

УДК 338.48(470.11)

© В.Э. Тоскунина

© Н.Н. Шпанова

## Проблемы развития туризма в Архангельской области

*Статья посвящена вопросам развития и функционирования региональной туристической отрасли. Рассмотрены основные проблемы въездного и внутреннего туризма, состояние туристической инфраструктуры, спроса и предложения на туристическом рынке Архангельской области. Дана оценка историко-культурного фактора в развитии регионального туризма и продвижении регионального турпродукта.*

*Туристическая отрасль, региональный туризм.*



**Вера Эдуардовна  
ТОСКУНИНА**

доктор экономических наук,  
зав. отделом Архангельского научного центра Уральского отделения РАН



**Наталья Николаевна  
ШПАНОВА**

главный специалист-эксперт Комитета по культуре Архангельской области

Современная индустрия туризма является активно развивающимся сектором многих экономик мира. Несмотря на свой высокий туристский потенциал, Россия занимает далеко не передовые позиции на мировом туристическом рынке, формируя главным образом выездные потоки. В валовом национальном продукте доля туризма составляет менее одного процента. Основным фактором, сдерживающим развитие как внутреннего, так и въездного туризма, остается постоянное удорожание стоимости турпакета. Соотношение цена-качество, да и многообразие предлагаемых за границей туристических услуг склоняют многих россиян к выбору зарубежных поездок. Наряду с этим, цена недельного тура в России для иностранного туриста

выросла в среднем почти в три раза по сравнению с 2001 годом. Назрела острая необходимость наконец решить основные проблемы въездного и внутреннего туризма. Чтобы отдых и путешествия в нашей стране стали комфортными, интересными и привлекали не только россиян, но и потоки туристов из других стран.

Имеющиеся на территории Архангельской области уникальные природные комплексы и живописные ландшафты с богатой и своеобразной флорой и фауной, памятники истории и архитектуры, а также достояние самобытной культуры Русского Севера могут стать основой развития туристической отрасли региона. Но, несмотря на имеющийся туристский потенциал, выгодное географическое и политическое

положение, Архангельская область занимает весьма скромное место на туристическом рынке. Основные направления туристских потоков – Соловки, Архангельск, Северодвинск, Онега, Каргополь, Кенозерье и Пинежье. Но пока половина въездного потока приходится на г. Архангельск.

Сегодня на туристическом рынке Архангельской области работает около 60 компаний, из них 6 туроператоров, остальные занимаются турагентской деятельностью. За последние годы значительно выросло число туристических фирм в Архангельской области (рис. 1). При этом сокращается число туроператоров и растет число фирм, занимающихся турагентской

деятельностью. Численность работников, занятых в этой сфере, не превышает 250 человек, включая совместителей и работников несписочного состава. И хотя за рассматриваемый период практически удвоилось число реализованных населению путевок, но произошло это за счет увеличения продаж туров по зарубежным странам (рис. 2). Общая стоимость реализованных населению туристских путевок в 2007 году составила 570 млн. руб.

Одним из традиционных видов отдыха в России был и остается санаторно-курортный. Во многих регионах именно лечебно-профилактические учреждения, базирующиеся на использовании целебных свойств

Рисунок 1. Число туристических фирм в Архангельской области, в том числе занимающихся турагентской деятельностью

