

УДК 911.3:338.48

**ВОЗМОЖНОСТИ ПРИМЕНЕНИЯ ОПЫТА СТРАТЕГИЧЕСКОГО
ПЛАНИРОВАНИЯ РЕКРЕАЦИОННОЙ СФЕРЫ РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ, РЕСПУБЛИКИ БОЛГАРИЯ И ТУРЕЦКОЙ РЕСПУБЛИКИ
В ПРОЦЕССЕ ПРЕОДОЛЕНИЯ ТЕРРИТОРИАЛЬНОГО
РЕКРЕАЦИОННОГО НЕРАВЕНСТВА В КРЫМУ**

Таган Т.А.

*Таврический национальный университет им. В.И.Вернадского, Симферополь, Украина,
e-mail: tagan4ik@mail.ru*

Проводится анализ опыта государств-соседей в создании стратегических документов развития рекреационной сферы. Выделяются возможности применения для разработки программы смягчения территориального рекреационного неравенства.

Ключевые слова: стратегия развития туристической сферы.

Введение. В рекреационном комплексе Крыма наблюдаются существенные диспропорции между рекреационными районами по формам, интенсивности, эффективности рекреационной деятельности – территориальное рекреационное неравенство. Разработка концептуальных подходов преодоления территориального рекреационного неравенства на полуострове неразрывно связана с необходимостью планирования развития туристско-рекреационной сферы на государственном уровне. Особенностью документов такого плана, ранее разрабатываемых в Украине, в целом, и в Крыму, в частности, является преобладание концептуальных аспектов над прикладными, и отсутствие их реального внедрения в решение актуальных проблем. Причиной этого является отсутствие профессионального системного исследования рынка, и отрыв существующих концепций от конкретики.

Попытки применения программ развития туризма осуществлялись уже с первого 10-летия существования Крымской автономии, совпавшего с длительным кризисом переходного периода и разрабатывались с учетом опыта зарубежных стран. Эти программы были призваны обеспечить интеграцию Крыма в мирохозяйственные процессы развития отрасли, однако этого не произошло. Положительным результатом реализации этих программ стала значительная активизация инвестиционного процесса в туризме, однако, в большей степени механизмом стимулирования отечественных инвестиций, нежели иностранных. Позже был разработан ряд концепций, программ рассматривающих вопросы развития рекреации на региональном и общегосударственном уровнях, основные из них представлены в табл.1.

В то же время, зарубежные страны имеют богатый опыт в разработке и осуществлении долгосрочных государственных стратегий развития туристской сферы. В данном отношении ведутся постоянные отраслевые исследования с представлением результатов общественности, осуществляются обширные рекламные кампании, дается оценка реализуемым стратегиям и результатам проводимых мероприятий. В связи с этим, обязательной составной разработки собственных стратегий и программ действия развития туристско-рекреационной отрасли является глубокий анализ опыта соседних стран.

Таблица 1.

Основные государственные целевые программы,
разработанные с целью регулировки рекреационной отрасли

Название программы	Срок выполнения, годы	Государственный заказчик, исполнители
Концепция развития курортно-рекреационного и туристского комплекса Автономной Республики Крым до 2010 года	2002-2010	Министерство курортов и туризма Автономной Республики Крым
Государственная программа развития туризма на 2002-2010 годы	2002-2010	Министерство культуры и туризма
Государственная программа социально-экономического развития АРК на период до 2017 года	2007-2017	Автономная Республика Крым
Программа развития сельского и зеленого туризма в Автономной Республике Крым на 2007 - 2010 годы	2007-2010	Министерство курортов и туризма Автономной Республики Крым
Основные направления развития санаторно-курортного и туристского (рекреационного) комплекса Автономной Республики Крым до 2010 года	2004-2010	Министерство курортов и туризма Автономной Республики Крым
Государственная стратегия регионального развития на период до 2015 года	2006-2015	Министерство экономики Украины
Программа развития автотуризма в Автономной Республике Крым до 2005 года	2001-2005	Министерство курортов и туризма Автономной Республики Крым

Составлено автором

Целью статьи является анализ опыта разработки и осуществления стратегий развития туристической отрасли и рекреационных территорий, государств, имеющих сходство по природным и экономическим предпосылкам с АР Крым. Особый интерес представляют государства имеющие выход к Азово-Черноморскому бассейну: Российская Федерация, Республика Болгария и Турецкая Республика.

