это высшее образование, в системе которого все большее значение приобретает сертификационное и интерактивное обучение, которое позволяет расширить профессиональную мобильность специалиста. Подготовка персонала такого уровня проводится в учебных заведениях по программам магистра и бакалавра.

Еще в 1998 г., отвечая на запрос времени, Кабардино-Балкарский государственный университет стал готовить студентов для соответствующей сферы экономики. Сегодня в университете подготовкой специалистов заняты две выпускающие кафедры. В 2004 г. в университете была открыта учебно-практическая лаборатория сервиса и туризма, которая и сегодня успешно функционирует. Студенты в лаборатории могут получать практические навыки по специальности на основе полученных теоретических знаний на аудиторных занятиях. Кроме собственных, базы практик имеются в Приэльбрусье и Абхазии.

В университете с 2011 г. готовят бакалавров по направлению «гостиничное дело». Областью профессиональной деятельности бакалавра гостиничного бизнеса являются развитие и реализация услуг индустрии гостеприимства туристических регионов. После окончания бакалавриата выпускник готов к проведению различных мероприятий в индустрии гостеприимства.

Бакалавры гостиничного дела имеют возможность работать в таких организациях, как проектные и проектно-производственные институты и компании, научно-исследовательские организации (рекреационные и краеведческие), органы власти и управления субъектов РФ и муниципальных образований. Выпускники могут работать в качестве хостес, администраторов гостиницы, управляющих отелем, метрдотелей.

Подготовкой студентов в области туризма и гостиничного бизнеса с 1998 г. занимается кафедра экономики и менеджмента в туризме, Многие выпускники кафедры стали руководителями туристских фирм и менеджерами гостиниц. После окончания бакалавриата у выпускников есть возможность поступить в магистратуру и заниматься исследовательской работой в области анализа туристских ресурсов региона, оценки возможностей рекреационного потенциала, организации деятельности туроператора (турагентства) на рынке туристских услуг, экскурсионного обслуживания, развлекательно-зрелищных и спортивных мероприятий, гостиничного обслуживания и организации питания, охраны природных туристско-рекреационных ресурсов. Кабардино-Балкарский государственный университет с 2012 г. стал готовить также бакалавров и магистров по направлению «туризм», имеющих широкий профиль подготовки по технологии и организации экскурсионных, спортивно-оздоровительных, туроператорских и турагентских, транспортных услуг, а также в технологии и организации развлечений¹.

Выпускники имеют возможность заниматься самой разной деятельностью, начиная с приема гостей и заканчивая маркетинговыми исследованиями. Студенты в процессе обучения должны обязательно изучить два иностранных языка. Успешная профессиональная деятельность в сфере туризма предусматривает формирование речевых навыков. Эти требования учтены при определении объема учебных часов. Для этого в процессе обучения для студентов предусмотрены несколько практик, за время которых они могут получить необходимые умения и навыки, тем более что обычно практика занимает длительный период.

К области профессиональной деятельности бакалавра по туризму относится удовлетворение потребностей клиентов в качественных услугах, предоставляемых индустрией туризма

(операторские и агентские, гостиничные, экскурсионные, услуги общественного питания и др.).

В профессиональной подготовке специалистов для сферы туризма и рекреации большое значение имеет четвертый уровень профессиональной подготовки, или так называемое последипломное образование, которое может быть получено с помощью системы дополнительного образования.

Таким образом, принципы многоуровневого и непрерывного образования должны конкретизироваться в следующих программах обучения: школа — лицей — училище — колледж — вуз — переподготовка, повышение квалификации, получение второй специальности, стажировка внутри страны, зарубежная стажировка и работа там же по найму.

Развитие системы непрерывного обучения для подготовки специалистов для туристско-рекреационной сферы будет только тогда эффективным, когда будут объединены, скоординированы, а иногда и скооперированы усилия таких организаций, как учебные центры, высшие учебные заведения, институты повышения квалификации (как главные учебно-методические центры), сеть курсов по подготовке и переподготовке организаторов, учебных групп, школ, семинаров.

Итак, чтобы кадровая система соответствовала современным требованиям развития туристско-рекреационной сферы в Кабардино-Балкарии необходимо:

— проводить маркетинговые исследования для определения потребности в специалистах в сфере туризма и рекреации в республике, как в территориальном, так и в профессиональном разрезе;

— проводить мероприятия по созданию в республике единой системы подготовки и переподготовки кадров, вести подготовку в двух направлениях: для туристских и рекреационных предприятий и для смежных отраслей;

— разрабатывать соответствующие методики подготовки и переподготовки специалистов по отдельным туристским профессиям;

— в обязательном порядке проводить сертификацию специалистов в сфере туристских и рекреационных услуг;

— создать региональный центр, задача которого — подготовка, переподготовка и повышение квалификации кадров для туристской и рекреационной сфер;

— использовать опыт развитых стран мира по обеспечению туристской и рекреационной сфер научно-методической базой;

¹ Институт делового администрирования маркетинга и туризма КБГУ [Электронный ресурс]. URL: http://idamit.com/?page_id=54 (дата обращения: 20.06.2014).