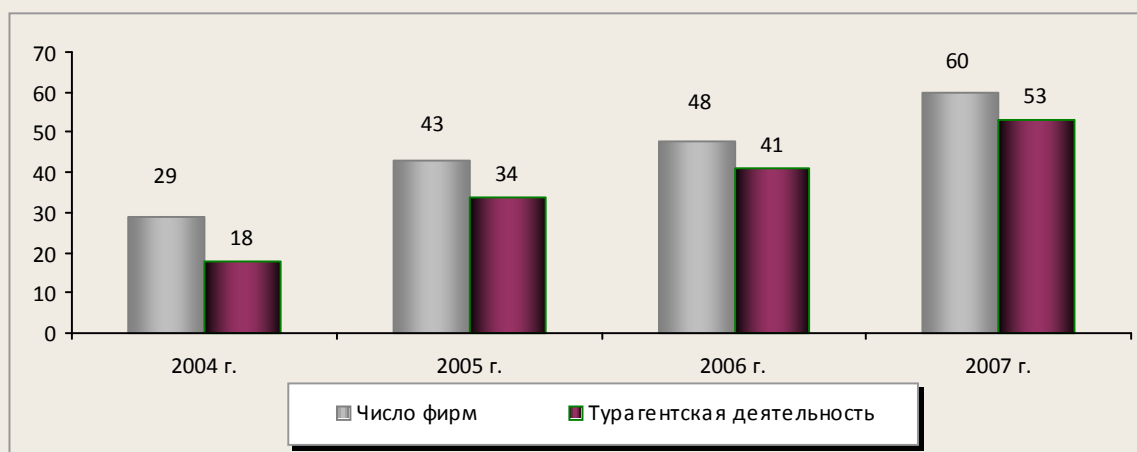
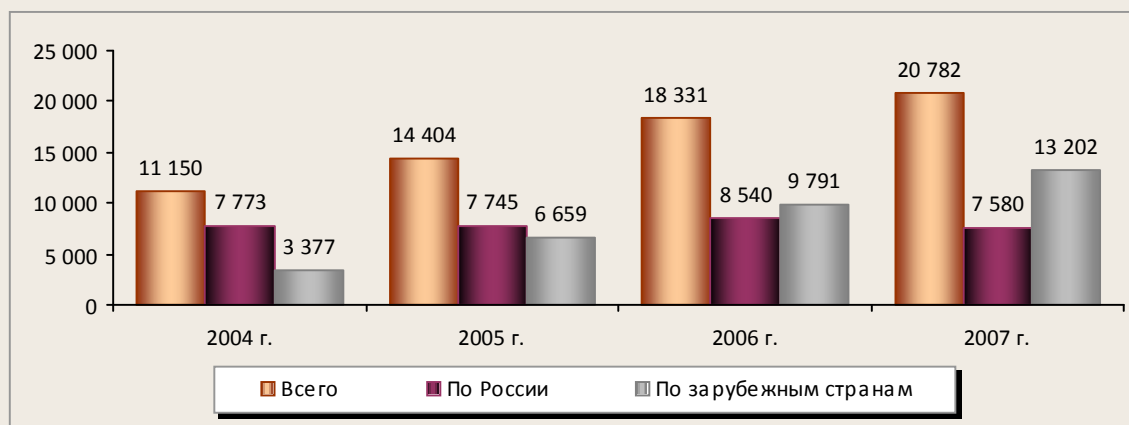


Рисунок 2. Число реализованных населению туристских путевок



природных лечебных факторов, становятся местом размещения значительной части туристов. В Архангельской области на протяжении многих лет действуют 7 санаториев (включая пансионаты с лечением), 11 санаториев-профилакториев (до 2007 года – 13) и один дом отдыха, в целом рассчитанные на 2,5 тыс. мест, а также 9 баз отдыха на 730 мест.

Разработана и реализуется социально-экономическая целевая программа «Развитие туризма в Архангельской области (2007 – 2009 годы)»<sup>1</sup>, направленная на создание эффективного и конкурентоспособного туристского комплекса, обеспечивающего широкие возможности для удовлетворения потребностей российских и иностранных граждан в разнообразных туристских услугах, содействие сохранению и эффективному использованию туристско-рекреационных ресурсов. Программа включает:

- совершенствование информационного обеспечения системы управления туристско-рекреационным комплексом;
- формирование современной маркетинговой стратегии по поддержке и продвижению регионального турпродукта на внутреннем и международном рынках;
- совершенствование механизма управления процессом развития туристско-рекреационного комплекса и структуры туристического рынка региона;
- формирование новых туристских сетей;
- стимулирование развития туристической инфраструктуры путем привлечения российских и иностранных инвестиций для реконструкции имеющейся материально-технической базы, создания новых туристских объектов и средств размещения;

<sup>1</sup> Социально-экономическая целевая программа «Развитие туризма в Архангельской области (2007 – 2009 годы)» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [www.pomorland.info/doc/normativ\\_act/regional\\_programs](http://www.pomorland.info/doc/normativ_act/regional_programs)

➤ кадровое обеспечение отрасли, повышение качества услуг в сфере туризма и гостеприимства.