1. ОПЫТ КРАСНОДАРСКОГО КРАЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Основой туристского продукта Краснодарского края Российской Федерации является, также как и в Крымском регионе, сектор санаторно-курортного лечения. Регионы имеют сходные проблемы, тормозящие развитие отрасли, основные из них: ярко выраженная сезонность рекреационной активности; инфраструктурные ограничения курортных регионов; низкий уровень комфортности предоставляемых услуг; ограниченность пляжных ресурсов (узкие, плохо доступные со слабо развитой инфраструктурой), нерешенность землеустроительных проблем (хаотичная застройка, в т.ч. в санитарных зонах); несанкционированная торговля продуктами питания и алкоголем; нарушение экологической безопасности; **несбалансированность туристических потоков** (50% приходится на г. Сочи).

В 2007 году была представлена «Стратегия развития санаторно-курортного и туристского комплекса Краснодарского края до 2020 года» [1]. В документе производится оценка состояния санаторно-курортного и туристического комплекса Краснодарского края, анализ внешних условий развития отрасли, ее конкурентоспособность, а также инвестиционная активность.

Авторы Стратегии акцентируют внимание на **необходимость гармоничного развития каждого курортного региона** по сценарию максимально соответствующему туристскому потенциалу и с формированием разнообразия турпродукта. Для этого по каждой туристической территории была определена маркетинговая позиция, выделена целевая аудитория, а также, предложены меры по продлению сезона.

Стратегической целью развития санаторно-курортного и туристского комплекса края является «**формирование конкурентоспособного круглогодичного туристского предложения** и доведение уровня санаторно-курортных и туристских услуг до **уровня международных стандартов**, обеспечение высоких темпов устойчивого экономического роста санаторно-курортного и туристского комплекса края» [1, стр.71]

Дополнительно для целей Стратегии в статистический учет введены показатели туристского выпуска и туристской добавленной стоимости, проводятся статистические обследования количества однодневных туристов, объемы доходов индивидуальных средств размещения, доля туризма в экономике региона.

С 2004 года действует краевая целевая программа «развитие санаторно-курортного и туристского комплекса Краснодарского края на 2003-2010 годы», финансирование около 1 млрд. рублей. В рамках данной программы была осуществлена рекламная компания, маркетинговая и коммуникационная политика,

особое внимание уделено инженерной инфраструктуре, разработке генпланов курортов.

Активизации инвестиционной активности благоприятствует участие в международных выставках и форумах с презентацией Краснодарского края (например только в 2007 году заключены 21 намерение о сотрудничестве на сумму более 3 млрд. евро). Действенным аспектом привлечения крупных инвестиций является создание туристско-рекреационной **особой экономической зоны**. Опыт успешного создания таких зон показывает необходимость поддержки государства по выделению бюджетных средств на развитие инженерной и транспортной инфраструктуры. За **счет государственных инвестиций** создается базовая коммунальная и транспортная инфраструктура (длительные сроки окупаемости), создание инфраструктуры местного значения осуществляется за счет муниципальных средств. Частные инвесторы финансируют создание туристской инфраструктуры и в частности средств размещения. Результативность данной политики уже можно оценить по показателям объема инвестиций увеличившимся с 0,5 млрд. руб. в 2003 году до 8,5 млрд. руб. в 2010 году.

Координацию, оценку результатов и эффективности реализации Стратегии осуществляет Департаментом комплексного развития курортов и туризма Краснодарского края. Для этого ежегодно организацией составляется план мероприятий по достижению стратегических целей, производится анализ итогов отчетных периодов и, в случае необходимости, коррекция целей и мероприятий. Функциональная вертикаль инициирования и реализации Стратегии включает учреждения федеральной, краевой власти и органы местного самоуправления, с участием в инициативе хозяйствующих субъектов.

В Стратегии в качестве отдельной проблемы не рассматривается существование территориально рекреационного неравенства, хотя о его наличии говорит резкое преобладание Сочинского региона как по размеру санаторно-курортного и туристского потенциала, так и по туристскому потоку. В целевых приоритетах Стратегии не выделяются отдельные меры по преодолению данной проблемы, тем не менее, можно предположить, что реализация программы снивелирует существующие диспропорции за счет увеличения туристского интереса к другим районам. Об этом позволяет говорить анализ инвестиционных проектов направленных на развитие альтернативных регионов Краснодарского края. В таком случае можно будет говорить о положительной динамике и конвергентных процессах в смягчении территориального рекреационного неравенства.