— использовать опыт развитых стран мира по обеспечению туристской и рекреационной сфер научно-методической базой;

— систематически проводить в республике научно-практические конференции, посвященные туризму и рекреации, принимать активное участие в туристских мероприятиях, проводимых за рубежом;

— опираться при формировании кадровой политики на самые современные и передовые тенденции, имеющиеся в мировом туризме [18, с. 129].

Учитывая, что быстро развивающаяся сфера туризма требует приложения сил все большего количества грамотных и креативных специалистов, профессионалов в этой важнейшей сфере региона, госкомпания «Курорты Северного Кавказа» поставила задачу в ближайшее время разработать техническое задание для Северо-Кавказского федерального

университета. Основная задача задания — подготовка специалистов, необходимых для работы на курортах Северного Кавказа.

Реализация всего комплекса мероприятий, предложенных в работе, приведет к формированию в Кабардино-Балкарии высокоэффективного и конкурентоспособного туристско-рекреационного комплекса, который обеспечит, во-первых, широкие возможности удовлетворения потребностей клиентов в туристско-рекреационных и лечебных услугах. Во-вторых, развитие ТРК позволит за счет поступления налогов в бюджет и создания дополнительных рабочих мест значительно увеличить вклад в развитие экономики региона, разработать и внедрить эффективную систему механизма государственного регулирования рационального использования ресурсов ТРК, сохранить природное богатство и историко-культурное наследие республики.

Список источников

1. Татаркин А. И. Саморазвитие территориальных социально-экономических систем как потребность федеративного обустройства // Экономика региона. — 2014. — №4. — С. 9-26.
2. Сенова А. Х. Региональные особенности туристско-рекреационного комплекса Кабардино-Балкарской Республики : автореф. дисс. ... канд. экон. наук. — М., 2011. — 26 с.
3. Шеожев В. Х. Закономерности стратегического развития туристско-рекреационного комплекса региона. На материалах Кабардино-Балкарской Республики: дисс. ... канд. экон. наук. — Владикавказ, 2008. — 156 с.
4. Kotler. F., Bowen J., Meykenz J. Marketing. Hospitality. Tourism. — М.: Unity — Dana, 2012. — 1071 p.
5. Котлер Ф., Келлер К. Л. Маркетинг. Менеджмент. Экспресс-курс. — 3-е издание. — СПб.: Питер, 2012. — 810 с.
6. Котлер Ф., Бергер Р., Бикхофф, Н. Стратегический менеджмент по Котлеру. Лучшие приемы и методы. — М.: Альпина Паблишер, 2012. — 143 с.
7. Пирс Дж., Робинсон Р. Стратегический менеджмент. — СПб.: Питер, 2013. — 560 с.
8. Байсултанова Л. Б., Карашева А. Г. Теоретические основы организации экологического туризма в экономике туристско-рекреационного региона. — Нальчик: Изд-во М. и В. Котляровых, 2010. — 192 с.
9. Косолапов А. Б. Теория и практика экологического туризма: учеб. пособие. — М.: КНОРУС, 2009. — 228 с.
10. Панкрухин А. П. Маркетинг территорий; 2-е изд. дополн. — СПб.: Питер, 2006. — 416 с.
11. Лапочкина В. В. Привлекательный имидж туристской территории как инструмент сохранения культурно-исторического и природного наследия // Вестник национальной академии туризма. — 2008. — №(2)6. — С. 39-43.
12. Ohns W. Branding Nation — the historcal context // Journal of Brand Management. — 2005. — P. 4-5.
13. Маркетинг мест / Котлер Ф., Асплунд К., Рейн И. и др — СПб.: Стокгольмская школа экономики, 2005. — 390 с.
14. Киселева И. А., Трамова А. М. Стратегия инновационного развития туристического рекреационного комплекса региона. — М.: МЭСИ, 2011. — 171 с.
15. Чернякина А. О. Роль туристско-информационных центров в комплексном подходе к формированию бренда туристско-рекреационного кластера // Вестник Томского государственного педагогического университета. — 2013. — №12(40). — С. 49-52.
16. Cooper Chris. Contemporary Tourism: An International Approach / Chris Cooper, Michael Hall. — Elsevier, 2008. — 377 p.
17. Гринько С. А. Рынок подготовки туристских кадров. Реалии и перспективы развития // Слободжанський науково-спортивний вісник. — 2006. — №10. — С. 243-246.
18. Таппасханова Е. О., Жамбекова Р. Л., Лигидов Р. М. Основные направления совершенствования подготовки кадров для отраслей народного хозяйства региона // Менеджмент в России и за рубежом. — 2013. — №6. — С. 121-130.

