

УДК 338.48 (470.620)

UDC 338.48 (470.620)

**СОВРЕМЕННЫЕ УГРОЗЫ И
ВОЗМОЖНОСТИ РАЗВИТИЯ ТУРИСТСКИХ
ДЕСТИНАЦИЙ В КРАСНОДАРСКОМ КРАЕ**

**ACTUAL TREATS AND THE OPPORTUNITIES
OF TOURIST DESTINATIONS DEVELOPMENT
IN THE KRASNODAR REGION**

Кизим Анатолий Александрович
д.э.н., профессор

Kizim Anatoliy Alexandrovich
Dr.Sci.Econ., professor

Сайдашева Оксана Валерьевна
аспирант
*Кубанский государственный университет,
Краснодар, Россия*

Saidasheva Oksana Valyerevna
postgraduate student
Kuban State University, Krasnodar, Russia

Статья посвящена анализу основных закономерностей и современных тенденций в формировании и развитии туристских дестинаций. Выявляются современные угрозы развитию туристских дестинаций в Краснодарском крае. Рассматриваются возможности и инструменты продвижения туристских дестинаций региона

The article is devoted to the analysis of the main regularities and the modern trends of tourist destinations foundation and development. Actual treats of tourist destinations development in the Krasnodar region are detected. Opportunities and instruments of regional tourist destinations advancement are considered

Ключевые слова: ТУРИСТСКАЯ ДЕСТИНАЦИЯ, УГРОЗЫ И ВОЗМОЖНОСТИ РЕГИОНАЛЬНОГО РАЗВИТИЯ, ИНСТРУМЕНТЫ ПРОДВИЖЕНИЯ ТУРИСТСКИХ ДЕСТИНАЦИЙ, ЭКОНОМИЧЕСКАЯ УСТОЙЧИВОСТЬ КРАСНОДАРСКОГО КРАЯ

Keywords: TOURIST DESTINATION, TREATS AND OPPORTUNITIES OF REGIONAL DEVELOPMENT, INSTRUMENTS OF TOURIST DESTINATIONS ADVANCEMENT, ECONOMIC SUSTAINABILITY OF KRASNODAR REGION

В контексте современного экономического развития России все большую значимость приобретают повышение хозяйственной активности в регионах, развитие территориальных конкурентных преимуществ, оптимизация отраслевой структуры субъектов РФ, преодоление кризисных тенденций, усиление интеграционных процессов в национальную и мировую экономику, а также более полная реализация потенциала долгосрочного роста.

Согласно А.Г. Гранбергу одним из основных понятий региональной экономики является экономическое пространство, под которым понимается «насыщенная территория, вмещающая множество объектов и связей между ними: населенные пункты, промышленные предприятия, хозяйственно освоенные и рекреационные площади, транспортные и инженерные сети и т.д.» [1, с. 25]. Качество экономического пространства определяется структурой региональной экономики, концентрацией

факторов производства, интенсивностью хозяйственных связей между элементами пространства, развитостью инфраструктуры, отсутствием угроз долгосрочного развития и кризисных процессов, а также другими характеристиками.

Развитие индустрии туризма в регионе оказывает значительное положительное воздействие на темпы роста валового регионального продукта, увеличение прибыли компаний-резидентов туристской и сопутствующих сфер хозяйства, повышение налоговых и неналоговых доходов регионального бюджета, способствует достижению мультипликативного эффекта в территориальной экономике, вносит вклад в улучшение структуры регионального платежного баланса, сокращение уровня безработицы и повышение среднего уровня доходов экономически активного населения.