2. ОПЫТ РЕСПУБЛИКИ БОЛГАРИЯ

Правительством Болгарии, при финансовой поддержке правительства Италии принята Национальная стратегия устойчивого развития туризма в стране до 2013 года с целью повышения конкурентоспособности и эффективности туристического сектора путем **более эффективного использования природных и человеческих**

ресурсов. Стратегия является результатом 3-летних усилий ведущих болгарских и итальянских экспертов в отрасли.

Целью стратегии является повышение популярности и привлекательности для болгарских и иностранных туристов, поддержка специфического облика и национальной идентичности, сохранение традиций и природных ресурсов. В документе предусмотрены меры по стимулированию развития на болгарском побережье Черного моря альтернативных высокоэффективных форм туризма: культурного туризма, СПА и велнесс туризма, бальнеологии, сельского и экологического туризма, событийного, спортивного, охотничьего и гольф туризма [2].

В Стратегии предусмотрено **обособление в Болгарии 13 культурно-исторических областей** для установления диверсификации туристического продукта так, чтобы каждая область предлагала свой собственный легко распознаваемый, уникальный и пользующийся спросом продукт. С этой целью Болгария будет разделена на 13 туристических регионов. Каждый из них будет **уникальным своим сочетанием природных и исторических особенностей**. Особое внимание при этом уделяется таким темам, как эпоха болгарского Возрождения, наследство Римской империи, побережья реки Дунай и Черного моря, древние болгарские столицы и др.

Заметная доля внимания в Стратегии уделена **культурному туризму**, что связано с выводом экспертов о больших затратах туристов целью которых является посещение культурно-исторических объектов (тратят от 5 до 7 раз больше средств) по сравнению с массовыми туристами. В стратегии разработан отдельный раздел, посвященный объектам культурного туризма, рассматривающий только самые привлекательные. Для каждого из этих объектов подготовлено специальное “досье”, в котором указана полная информация о том, где находится этот объект, каковы его особенности, кто заботиться о нем, в какой степени обеспечен доступ к нему и т.д., все эти объекты обособлены по районам. Это, должно облегчить работу туроператоров и других работников отрасли, желающих развивать успешный бизнес

В плане действий предусмотрены и конкретные меры по развитию гостиничного сервиса, созданию инфраструктуры: улучшение дорожной сети, ремонте и строительстве водопроводных сетей, очистных станций и др. Вместе с зонами культурными в Стратегии намечено создание и зоны природных богатств, основным приоритетом которых будет **сохранение природных объектов**. Вниманию туристов будут представлены всего 300 археологических и исторических объектов во всей стране.

На реализацию этих проектов муниципалитетам будут предоставлены **средства из еврофондов**. До 2013 года в целях облагораживания туристических объектов и культурно-исторических памятников предусмотрено выделение 200 млн. евро. В результате реализации Национальной стратегии ожидается, повышение экономической эффективности от туризма в 2013 году порядка 7,9 млрд. евро, при показателе за 2008 год – 2,6 млрд. евро.

3. ОПЫТ ТУРЕЦКОЙ РЕСПУБЛИКИ

В 2007 году Высшей комиссией по планированию правительства Турции была утверждена «Стратегия развития Туризма Турции до 2023» [3]. Среди целей Правительства достижение места в 5 наиболее предпочтительных для туристов стран к 2023 г., путем привлечения 50 млн. туристов в год.

Среди основных целей стратегии содействие устойчивому развитию, **устранение межрегиональных различий в уровнях развития** [3 с.5]. Рассматриваются способы привлечения инвестиций и режимы благоприятствования инвестиционным проектам, способы преодоления бюрократии.

Стратегия предусматривает создание 9 культурных и туристических зон, 10 туристических городов, 5 зон экотуризма, 11 круизных портов, девяти морских вокзалов и одного аэропорта. Оценка качества услуг в рекреационной сфере будет опираться на европейские стандарты

В рамках Стратегии четко **определены ответственные органы**. Наравне с Министерством культуры и Туризма будут работать советы с участием представителей профессиональных структур и общественных организаций на национальном, региональном и местном уровнях, который, в свою очередь, может создавать комитеты, подкомитеты и рабочие группы. Это позволяет **максимально эффективно использовать ресурсы** заинтересованных сторон-участников.

