

Северный Кавказ как туристическая дестинация: социально-культурные особенности развития

Автором рассмотрены особенности развития северокавказского региона как туристической дестинации. Приводятся классификационные признаки дестинации, описываются социологические данные потребительских предпочтений туристов, услуг северокавказского кластера.

Ключевые слова: регион, региональное развитие, туризм, дестинация, социальное взаимодействие, дефиниция, потребительские предпочтения.

Многие регионы России, в том числе и Северный Кавказ, как туристическая дестинация имеют богатый природно-климатический, рекреационный, культурно-исторический потенциал. Нельзя не учитывать того обстоятельства, что состояние туристической сферы всегда обусловлено социально-политической и социально-экономической ситуацией в обществе в целом. Поэтому ключевым акцентом данной публикации является тезис о том, что туризм как самостоятельная индустрия становится каналом межэтнического, межнационального согласия и социального взаимодействия. В этом и заключаются особенности социально-культурного развития региона.

Действительно сегодня туризм из вида отдыха превратился в целую индустрию, включающую в себя многие виды туристской деятельности, он стал наукой со своими объектами, предметами, принципами, законами, категориями и методами исследования. Туризм оказывает социальное влияние на многие стороны жизни общества, охватывает многие социальные процессы вне зависимости от национальных или этнических предпочтений. Его развитие содействует развитию мирных отношений между государствами, укреплению социальных связей между народами, он способствует расширению социально-экономического, социально-культурного и этнокультурного сотрудничества. Массовость, экономическая выгода, решение социально значимых проблем стали неотъемлемыми функциональными признаками туризма.

* БАЙДАЛОВА Ольга Васильевна – доктор социологических наук, профессор кафедры философии Волгоградской государственной академии физической культуры, Волгоград, Россия. Электронная почта: otal@rambler.ru.

Туризм как составная часть индустрии гостеприимства влияет на сознание и чувства людей, формируя такие качества, как профессионализм, престижность, коммуникативность, которые определяют место человека в социальной системе общества. Стратегия туризма определяет приоритетные направления развития отдельных регионов, к каковым относится, в частности, Северный Кавказ. Уникальные природно-климатические, рельефные, исторические и социокультурные условия региона предопределяют роль и значение туризма для перспектив его дальнейшего социально-экономического развития [5].

Социологическую операционализацию базовых понятий заявленной темы следует начать с ключевой дефиниции «Северный Кавказ» как регионально-территориального объединения и социальной общности. В течение нескольких последних десятилетий понятия «регион» и «регионализм» в нашей стране практически не применялись. Это свидетельствует не столько об отсутствии традиций регионалистики в России, сколько о недостаточном развитии методов комплексного междисциплинарного подхода, в результате которого в Западной Европе и США эта субдисциплина приобрела статус самостоятельного научного направления с присущими ему предметом, методами, системой знаний. Интерес отечественной академической науки к проблемам регионализма проявился во второй половине 1980-х годов в связи с попытками обоснования новых подходов, альтернативных формационному, к исследованию общественно-исторического процесса. Речь идет, в частности, о цивилизационном подходе, в рамках которого особое внимание уделяется изучению регионального деления мира, а также исторических, пространственно-географических и этнокультурных условий генезиса и развития регионов как особых социальных систем. Поэтому для региона Северный Кавказ одним из наиболее эффективных направлений его социально-экономического развития является индустрия туризма.

Обычно в литературе, посвященной региональному развитию России, понятия «территория», «регион» и «региональная система» употребляются как тождественные с явным преобладанием в содержании «административной составляющей»: «Территорией мы называем, - пишут сотрудники Института системного анализа РАН В.Н.Лексин и А.Н.Швецов, - определенную часть социального (в первую очередь, населения), природного (в том числе природно-ресурсного и экологического), экономического, инфраструктурного, культурно-историче-

ского и, наконец, собственно пространственного потенциала государства, которая находится в юрисдикции субфедеральных или местных (муниципальных) органов власти» [3, с. 24]. Термин «административный» здесь употребляется в условном смысле, т.е. централизованно управляемых, выступающих как особое дисциплинарное пространство, границы которого, в том числе и границы деятельности в нем субъектов, задаются, в первую очередь, органами государственного управления. Следовательно, под регионом следует понимать образуемую силами внутренних социальных связей (институциональных, организационных) территорию, которая является гомогенной по избранному ряду критериев [1, с. 32]. Применительно к Северному Кавказу в рамках заявленной темы таким критерием является туризм как социальный процесс и социальное явление.

