

Региональная экономика

УДК 332.1:338.48

СТРАТЕГИЯ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА КУРОРТНОЙ ТЕРРИТОРИИ (НА ПРИМЕРЕ КУРОРТНЫХ ТЕРРИТОРИЙ АР КРЫМ)

Михуринская Е.А., Мельникова Н.В.

В статье рассматривается стратегия развития туризма курортной территории (на примере курортных территорий АР Крым). В результате проведенных исследований в рамках реализации стратегии туризма курортной территории определены основные тактические задачи развития туризма курортной территории, а также предложены методические разработки и их совершенствование, создающие предпосылки для обеспечения эффективной туристской деятельности в регионе.

Ключевые слова: *стратегии, курортная территория, тактические задачи, направления развития, туризм, научно-методическое обеспечение туристской деятельности.*

В связи с развитием мирового туризма всё возрастающий интерес к поиску путей эффективного развития этой деятельности появляется, как со стороны государства, так и предпринимателей. В настоящее время это одна из наиболее динамично развивающихся отраслей мировой экономики, поскольку является наиболее высокодоходной индустрией и значительным источником дохода в бюджете страны. По оценкам Всемирного совета по туризму и путешествиям туристский рынок в ближайшее десятилетие будет динамично развиваться, что предполагает значительные объемы капиталовложений в туристскую отрасль. Так, важнейшим фактором, предопределяющим эффективность функционирования индустрии туризма, является уровень развития инфраструктуры региона, что требует значительных капиталовложений и внедрения инновационных технологий в развитие сетей коммуникаций: транспортные магистрали, сети газо- и водоснабжения, системы очистки сточных вод, энергообеспечения и др. Именно поэтому становится необходимым определение тактических задач реализации стратегии развития туризма курортной территории, предусматривающих участие государства за счет региональных и муниципальных бюджетных средств в развитие инфраструктуры региона.

Основной целью статьи является обоснование стратегии развития туризма курортной территории (на примере курортных территорий АР Крым) в долгосрочной перспективе.

1. Научно-методическое обеспечение туристской деятельности в регионе должно быть основано на следующих разработках и их совершенствовании:

- методологии мониторинга текущей ситуации туристского рынка;
- методик квалификации и оценки туристских ресурсов курортной территории, их сохранения и восстановления, порядка использования;
- методик прогнозирования и определения перспектив развития туристского рынка курортной территории;
- исследований по выявлению долговременных складывающихся приоритетов отдыха широких групп потребителей в системе координат новых жизненных ценностей для их проецирования на рынки курортной территории и АР Крым;
- маркетинговых исследований спроса потребителей на туристский продукт курортной территории на туристских рынках Крыма, Украины и за границей;
- исследований эффективности затрат на продвижение совокупного туристского продукта курортной территории.

Субъектами научно-методической деятельности в области туризма должны быть учреждения образования высшей школы, готовящие специалистов отраслевого профиля по образовательным

программам, связанных с крымским направлением, маркетинговые и другие специализированные предприятия.

В рамках научно-методического обеспечения развития туризма в рамках курортной территории возможна подготовка предложений для принятия решений городским советом, государственной городской администрацией и участниками рынков обслуживания туристов об инвестициях в области туристской и сопутствующей деятельности в курортной территории.

2. Разработка и реализация маркетинговой стратегии.

На начальном этапе проведения маркетинговой политики продвижения курортной территории основными задачами являются:

- создание и продвижение имиджа курортной территории с помощью PR и маркетинговых технологий на отечественном и международном туристских рынках;
- позиционирование и стабильное увеличение информационного присутствия туристского продукта курортной территории в конкурентном поле других туристских рынков;
- увеличение количества прибывающих на среднесрочный и длительный отдых в курортную территорию туристов;
- разработка и внедрение мер для повышения их повторного приезда в последующие сезоны;
- увеличение туристского потока в курортную территорию в период низкого сезона;
- создание условий для увеличения ежедневных затрат туристов в процессе их отдыха;
- увеличение среднестатистической продолжительности летнего сезона курортной территории до 100 суток.

