

УДК 338.48

РАЗРАБОТКА СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ КУЛЬТУРНО-ИСТОРИЧЕСКОЙ ДЕСТИНАЦИИ

А. В. Васильева

Институт экономики Карельского научного центра РАН

Дестинации, вписанные в общую систему планирования развития туризма на региональном уровне, нуждаются в документах стратегического развития. Обобщение подходов к определению термина дестинация в современной российской и международной практике позволило выделить характерные черты дестинаций. Обозначенная специфика влияет на управление и планирование развития дестинаций. В работе представлена модель дестинации «Кижы» и сформулированы этапы разработки стратегии развития дестинации, связанной с идеей ведения согласованной туристской деятельности и инфраструктурного освоения территории.

Ключевые слова: стратегия развития, дестинация, модель дестинации, планирование развития туризма.

A. V. Vasil'yeva. DEVELOPMENT STRATEGY CREATION FOR CULTURAL AND HISTORICAL DESTINATION

Destinations inscribed into regional tourism development planning system need for strategic development documents. The review of destination definition approaches in modern Russian and international practice makes it possible to define destination characteristics. Marked specific affects on destinations management and development planning. This paper presents a «Kizhi» destination model and distinguishes steps of destination development strategy associated with the idea of harmonious tourism activities and infrastructure development of the territory.

Key words: development strategy, destination, destination model, tourism development planning.

Формирование условий для развития туризма на уровне региона зависит от программных документов развития в сфере туризма [Федеральный закон..., 1995].

Усилия в сфере регионального планирования развития туризма направлены на создание благоприятных условий для комплексного развития туристской системы региона, основанного на успешной деятельности отдельных туристских дестинаций.

Одним из решающих факторов формирования туристского интереса к региону является наличие привлекательных туристских дестинаций. Дестинации в свою очередь нуждаются в адресном управлении, вписанном в общую структуру регионального управления развитием туризма, на основе собственных документов планирования развития (стратегий), которое позволит развиваться и вносить вклад в развитие всего туристского комплекса региона.

Объект Всемирного наследия (ОВН) «Кижы» на сегодняшний день является привлекательным туристским объектом для отечественных и зарубежных посетителей и активно работающим брендом Карелии.

Специалисты «Государственного историко-архитектурного и этнографического музея-заповедника „Кижы“» ведут работу по совершенствованию туристского менеджмента. Результатом этой работы стало повышение туристского потока с 99 тыс. в 2000 г. до 168 тыс. в 2010 г. Однако несмотря на существование различных проектов и отдельных усилий, **стратегии развития туризма в настоящее время не существует.** В случае разработки стратегии развития культурно-исторической дестинации «Кижы», объектом выступает совокупность всех элементов туристской системы, вовлеченных в обслуживание туристов и ее будущее желаемое состояние, а субъектом – музей-заповедник «Кижы», в оперативном управлении которого находится «Кижский погост».

В настоящее время **реализуется проект по разработке Плана управления** объектом Всемирного наследия «Кижский погост». Музей-заповедник «Кижы» выступил инициатором и заказчиком работ по созданию Плана управления, наличие которого является обязательным требованием ЮНЕСКО. Исполнителем этой уникальной для российской практики работы по итогам конкурса стал Институт экономики Карельского НЦ РАН [Контракт...].

План управления рассматривается как инструмент управления объектом, обеспечивающий реализацию определенных целей. В соответствии с этими целями формулируются конкретные задачи Плана управления, одной из которых является **разработка концепции стратегии развития культурно-исторической дестинации «Кижы»**, предусматривающей не только развитие туризма на территории, но и параллельное развитие местного сообщества и всей территории вокруг объекта.

Для разработки стратегии развития необходимо обеспечить ее научное обоснование, основанное на исследовании отечественного и зарубежного опыта исследований развития и управления дестинациями в рамках пространственных моделей развития туризма.

