

В.Э.Гордин,
д.э.н., профессор,
СПб филиал ГУ-ВШЭ

Исследование туристского потенциала региона¹

Комплексное стратегическое развитие региона требует особого внимания к разработке концепций развития отдельных сфер и отраслей экономики. Данная проблема обостряется в условиях экономического кризиса, когда возникает острая необходимость в концентрации усилий и ресурсов на наиболее перспективных отраслях. Туризм как быстроразвивающаяся отрасль может стать для многих регионов Северо-Запада РФ ключевым фактором сохранения экономической и социальной стабильности. Данное обстоятельство обуславливает актуальность модернизации имеющихся и разработки новых концепций развития туризма в отдельных регионах.

Для разработки туристской концепции региона необходимо произвести точную оценку его туристского потенциала. Данная проблема получила достаточно подробное освещение в литературе². Однако авторы указанных публикаций не фокусируют внимание именно на понятии туристского потенциала, его элементах и способах оценки. В данной статье мы попытаемся восполнить данные пробелы.

Под туристским потенциалом территории мы подразумеваем совокупность природно-климатических, географических, историко-культурных, материально-вещественных, инфраструктурных, кадровых, маркетинговых ресурсов, эффективное использование которых позволяет обеспечить динамичное развитие туристской отрасли.

Как следует из данного определения, туристский потенциал представляет собой то желаемое состояние туристской отрасли, ее искомый уровень развития, которые необходимо достичь с помощью использования перечисленных факторов. При этом наибольший интерес и для исследователей, и для предпринимателей, и для региональных органов власти представляет исследование того разрыва, который существует в данный момент времени между нынешним и желаемым состоянием развития отрасли к определенному периоду времени. Таким образом, исследование туристского потенциала региона будет включать в себя следующие этапы:

¹ Подготовка данной статьи осуществлена в рамках индивидуального исследовательского проекта No 08-01-0085 «Исследование потенциала развития культурного туризма в Санкт-Петербурге», выполняемого автором при поддержке ГУ-ВШЭ.

² Биржаков М.Б. Целеполагание в туристских программах и концепциях развития туризма/Туристские фирмы. Вып.26, СПб.: Невский фонд, 2002; Г.Карпова, О.Рахмалева Влияние культурного туризма на экономику крупного города - В кн.: Культурный туризм: конвергенция культуры и туризма на пороге XXI века. Под ред. Я. Брауна, В. Андерсен, В.Гордина . СПб., Изд-во СПбГУЭФ. 2001; Сачук Т.В. Территориальный маркетинг. СПб.: Питер, 2009; Котлер Ф. и др. Маркетинг мест. Привлечение инвестиций, предприятий, жителей и туристов в города, коммуны, регионы и страны Европы. СПб.: Стокгольмская школа экономики в СПб, 2005

- оценка существующего состояния развития туризма в регионе;
- определение желаемых показателей развития туризма через определенные периоды времени;
- расчет величины ресурсов, необходимых для достижения перспективных значений показателей развития, и перечень необходимых для этого организационно-экономических мер;
- корректировка перспективных значений показателей в соответствии с имеющимися в регионе и возможными для привлечения ресурсами.

Проблема исследования возможностей развития туризма в регионе достаточно давно является объектом научных исследований. Результатом данных изысканий являются в том числе предложения о разработке так называемых кадастров туристских ресурсов. Так, в Республике Беларусь уже разработан и функционирует Государственный кадастр туристских ресурсов, который является информационной системой, включающей сведения о статусе туристических объектов, их географическом положении и границах, природопользователях, научной, экономической, экологической и культурной ценности, а также режиме их охраны и использования³.

В основу такого подхода положена идея своеобразной «инвентаризации» всех туристских объектов дестинации. Таким образом органы управления получают весьма информативную базу для учета, сохранения и развития материально-вещественной составляющей туристского потенциала. Однако подход к потенциалу развития туризма в регионе только на основе составления кадастров туристских ресурсов региона носит достаточно ограниченный характер. Поэтому нам представляется более правильным исследование туристского потенциала региона на основе системного анализа всех факторов.

Кратко перечислим важнейшие из них.