Приоритетное развитие сферы туризма и рекреации, опережающее другие отрасли и сферы экономики, имеет высокую значимость в процессе диверсификации национальной и региональной экономики, перехода от доминанты добывающих и низкотехнологичных сфер экономической специализации к высокотехнологичным направлениям, усиления значения сектора услуг. Стратегическая необходимость приоритетного развития именно индустрии туризма отражена в современной экономической политике Российской Федерации, что закреплено в Концепции федеральной целевой программы «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011 – 2018 годы)» Правительства РФ и Стратегии развития туризма в Российской Федерации на период до 2015 года Ростуризма. Наличие эффективно функционирующей сферы туризма способствует преодолению инерционного энергосырьевого сценария

развития страны, а также усиливает инновационную составляющую региональной и национальной экономики.

Развитие туризма в регионе при наличии действенного природоохранного законодательства не приводит к истощению природных ресурсов и нарушению экологического баланса. Туризм позволяет преодолеть сезонные экономические циклы на основе сочетания летних и зимних видов отдыха, а также расширения ассортимента оказываемых медицинских и сопутствующих всесезонных услуг. В условиях макроэкономической нестабильности туризм как сфера национальной и региональной экономики проявляет более высокую устойчивость в уровне спроса как со стороны иностранных, так и отечественных рекреантов. Правительства многих зарубежных стран на уровне штатов, федеральных земель, провинций и департаментов используют приоритетное развитие туризма как эффективный инструмент преодоления последствий мирового экономического кризиса. Вышеуказанные три фактора позволяют говорить о том, что индустрия туризма способствует достижению устойчивости региональной экономики, переходу на траекторию развития, которая не нарушает экологическое равновесие территории, и не создает отложенные негативные социально-экономические эффекты для будущих поколений.

Повышение занятости, уровня доходов населения, качества и доступности туристских услуг на территории, достижение устойчивости региональной экономики, в свою очередь, способствуют повышению в долгосрочном периоде качества жизни индивидов.

Вышесказанное обосновывает актуальность проведения исследований в области развития туризма в регионе.

Основной практически-значимой задачей, решаемой в данной статье, является выявление современных угроз развитию туристских дестинаций

Краснодарского края и формирование на этой основе обоснованных рекомендаций по совершенствованию политики органов региональной власти и местного самоуправления в сфере курортов и туризма.

Выбор органами власти методов и подходов развития туризма в регионе зависит от множества детерминант, основными из которых, по мнению авторов, являются:

1) стратегическая значимость и приоритетность развития индустрии туризма по сравнению с другими направлениями специализации региональной экономики;

2) достаточность ресурсов регионального консолидированного бюджета, выделяемых на развитие туризма;

3) этап развития индустрии туризма в регионе – выбор конкретных подходов и методов развития зависит от того, находится ли индустрия туризма на стадии формирования, роста, зрелости или стагнации. На этапе роста в основном используется правовой и программно-целевой методы, а также отраслевой подход. На этапе зрелости индустрии туризма в регионе могут применяться кластерный, пространственный и системный подходы;

4) наличие уникальных характеристик территориального туристского продукта и известность бренда туристской территории;

5) интенсивность и характер региональной конкуренции за привлечение туристов и инвесторов – одна из важнейших детерминант макросреды региона, предполагающая выбор различного инструментария продвижения регионального туристского продукта на внешних рынках, использование эффективных методов привлечения инвесторов и туристов, присоединение к международным нормативно-правовым актам в области туризма, адаптацию успешного опыта туристских регионов развитых стран мира и т.д.;

б) степень вовлеченности регионального делового сообщества, некоммерческого сектора и населения в процессы развития индустрии туризма – отражает сложившуюся ситуацию и возможности использования потенциала частно-государственного и общественно-государственного партнерства в содействии комплексному развитию туризма в регионе;

7) экологические ограничения – сужение круга используемых методов и подходов управления развитием индустрии туризма может быть связано с промышленной специализацией региона, наличием нерешенных экологических проблем, высокой загрязненностью территории, экологическими катастрофами с длительным периодом восстановления экосистем и т.д.;

8) уровень безопасности – ограничение в выборе используемых методов и подходов управления развитием индустрии туризма в регионе, связанное с макроэкономической и политической нестабильностью в стране, наличием локальных конфликтов, столкновений на национальной и конфессиональной основах, недостаточной эффективностью деятельности федеральных правоохранительных органов и другими факторами [2, с. 104-105].