Это, в свою очередь, предполагает рассмотрение социальных процессов опосредованно: через выявление интересов, оценок, потребностей и ориентиров субъектов социального процесса – социально-профессиональных групп, политиков, управленцев, представителей молодежи, рядовых граждан регионального социума. Теоретическим обоснованием подобного подхода могут служить положения, содержащиеся в теории социального действия Т. Парсонса. Этот подход позволяет сочетать четкое аналитическое различие основных функциональных подсистем общества (экономики, политики, социальной сферы – интегративной подсистемы) и культуры (подсистемы воспроизводства общества) с одновременно сохраняющейся возможностью социологического исследования региона как целого.

Особенности современного этапа развития региональных исследований характеризуются наличием существенных противоречий. Регионализация в России имеет мощную основу для дифференциации, начиная с девяти часовых поясов, природных ресурсов, плотности расселения населения, климатических зон и т.д. Вместе с тем происходит явная интеграция и идентификация социально-экономических проблем в региональных сообществах с социально-экономическими и социально-политическими, социокультурными проблемами всего российского общества. Социальный облик региона представляет собой специфическое проявление наиболее общих черт социального облика общества в целом и вместе с тем отличается многообразием своих конкретных черт. Задачей региональных исследований является раскрытие механизма взаимодействия общих закономерностей и

специфических особенностей территориальной организации социальной жизни в регионе.

Применительно к региону Северный Кавказ следует выделить такие его административные единицы, как расположенные на его территории семь республик: Адыгея, Карачаево-Черкесия, Кабардино-Балкария, Северная Осетия-Алания, Ингушетия, Чечня, Дагестан и два края (Краснодарский край и Ставропольский край), входящие в Южный и Северо-Кавказский федеральные округа. По этническому составу на территории проживает до пятидесяти народностей, которые создали самобытную национальную культуру и собственные особые языки. На Кавказе сегодня проживают также пришедшие в разное время народы, не являющиеся по происхождению кавказцами, в частности: русские, украинцы, курды, ассирийцы, греки, татары, евреи и другие. По результатам статистических данных за январь- май 2016 года в регионе проживает 9 659,04 млн. человек. (6,6 % от численности населения РФ). По плотности населения (56 человек на 1 кв. км) Северо-Кавказский федеральный округ занимает второе место в Российской Федерации. Доля в СКФО городского населения на 1 января 2015 г. – 49 %. (4,7 млн. человек).

Эти социально-экономические характеристики региона позволяют говорить о том, что по своим социальным показателям, природно-климатическим, демографическим, этнокультурным и социально-культурным особенностям регион можно назвать туристической дестинацией. Само слово «дестинация» в переводе с английского означает «местонахождение, место назначения». Термин «туристская дестинация» был введен Лейпером в середине 1980-х гг. Сейчас дестинация – это географическая территория, имеющая определенные границы, которая может привлекать и удовлетворять социальные потребности достаточно широкой группы туристов.

Если классифицировать виды туризма, которые развиваются в данном регионе, то можно перечислить следующие его виды: лечебно-оздоровительный (Кавказские Минеральные воды – Ставропольский край, Дагестан, Кабардино-Балкария, Чечня), пляжный (Краснодарский край, Ставрополье, Дагестан), деловой (Краснодарский и Ставропольский край), спортивный (Краснодарский, Кабардино-Балкария, Дагестан), этнографический (Ставропольский край, Дагестан, Чечня), экологический (Ставропольский край, Чечня), культурно-познавательный (Ставропольский край, Дагестан, Чечня), горный и экс-

тремальный (Дагестан, Кабардино-Балкария), агро-туризм (Ставропольский край), гастрономический туризм (Ставропольский край).

Проранжировав по степени популярности и востребованности эти виды туризма в регионе, на первое место выйдет лечебно-оздоровительный, на второе – пляжный, спортивный, культурно-этнографический, горный и экстремальный, на третье место – деловой и экологический.

