

УДК 338.48**Методы анализа и планирования креативных туристских
дестинаций****Волконский Элен Эдвардович**

Исследователь,
Краснодарский филиал,
Российский экономический Университет им. Г.В. Плеханова,
350002, Российской Федерации, Краснодар ул. Садовая, 17;
e-mail: elen@volkonskii.ru

Аннотация

В данной научной статье акцентируется внимание на стратегиях анализа и разработки туристских направлений, а также анализируется их значимость в привлечении международных туристских потоков. Научное изложение включает в себя обширные методики оценки креативного потенциала указанных направлений, осуществляется через изучение их уникальности, доступности культурных активов и нематериальных ресурсов, возможностей инфраструктуры, а также уровня вовлеченности локальных сообществ. В исследовании также подробно анализируются стратегические направления создания инновационных туристских продуктов, вопросы маркетинга и продвижения этих направлений, а равно и управление качеством туристских услуг. Исследование приводит важные практические выводы, которые могут быть использованы при составлении государственных и региональных программ, направленных на развитие креативного туризма. Эти данные могут способствовать улучшению конкурентной позиции туристских целей. В эпоху глобализации, когда конкуренция на международном туристском рынке стремительно возрастает, от туристских направлений требуется не только настрой на изменения в потребительских предпочтениях, но и активное внедрение инноваций для создания уникальных и незабываемых туристских впечатлений. Креативный туризм подразумевает разработку таких направлений, которые могут предложить посетителям нестандартные, персонализированные услуги и уникальный опыт.

Для цитирования в научных исследованиях

Волконский Э.Э. Методы анализа и планирования креативных туристских дестинаций
// Экономика: вчера, сегодня, завтра. 2024. Том 14. № 9А. С. 210-218.

Ключевые слова

Креативный туризм, креативные индустрии, творческие индустрии, креативные кластеры, креативные туры, авторские туры, национальные туристские маршруты, региональные туроператоры.

Введение

В современной туристской индустрии наблюдается динамичное развитие, которое открывает новые перспективы, как для путешественников, так и для создателей туристских продуктов. Примечательно, что спрос на креативные туристские направления увеличивается, поскольку они предоставляют путешественникам уникальные и персонализированные впечатления, которые стимулируют их возвращение. Такое преобразование в индустрии туризма вызывает необходимость в разработке и внедрении инновационных методов анализа и планирования, соответствующих изменяющимся предпочтениям и потребностям современных туристов. Несмотря на возрастающий интерес к креативным направлениям, специалисты сталкиваются с различными вызовами в их анализе и организации [Айтбаева, 2022, с.76].

Основное содержание

Эффективная реализация и развитие креативных туристских направлений требуют тщательного понимания как текущих трендов в туризме, так и специфических возможностей регионов для создания инновационных туристских продуктов. Данная научная статья предлагает обзор современных методик анализа и планирования креативных туристских направлений с целью выявления наиболее действенных стратегий для разработки и продвижения туристских продуктов, которые соответствуют как текущим требованиям рынка, так и принципам устойчивого развития.

Статья акцентирована на систематизацию знаний и опыта в области креативного туризма и на предоставление практических рекомендаций для специалистов и разработчиков, заинтересованных в совершенствовании или внедрении креативных туристских стратегий в своих регионах, или городах.

Развитие туризма во многом зависит от умения использовать рекреационные возможности территории. Такие возможности включают в себя природные условия, историко-культурные объекты и социально-экономические факторы, которые могут способствовать организации досуга и развлечений на местном уровне [Клейман, 2021, с.27].

В процессе оценки рекреационного потенциала осуществляется всесторонний анализ как количественных, так и качественных аспектов доступных ресурсов, исследование рыночного спроса на эти ресурсы и их возможности для эффективной эксплуатации. Основной компонент в рамках рекреационного потенциала составляют рекреационные ресурсы, которые включают в себя элементы, способные привлечь туристские потоки, начиная от уникальных природных образований и заканчивая объектами культурного наследия, отличающимися оригинальностью, эстетической значимостью или способностью к сохранению здоровья. Эти ресурсы обладают потенциалом удовлетворять потребности посетителей в отдыхе и обогащении новыми знаниями, принося при этом максимальную выгоду и удовольствие.