На данном этапе можно выделить три направления маркетинговой стратегии продвижения курортной территории на туристских рынках:

- создание благоприятного имиджа курортной территории как территории высокой культуры и науки, значимых традиций, с развитой и устойчивой экономикой, качеством жизни горожан в целом, ее позиционирование и продвижение с помощью современных средств коммуникации (СМИ, включая электронные; PR-технологии; рекламные проспекты, каталоги и другая печатная продукция, позитивные фильмы и целевые телепередачи о современном состоянии курортной территории с их трансляцией на телеканалах Украины и стран СНГ), организация и проведение в рамках курортной территории научно-практических и бизнес конференций, семинаров, общественно-политических мероприятий по широкому кругу вопросов (особое внимание необходимо уделить безопасности пребывания гостей и туристов в курортной территории - эхо минувшей войны, преступность, экологическая обстановка, отдых на море и в горах);
- разработка, создание, проведение и воспроизведение в будущем в курортной территории традиционных и значимых для широкого круга лиц событий, праздников, фестивалей, шоу, смотров КВН, выставок, ярмарок, гастролей известных театров, звезд кино и эстрады и т.п., с активным продвижением их для населения и гостей курортной территории, на внешнем и внутреннем туристском рынках (идеальная ситуация: в течение летнего сезона - ни дня без праздника, в течение низкого сезона - еженедельный праздник; о событиях должно быть известно за 3-6 месяцев до их проведения путем издания ежегодного календаря событий);
- продвижение основных достопримечательностей и уникальных особенностей курортной территории, ее туристской инфраструктуры и предложений туристических фирм, работающих на региональном ресурсе, на специализированных туристских ярмарках-выставках, съездах, слетах, смотрах, конференциях и семинарах.

Важнейшими аспектами реализации маркетинговой стратегии на начальном этапе являются:

- создание, продвижение и поддержание интернет-портала курортной территории с рабочим названием «Все о туризме» (с подробной туристской информацией для пользователей и сторонних субъектов туристической деятельности, с элементами on-line бронирования предложений территориальных турфирм, работающих на региональном туристском ресурсе);
- обеспечение участия курортной территории единым стендом в туристской рекламно-выставочной деятельности, в первую очередь в регионах Украины и странах СНГ;

- создание и проведение собственной ежегодной международной туристской ярмарки-выставки (форума или салона), которая должна стать традиционной;
- создание широкого спектра рекламной печатной и CD-продукции, распространяемой среди туристов и туристских фирм по различным каналам продвижения;
- проведение научно-практических конференций (семинаров, круглых столов, мастер-классов) по актуальным вопросам развития туризма в курортной территории.

3. Организация ведения мониторинга и анализа состояния туристской отрасли.

На данном этапе необходимо проведение следующих мероприятий:

- разработка и внедрение научно-обоснованной методологии мониторинга текущей ситуации туристского рынка;
- разработка научно обоснованной методики более полной статистической оценки об объемах приема туристов и гостей курортной территории субъектами туристской деятельности;
- проведение регулярных опросов и других форм сбора статистических данных о социальном портрете туристов и гостей курортной территории.

4. Развитие рынка услуг размещения туристов и гостей курортной территории.

В рамках данной задачи необходимо рассмотрение следующих аспектов:

- дальнейшее формирование благоприятного инвестиционного климата в области развития гостиничного хозяйства и объектов для отдыха туристов;
- привлечение зарубежных и отечественных предпринимателей и инвесторов к развитию действующих и строительству новых гостиничных комплексов, прежде всего высшего и среднего класса;
- сохранение прироста объема номерного фонда (не менее 10% в год) и увеличение общего объема номерного фонда к 2015 году не менее чем в 2 раза, то есть до 45 тысяч мест размещения;
- привлечение в курортную территорию развитых международных гостиничных сетей, развитие системы молодежного туризма (типа хостел);
- стимулирование повышения качества оказываемых гостиницами услуг;
- разработка предложений для создания условий сертификации объектов размещения, существующих в рамках курортной территории, включая частный сектор, что позволит вывести многих из тени и позиционировать их на рынке в соответствии с имеющимися у них возможностями;
- создание в рамках органа управления туризмом курортной территории базы данных объектов размещения туристов и гостей данной территории, включая частный сектор, с постоянным ее обновлением, анализом и контролем информации;
- разработка предложений по введению патента, арендного сбора или другой формы платежа от арендодателей частного сектора размещения туристов и гостей курортной территории для вывода их из тени;
- принятие мер к упрощению процедуры согласования при изменении целевого назначения земли с садово-огороднического на дачное.

5. Информационная поддержка развития туризма курортной территории.