Термин «туристская дестинация» был введен Н. Лейпером в 1980-х гг. на базе английского слова, дословный перевод которого «местонахождение» или «место назначения». Ричард Батлер в своих исследованиях детерминирует дестинацию как место вдали от дома, где туристы планируют провести время [Butler, 1980]. Автор ассоциирует данное географиче-

ское пространство и с небольшим автономным центром, с регионом, островом или страной. Купер, Флетчер и др., исследуя вопросы теории и практики туризма, акцентируют внимание на том, что посещение дестинации – это основная цель туристского путешествия [Cooper et al., 2005]. В отечественной практике исследователь И. В. Зорин предложил считать туристской дестинацией всякий объект, входящий в каталог любого туроператора [Зорин, 2010]. Дестинация детерминируется как физическое пространство, где посетитель проводит хотя бы одну ночь, включающее в себя такие туристские продукты как сопутствующие услуги и развлечения.

Обобщение подходов к определению термина позволило выделить характерные черты дестинации. **Дестинация – это конкретная определенная местность, регион, территория, которую сезонно посещают или круглогодично и проводят определенное время с туристскими целями.**

Кроме того, в рамках дестинации предполагается возможность «капитализации» за счет деятельности организаций, компаний, частных и правительственных структур, органов местного самоуправления и местного сообщества в целом, которые предлагают продукты и услуги посетителям, осуществляют деятельность по развитию туризма, а также выискивают естественные или создают новые «искусственные ресурсы» туристской привлекательности.

Дестинация является и кластерным образованием, центром формирования туристской системы, включающей широкий спектр услуг для удовлетворения разнообразных нужд различных категорий туристов, оказываемых в пределах конкретной территории в соответствии с ее туристской специализацией и диверсифицированным туристским продуктом [Васильева, Кодолова, 2012].

Все перечисленные черты являются характерными и для «Кижей», сформировавшимися вокруг ОВН «Кижский погост» и специализирующимися на развитии культурно-исторического туризма. Более 99 % посетителей становятся потребителями обзорной экскурсии по острову, несмотря на то, что музей-заповедник предлагает широкий спектр услуг, как на острове, так и в г. Петрозаводске.

В работе «Управление развитием туризма в регионе. Опыт реализации Стратегии Республики Карелия» представлено исследование жизненного цикла различных видов туризма в Карелии и их позиционирование с использованием матрицы Бостонской консалтинговой группы [Управление..., 2008]. Согласно иссле-