Среди основных мероприятий Программы:

- ⇒ информационная поддержка сферы туризма;
- ⇒ содействие развитию туризма в муниципальных образованиях региона;
- ⇒ развитие кадрового потенциала сферы туризма;
- ⇒ развитие туристической инфраструктуры;
- ⇒ поддержание Интернет-ресурса.

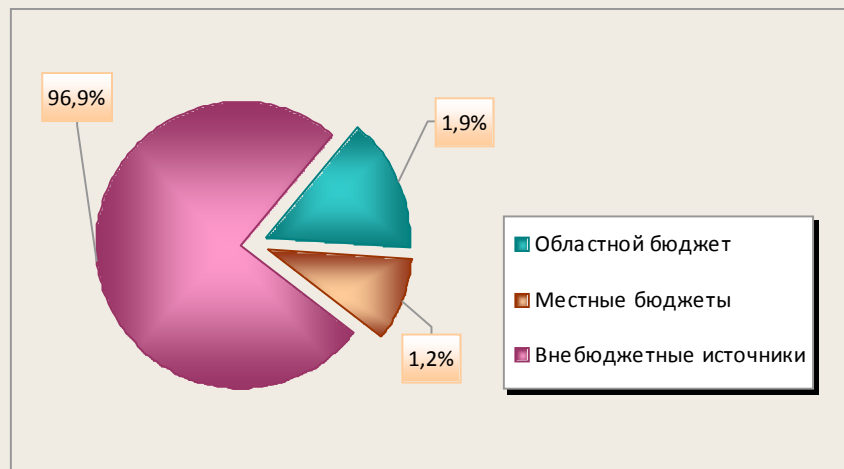
Ожидаемые конечные результаты реализации Программы:

- ⇒ создание условий для формирования современного и конкурентоспособного туристического рынка, сохранения и эффективного использования туристско-рекреационного потенциала региона;
- ⇒ развитие сферы туризма как отрасли специализации, оказывающей стимулирующее воздействие на экономику региона и повышение качества жизни населения;
- ⇒ расширение налогооблагаемой базы за счет ввода новых туристских объектов и средств размещения, создание дополнительных рабочих мест, увеличение налоговых поступлений от туризма в бюджеты всех уровней;
- ⇒ стимулирование развития смежных со сферой туризма отраслей экономики.

Хотя в Программе констатируется, что «основными сдерживающими факторами развития туризма в Архангельской области являются отсутствие государственной поддержки развития отрасли бюджетными ассигнованиями» (раздел 1 «Содержание проблемы и обоснование необходимости ее решения программными методами»), структура финансирования Программы не отражает декларируемых финансовых настроений (рис. 3).

Общий объем финансирования Программы составляет 366 370 тыс. руб., в том числе: средства областного бюджета –

Рисунок 3. Структура финансирования Программы «Развитие туризма в Архангельской области (2007 – 2009 годы)», %



7 000 тыс. руб.; средства местных бюджетов — 4 320 тыс. руб.; внебюджетные источники — 355 050 тыс. руб.

К вопросу о финансировании: Правительство Вологодской области утвердило долгосрочную целевую программу «Великий Устюг — родина Деда Мороза» на 2009 – 2010 годы, в которой предусмотрено выделение почти 90 млн. руб. на развитие инфраструктуры вотчины Деда Мороза в Великоустюгском районе. При этом из районного бюджета в течение двух лет планируется выделить почти 11 млн. руб., из бюджета Вологодской области — более 78 млн. руб. Средства пойдут на проектирование и строительство объектов инфраструктуры на вотчине Деда Мороза в г. Великом Устюге, а также на различные мероприятия, проводимые в рамках проекта.

За последние годы в Архангельской области произошли определенные положительные сдвиги в формировании региональной инфраструктуры туристической отрасли. В Архангельске есть хорошие гостиницы для размещения гостей города, открылось много точек общественного питания высокого уровня. В сфере туризма районов области тоже отмечаются определенные положительные изменения.