Представляет интерес смещение внимания от развития гостиничной инфраструктуры к созданию **бренда страны в целом, и отдельных городов** в частности. В сфере инвестиций предполагается создание **благоприятного режима для реализации новых инвестиционных программ**, затрагивая гостиничный сектор, сферу туристских компаний. Среди мер поддержки можно выделить: долгосрочные кредиты по льготным ставкам, рекламная поддержка, механизмы грантов.

Особое внимание уделено разделу исследований и развития. Так, предполагается глубокое исследование туристической индустрии, опыта конкурирующих стран, внедрение мировых инноваций в сфере туризма (в области новейшего турпродукта, по вопросам энергосберегающих технологий). Для конкретных потребностей бизнеса проводится сбор и анализ статистических данных, результаты которых предоставляются бизнес сообществу в каждом регионе.

В качестве приоритетного направления рассматривается **совершенствование транспортной инфраструктуры**: улучшение качества транспортных услуг, основными видами транспорта названы воздушный (меры по комплексному развитию) и скоростной железнодорожный, подчеркивается необходимость обеспечения безопасности на всех видах транспорта, из трендовых видов туризма предполагается создание новых марин для обслуживания яхт и мегаяхт.

Особенностями стратегии маркетинга является **концентрация на продвижении отдельных продуктов**, широкое использование электронных средств информации, в качестве средства продвижения рассматривается проведение заметных международных событий, привлечение киноиндустрии. На маркетинг и

**ВОЗМОЖНОСТИ ПРИМЕНЕНИЯ ОПЫТА СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНИРОВАНИЯ
РЕКРЕАЦИОННОЙ СФЕРЫ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ, РЕСПУБЛИКИ БОЛГАРИЯ И
ТУРЕЦКОЙ РЕСПУБЛИКИ В ПРОЦЕССЕ ПРЕОДОЛЕНИЯ ТЕРРИТОРИАЛЬНОГО
РЕКРЕАЦИОННОГО НЕРАВЕНСТВА В КРЫМУ**

продвижение будет выделено значительное финансирование (1% от привлеченных туризмом средств). Учитывая современные тенденции, будут предложены кампании по привлечению потребителей пенсионного возраста, туристов из стран Азии и туристов с очень высокими доходами. Роль государства будет заключаться в координации проектов и предоставлении предпринимателям грантов и займов на льготных условиях для продвижения своего турпродукта. Отдельно подчеркивается необходимость нейтрализации негативной информации.

Отдельное внимание уделено **повышению качества образования в туризме**: обучение на двух уровнях бакалаврат и магистратура, специальная программа для экскурсоводов, включая учебные поездки по стране. Основным принципом является наиболее возможная **практическая направленность**. Учебные заведения занимающиеся подготовкой кадров будут обязаны обновлять программы с учетом новейших тенденций в сфере туризма.

Интересным подходом является **брендинг отдельных городов** на основе опыта крупнейших мировых туристических городов (Париж, Лондон, Монреаль, Прага). В качестве основных городов выбраны четыре крупнейших туристических центра – Анкара, Измир, Стамбул, Анталия и 15 второстепенных. Для первых четырех будут разработаны планы развития, включая создание музеев городов, реставрацию культурного наследия и старого города, создание информационных центров, заведений общественного питания, центров торговли традиционными ремесленными товарами, строительство центров конгрессного и выставочного туризма. Дополнительно, каждый год, на конкурсной основе, одному из городов будет присваиваться статус «Город культурного туризма».

Формирование **круглогодичного сезона** будет осуществляться за счет диверсификации туристических продуктов увязанных с соответствующей зоной размещения. Приоритетными направлениями названы следующие: лечебный и термальный туризм, зимний, гольф-туризм, экотуризм, конгрессный и выставочный, развитие центров массового летнего отдыха. Внимание будет направлено на развитии 9 зон, в каждой из которых должно быть максимальное разнообразие предложения туристического продукта, в соответствии с историческим и природным потенциалом, традициями, популярными направлениями путешествий. Зоны будут соединяться коридорами, по движению которых будет комплексно развиваться инфраструктура, и объекты аттракции в соответствии с тематической направленностью. Выделены будут и экотуристические зоны, с приоритетами для сельского, активного и экологического туризма.