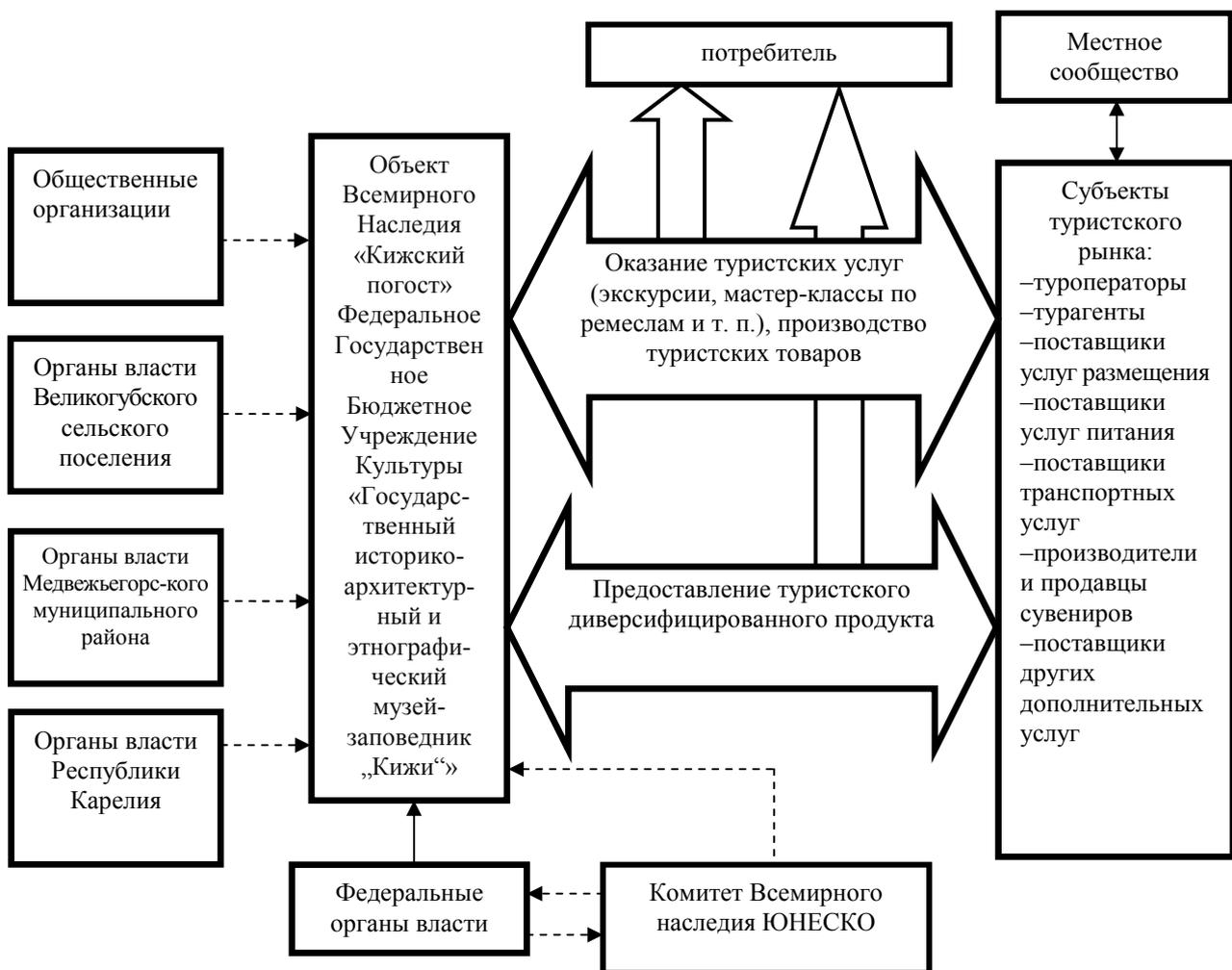
дованию, культурно-исторический туризм был отнесен к группе, характеризующейся высокой долей рынка, низкими темпами развития и невысокими, но стабильными доходами. Для таких групп наиболее предпочтительной является **стратегия диверсификации**.

Разработка стратегии развития дестинации включает в себя основные этапы: оценка ситуации; выявление основных вызовов и проблем; формулировка основных целей и задач; представление сценарных вариантов реализации стратегии; разработка плана мероприятий по достижению целей стратегии; разработка механизмов мониторинга.

Основная цель стратегии – выработать линию планирования и развития туризма в рамках дестинации «Кижь». Стратегия рассматривает туризм, ориентирующийся на «Кижский погост». Окружающая территория с проживающим в поселениях местным населением рассматривается как среда для развития предприятий туристского бизнеса, являющихся постав-

щиками таких услуг как питание, размещение, транспорт и т. д. Таким образом, будет осуществляться развитие территории, предусматривающее заботу о жителях зоны влияния объекта Всемирного наследия. Стратегия отводит главную координирующую роль в этом процессе музею-заповеднику «Кижь», в оперативном управлении которого находится объект.

Стратегия предполагает гармоничные отношения всех заинтересованных в развитии туризма сторон (рис.). Эффективное сотрудничество этих сторон может стать основой устойчивого развития, обеспечивающей сохранение ОВН, его популяризацию и повышение уровня жизни местного населения за счет эффектов от развития туризма. При разработке модели учитывались интересы заинтересованных сторон, определялись приоритетные направления развития дестинации, учитывались механизмы взаимодействия. Модель предполагает основные направления развития туризма музеем-заповедником.