Более 90 % туристов, побывавших на курортах Северного Кавказа зимой 2014/2015 годов, планируют вернуться на них в новом горнолыжном сезоне. Эти данные получены в ходе социологического опроса, проведенного исследовательским холдингом «Ромир» в феврале 2015 года. Так, о желании вернуться на курорт в следующем сезоне заявили 94 % респондентов в Приэльбрусье, 98 % – на всесезонном туристско-рекреационном комплексе «Архыз» [4]. Исследование также показало высокий уровень удовлетворенности отдыхающих курортами Северо-Кавказского туристического кластера — в среднем он составляет 80-90 % по разным характеристикам.

«На «Архызе» по итогам сезона был зафиксирован рост числа посетителей в 2,5 раза — с 35 до 90 тысяч туристов, Приэльбрусье зимой посетило больше туристов, чем за весь прошлый год. Учитывая эту динамику и прогнозы по росту спроса на внутренний туризм, в будущем сезоне турпоток может увеличиться еще в полтора раза.

При этом основные гости курорта относительно «местные»: курорты Северного Кавказа особенно популярны у туристов из Северо-Кавказского, Южного и Центрального федеральных округов. И на ВТРК «Архыз», и в Приэльбрусье более 34 % респондентов приехали из Ставропольского края, 14 % гостей — из Краснодарского края, третье место делят Ростовская область и Москва — по 13 % туристов из каждого региона.

Также опрос показал, что целевые аудитории курорта «Архыз» и Приэльбрусья заметно отличаются. Так, 91% респондентов в Приэльбрусье отметили, что приезжают на курорт именно для посвящения своего времени занятию горнолыжным спортом, и всего 9 % выбирают его в качестве места для организации семейного отдыха. Более 50 % катающихся в Приэльбрусье — люди в возрасте 25-35 лет, еще 14 % туристов составляет молодежь в возрасте 15-24 лет. Ключевыми преимуществами этого курорта участники опроса называют оптимальное соотношение цены и качества услуг, широкую известность бренда

Эльбруса, высочайшей вершины Европы, как места, обязательного для посещения, и природные красоты Кабардино-Балкарии.

Что касается ВТРК «Архыз», то на этот курорт для катания на горных лыжах и сноуборде приезжает 73 % туристов, тогда как почти четверть всех отдыхающих составляют семейные туристы и туристы с детьми. При этом независимо от цели визита туристы высоко оценивают удобство курорта «Архыз» для спокойного отдыха в кругу семьи, свыше 94 % удовлетворены условиями для посещения курорта с детьми. Также ключевыми преимуществами «Архыза» респонденты называют наличие условий для катания детей и начинающих лыжников, дружелюбность и клиенто-ориентированный подход персонала курорта, высокое качество подготовки трасс и приемлемую стоимость отдыха на курорте.

«Курорты Северного Кавказа исторически являлись излюбленным местом отдыха россиян. В постсоветский период акценты сместились в сторону отдыха за пределами страны, однако сейчас мнение людей меняется, и об этом свидетельствуют данные проведенного социологического исследования. Что особенно приятно, за развитие курортов Северного Кавказа активно выступают не только потенциальные туристы, но и жители региона», — пояснил руководитель практики консультационных услуг компании Ernst & Young в СНГ Игорь Болдырев [2].

На основании приведенных данных можно вполне обоснованно говорить о том, что данный регион следует рассматривать как туристическую дестинацию по таким особенностям и характеристикам как достопримечательность (природные богатства или созданные человеком, т.е. то, что побуждает туриста совершать путешествие); удобства (размещение, питание, развлечения, а также розничная торговля и другие предприятия сферы услуг, такие как банки, обменные пункты, парикмахерские, медицинские предприятия, т.е. все то, что не только обеспечивает приют и пищу, но и создает общее ощущение радушного приема туристов данной дестинацией); доступность вследствие развития транспортной инфраструктуры.

Кроме того, дестинация представляет собой культурную ценность: туристы в рамках различных видов туризма могут удовлетворять свои разнообразные потребности – начиная от гастрономических и заканчивая экстремальными, что позволяет поддерживать отличие условий дестинации от обычных «домашних» условий с по-

мощью хорошего дизайна и управления, чтобы избежать разработки «унифицированного туристского ландшафта».