1. Природно-климатические факторы, в том числе наличие уникальных природных явлений
2. Экологическая обстановка в регионе
3. Историко-культурные факторы, создающие привлекательную культурную среду региона
4. Материально-вещественные артефакты, создающие зримый образ туристской среды региона
5. Уровень развития туристской инфраструктуры региона
6. Степень подготовленности персонала всех отраслей, вовлеченных в обслуживание туристов, и уровень развития системы подготовки специализированных кадров

³ <http://www.votpusk.ru/news.asp?msg=254628>

7. Уровень взаимодействия предприятий и организаций различных отраслей экономики, органов власти, организаций «третьего сектора» в развитии туризма в регионе
8. Наличие действенной нормативной базы, касающейся функционирования и развития сферы туризма, в том числе, целевой государственной поддержки туристских предприятий и организаций
9. Степень известности туристского бренда региона
10. Маркетинговая активность как отдельных предприятий отрасли туризма, так и органов управления, ответственных за развитие туризма в регионе
11. Уровень безопасности с точки зрения как пребывания туристов, так и ведения туристского бизнеса
12. Степень предрасположенности населения региона к контактам с туристами и уровень коммуникативной подготовки основных групп населения для общения с иностранными туристами.

В соответствии с предлагаемой автором методикой исследования туристского потенциала необходимо определить тот разрыв, который существует между желаемым на определенный момент времени уровнем развития туризма в регионе, и реальным его состоянием в настоящее время. При этом с точки зрения автора воздействие большинства внешних факторов, которые безусловно существенным образом влияют на состояние въездного туризма в регионе, в значительной мере может элиминироваться целенаправленным управлением отдельными вышеперечисленными факторами. Продемонстрируем данный тезис примером исследования потенциала культурного туризма Санкт-Петербурга в условиях нарастания кризисных явлений.

Санкт-Петербург является одним из крупнейших туристских центров Европы как по привлекательности, так и по количеству посещающих его туристов. По статистике Управления по туризму Комитета по инвестициям и стратегическим проектам СПб, в 2007 году Петербург посетило 2 млн 100 тыс. иностранных туристов и около 2 млн российских⁴. При этом согласно «Программе развития Санкт-Петербурга как туристического центра на 2005-2010 годы»⁵ культурно-познавательный туризм является важнейшим из всех культивируемых в городе видов туризма. В соответствие с данной программой к 2010 г. количество туристов, посетивших Санкт-Петербург, должно возрасти до 5 млн. чел. в год. Однако, даже без учета фактора мирового экономического кризиса выполнение данной задачи представляется достаточно проблематичным. Как показало проведенное автором методом экспертного опроса специалистов исследование, хотя большинство препятствий,

⁴ <http://www.gov.spb.ru/day/cultur>

⁵ <http://www.gov.spb.ru/gov/admin/otrasl/invest/turcentr/555program>

сдерживавших развитие туризма в Санкт-Петербурге в последнее десятилетие (такие как нехватка гостиничного фонда, безопасность туристов, нерешенность многих визовых вопросов, особенно у круизных туристов), преодолено, в городе нарастает целый ряд проблем, которые могут не позволить достичь желаемого уровня использования туристского потенциала.

Рассмотрим данные проблемы.

- В настоящее время существует резкий разрыв в attractiveness и, соответственно, посещаемости между различными музеями и музеями заповедниками Санкт-Петербурга. По оценкам экспертов 70% российских туристов и 90% иностранных туристов посещают крайне ограниченный круг туристских достопримечательностей (Государственный Эрмитаж, Петропавловская крепость, музеи-заповедники «Петродворец» и «Царское Село»), пропускная способность которых находится в высокий сезон на пределе. Однако степень маркетинговой активности в части привлечения туристов других государственных учреждений культуры относительно невелика. Не выстроено также взаимодействие между соответствующими подразделениями городской администрации (Комитетом по культуре и Управлением по туризму Комитета по инвестициям и стратегическим проектам). Таким образом можно сделать вывод, что более полному использованию потенциала культурного туризма Санкт-Петербурга могла бы способствовать деятельность по налаживанию совместной маркетинговой работы организаций, предприятий и органов управления отраслей культуры и туризма. Это особенно актуально в период кризиса, когда активизируются основные конкуренты – туристские центры Европы и мира. Об уровне несогласованности сегодняшних действий свидетельствует недавний инцидент с объявленным Государственным Эрмитажем двукратным повышением цен на входные билеты и экскурсионное обслуживание туристских групп. Данные планы вызвали справедливые нарекания со стороны туристских организаций, указывавших на то, что в условиях кризиса в большинстве зарубежных туристских центров проводится политика снижения цен на все составляющие туристского продукта. Только после жесткого заявления Д.А.Медведева о недопустимости в период кризиса повышения входной платы в музеи, Государственный Эрмитаж публично отказался от своих планов. Таким образом, следует подчеркнуть, что для более полного использования потенциала петербургского культурного туризма необходимо усилить ориентацию государственных музеев и других учреждений культуры на учет потребностей туристского рынка.
- Сегодняшний уровень маркетинговой работы как по продвижению бренда Санкт-Петербурга, так и отдельных учреждений культуры не