Открылся лесной отель «Голубино», который предоставляет комплекс туристических услуг. Развивается Пинежье, где сдан гостевой дом с номерами высокого класса. В последнее время отличаются разнообразием программы музея деревянного зодчества «Малые Корелы», туристы с удовольствием едут туда. В Онеге развивается лыжный туризм.

В целом же туристическая инфраструктура в регионе развита крайне слабо и не в полной мере соответствует задачам активизации и развития туризма. Недостаточный уровень развития транспортной инфраструктуры, низкое качество дорог и придорожного обслуживания, неудовлетворительное состояние аэропортов, авто- и железнодорожных вокзалов, дефицит современных туристских автобусов и т. д. не способствуют активизации деятельности региональной туристической отрасли.

Очень перспективным ее направлением может стать развитие речного и морского туризма. В настоящее же время для перевозки туристов к уникальному островному комплексу — Соловкам — используется воздушный транспорт. Морским путем на Соловки можно добраться только через Карелию. В Архангельске, как

уже отмечалось, есть хорошие гостиницы для размещения гостей города, но для развития туристической отрасли необходимы современные гостиницы туристского класса. Все это требует привлечения немалых средств. Следовательно, если мы хотим сделать данную отрасль одним из главных стратегических направлений социально-экономического развития региона, необходимо создание благоприятных условий для инвестиций в нее.

Для того чтобы туризм стал входить в число ведущих отраслей специализации региона, следует приложить немалые усилия, в том числе организационные, рекламные и финансовые. Одной рекламы, как это ни печально, тоже недостаточно.

График работы отрасли не направлен на оптимизацию работы с клиентом и не учитывает специфики туристического бизнеса, а политика взвинчивания цен приводит к переориентации туристского потока в другие регионы. В праздничные дни сфера услуг старается устроить себе выходные; в канун новогодних каникул отменяются многие поезда, оказываются закрытыми музеи. Замечено, что в странах, где активно развивается туристическая отрасль, большинство турфирм занимаются внутренним и въездным туризмом, у нас же картина обратная: большинство турфирм отправляют туристов за рубеж.

Необходимо формирование и продвижение турпродукта. Анализ показывает, что в России действуют туристические офисы разных государств, они плотно сотрудничают с представителями отечественного турбизнеса, активно рекламируют свой турпродукт, организуют ознакомительные туры. О такого рода инфраструктуре туристического бизнеса в регионе можно пока только мечтать. А именно ее отсутствие затрудняет продвижение и продажу регионального турпродукта. Для интеграции региона в российский и зарубежный туристический рынок необходимо формирование привлекательного для туристов имиджа Архангельской области.

Еще одна проблема регионального турбизнеса – высокие цены и несоответствие цены качеству услуг. Стоимость речной поездки от г. Архангельска до г. Великого Устюга продолжительностью семь дней составляет 17 тысяч рублей. За ту же цену архангельские турагентства предлагают аналогичные по продолжительности поездки в Турцию. Высокая стоимость туров, сочетающаяся в ряде случаев с низким качеством предоставляемых услуг, ведет к снижению конкурентоспособности регионального турпродукта. Для повышения качества в сфере обслуживания туристов необходимо менять профессиональные и образовательные стандарты.

Мультипликативный эффект от развития туризма затрагивает многие отрасли экономики. Решая проблемы развития регионального туристического комплекса, можно добиться положительного эффекта в различных сегментах социально-экономической системы региона. Это не только наполнение бюджета, но и развитие сферы услуг и социальной инфраструктуры, решение проблемы занятости (например, развитие туризма в районах может дать работу многим людям, которые потеряли ее из-за закрытия леспромхозов и производств) и др.

Для устойчивого развития региональной туристической отрасли необходимо разработать общую схему территориальной организации туризма и отдыха в Архангельской области с выделением центров областной туристско-рекреационной системы, в которых должно быть предусмотрено сосредоточение объектов обслуживания туристов (размещение, питание, центры медицинского и сервисного обслуживания, транспортные услуги, объекты досуга и развлечений, музейные и выставочные комплексы). Здесь располагается большинство фирм и предприятий, занимающихся реализацией турпродукта и осуществляющих экскурсионное обслуживание. Главные и второстепенные туристские трассы



соединяют туристические центры между собой и с основными региональными туристскими территориями, а также имеют выходы в другие регионы и зарубежные страны.