Термин «рекреационные ресурсы» был введен в научный оборот примерно в последней четверти XX века, активизируя своё присутствие в начале 1970-х. Учёные, в числе которых Ю.К. Ефремов и В.Б. Нефедова, изначально подчеркивали важность природных достоинств и условий для туризма и отдыха. Исследуемый ареал рекреационных ресурсов охватывает все аспекты – от геологического строения и климатических условий до биоразнообразия, при условии их привлекательности и возможности использования в рекреационных целях [Клейман, 2021, с.23].

Со временем концепции и подходы к определению рекреационных ресурсов претерпели

значительные изменения, становясь более комплексными и включающими не только природные, но и антропогенные элементы, способные удовлетворять интересы и нужды посетителей. Таким образом, изучение и управление рекреационным потенциалом и его ресурсами представляют собой ключевые факторы для успешного развития туристской индустрии, раскрывая новые перспективы для улучшения качества жизни и повышения привлекательности территорий по всему миру. Эффективность использования рекреационных ресурсов в качестве туристских достопримечательностей определяется их способностью комбинироваться с другими ресурсами и туристскими услугами, а также их доступностью для широкой аудитории.

Цель данного исследования заключается в анализе разнообразных подходов и методик, предложенных для оценки туристских ресурсов как в российской, так и в международной научной практике. Исследования польского ученого Я. Качмарека позволяют рассматривать туристские ресурсы как ключевые элементы туристского потенциала любой дестинации, определяющие её туристскую привлекательность.

Туристский потенциал охватывает весь спектр географических и социальных факторов, которые можно мобилизовать для развития туризма. Основываясь на исследованиях Качмарека, можно выделить структурные и функциональные ресурсы, каждый из которых играет определённую роль в формировании комплексного и многоаспектного туристского потенциала дестинации. Данные компоненты имеют как экономическую, так и культурную ценность туризма, способствуя устойчивому развитию региона [Морозов, 2005, с.28].

На рисунке 1 представлены компоненты туристского потенциала.

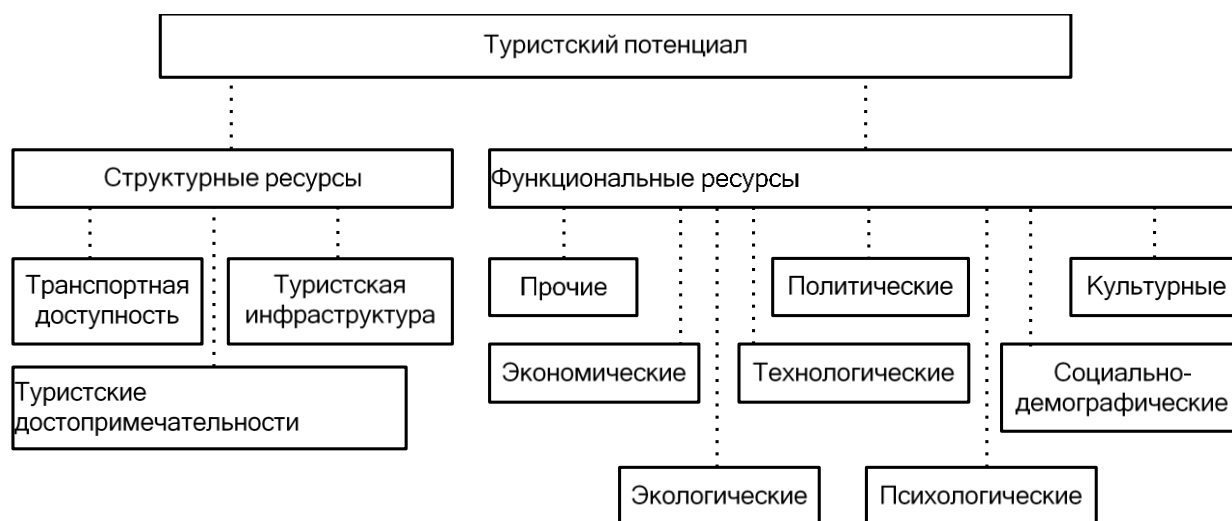


Рисунок 1 – Элементы туристского потенциала

Н.П. Крачило предлагает классификацию туристских ресурсов, основанную на их атрибутах и возможностях для деятельности. В его систематизации выделяют три категории: природные, культурно-исторические и социально-экономические ресурсы.