И, наконец, одно из важных составляющих дестинации в плане социального взаимодействия и укрепления межэтнических и межнациональных связей – услугами и удобствами дестинации пользуются не только приезжающие туристы и отдыхающие, но и местные жители, и работники, обслуживающие сферу туризма. Таким образом, предприятия дестинации не могут быть ориентированы только на местных жителей или только на туристов, они должны ориентироваться на тех и других. Следовательно, социальные связи и отношения развивающиеся в сфере туристической индустрии могут и должны способствовать межэтническому и межнациональному согласию в регионе.

Использованная литература:

1. Байдалова О. В. Развитие региона как социальной системы: социальные показатели и индикаторы. Волгоград: Изд-во Волгоградской академии государственной службы, 2002.

2. Более 70% российских горнолыжников хотят побывать на горнолыжных курортах Северного Кавказа [Электронный ресурс] // Федерация горнолыжного спорта и сноуборда России. URL: www.fgssr.ru/Sport/ui/Page/Organisation/OrganisationPageNewsItem.aspx?id=3537&o=6513&so=3275 (дата обращения 20.10.2016).

3. Лексин В. Н., Швецов А. Н. Государство и регионы: Теория и практика государственного регулирования территориального развития. М.: УРСС, 1999.

4. Станет ли Северный Кавказ туристической Меккой? [Электронный ресурс] // Общероссийская газета независимых журналистских расследований «Наша версия». URL: <https://kavkaz.versia.ru/programma-programma-rozvitiiyu-turizma-na-severnom-kavkaze> (дата обращения 25.10.2016)

5. Шахбазов Ю. В. Становление и развитие туризма на Северном Кавказе (вторая половина XIX - конец XX века): автореф.... канд. ист. наук. Пятигорск, 2010.

Olga V. BAYDALOVA

Dr. Sci. (Sociology of Management), Prof., Department of Philosophy,
Volograd State Academy for Physical Culture
Volograd, Russia

The North Caucasus as a Tourist Destination: Socio-Cultural Features of Development

Author considers the peculiarities of a development of the Northern Caucasus region as a tourist destination. The classification characteristics of a destination are described, the sociological data of the consumer preferences of tourists, of the services of the North Caucasian cluster are revealed.

Keywords: region, regional development, tourism, destination, social interaction, definition, consumer preferences.

References:

1. Baydalova, O. V., *Razvitie regiona kak sotsial'noy sistemy: sotsial'nye pokazateli i indicatory* (Development of a Region as a Social System: Social Indicators), Volgograd: Izdatel'stvo Volgogradskoy akademii gosudarstvennoy sluzhby, 2002.

2. Bolee 70% rossiyskikh gornolyzhnikov khotyat pobyyat' na gornolyzhnykh kurortakh Severnogo Kavkaza (More Than 70% of Russian Skiers Want to Visit the Ski Resorts of the North Caucasus), in *Federatsiya gornolyzhnogo sporta i snouborda Rossii*. URL: www.fgssr.ru/Sport/ui/Page/Organisation/OrganisationPageNewsItem.aspx?id=3537&o=6513&so=3275. Accessed October 20, 2016.

3. Stanet li Severnyy Kavkaz turistichekoy Mekkoy? (Will the North Caucasus Become a Tourist Mecca?), in *Obshcherossiyskaya gazeta nezavisimyykh zhurnalistskikh rassledovaniy «Nasha versiya»*. URL: <https://kavkaz.versia.ru/programma-po-razvitiyu-turizma-na-severnom-kavkaze>. Accessed October 25, 2016.

4. Leksin, V. N. and Shvetsov, A. N., *Gosudarstvo i regiony: Teoriya i praktika gosudarstvennogo regulirovaniya territorial'nogo razvitiya* (State and Regions: Theory and Practice of State Regulation of the Territorial Development), Moscow: URSS, 1999.

5. Shakhbazov, Yu. V., *Stanovlenie i razvitie turizma na Severnom Kavkaze* (Formation and Development of Tourism in the North Caucasus), *Extended Abstract of Cand. Sci. Diss (History)*, Pyatigorsk, 2010.