Особый интерес в сфере развития регионального туризма представляет проектная деятельность, поддерживаемая зарубежными партнерами и направленная на актуализацию историко-культурного фактора в данной сфере.

Одним из примеров такой деятельности является небольшой проект в области культуры, который мы принципиально не рассматриваем как исключительно ведомственный. Важная его составляющая связана с возможностями развития туризма и ролью учреждений культуры в этом процессе.

Приступая к подобного рода действиям, необходимо сформулировать, что тот или иной проект может дать территории, что последует за ним и каким образом он будет способствовать улучшению ситуации. Мы видим туристское освоение южных стран, наблюдаем их стремительное развитие за счет тех, кто ищет временного «отпускного счастья» в сочетании благоприятного климата, наличия сервиса, активного отдыха. И, в общем, это получает.

Климатом Север похвастаться не может, с инфраструктурой тоже не всегда везет, да и сервис оставляет желать лучшего.

Есть, однако, определенная категория туристов, не ожидающих пятизвездочных отелей на окраине маленького провинциального города, понимающих, что хорошие дороги — дело будущего, а вот то, что предстоит увидеть, почувствовать, узнать — о природе и погоде, культуре и истории, местных жителях и традиционной кухне и др., — это и есть те многие, наслаивающиеся друг на друга впечатления, за которыми они стремятся.

Важно здесь и такое понятие, как стандарт, т. е. условия, приемлемые для туриста с точки зрения чистоты, комфорта, безопас-

ности и качества обслуживания. И еще: возможность понять ту территорию, куда приехал турист, с точки зрения ее культуры и истории, потому что именно эти составляющие становятся наиболее привлекательными моментами для образованного россиянина, имеющего средства и желание путешествовать по родной стране.

Например, что может быть волнующего в городе Онега и каким образом культурно-исторический фактор этого типично северного городка может стать важным для развития туризма и, собственно, для будущего процветания?

Эти вопросы мы задавали себе, когда прорабатывалась проектная идея. Есть ли «местный стандарт»? В чем уникальность Онеги? Каким образом проект сможет способствовать социально-экономическому развитию территории и какова роль учреждений культуры и местного населения в этом проекте?

На некоторые из вышеупомянутых вопросов есть ответ в самом названии предложенного проекта: «История северного мореплавания как ресурс для развития историко-культурного туризма в Архангельской области: I этап». Северное мореплавание мы понимаем в широком смысле. Это и полярные экспедиции к берегам Арктики и на промысел, освоение островов Северного Ледовитого океана. Это и люди — онежские капитаны, составляющие славу России. Связка вопросов «местное население — создание и продвижение образа территории — развитие туризма — качество жизни» становится неразделимой для проектов в области культурной политики, которые затрагивают и вопросы социально-экономического развития территорий.

В сентябре 2008 года началась реализация первого проекта. В его основу легла история Александра Степановича Кучина, молодого океанографа и капитана из Онеги, пропавшего без вести вместе с экспедицией Русанова, направлявшейся для изу-

чения арктических островов и исследования Северного морского пути. «История северного мореплавания...» была поддержана Норвежским Баренцевым секретариатом, координаторами проекта выступили Комитет по международным связям и развитию туризма и Комитет по культуре Архангельской области. Цель проекта состояла в том, чтобы определить, какую роль может играть потенциал морской культуры в имиджевой составляющей Онежского района, какова при этом роль музеев и как использовать международные партнерские отношения для развития наших северных территорий. Логически проект разделен на такие составляющие, как:

- своеобразная музейная ревизия Северной Норвегии и Архангельской области, посвященная морской тематике, на установочном совещании в г. Архангельске;
- научно-практическая конференция «Поморская культура и северное мореплавание» (г. Онега) и в ее рамках — показ документального фильма «Александр Кучин — полярный капитан»;
- презентация культурно-туристского потенциала Онежского района, включая Кий-остров, расположенный в Белом море;
- круглый стол, посвященный анализу выявленных потребностей и существующих ресурсов для продолжения работы над проектом.