соответствует условиям экономического кризиса. По существу основная масса петербургских музеев не представлена на международных туристских выставках и ярмарках, хотя многие из них безусловно заслуживают внимания как специализированных, так и профессиональных групп туристов. Кроме того, в городе очень слабо налажена система информирования российских и, особенно, иностранных туристов о возможности посещения музеев «второго ряда». Также практически отсутствуют весьма распространенные во многих зарубежных странах тематические туры, предусматривающие посещение туристами различных музеев и памятных мест (например, «Петровский Петербург», «Петербург Достоевского», «Романтический Петербург» и многие подобные туры). Эта проблема встает особенно остро в связи с вводом в строй новых причалов для круизных судов в рамках проекта «Морской фасад», что позволит довести уже в 2009 г. число круизных туристов до 1 млн. чел. в год. Необходимость организации одномоментного посещения несколькими тысячами туристов Екатерининского дворца в г.Пушкине или Государственного Эрмитажа приведет по существу к коллапсу в работе данных учреждений (отметим, что уже сейчас большинство круизных туристов обслуживается указанными музеями по системе так называемого досрочного входа, т.е. до начала официального времени работы музеев). Поэтому было бы целесообразным не направлять весь туристский поток по устоявшимся «знаковым» маршрутам, посещение которых представляет по существу типичное демонстративное потребление, а организовать ряд перечисленных туров в соответствии с личными интересами туристов.

- Важным фактором развития именно культурного туризма является степень вовлеченности резидентов в общение с туристами и, главное, участие жителей города в совместных с туристами культурных мероприятиях. Как отмечают в этой связи исследователи, именно возможность контактов с местными жителями в рамках культурного общения создает у туристов наиболее полную картину жизни дестинации. Однако, в настоящее время в Петербурге, впрочем как и в любом другом российском городе, реальное общение с иностранными туристами затруднено языковым барьером. Кроме того, в городе не хватает массовых культурных мероприятий, сочетающих в себе игровую, интерактивную и созерцательную функции. Такими мероприятиями являются различного рода карнавалы, гуляния, ярмарки, массовые перформансы. Они создают атмосферу праздника как для туристов, так и для горожан, что является принципиально важным в условиях кризиса. В последние месяцы в Петербурге появились культурные мероприятия, основанные на указанной концепции, Их

организатором выступает ОАО со 100% государственным капиталом «Санкт-Петербургский центр фестивалей и праздников», впервые организовавший яркие, привлекательные и для горожан, и для туристов новогодние праздники, длившиеся в течении 10 дней.

- Наличие «Программы развития Санкт-Петербурга как туристического центра на 2005-2010 годы» безусловно активизировало государственную поддержку развитию туризма, в том числе, культурного. В том числе стимулировало законотворческую деятельность, связанную с улучшением условий развития туризма в Санкт-Петербурге. Так, усилиями петербургских органов управления в Госдуме была пролоббирована поправка, позволившая продлить срок безвизового пребывания круизных туристов до 72 часов. На уровне петербургского законодательства было принято Постановление Правительства Санкт-Петербурга о единой аккредитации гидов и экскурсоводов. В соответствии с ним Городской туристско-информационный центр будет вести реестр всех гидов и экскурсоводов. Будет создан экспертный совет при Правительстве Санкт-Петербурга, который будет утверждать единые удостоверения (где музеи будут делать отметки). Вместе с тем, остаются законодательно нерешенными вопросы единой ценовой политики в виде введения петербургской «карты гостя», которая имеется во всех крупных туристских центрах. Одним из препятствий на пути ее внедрения являются некоторые положения Бюджетного кодекса РФ, которые необходимо корректировать на федеральном уровне. Также необходимо законодательно закрепить возможность смешанного (как из городского, так и из федерального бюджетов) организации проведения крупных культурных событий общероссийского значения. Подобные праздники улучшают имидж всей страны, способствуют приезду в Россию иностранных туристов, которые посещают обычно несколько регионов. Приведенные примеры исследования потенциала развития культурного туризма в Санкт-Петербурге показывают значительные неиспользованные возможности, реализация которых позволит достичь желаемого уровня развития туризма в нашем городе.