Природные ресурсы объединяют климат, водные объекты, минеральные источники, разнообразие флоры и фауны и охраняемые природные территории. Культурно-исторические включают музеи, выставочные залы, театры, археологические находки, архитектурные и памятные объекты, а также элементы народного творчества.

Социально-экономические ресурсы охватывают географическое положение, транспортную доступность, уровень экономического развития, урбанистическое планирование, качество сервисов, развитие инфраструктуры и рабочие ресурсы.

Каждый туристско-рекреационный ресурс в кадастре оценивается по привлекательности, площади, качеству, эксплуатационным возможностям и максимально допустимому количеству туристов, учитывая экологическую безопасность и предотвращение истощения ресурсов. В контексте растущей роли туризма в экономике, точная оценка туристских ресурсов становится особенно важной [Машкович, 2022, с.91].

Таблица 1 – Примерная структурно-оценочная таблица кадастра туристских ресурсов дестинации

Категория ресурсных потенциалов	Вид ресурса	Критерии оценки	Лимитирующие факторы	Общий лимитирующий фактор
Культурно- исторический потенциал	Объекты туристско- экскурсионного показа	Мировой уровень Национальный уровень Местный уровень	Норма пропускной способности	Допустимая туристская нагрузка на дестинацию и ее объекты
Инфраструктурный потенциал	Средства размещения	Классность (звездность) Ориентированность предприятия по сегментам потребителя Другие критерии	Количество мест номерного фонда	
	Предприятия питания	Тип предприятия Классность предприятия	Кол-во накрытий	

Анализируя возможности туристской дестинации, создаётся структурная таблица кадастра. Этот инструмент ключевой для определения ресурсов, задействованных в развитии туризма, и позволяет рационально использовать бюджетные средства, отведённые для этой индустрии. Включение в таблицу визуализаций, как диаграммы и графики, повышает её информативность и понятность.

Кадастр туристских ресурсов является основополагающим документом для проработки основ туристского развития региона и формирования целевых стратегий. Применение модели Янсена-Вербека позволяет оценить городские дестинации как «продукт для отдыха», что включает как первичные, так и вторичные элементы [Машкович, 2022, с.91].

Таблица 2 – Элементы туристской дестинации

Первичные элементы		Вторичные элементы
Место деятельности	Возможности для отдыха	
Культурные ресурсы Концертные залы Кинотеатры Выставочные площадки Музеи и картинные галереи Театры Спортивные ресурсы на открытом воздухе и в помещениях Развлекательные ресурсы Фестивали Ночные клубы Специальные мероприятия	Физические характеристики Памятники старины Церковные здания Гавани Историческая планировка улиц Интересная архитектура (здания) Парки и зеленые зоны Вода, реки, каналы Социально-культурные характеристики Фольклор Дружелюбность Язык Живость и окружающая атмосфера Местные традиции и национальные костюмы Безопасность	Отели и рестораны Рынки Торговые центры Дополнительные элементы Транспортная доступность и условия для парковки Информация для туристов: информационные центры, указатели, путеводители, карты, брошюры

Предложенная модель комплексного анализа туристских услуг, применяемая к определённой дестинации, характеризуется системным подходом. Она позволяет всесторонне оценивать предложения дестинации. Тем не менее, данная модель может не подходить для мест, где в центре внимания туристов находятся так называемые «вторичные» аттракционы, которые являются основной причиной их посещений. Помимо этих ограничений, модель остаётся полезной для понимания взаимосвязей между элементами внутренней туристской системы города, рассматривая его как многофункциональный «продукт» или набор услуг для туристов.

Исходя из основной идеи модели – восприятия города как единого продукта – применимы маркетинговые аналитические методы для изучения туристских дестинаций. Как указывают Ф. Котлер и Б. Колб, город можно анализировать через трехуровневую структуру продукта: базовый уровень включает основные аттракционы; сопутствующий и дополнительный уровни, которые углубляют первичный опыт; и расширенный уровень, предлагающий уникальное предложение для туристов [Морозов, 2005, с.59].