Для туристов, в том числе иностранных, повышение информационной обеспеченности является важным фактором повышения привлекательности курортной территории на туристском рынке. Для упрощения их передвижения по курортной территории необходимо провести следующие мероприятия:

- установить знаки, указывающие дорогу к основным достопримечательностям, в том числе на латинице;
- разместить информационные тумбы с картой расположения объектов туристской инфраструктуры курортной территории (основные достопримечательности, объекты размещения, рестораны и крупные кафе, недорогие столовые, предприятия досуга, торговые комплексы и рынки, учреждения культуры и кинотеатры);
- разместить информационные киоски в местах наибольшей концентрации туристов и гостей курортной территории для распространения рекламной продукции и получения справок об

объектах размещения, о планируемых событиях в курортной территории;

- разработать и реализовать проект создания «Карты гостя» - дисконтной карты для гостей курортной территории, предоставляющей скидки во всех необходимых туристу предприятиях туристской отрасли (торговля, транспорт, музеи, предприятия размещения и общественного питания), распространяемой через сеть информационных киосков курортной территории.

6. Улучшение организации транспорта в курортной территории.

Для развития транспортной инфраструктуры курортной территории как туристского центра необходимо:

- строительство новых и реконструкция существующих транспортных магистралей и дорог;
- строительство подземных тоннелей и переходов;
- развитие парковок и внеуличных паркингов (особенно у основных объектов показа) для транспорта, определение мест для краткосрочной парковки экскурсионного автотранспорта;
- разработка и внедрение автобусных маршрутов вдоль основных объектов размещения туристов с остановками в их расположении;
- содействие организации проката (аренды) автомобильного транспорта;

7. Организация и продвижение событий в курортной территории.

В рамках реализации данной задачи необходимо:

- тесная координация деятельности организаторов событий в курортной территории, в том числе с общественными организациями, созданных по направлениям, связанных и привлекательных для туристов (этнографические, культурные, по интересам и т.п.);
- проведение анализа и оценки существующих событий в курортной территории (успех, причины, время проведения);
- выбор наиболее перспективных событий для привлечения туристов в курортную территорию, в том числе этнографических;
- разработка концепций и сценариев новых событий;
- определение необходимых шагов по организационной и информационной поддержке каждого из событий;
- разработка и выпуск «Календаря событий» с анонсами мероприятий, датами и местами их проведения, доступного широкому кругу потребителей за 6 месяцев до начала летнего сезона и представленного в сбытовой сети и в сети ИНТЕРНЕТ.

8. Развитие инфраструктуры туристской отрасли.

Для успешного развития туризма в курортной территории в первую очередь необходимо принятие следующих мер по развитию инфраструктуры:

8.1. Развитие инфраструктуры пляжной зоны курортной территории:

- содействие привлечению инвестиций в развитие пляжной инфраструктуры, в том числе со стороны объектов размещения, расположенных у береговой линии;
- создание в каждой рекреационной зоне, выходящей к морю, современных пляжей с транспортными маршрутами доставки отдыхающих с общей емкостью не менее 90 тыс. мест.

8.2. Меры по благоустройству курортной территории:

- обеспечение контроля за своевременным вывозом мусора и другой санитарной очисткой курортной территории;
- создание стационарных санитарно-бытовых объектов общественного пользования (туалетов), приведение их в соответствие требованиям международных и национальных стандартов, санитарных норм и правил;
- обеспечение контроля проведения безопасных работ капитального ремонта зданий;
- осуществление озеленения улиц и дворов, развитие паркового хозяйства курортной территории.

8.3. Создание условий развития сети предприятий общественного питания, соответствующих нуждам и имиджу курортной территории как туристического центра.

Особенное внимание необходимо уделить созданию и развитию в рекреационных зонах курортной территории сети недорогих столовых и кафе для туристов, которые в межсезонье можно

использовать для организации питания жителей города с небольшим достатком.

8.4. Развитие индустрии досуга и развлечений:

- создание условий для развития организованных форм досуга на объектах размещения и в пляжной зоне курортной территории (организация мероприятий, шоу, карнавалов, конкурсов, соревнований и т.п. доступных каждому жителю и гостю курортной территории);
- создание и развитие системы досуга детей и молодежи в курортной территории (от обычных аттракционов в парках и скверах до создания уникальных комплексов типа национально-ориентированного Диснейленда).