Формирование органами власти политики комплексного развития туризма в регионе может основываться на множестве методов и подходов, основные из которых отражены в таблице 1. Анализ успешного опыта развития туризма в России и экономически-развитых странах мира показывает, что большего эффекта достигали те региональные и местные правительства, которые комбинировали в своей политике несколько методов и подходов как в преодолении угроз, так и в реализации основных возможностей развития курортов и туризма на территории.

Таблица 1 – Основные подходы и методы развития туризма в регионе¹

Метод или подход	Сенсорная зона туристской индустрии региона	Содержание метода или подхода
Проблемный подход	проблема сферы туризма	Развитие происходит на основе решения органами власти в каждый период наиболее актуальной проблемы туристской индустрии региона (например, энергодефицитность территории, экологическое загрязнение).
Правовой метод	правовые условия функционирования туристской индустрии	Развитие происходит на основе создания оптимальных правовых условий функционирования туристской индустрии, улучшения системы законодательных норм в области порядка регистрации и деятельности туристских фирм, охраны собственности, защиты конкурентной среды.
Программно-целевой метод	подсистема туристской индустрии	Развитие основано на принятии и реализации региональных и муниципальных целевых программ в области совершенствования определенной подсистемы туристской индустрии, либо на участии в аналогичных федеральных программах.
Отраслевой подход	туристская отрасль	Развитие основано на создании оптимальных условий для деятельности туристских компаний, входящих в одну отрасль.
Кластерный подход	туристский кластер	Развитие основано на создании оптимальных условий для деятельности туристских компаний и инфраструктурных организаций, а также на оптимизации системы государственного регулирования туристской индустрии.
Системный подход	туристская система	Развитие основано на структурной реорганизации элементов системы индустрии туризма с целью повышения их эффективности, исключения «узких зон», качественного развития внутренних и внешних взаимодействий, достижения эффекта синергии.
Пространственный подход	туристская дестинация	Развитие основано на повышении привлекательности туристского пространства в целом через развитие туристских дестинаций и совершенствовании территориального туристского продукта.

¹ Составлено авторами

В настоящее время региональные органы власти развитых стран тяготеют к все большему использованию кластерного, системного и пространственного подходов к развитию туризма.

С 80-х годов XX века в Европе и США, и с середины первого десятилетия XXI века в России ученые и практики рассматривают туристскую дестинацию как центральное звено туристской системы территории и приоритетный объект регулирующего воздействия органов государственной власти и местного самоуправления.

Общепринятым считается введение дефиниции «туристская дестинация» профессором Мейсенского университета Нейлом Лейпером (г. Окленд, Новая Зеландия) в 1979 году в статье «The framework for tourism: Towards definitions of tourism, tourists and the tourism Industry», в рамках которой туристская дестинация рассматривается как «географическая территория, обладающая привлекательностью для туристов» [3].

Исследователи в рамках характеристики туристской дестинации выделяют территориальный, экономический, управленческий и маркетинговый подходы к ее описанию.

В отличие от существующих дефиниций авторы статьи предлагают рассматривать туристскую дестинацию как географическую территорию, характеризующую цель путешествия туристов в пространстве и в определенном интервале времени, обладающую уникальным сочетанием аттрактивных свойств, формирующую пространственное ядро региональной туристской системы, эффективное функционирование и продвижение которой способствует достижению устойчивого развития экономики региона.

Выделение таких аспектов рассмотрения сущности туристской дестинации позволяет находить и анализировать более глубокие связи между спросом туристов на территориальный туристский продукт и

выбором конкретной дестинации для посещения, механизмом продвижения туристских дестинаций и достижением устойчивого развития экономики соответствующего региона.

