

**УСЛОВИЯ ФОРМИРОВАНИЯ НОВОЙ ТУРИСТСКОЙ ДЕСТИНАЦИИ
В ПОСТСОВЕТСКИЙ ПЕРИОД НА ТЕРРИТОРИИ АЛТАЙСКОГО КРАЯ***С. В. Харламов***CONDITIONS OF FORMATION OF NEW TOURIST DESTINATIONS IN THE TERRITORY
OF ALTAI KRAY IN THE POST-SOVIET PERIOD***S. V. Kharlamov*

После распада СССР в Алтайском крае, на территории которого первые туристские базы появились в конце 1930-х гг., началась перестройка системы туризма, ориентированной раньше исключительно на природные туристско-рекреационные ресурсы. С выходом из состава края Горно-Алтайской автономной области он лишился популярных природных туристских ресурсов и основных объектов туристской индустрии. В это время региональной исполнительной власти были предоставлены полномочия по самостоятельному использованию местных туристских ресурсов и содействию организации туристской деятельности на условиях государственно-частного партнерства. Началось активное развитие новой отрасли экономики – туризма, становление и развитие туристско-рекреационной дестинации Алтайского края как основного элемента рекреационной системы, способного привлекать и удовлетворять потребности достаточно широкой группы туристов и отдыхающих, формирование ее бренда и позитивного имиджа. Здесь была создана особая экономическая зона туристско-рекреационного типа (ОЭЗ ТРТ) "Бирюзовая Катунь" и игорная зона "Сибирская монета"; три туристско-рекреационных кластера, которые включены в Федеральную целевую программу "Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011 – 2018 годы)".

В создании брендовых маршрутов «Малое Золотое кольцо Алтая» и «Большое Золотое кольцо Алтая» воплотилась идея объединения природных, культурно-исторических и социально-культурных объектов туристского интереса и туристического рынка под единым брендом, характеризующим (идентифицирующим) данный туристский продукт как отличный от других, формирующий у потребителя благоприятное впечатление и желание приобретения среди множества других аналогичных.

Этот опыт распространился на создание межрегиональных и международных трансграничных маршрутов, например, культурно-познавательного трансграничного маршрута «Северная ветвь Великого Шелкового пути» в рамках программы Всемирной туристской организации (UNWTO) и сотрудничества стран Алтайского региона – Казахстана, Китая, Монголии и России.

After the collapse of the Soviet Union, restructuring of the system of tourism (earlier oriented exclusively on natural tourist and recreational resources) began in Altai Kray, where the first tourist centers had appeared in the late 1930s. After the emancipation of Gorno-Altai Autonomous Region, the Kray lost its popular natural tourist resources and the main objects of the tourism industry. At this time, the regional executive authorities were given the power to make independent use of local tourist resources and promote the organization of tourist activities on public-private partnership. It triggered the active development of new sectors of the economy – tourism, the establishment and development of tourist and recreational destinations of Altai Kray as a key element of recreation to attract and meet the needs of various group of tourists and holidaymakers, the formation of its positive image and brand. A special economic zone of tourist-recreational type “The Turquoise Katun” and the gambling zone “Siberian Coin”; three tourist and recreational clusters, which are included in the Federal Programme “Development of domestic tourism in the Russian Federation (2011 - 2018) were established.

The created brand routes “Small Golden Ring of Altai” and “Big Golden Ring of Altai” embodied the idea of uniting the natural, cultural, historical and socio-cultural sites of tourist interest and tourism market under a single brand that characterizes (identifies) the tourism product as distinct from the other, forming a favorable impression of the consumer and the desire to purchase among the many similar. This experience has spread to the creation of inter-regional cross-border and international routes, such as three cultural and educational cross-border route “The northern branch of the Silk Road” in the framework of the World Tourism Organization (UNWTO) and the cooperation of the Altai region with Kazakhstan, China, Mongolia and Russia.

Ключевые слова: туризм, дестинация, брендовый маршрут, трансграничный туризм, Алтайский регион, Великий Шелковый путь.

Keywords: tourism, destination, brand route, cross-border tourism, Altai region, Silk Road.

Наблюдаемая активность в развитии туризма, в том числе международного, во внутриконтинентальном пространстве Центральной Азии, к которому относится Алтайский регион – узловое сочленение четырех стран (России, Казахстана, Монголии и Китая) в пределах Алтайских гор, усиливает интерес к рекреационно-географическим исследованиям. Изме-

нившаяся геополитическая ситуация в России и в мире существенно повлияла на географию туристских потоков, принципы организации туристско-рекреационной деятельности. Все территории, входящие в Алтайский регион, сталкиваются с практически идентичными социально-экономическими проблемами, вызванными транспортной удаленностью и низкой

конкурентоспособностью большинства отраслей хозяйства. Необходимо выявление и развитие совместными усилиями конкурентоспособных в мировой экономике отраслей, максимально отвечающих геополитическим, социально-экономическим и экологическим факторам устойчивого развития. Усиливающаяся геоэкономическая конкуренция привела к необходимости объединения возможностей граничащих стран-соседей, напрямую не входящих в основные мировые потоки инноваций и инвестиций. Больше всего теряют от сложившейся ситуации удаленные континентальные регионы мира, к которым в пределах России относятся Республика Алтай и Алтайский край.