Создание уникальной в масштабах туристского пространства АР Крым материальной базы детского и молодежного отдыха создаст дополнительную привлекательность курортной территории для туристов на долгую перспективу.

9. Подготовка и повышение квалификации кадров туристской отрасли курортной территории.

Создание многоуровневой системы образования кадров, связанных с обслуживанием туристов и гостей курортной территории с дальнейшей аттестацией (специализированные курсы подготовки кадров; курсовая подготовка, переподготовка и повышение квалификации кадров на базе ведущих туристических фирм и предприятий образования; подготовка специалистов в системе высшего образования) по направлениям:

- организация туристской деятельности и индустрии гостеприимства;
- экскурсионная деятельность;
- индустрия досуга;
- сфера обслуживания (общественное питание, торговля, гостиничное хозяйство и т.п.);
- транспортное обслуживание туристов (автотранспорт, морской транспорт).

10. Создание атмосферы толерантности жителей к туристам и гостям курортной территории:

- общественные формы организации и поддержание чистоты в курортной территории (создание местных общественных комитетов жителей курортной территории из числа социально-активных людей старшего поколения, поддержание и развитие форм общественного контроля экологического состояния курортной территории и ее сельской зоны и т.п.);
- воспитание среди местных жителей терпимости к туристам и гостям курортной территории в период пика туристического сезона;
- воспитание политической корректности среди населения курортной территории.

Отметим, что основными источниками финансирования мероприятий, осуществляющихся в рамках реализации стратегии развития туризма в курортной территории должны стать:

- средства туристских предприятий и организаций, в т.ч. на условиях долевого участия;
- иностранные и отечественные инвестиции;
- средства городских бюджетов, которые выделяются на развитие туризма в соответствии с принятыми Региональными Программами;
- кредитные ресурсы;
- средства грантов, которые предоставляют международные организации;
- другие источники финансирования.

ВЫВОДЫ

В целом развитие туризма в курортной территории при условии государственного регулирования, посредством внедрения современных механизмов государственной поддержки создаст предпосылки для:

- преодоления негативных тенденций туристско-курортной деятельности, которые проявляются в нерациональном использовании рекреационных ресурсов, несанкционированной застройке курортных территорий, экологическом дисбалансе окружающей среды и др.;
- создания новых рабочих мест для местного населения, развития инфраструктуры курортной территории, повышения экономической активности бизнес структур, реализации социальной функции государства – оздоровление и восстановление здоровья граждан;
- сохранения уникальных природных и историко-культурных ресурсов;

- ускорения темпов социально-экономического развития территориального образования, повышения благосостояния местного населения;
- уменьшения имеющихся региональных социально-экономических диспаритетов, усиления «прозрачности» предпринимательской деятельности в рекреационной сфере.

Резюмируя выше приведенное, мы можем полагать, что реализация стратегии развития туризма в курортной территории позволит оптимизировать туристскую деятельность в данной территории, усилить ее взаимосвязь туризма с другими приоритетными отраслями социально-экономического и культурного развития, сделать курортную территорию более комфортной и привлекательной, интересной для жизни, как туристов, так и местного населения.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Багрова Л.А. География Крыма: учеб. пособие для учащихся общеобразоват. учеб. заведений / Л.А.Багрова, В.А.Боков, Н.В.Багров. – К.: Лыбидь, 2001. – 304 с.
2. Багров Н.В. Региональная геополитика устойчивого развития / Н.В. Багров – К.: Лыбидь, 2002. – 256 с.
3. Бартов В.Ф. Концепции взаимодействия экономики и природы / В.Ф. Бартов , В.В. Седов. – М.: Мысль, 1984. – 359 с.
4. Бережна І.В. Національні пріоритети та регіональні детермінанти соціально-економічного зростання (на матеріалах АР Крим) / І.В. Бережна – НАН України: Інститут регіональних досліджень, 2004. – 640 с.
5. Бережная И.В. Структура экономики АР Крым в вопросах регионалистики / И.В. Бережная – Львов: ИРИ НАНУ, 2004. – 152 с.
6. Стеченко Д.М. Розміщення продуктивних сил і регіоналістика: Навч. посібник / Д.М. Стеченко – К.: Вікар, 2001. – 377 с.
7. Стеченко Д.М. Управління регіональним розвитком / Д.М. Стеченко – К.: Вища школа, 2000. – 223 с.