Согласно мнению авторов статьи можно выделить следующие элементы туристской дестинации:

1) территория, обладающая уникальным набором аттрактивных свойств;

2) туристская и логистическая инфраструктуры, призванные предоставить максимальный ассортимент сопутствующих туристской деятельности услуг;

3) позиционирование (сформированный позитивный или негативный образ) дестинации в информационном пространстве страны и мира – интегральный результат использования маркетинговых инструментов (инструментов территориального маркетинга) для продвижения дестинации, привлечения туристов, инвесторов и сервисных компаний (торговых, гостиничных сетей, банков, сетей ночных клубов и организаций общественного питания);

4) положительные и отрицательные экстерналии от функционирования дестинации в отношении экономического пространства региона. В свою очередь, изменения в экономике региона создают множественный эффект в социальной и экологической подсистемах территории, оказывая влияние на качество жизни местного населения и состояние природной среды.

По мнению авторов, на основе анализа потоков туристов, степени известности территориального бренда, отраслевой структуры местной экономики, целостности и последовательности реализуемой политики в области развития туризма на территории Краснодарского края можно выделить три сформировавшиеся туристские дестинации:

1) туристская дестинация Сочи;

- 2) туристская дестинация Анапа;
- 3) туристская дестинация Геленджик.

Туапсинский район и Новороссийск, несмотря на существенный поток туристов, не являются сформировавшимися туристскими дестинациями в силу преобладания в отраслевой структуре перерабатывающей промышленности и транспорта, недостаточной целостности и известности территориального бренда, наличием значительных экологических проблем, противоречивостью векторов промышленного и туристско-рекреационного развития территории.

Рассматривая туристские дестинации Анапы Геленджика и Сочи, необходимо отметить, что основные функции этих поселений менялись в зависимости от геополитической обстановки, что отражено в таблице 2:

Таблица 2 – Изменение основных функций Сочи, Анапы и Геленджика²

Город	Функции при основании или завоевании	Получение статуса курорта	Современная отраслевая структура
Анапа	Турецкая крепость Анапа, построенная в 1781-1782 годах и присоединенная к России по Адрианопольскому мирному договору 1829 года	Курорт с 1866 года	1) индустрия туризма; 2) пищевая промышленность; 3) гостиничный бизнес; 4) сфера общественного питания; 5) торговля; 6) строительство; 7) транспорт; 8) медицинские и рекреационные услуги; 9) индустрия активного отдыха и развлечений; 10) банковская система; 11) сфера физической культуры и спорта; 12) связь и коммуникации.
Геленджик	Геленджикское укрепление, основанное в 1831 году в составе Черноморской укрепленной береговой линии	Побережье Геленджикской бухты получает статус курорта в 1907 году	
Сочи	Форт Александрия, основан в 1838 году в составе Черноморской укрепленной береговой линии	Началом развития Сочи как курорта считается открытие в 1909 году здравницы «Кавказская Ривьера»	

² Составлено авторами

Как следует из таблицы 2, исследуемые муниципальные образования при их основании выполняли функции военных укреплений и крепостей, а переход к туристско-рекреационной специализации произошел во второй половине XIX – начале XX вв. В настоящее время в данных городах туристско-рекреационный комплекс является бюджетообразующим, а в отраслевой структуре муниципальной экономики преобладает сектор услуг, пищевая промышленность и строительство.

Экономические показатели туристских дестинаций Анапы, Геленджика и Сочи отражены в таблице 3:

Таблица 3 – Экономические показатели туристских дестинаций Анапы, Геленджика и Сочи³