Выводы. Рассмотренные стратегии являются отличным примером научно-обоснованных, направленных на решение конкретных задач и подкрепленных механизмами финансирования проектов для создания государственных и региональных программ. Новая программа должна основываться на улучшенной системе отношений: государство – частный сектор. Совершенствование содержания стратегических документов, создание единой, целостной системы стратегического планирования развития туристических регионов, обеспеченность методик и нормативной базы разработки стратегических планов, упрощение

процесса координации между различными уровнями власти, обеспечение адекватного уровня баз данных, создание источников финансирования развития туризма является основой успешной реализации стратегий и программ развития.

При разработке программы развития рекреационной отрасли Крыма необходимо использование следующих наработок рассмотренных стратегий:

- Паспортизация и учет имеющихся в регионе рекреационных ресурсов;
- Активная государственная поддержка (финансовая и правовая) является необходимым условием при организации особых экономических зон, осуществлении целевых программ, маркетинговых программ развития рекреации;
- Выделение органов ответственных за успешность внедрения управленческих решений, мониторинг проведенных мероприятий, на региональном и местном уровнях (комитет, совет, департамент);
- Участие в международных выставках, форумах, конгрессах с презентацией Крымского рекреационного региона будет способствовать привлечению иностранных инвестиций в туристско-рекреационную сферу;
- Расширение рамок сезона возможно за счет диверсификации туристского продукта с внедрением новых высокоэффективных форм туризма
- Продвижение региона на туристском рынке и создание брендов, как страны в целом, так и отдельных территориальных единиц и туристских продуктов;
- Выделение рекреационных зон в соответствии с историческим и природным потенциалом, традициями, популярными направлениями путешествий, и их активное развитие.

Таким образом, обеспечение устойчивого роста туризма в АРК требует принятия стратегии развития рекреации и туризма, отвечающей следующим требованиям: сбалансированность относительно параметров туристического потока и ресурсных возможностей региона; учет основных целей развития туризма в Крыму в краткосрочной и долгосрочной перспективах, способы и критерии их достижения, источники финансирования, ответственные лица, сроки выполнения.

Список литературы

1. Стратегия развития санаторно–курортного и туристского комплекса Краснодарского края до 2020 г. [Текст] / (Закон от 16 апр. 2008 г). – Офиц. изд. – Краснодар: Законодат. собрание Краснодарского края, 2008. – 110 с.
2. В Болгарии будут обособлены 13 культурно-исторических областей [Электронный ресурс] / Режим доступа: http://www.nedvizhimostbolgarii.com/bolgaria-nedvizhimost-prodazhi/13-istoricheskikh-oblastei_v_bolgarii
3. Tourism Strategy of Turkey – 2023 / T/R/ Ministry of Culture and Tourism publications – 3090. – 74 p. / [Электронный ресурс] Режим доступа: www.Kulturizm.gov.ua

**ВОЗМОЖНОСТИ ПРИМЕНЕНИЯ ОПЫТА СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНИРОВАНИЯ
РЕКРЕАЦИОННОЙ СФЕРЫ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ, РЕСПУБЛИКИ БОЛГАРИЯ И
ТУРЕЦКОЙ РЕСПУБЛИКИ В ПРОЦЕССЕ ПРЕОДОЛЕНИЯ ТЕРРИТОРИАЛЬНОГО
РЕКРЕАЦИОННОГО НЕРАВЕНСТВА В КРЫМУ**

Таган Т.О. Можливості використання досвіду стратегічного планування рекреаційної сфери Російської Федерації, Республіки Болгарія та Турецької Республіки в пом'якшенні територіальної рекреаційної нерівності Криму // Вчені записки Таврійського національного університету ім. В. І. Вернадського. – Серія: Географія. – 2011. – Т.24 (63), №1. – С.258-266.

Проводиться аналіз досвіду держав-сусідів в створенні стратегічних документів розвитку рекреаційної сфери. Виділяються можливості вживання для розробки програми пом'якшення територіальної рекреаційної нерівності.

Ключові слова: стратегія розвитку туристичної сфери.

Tagan T.A. Possibilities of application experience in recreational strategic planning of the Russian Federation, Republic Bulgaria and Turkish Republic in softening of territorial recreational inequality of the Crimea // Scientific Notes of Taurida National V.I. Vernadsky University. – Series: Geography. – 2011. – V.24 (63), No1. – P.258-266.

The analysis of experience of the states-neighbors in creation of strategic documents of development of recreational sphere is carried out. Possibilities of application for working out of the program of softening of a territorial recreational inequality are allocated.

Key words: strategy of development of tourist sphere

Поступила в редакцію 10.03.2011 г.