Таблица 3 – Вопросы, на которые необходимо ответить, анализируя основной продукт города

Основной продукт	Вопросы
Туристские аттракции	Какими коммерческими туристскими аттракциями располагает город? Какой целевой аудитории они адресованы? Находятся ли аттракции в хорошем состоянии?
Культурные и некоммерческие аттракции	Какие есть городские театральные труппы и музыкальные коллективы? Приезжают ли артисты на гастроли? Есть ли любительские или профессиональные арт- и анимационные команды?

Таблица 4 – Вопросы, на которые необходимо ответить, анализируя сопутствующий и дополнительный продукт города

Сопутствующий и дополнительный продукт	Вопросы
Сувениры, туры и экскурсии	Есть ли продукты, приспособленные для удовлетворения специального интереса туристов, приехавших из-за основного продукта? Доступны ли основные сувениры для приобретения по разным ценам? Разработаны ли тематические экскурсионные туры, учитывающие специальные интересы туристов? Проводятся ли обзорные экскурсии с целью общего ознакомления с местностью?
Рестораны	Есть ли разнообразные предприятия общественного питания с разным меню? Предоставляется ли услуга питания различным сегментам туристов? Соответствует ли уровень цен тому, во сколько туристы оценивают услугу питания? Соблюдаются ли гигиенические и санитарные нормы, поддерживаются ли в хорошем состоянии предприятия общественного питания в целом?
Другие услуги	Есть ли аренда автомобилей/мотобайков? Может ли турист в экстренном случае отремонтировать транспортное средство в техсервисе? Предусмотрена ли скорая медицинская помощь для туристов?

**Таблица 5 – Вопросы, на которые необходимо ответить, анализируя
дестинации**

Аспект продукта	Вопросы
Улицы и тротуары	Чисто ли на улицах города? Вымыты или подметены тротуары? Посыпаются ли тротуары в случае надобности песком? Достаточно ли освещены улицы и насколько интересна уличная подсветка? Есть ли места отдыха, лавочки?
«Живое» наследие	Является ли город домом для каких-либо отличительных религиозных или этнических групп? Известен ли город как место зарождения той или иной индустрии?
Оснащение улиц	Достаточно ли мусорных корзин и в каком они состоянии? Есть ли телефоны автоматы, электронные терминалы, инфо-киоски с инструкцией по их использованию для иностранных посетителей?
Магазины	В хорошем ли состоянии фасады магазинов? Привлекательно ли оформлены витрины? Указаны ли часы работы магазинов и следуют ли им?
Безопасность	Обеспечивается ли должное полицейское патрулирование туристских районов города? Есть ли информация о том, куда туристы могут обратиться, если потерялись или попали в неприятность? Есть ли видимые знаки безопасности?
Люди	Дружелюбны ли местные жители к туристам? Хотят ли и могут ли сотрудники магазинов и др. заведений отвечать на вопросы туристов о городе?
Общие	Существует ли проблема бездомных животных? Соблюдается ли чистота на парковках? Есть ли обслуживающий персонал на парковке? Исправно ли работает счетчик? Есть ли общественные туалеты? Чистые? Существует ли адекватная система указательных знаков для ориентации туристов в городе? Существуют ли знаки, указывающие как добраться от/в аэропорт, главной дороги, автобусной станции, ж/д вокзала?

Анализ конкурентоспособности города как туристской дестинации является критически важным после изучения его туристского предложения. Это включает идентификацию уникальных преимуществ на всех этапах предложения. Важно сравнивать город с конкурентами, выбранными на основе схожести продуктов и целевых аудиторий. Исследование конкурентных преимуществ является основой для разработки маркетинговой стратегии и указывает направления для дальнейшего развития дестинации.

В рамках методики оценки рекреационного потенциала региона предложен подход, сочетающий элементы ресурсного и маркетингового анализ. Методология включает определение туристского потенциала, создание рекреационного кадастра и оценку дестинации как сложного туристского продукта. Основные элементы включают ситуационный анализ, оценку экономических перспектив и анализ экономического воздействия развития туризма [Дементьев, 2020, с.69].

Заключение

Эффективность управления туристской дестинацией обусловлена регулярными комплексными анализами, которые помогают определить возможности для развития и

существующие препятствия. Важно уделить внимание анализу доступных рекреационных ресурсов и условий, что требует глубокого понимания особенностей территории. Комплексный подход к продвижению и маркетингу региона, начиная с аудита ресурсов, закладывает основу для успешного стратегического планирования и реализации.