Показатель	Туристская дестинация	2007	2008	2009	2010	2011
Доходы, от санаторно-курортного комплекса, млн. руб.	Анапа	7893,6	12057,78	14011,14	16280,95	18918,46
	Геленджик	6319	7170	8324,37	9631,3	11143,41
	Сочи	16704,7	18134	19580	20913,2	24112,92
Количество туристов, млн. чел.	Анапа	1,539	2,998	3,088	3,082	3,051
	Геленджик	1,51	1,939	2,102	2,233	2,393
	Сочи	3,924	4,367	4,818	5,192	5,769
Объем инвестиций в основной капитал по предприятиям СКК, млрд. руб.	Анапа	0,18	0,2	0,19	0,19	0,25
	Геленджик	0,4	0,5	0,6	0,7	0,8
	Сочи	22,97	27,24	30,7	33,16	40
Количество средств размещения в организованном секторе, ед.	Анапа	192	192	194	196	199
	Геленджик	136	105	110	115	120
	Сочи	283	283	282	292	301
Поступления краевой консолидированный бюджет от СКК, млн.руб.	Анапа	680,84	825,71	875,25	936,52	1011,44
	Геленджик	459,09	540,26	500,00	550,00	605,00
	Сочи	1537,44	1846,86	1952,00	2127,00	2213,00
Количество посещаемых объектов турпоказа, ед.	Анапа	3	3	3	4	4
	Геленджик	16	17	20	21	25
	Сочи	118	120	120	120	122

³ Составлено на основе официальных данных по источнику [4]

Как следует из данных таблицы 3, мировой финансовый кризис не оказал существенного негативного воздействия на количество туристов, доходы от санаторно-курортного комплекса, поступления в краевой бюджет и объем привлекаемых инвестиций в исследуемые дестинации Краснодарского края.

К основным угрозам развития туристских дестинаций Краснодарского края авторы относят:

1) угрозу переориентации российских туристов с посещения курортов анализируемого региона на приморские дестинации Турции, Греции, Кипра, Италии, Франции, Испании, ОАЭ, Украины и других стран из-за ежегодного повышения стоимости отдыха на курортах Краснодарского края при низком и среднем качестве туристского продукта;

2) угрозу повышенной техногенной нагрузки на экосистемы туристских дестинаций региона, которая связана с увеличением бытового и промышленного загрязнения территории, сокращением площади лесов, увеличением транспортных потоков, добычи песка и нефти в акватории Черного моря, а также некоторыми другими причинами;

3) угрозу сокращения объемов привлекаемых инвестиций в экономики дестинаций в силу неопределенности затрат застройщика при оформлении землеотводной документации и разрешающих документов, а также недостаточной развитости транспортной, инженерной и энергетической инфраструктуры;

4) угрозу наводнений курортных поселений туристских дестинаций региона из-за повышения уровня воды в горных реках, продолжительных ливней, сброса воды из водохранилищ и нерасчищенности русел;

5) угрозу экологической катастрофы вследствие функционирования нефтеперерабатывающих и химических заводов, прохождения нефтяных

танкеров через российскую акваторию Черного и Азовского морей; наличия крупных полигонов ТБО, аммиакохранилищ;

б) угрозу ухудшения состояния пляжных территорий, их несоответствие международным стандартам;

7) выраженную сезонность функционирования индустрии туризма – наибольший приток отдыхающих в регион на протяжении ряда лет приходится на июль (31,9%) и август (40,3%) месяцы [5, с. 27].

В настоящее время Анапа, Геленджик и Сочи являются мультисервисными туристскими дестинациями, включающими комплексные услуги приморского отдыха, бальнеолечения, индустрии развлечений, делового туризма и специальных мероприятий (специализированных выставок, деловых форумов, фестивалей, карнавалов). Уникальной по отношению к двум другим исследуемым дестинациям является специализация Сочи как агломерации, сочетающей приморский и горноклиматический виды отдыха, а также территории с развитой инфраструктурой зимних видов спорта; специализация Анапы как всероссийского детского и семейного курорта; специализация Геленджика как центра развитой индустрии развлечений для молодежи.