Информация об авторах

Таппасханова Елизавета Оюсовна (Нальчик, Россия) — кандидат экономических наук, доцент кафедры менеджмента и маркетинга Института делового администрирования маркетинга и туризма, Кабардино-Балкарский государственный университет им. Х. М. Бербекова (360000 Кабардино-Балкарская Республика, г. Нальчик, ул. Чернышевского, 173; e-mail: tappazliza777@mail.ru).

Мустафаева Земфира Аммаевна (Нальчик, Россия) — доктор экономических наук, профессор кафедры менеджмента и маркетинга Института делового администрирования маркетинга и туризма, Кабардино-Балкарский государственный

университет им. Х. М. Бербекова (360000, Кабардино-Балкарская Республика, г. Нальчик, ул. Чернышевского, 173; e-mail: 18zema03@mail.ru).

Токмакова Рузана Азиковна (Нальчик, Россия) — кандидат экономических наук, доцент кафедры менеджмента и маркетинга Института делового администрирования маркетинга и туризма, Кабардино-Балкарский государственный университет им. Х. М. Бербекова (360000, Кабардино-Балкарская Республика, г. Нальчик, ул. Чернышевского, 173; e-mail: tokmakova.ruzana@mail.ru).

Кудашева Маржан Заурбековна (Нальчик, Россия) — старший преподаватель кафедры менеджмента и маркетинга Института делового администрирования маркетинга и туризма, Кабардино-Балкарский государственный университет им. Х. М. Бербекова (360000, Кабардино-Балкарская Республика, г. Нальчик, ул. Чернышевского, 173; e-mail: margan-8484@mail.ru).

Е. О. Tappaskhanova, Z. A. Mustafayeva, R. A. Tokmakova, M. Z. Kudasheva **Region Tourist and Recreation Complex Development**

The subject matter of the research is the tourist and recreation complex of Kabardino-Balkar Republic. The purpose of the work is to provide solutions to problems of the republic tourist and recreation complex development. The results obtained from the study showed that in spite of the fact that in the region's development certain positive steps are taken, according to the indicators of the tourism and recreation development, the region has not reach the level of the 1990th yet, the possibilities of this major sector of the republic economy remain not demanded. It is highlighted, that the most important factor in the tourist and recreation complex development is its infrastructure condition. It is recommended to use the model of the infrastructure management aimed at providing its effective functioning and development due to formation of interaction system at every power level through a network of the centers of the tourist and recreation complex development. In the article, the need for the use of the innovative approaches for the republic tourist and recreation complex development in the particular development of the new tourist directions are also found. For the purpose to improve the professional training of personnel for the tourism and recreation sphere, the need for a transition to multilevel training of personnel is proved. The main directions of the republic image development on the basis of designing and implementing of the regional program of its image development as the tourist territory and creation of the tourist information center are defined. Realization of all these problems allows to develop a highly effective and competitive tourist and recreation complex in Kabardino-Balkaria.

Keywords: tourism, recreation, tourist and recreational potential, tourist and recreational complex, infrastructure of tourist and recreation complex, innovation in tourism, image of the tourist and recreational territory, tourist information center