Изучение туристского и рекреационного потенциала территории представляет собой комплексную задачу, где ключевые аспекты включают:

- 1) Оценка уникальности местных аттракционов и достопримечательностей, определяющих привлекательность дестинации для туристов и влияющих на формирование её имиджа.
- 2) Анализ доступности туристских объектов, включая как физическую, так и информационную обеспеченность, которая способствует привлечению посетителей.
- 3) Исследование распределения туристских ресурсов по территории, важное для разработки маршрутов и программ для гостей.
- 4) Оценка разнообразия и комплексности туристского продукта для удовлетворения различных интересов.
- 5) Исследование состояния и уровня сохранности объектов, что напрямую сказывается на качестве туристского опыта.

Глубокий анализ данных факторов способствует формированию стратегий развития туризма, направленных на интеграцию туризма в экономику региона, сохранение и улучшение ресурсов, а также их эффективное представление и продвижение среди целевых аудиторий.

В заключение следует отметить, что понимание и анализ рекреационного потенциала и туристских ресурсов становится фундаментальной основой для разработки политик и действий, целенаправленно улучшающих туристское предложение дестинации, что, в свою очередь, способствует экономическому росту и развитию региона в качестве привлекательной точки на карте мира для путешественников.

Библиография

1. Айтбаева, Г. Д. Применение инновационных технологий в продвижении туристских дестинаций (на примере государственных национальных природных парков Алматинской области) / Г. Д. Айтбаева, А. Т. Айткожа. — Текст: непосредственный // Молодой ученый. — 2022. — № 14 (409). — С. 75-79.
2. Дементьев, Д. А. Технологии продвижения туристских дестинаций / Д. А. Дементьев // Modern Science. — 2020. — № 6-3. — С. 68-72.
3. Клейман, А. А. Теория и практика развития креативных индустрий и создания креативных кластеров в туристской дестинации (на примере Санкт-Петербурга) / А. А. Клейман, О. А. Бабанчикова // Вестник Национальной академии туризма. — 2021. — № 2(42). — С. 21-29.
4. Малышева, Е.О. Теоретические подходы в изучении туристской дестинации // Вестник БГУ. - 2020. - №1. - С.16-23.
5. Машкович Е.А. Оценка понятия «туристская дестинация» в контексте современной туристики // Известия Иркутской государственной экономической академии. — 2022. — № 6. — С. 89–92.
6. Морозов М.А. Инфраструктурное обеспечение предпринимательской деятельности в туризме: Монография. М.: РосНОУ, 2005.
7. Морозов М.А. Туристские дестинации и закономерности их развития: Монография, МИГМТ. М., 2005.
8. Морозов М.А., Львова Т.В. Методика сбора и представления информации о регионе с целью оценки туристского потенциала методом моделирования //Туризм и рекреация: фундаментальные и прикладные исследования: Труды Международной научно-практической конференции. М.: МГУ им. М.В. Ломоносова, географический факультет, 2009.
9. Морозова Н.С., Морозов М.А. Предпринимательство и конкуренция в туризме. Монография. М.: РосНОУ, 2010.
10. Морозова Н.С. Концепция формирования и развития конкуренции в туризме. Монография. М.: РосНОУ, 2011.
11. Николаева Т. Н., Орешкина Е. С. Детерминанты спроса на въездной туризм (на примере стран Европы и СНГ) // Сервис в России и за рубежом. 2016. Т. 10. № 8(69). С. 17—28.
12. Тимиргалеева, Р. Р. Концептуальные аспекты управления развитием туристских дестинаций / Р. Р.

- Тимиргалеева, И. Ю. Гришин, М. А. Шостак // Развитие туристских дестинаций: модели, методы, инструменты. – Майкоп: ООО "Электронные издательские технологии", 2020. – С. 48-101.
13. Шабалина, Н. В. Роль креативных индустрий в развитии туристских дестинаций / Н. В. Шабалина, А. Я. Кудакеев, А. Д. Шабалин // Туризм и региональное развитие. – 2022. – № 2(5). – С. 24-39.