Благоприятными возможностями для развития туристских дестинаций Краснодарского края являются:

1) для Анапы – развитие туристской инфраструктуры в районах Высокого берега, промышленной зоны, предгорной территории; инициированное Правительство РФ в 2010-2011 гг. расширение игровой зоны Азов-Сити и создание двух ее частей – северной (Щербиновский район) и южной (район станицы Благовещенская под Анапой), а также ликвидация ростовской части данной игровой зоны [6];

2) для Геленджика – основанные на частно-государственном партнерстве инвестиционные проекты реконструкции аэропорта Геленджика, строительства железнодорожной ветки до с. Кабардинка,

развития инфраструктуры туристской индустрии в районе толстого мыса и горных территориях дестинации;

3) для Сочи – реализация проекта развития Сочи как горноклиматического курорта, развитие территории в рамках подготовки к XXII Зимним Олимпийским играм 2014 года, Гран-при «Формулы-1», Чемпионату мира по футболу 2018 года; реализация проекта строительства морского курорта на искусственном архипелаге в акватории Чёрного моря города Сочи и некоторые другие.

Важно отметить, что реализация вышеуказанных возможностей также сопровождается возникновением новых угроз, например, повышения уровня преступности и открытия доступа подростковой аудитории к игорному бизнесу в контексте развития игровой зоны «Золотые пески» в Анапе или нарушения природных экосистем в результате подготовки инфраструктуры к Олимпиаде 2014 года.

Стратегически значимым направлением деятельности по развитию дестинаций является преодоление фактора сезонности за счет расширения комплексного территориального продукта, универсализации услуг пансионатов и гостиничных комплексов, развития зимних и весенних программ восстановления здоровья, проведения форумов, конференций, выездных стимулирующих мероприятий для персонала во внесезонный период [7, с. 109].

Другим направлением, нивелирующим фактор сезонности и увеличивающим поток туристов, по мнению авторов статьи, может стать разработка и реализация стратегии формирования предгорных и горноклиматических дестинаций Краснодарского края, что предполагает, прежде всего, совершенствование туристской инфраструктуры Красной Поляны, Горячего Ключа, Апшеронского и Мостовского районов. Реализация вышеуказанной стратегии может иметь более комплексный экономический эффект при формировании механизмов координации и

межрегионального сотрудничества на уровне Правительства Краснодарского края и Кабинета министров Республики Адыгеи в сфере развития горноклиматического курорта Лагонаки, который является одним из наиболее масштабных инвестиционных проектов в курортной сфере ЮФО. В 2010 году на федеральном уровне было принято решение о включении проекта Лагонаки в концепцию создания туристского кластера на Северном Кавказе, а в Апшеронском районе создана туристско-рекреационная особая экономическая зона [5, с. 48].

Использование кластерного подхода к развитию туристских территорий следует считать закономерным эволюционным продолжением применения местными и региональными правительствами отраслевого подхода и механизма развития курортов на основе образования особых экономических зон курортно-рекреационного типа. Многие российские исследователи, в частности, О.Н. Петрова и З.И. Созиева, обоснованно утверждают, что формирование и развитие туристско-рекреационных кластеров уже в среднесрочном периоде позволяет повысить конкурентоспособность регионов на рынке туристских услуг [8, 9].

В рамках инвестиционного и туристского продвижения дестинаций, по мнению авторов статьи, целесообразно продолжить использование следующих инструментов:

1) прямое предложение потенциальным инвесторам со стороны местной администрации о расположении на его территории гостиничных, торгово-развлекательных и иных сопутствующих туризму комплексов;

2) разработка инвестиционных проектов и формирование инвестиционных площадок дестинации, которые представляются на официальных сайтах, в паспортах инвестиционных проектов, в презентационных книгах и буклетах, в раздаточных материалах для участников международных и российских инвестиционных форумов;

3) ежегодное участие делегаций Анапы, Геленджика и Сочи в международных инвестиционных форумах и туристских выставках. Примерами форумов и выставок с активным участием анализируемых городов являются: международная выставка коммерческой недвижимости «MIPIM» (г. Канны), международная выставка «Зеленая неделя» (г. Берлин); выставка коммерческой и промышленной недвижимости REAL VIENNA (г. Вена); международный экономический форум в Санкт-Петербурге, в Сочи, а также Байкальский экономический форум [7, с. 106];

4) сопровождение инвестиционных проектов по принципу «одного окна»;

5) формирование и использование гарантийного фонда поддержки субъектов малого предпринимательства Краснодарского края; прямые гарантии инвесторам со стороны администрации Краснодарского края.