References

1. Tatarkin, A. I. (2014) Samorazvitie territorialnykh sotsialno-ekonomicheskikh sistem kak potrebnost federativnogo obustroystva [Self-development of territorial socio-economic systems as the requirement of federal arrangement]. *Ekonomika regiona [Economy of region]*, 4, 9-26.
2. Senova, A. Kh. (2011). *Regionalnyye osobennosti turistko-rekreatsionnogo kompleksa Kabardino-Balkarskoy Respubliki: avtoref. diss. ... kand. ekon. nauk [Regional features of a tourist and recreation complex of Kabardino-Balkar Republic: published summery of a PhD thesis]*. Moscow, 26.
3. Sheozhev, V. Kh. (2008). *Zakonomernosti strategicheskogo razvitiya turistsko-rekreatsionnogo kompleksa regiona. Na materialakh Kabardino-Balkarskoy respubliki: diss. ... kand. ekon. nauk [Regularities of strategic development of the region tourist and recreational complex. On the example of Kabardino-Balkar Republic: published summery of a PhD thesis]*. Vladikavkaz, 156.
4. Kotler, F., Bowen, J. & Meykenz, J. (2012). *Marketing. Hospitality. Tourism*. Moscow: Unity — Dana, 1071.
5. Kotler, F. & Keller, K. L. (2012). *Marketing. Menedzhment. Ekspress-kurs [Marketing. Management. Express course]* (3d. ed.). St. Petersburg: Piter, 810.
6. Kotler, F., Berger, R. & Bikhoff, N. (2012). *Strategicheskii menedzhment po Kotleru. Luchshie priyomy i metody [Strategic management according to Kotler. The best receptions and methods]*. Moscow: Alpina Publ., 143.
7. Pirs, J. & Robinson, J. (2013). *Strategicheskii menedzhment [Strategic management]*. St. Petersburg: Piter, 560.
8. Baysultanova, L. B. & Karasheva, A. G. (2010). *Teoreticheskie osnovy organizatsii ekologicheskogo turizma v ekonomike turistsko-rekreatsionnogo regiona [Theoretical bases of the ecological tourism organization in economics of the tourist and recreational region]*. Nalchik: Publ. of M. & V. Kotlyrovkyh, 192.
9. Kosolapov, A. B. (2009). *Teoriya i praktika ekologicheskogo turizma: ucheb. posobie [Theory and practice of ecological tourism: school-book]*. Moscow: KNORUS, 228.
10. Pankrukhin, A. P. (2006). *Marketing territoriy [Marketing of territories]* (2d enlarged ed.). St. Petersburg: Piter, 416.
11. Lapochkina, V. V. (2008). Privlekatelnyy imidzh turistskoy territorii, kak instrument sokhraneniya kulturno-istoricheskogo i prirodnogo naslediya [Attractive image of tourist territory as an instrument of preservation of cultural and historical and natural heritage]. *Vestnik natsionalnoy akademii turizma [Bulletin of National Academy of Tourism]*, 2(6), 39-43.
12. Olms, W. (2005). Branding Nation — the historcal context. *Journal of Brand Management*, 4-5.
13. Kotler, F., Asplund, K., Reyn, I. et al. (2005). *Marketing mest [Marketing of places]*. St. Petersburg: Stockholm School of Economics, 390.
14. Kiseleva, I. A. & Tramova, A. M. (2011). *Strategiya innovatsionnogo razvitiya rekreatsionnogo kompleksa regiona [Innovative development strategy of region tourist recreation complex]*. Moscow: MESI, 171.
15. Chernyakina, A. I. (2013). Rol turistsko-informatsionnykh tsentrov v kompleksnom podkhode k formirovaniyu brenda turistsko-rekreatsionnogo klastera [Role of tourist information centers in integrated approach to the brand development of tourist and recreational cluster]. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta [Tomsk State Pedagogical University Bulletin]*, 12(40), 49-52.

16. Cooper, C. (2008). *Contemporary Tourism: An International Approach*. Chris Cooper, Michael Hall. Elsevier, 377.
17. Grinko, S. A. (2006). Rynok podgotovki turistskikh kadrov. Realii i perspektivy razvitiya [Market of tourist personnel training. Realities and prospects of development]. *Slobodskoy nauchno-sportivnyy vestnik [Village Scientific and Sports Bulletin]*, 10, 243-246.
18. Tappaskhanova, E. O., Zhambekova, R. L. & Ligidov, R. M. (2013). Osnovnyye napravleniya sovershenstvovaniya podgotovki kadrov dlya otrasley narodnogo khozyaystva regiona [The main directions of the personnel training improvement for sectors of the national economy of region]. *Menedzhment v Rossii i za rubezhom [Management in Russia and abroad]*, 6, 121-130.

Information about the authors

Tappaskhanova Elizaveta Oyusovna (Nalchik, Russia) — PhD in Economics, Associate Professor at the Chair of Management and Marketing at the Institute of Business Administration, Marketing and Tourism, Kabardino-Balkarian State University named after H. M. Berbekov (173, Chernyshevsky St., 360000 Nalchik, Kabardino-Balkaria, Russia; e-mail: tappazliza777@mail.ru).

Mustafayeva Zemfira Ammayevna (Nalchik, Russia) — Doctor of Economics, Professor at the Chair of Management and Marketing at the Institute of Business Administration, Marketing and Tourism, Kabardino-Balkarian State University named after H. M. Berbekov (173, Chernyshevskogo St., 360000 Nalchik, Kabardino-Balkaria, Russia; e-mail: 18zema03@mail.ru).

Tokmakova Ruzana Azikovna (Nalchik, Russia) — PhD in Economics, Associate Professor at the Chair of Management and Marketing at the Institute of Business Administration, Marketing and Tourism, Kabardino-Balkarian State University named after H. M. Berbekov (173, Chernyshevskogo St., 360000 Nalchik, Kabardino-Balkaria, Russia; e-mail: tokmakova.ruzana@mail.ru).

Kudasheva Marzhan Zaurbekovna (Nalchik, Russia) — Associate Professor at the Chair of Management and Marketing at the Institute of Business Administration, Marketing and Tourism, Kabardino-Balkarian State University named after H. M. Berbekov (173, Chernyshevskogo St., 360000 Nalchik, Kabardino-Balkaria, Russia; e-mail: margan-8484@mail.ru).