Methods of analysis and planning of creative tourist destinations

Elen E. Volkonskii

Researcher,
Krasnodar branch,
Plekhanov Russian University of Economics,
350002, 17, Sadovaya str., Krasnodar, Russian Federation;
e-mail: elen@volkonskii.ru

Abstract

This scientific article focuses on strategies for the analysis and development of tourist destinations, as well as analyzes their importance in attracting international tourist flows. The scientific presentation includes extensive methods for assessing the creative potential of these areas, carried out through the study of their uniqueness, accessibility of cultural assets and intangible resources, infrastructure capabilities, as well as the level of involvement of local communities. The study also analyzes in detail the strategic directions of creating innovative tourism products, issues of marketing and promotion of these areas, as well as quality management of tourist services. The study provides important practical conclusions that can be used in the preparation of state and regional programs aimed at the development of creative tourism. This data can help improve the competitive position of tourist destinations. In the era of globalization, when competition in the international tourism market is rapidly increasing, tourist destinations are required not only to be attuned to changes in consumer preferences, but also to actively introduce innovations to create unique and unforgettable tourist experiences. Creative tourism involves the development of such areas that can offer visitors non-standard, personalized services and unique experiences.

For citation

Volkonskii E.E. (2024) Metody analiza i planirovaniya kreativnykh turistskikh destinatsii [Methods of analysis and planning of creative tourist destinations]. *Ekonomika: vchera, segodnya, zavtra* [Economics: Yesterday, Today and Tomorrow], 14 (9A), pp. 210-218.

Keywords

Creative tourism, creative industries, creative industries, creative clusters, creative tours, author tours, national tourist routes, regional tour operators.

References

1. Aitbayeva, G. D. The use of innovative technologies in the promotion of tourist destinations (on the example of the state national natural parks of the Almaty region) / G. D. Aitbayeva, A. T. Aitkozha. — Text: direct // Young scientist. — 2022. — № 14 (409). — Pp. 75-79.
2. Dementyev, D. A. Technologies for the promotion of tourist destinations / D. A. Dementyev // Modern Science. – 2020.

-
- No. 6-3. – pp. 68-72.
3. Kleiman, A. A. Theory and practice of the development of creative industries and the creation of creative clusters in a tourist destination (on the example of St. Petersburg) / A. A. Kleiman, O. A. Babanchikova // Bulletin of the National Academy of Tourism. – 2021. – № 2(42). – Pp. 21-29.
 4. Malysheva, E.O. Theoretical approaches in the study of a tourist destination // Bulletin of BSU. – 2020. – No.1. – pp.16-23.
 5. Mashkovich E.A. Evaluation of the concept of "tourist destination" in the context of modern tourism // Proceedings of the Irkutsk State Academy of Economics. – 2022. – No. 6. – pp. 89-92.
 6. Morozov M.A. Infrastructural support of entrepreneurial activity in tourism: Monograph. M.: RosNOU, 2005.
 7. Morozov M.A. Tourist destinations and patterns of their development: Monograph, MIGMT. M., 2005.
 8. Morozov M.A., Lvova T.V. Methodology for collecting and presenting information about the region in order to assess the tourist potential by modeling // Tourism and recreation: fundamental and applied research: Proceedings of the International Scientific and Practical Conference. Moscow: Lomonosov Moscow State University, Faculty of Geography, 2009.
 9. Morozova N.S., Morozov M.A. Entrepreneurship and competition in tourism. Monograph. M.: RosNOU, 2010.
 10. Morozova N.S. The concept of formation and development of competition in tourism. Monograph. M.: RosNOU, 2011.
 11. Nikolaeva T. N., Oreshkina E. S. Determinants of demand for inbound tourism (on the example of European and CIS countries) // Service in Russia and abroad. 2016. Vol. 10. No. 8(69). pp. 17-28.
 12. Timirgaleeva, R. R. Conceptual aspects of management of the development of tourist destinations / R. R. Timirgaleeva, I. Y. Grishin, M. A. Shostak // Development of tourist destinations: models, methods, tools. – Maikop: Electronic Publishing Technologies LLC, 2020. – pp. 48-101.
 13. Shabalina, N. V. The role of creative industries in the development of tourist destinations / N. V. Shabalina, A. Ya. Kudakaev, A.D. Shabalin // Tourism and regional development. – 2022. – № 2(5). – Pp. 24-39.
-