Модель культурно-исторической дестинации «Кижь» (Т. А. Кодолова, А. В. Васильева)

В соответствии с одним из вариантов музей-заповедник в целях организации процесса развития туризма будет оказывать **отдельные туристские услуги и производить сопутствующие туристские товары**, которые в последующем будут включаться в турпродукт какого-либо оператора. В настоящее время музей-заповедник предлагает потребителю широкий спектр услуг и сопутствующих товаров. Опираясь на имеющиеся природные, архитектурные и культурные ресурсы, творческий и профессиональный потенциал сотрудников, музей-заповедник оказывает экскурсионные услуги, организует событийные мероприятия (храмовые, детские и светские праздники), в рамках экспозиций проводят различные мастер-классы, тематические лектории, конкурсы, конференции и семинары. Кроме вышеперечисленных услуг в структуре музея-заповедника функционирует подразделение, занимающееся изготовлением собственной печатной и сувенирной продукции.

Широкий спектр предлагаемых услуг позволяет создавать диверсифицированный туристский продукт, при условии дополнения их другими необходимыми для формирования туристского продукта основными туристскими услугами, такими как проживание, питание и транспортное обеспечение. **Формирование такого диверсифицированного туристского продукта** – это другой путь развития туризма музеем-заповедником. Устав музея-заповедника позволяет осуществлять такие виды деятельности как организация услуг питания и размещения, оказание транспортных услуг. На основе этих услуг возможно формирование туристского продукта, законодательством РФ определяемого как комплекс услуг по перевозке и размещению, оказываемых за общую цену.

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ:

Васильева Анастасия Владимировна

аспирантка

Институт экономики Карельского научного центра РАН
пр. А. Невского, 50, Петрозаводск, Республика Карелия,
Россия, 185030

эл. почта: vasnask@gmail.com

тел.: (8142) 572210

Стратегия развития культурно-исторической дестинации «Кижы», основанная на представленных в модели принципах взаимодействия, станет инструментом развития всей территории дестинации. Развитие туризма, как точки роста, способно улучшить социально-экономические условия благодаря формированию новых экономических рынков (труда, туристских товаров и услуг, сопутствующих товаров и услуг), субъектами которых будут в первую очередь выступать местные жители.

Литература

Васильева А. В., Кодолова Т. А. Управление развитием культурно-исторических дестинаций: теоретический аспект // Северные туристские дестинации как доминанта развития туризма Северо-Западного региона. Роль культурного наследия в развитии дестинаций. Труды III Междунар. науч.-практ. конф. Петрозаводск: Карельский НЦ РАН, 2012. 236 с.

Зорин И. В. Туристская дестинация // Роль туризма в модернизации экономики российских регионов: Сборник научных статей по материалам Междунар. науч.-практ. конф., 8–10 июня 2010 г. Петрозаводск, Кондопога / Отв. ред. А. И. Шишкин, Т. А. Кодолова. Петрозаводск: Карельский НЦ РАН, 2010. 74 с.

Контракт № 34/11 на выполнение НИР по «Разработке Плана управления объектом Всемирного наследия „Кижский погост (Россия С544)“» с 2012 по 2022 гг.

Управление развитием туризма в регионе. Опыт реализации Стратегии Республики Карелия / Под общ. ред. Ю. В. Савельева, О. В. Толстогузова. Петрозаводск: Карельский НЦ РАН, 2008. 227 с.

Федеральный закон от 20 июля 1995 г. № 115-ФЗ «О государственном прогнозировании и программах социально-экономического развития Российской Федерации» от 23 июня 1995 г.

Butler R. W. The concept of the tourist area life-cycle of evolution: implications for management of resources. *Canadian Geographer*. 1980. Vol. 24 (1). P. 5–12.

Cooper C., Fletcher J., Gilbert D. et al. *Tourism Principles and Practice* (3rd ed.). Harlow, UK: Pearson Education. 2005.

Vasil'yeva, Anastasia

Institute of Economic Studies, Karelian Research Centre,
Russian Academy of Sciences

50 A. Nevsky St., 185030 Petrozavodsk, Karelia, Russia

e-mail: vasnask@gmail.com

tel.: (8142) 572210