6) развитие системы поддержания общественного правопорядка, предупреждения массовых беспорядков, столкновений на национальной и религиозной почве, террористических актов;

7) формирование образов городов как мест, привлекательных для бизнеса, туристов и населения. Инструментами формирования и изменения представлений о городе являются интервью с главой администрации по телевидению и в ведущих журналах, создание буклета достопримечательностей города, реклама города на наружных щитах вдоль федеральных автодорог, сувенирная продукция с названием города и др.

Согласно Ф. Котлеру, К. Асплунду, И. Рейну и Д. Хайдеру «места должны рекламировать не только свое направление в целом, но и свои характерные достопримечательности» [10, с. 278]. Признавая факт того, что в сфере развития системы достопримечательностей анализируемых туристских дестинаций уже выполнен достаточно большой объем работ и сделан качественный скачек вперед в области благоустройства курортов, авторы статьи считают целесообразным рекомендовать администрациям

Анапы, Геленджика и Сочи продолжить политику развития системы природных и культурных аттракций.

Сформированные рекомендации могут быть основой для разработки стратегии формирования предгорных и горноклиматических дестинаций Краснодарского края, а также совершенствования Стратегии развития санаторно-курортного и туристского комплекса Краснодарского края до 2020 года в части развития Сочи, Геленджика и Анапы как приморских туристских дестинаций. Экономический эффект от реализации предложений отразится, прежде всего, в увеличении доходов субъектов СКК и налоговых поступлений от туризма, а также в комплексном социально-экономическом развитии Краснодарского края в целом.

Литература

1. Гранберг А.Г. Основы региональной экономики: учебник для вузов. М.: Изд-во ГУ ВШЭ, 2006. – 496 с.
2. Кизим А.А., Вальвашов А.Н., Сайдашева О.В. Методологические аспекты повышения устойчивости региональной экономики на основе продвижения туристских дестинаций // Экономика устойчивого развития. – 2012. – № 10. С.102-115.
3. Leiper N. The framework for tourism: Towards definitions of tourism, tourists and the tourism Industry // Annals of Tourism Research. – 1979. – № 6. – P.390-407.
4. О результатах и основных направлениях деятельности департамента комплексного развития курортов и туризма Краснодарского края: доклад / Администрация Краснодарского края. – Краснодар, 2012. – 98 с.
5. Стратегия развития санаторно-курортного и туристского комплекса Краснодарского края до 2020 г. Краснодар, 2012. – 127 с.
6. Ростов закрыли для игры // Коммерсантъ (Ростов). – 2011. – №59 (4597).
7. Вальвашов А.Н. Маркетинговые инструменты повышения привлекательности и развития конкурентных преимуществ городских округов Краснодарского края / Кубанская школа развития местных сообществ: теория и практика: сб. науч. тр. / Отв. ред. Т.А. Мясникова. – Краснодар: Кубанский гос. ун-т, 2011. – 395 с. С. 100-110.
8. Петрова О.Н. Кластер как инструмент обеспечения конкурентоспособности туристского комплекса региона // Региональная экономика: теория и практика. 2010. № 13. С. 20.
9. Созиева З.И. Формирование и развитие туристско-рекреационных кластеров (зарубежный опыт) // Региональная экономика: теория и практика. 2009. № 25. С. 41.
10. Котлер Ф., Асплунд К., Рейн И., Хайдер Д. Маркетинг мест. Привлечение инвестиций, предприятий, жителей и туристов в города, коммуны, регионы и страны Европы. – СПб.: Питер, 2005. – 382 с.