Кроме того, программа включала встречу руководителей муниципалитетов-побратимов коммуны Гамвик и муниципального образования «Онежский муниципальный район», муниципального образования «Онежское», на которой была достигнута договоренность о проектах в социальной сфере (молодежные инициативы, детский лагерь «Берега»), о продвижении туризма и спорта, а также о развитии рыбной промышленности в Онежском районе.

Развитие туризма через культурный, научный, исследовательский контекст,

через создание повода для упоминания Онеги в средствах массовой информации (не отрицая, однако, и других путей развития) является важным и для местных учреждений культуры, и местных жителей, которые чувствуют интерес к себе и с готовностью становятся участниками и соорганизаторами мероприятий.

Мы уверены, что развитие туризма через продвижение имиджа Онеги, с ее историями о северных мореплаваниях и полярных экспедициях, — это удачная реализация местной специфики и потенциальных возможностей территории.

Дальнейшее развитие разработанный подход получил при формировании очередного совместного проекта «Холодные берега — близкие отношения: российские и норвежские полярные экспедиции и мореплавание». Конечно, это не «чисто туристский» проект. Но территориально он включает и Онегу, и Архангельск, и Тромсе, и Андой, представляя собой совместный международный культурный продукт и приобретая тем самым новое звучание и масштабность.

Цель нового проекта — создание с использованием современных музейных медиативных методов совместных музейных выставок, посвященных полярной истории двух стран, а также Интернет-выставки на основе оцифровки натуральных экспонатов в сочетании текстов и графических образов. Мы понимаем проект и как часть процесса, направленного на развитие музейного сотрудничества между Архангельской областью и Северной Норвегией, и видим социально значимую роль этого сотрудничества в продвижении морской культуры, которая необходима, в том числе, и для развития туризма.

Более 15 организаций Северной Норвегии и России выразили свое согласие принять участие в разработке и реализации проекта. В первую очередь, это Музей университета г. Тромсе, Полярный музей г. Тромсе,

Архангельский областной краеведческий музей, Онежский историко-мемориальный музей им. А.С. Кучина, Северный морской музей и Музей художественного освоения Арктики им. А.А. Борисова, Архангельский областной центр повышения квалификации работников культуры, Музей деревянного зодчества и народной культуры «Малые Корелы» и т. д. Координаторами проекта выступили Департамент культуры губернской провинции Тромс и Комитет по культуре Архангельской области. В настоящее время ведутся переговоры с представителями других музеев и университетов. Проектный период составит 3 года. Он начался в ноябре 2008 года, а закончить его планируется в декабре 2011 года.

Особенность выставок — в широком использовании информационных технологий через создание электронных ресурсов, их демонстрацию на плоских экранах и пространственной презентации данных. В меньшей степени выставки будут базироваться на артефактах, и, если таковые будут использоваться, они должны быть представлены в каждой музейной коллекции каждой страны отдельно. За счет широкого использования текста, фотографий и технологии создания, хранения и обработки данных выставка может быть легко трансформирована в Интернет-выставку на последнем этапе проекта. Интернет-выставка будет открыта 14 декабря 2011 года с размещением на веб-сервере одного

российского и одного норвежского музея. Данный подход можно рассматривать как несомненно удачный имиджевый и маркетинговый подход по продвижению регионального турпродукта.

Длительность проекта объясняется необходимостью поиска финансовой поддержки как с норвежской, так и с российской стороны и времени на подготовку оцифрованных материалов для выставок. В связи с этим нужны встречи и детальные договоренности, а также организация по крайней мере двух обучающих семинаров для музейных работников, которые будут создавать электронные ресурсы для выставок.

Второй разрабатываемый проект, тоже международный (российско-голландский), — «Обучение гостеприимству и стандартам» — для местного населения в Онеге начинается параллельно с «Холодными берегами...».

Таким образом, мы представили значимые культурного фактора в формировании и продвижении имиджа территории, без которого невозможно развитие туризма, на примере двух проектов, причем второй из них находится на стадии разработки.

Мы понимаем, что одними проектами туризм не развить. Предстоит большая работа, и хочется верить, что наши усилия не пропадут. У нас, жителей Евроарктического Баренцева региона, есть возможности для развития, и этим ресурсом необходимо воспользоваться.