Развитие рекреации и туризма нацелено на повышение качества жизни людей. Создание условий для развития туризма на территориях вокруг Алтайских гор имеет не только экономическое основание, межгосударственное взаимодействие в области оптимального развития туристско-рекреационной сферы создает также предпосылки для формирования устойчивого международного союза в регионе. Опыт развития сферы туризма в Алтайском крае, на территории которого первые туристские базы появились в конце 1930-х гг., может быть весьма полезным для остальных субъектов региона.

Во время так называемого «парада суверенитетов» в Советском Союзе 1990-х годов и в результате административно-территориальной реформы в постсоветский период в Российской Федерации сформировалась новая структура субъектов, входящих в состав государства. Все автономные Советские Социалистические республики, например, в Поволжье – Татарская, Чувашская, Мордовская и Удмуртская, поменяли свой статус и приобрели большую самостоятельность, став Республиками в составе РФ. Еще больший суверенитет получили автономные области (а.о.), являвшиеся неотъемлемой частью административных краев, например, Адыгейская а.о. Краснодарского края, Хакасская а.о. Красноярского края и др., так же ставшие Республиками в составе РФ, получив право решать все вопросы социально-экономического характера самостоятельно, а не через Администрацию краев, как это было в советский период.

В 1990 г. Горно-Алтайская автономная область (Г-А а. о.) приобрела суверенитет, получив статус Горно-Алтайской Автономной Советской Социалистической Республики. Уже в 1991 г. Горно-Алтайская АССР вышла из состава Алтайского края и была образована Горно-Алтайская Советская Социалистическая Республика в составе РСФСР, в 1992 г. преобразованная в Республику Горный Алтай, а 7 мая того же года переименованная в Республику Алтай. С этого момента началась существенная перестройка системы туризма в Алтайском крае, ориентированной ранее на ценные природные туристские объекты и ресурсы, расположенные в основном в пределах Г-А а.о.

Рассматривая вопросы, касающиеся сферы туризма в бывшем СССР, следует отметить, что помимо общеизвестных центров – Москвы и Ленинграда, именно территории автономных областей в горах Кавказа и Южной Сибири (в том числе, Алтай и Саян), обладали исключительно привлекательными ту-

ристскими ресурсами – объектами природы и культурно-историческим наследием коренных народов. Поэтому в советские времена здесь была создана достаточно развитая сеть гостиниц, туристских баз, маршрутов и экскурсий, однако в те годы туризм не являлся отраслью экономики страны. Туризм выполнял функции оздоровления трудящихся и членов их семей, а также способствовал развитию граждан как личностей, позволяя знакомиться и глубже изучать уникальную природу родной страны, культурное и историческое наследие различных народов СССР.

Функции организации туризма были возложены на профессиональные союзы, действовавшие под руководством Всесоюзного Центрального совета по туризму и экскурсиям (ВЦСПС). В административных субъектах страны – республиках, областях, краях и автономных областях организационными вопросами занимались региональные Советы по туризму и экскурсиям, входившие в структуру региональных Советов профсоюзов.

Действовавшая в СССР организация "Интурист" была самостоятельной государственной структурой, занимавшейся отправкой туристских групп советских граждан в зарубежные, преимущественно социалистические, страны. "Интурист" также обслуживал немногочисленный поток иностранных туристов, совершавших поездки по Москве и Ленинграду, маршруту "Золотое кольцо" в Центральной России, Транссибирской железнодорожной магистрали (Транссиб) и местам в Средней Азии, связанным с Великим Шелковым путем. Для этих целей была создана сеть гостиниц и организовано сервисное обслуживание иностранных туристов, namного отличавшееся от уровня услуг профсоюзного туризма для граждан СССР.

Бюро международного молодежного туризма "Спутник", возникшее в конце 50-х гг. XX в., было призвано обеспечивать молодежные поездки в зарубежные страны социалистического лагеря и принимать подобные группы в СССР. БМТ "Спутник" являлось структурным подразделением общественного *Всесоюзного Ленинского Коммунистического союза молодежи (ВЛКСМ)* и не имело сколько-нибудь значимой материальной базы.

Алтай всегда был популярен у жителей СССР как туристский регион для самостоятельного туризма и планового, в основном, санаторно-курортного отдыха и лечения на территории той части обширной горной страны Центральной Азии, которая находилась в пределах СССР. Поездки туристов в Монгольский Алтай, расположенный в Монголии и Китае, не практиковались вообще, несмотря на принадлежность этих стран к числу государств социалистического лагеря.

Особо популярными у советских туристов были такие природные объекты, как Телецкое озеро в верховьях реки Бии – одного из истоков крупнейшей реки России – Оби; долина реки Катунь – второго истока Оби; гора Белуха (4506 м) – самая высокая вершина Алтая, с которой связано имя известного художника, путешественника и философа Н. К. Рериха. Иностранных туристов на Алтае не было, поскольку здесь отсутствовала необходимая инфраструктура. Значительной популярностью, преимущественно у жителей Сибири, пользовался курорт Белокуриха, возникший

на базе азотно-кремнистых радонсодержащих термальных источников еще в начале XX в.

Наибольшее число туристских и экскурсионных маршрутов проходило по территории Горно-Алтайской а.о., а крупные туристические предприятия, располагавшиеся в городе Бийске, выполняли функции перевалочных баз, обеспечивая основной поток туристов, направлявшихся в горы Алтая. Перспективной схемой развития и размещения объектов туризма в Алтайском крае на период до 2000 г., разработанной по заданию региональной исполнительной власти, предусматривалось преимущественное развитие сферы туризма именно в пределах Г-А а.о. [5]. Характеристике туристских возможностей данной территории, ныне входящей в состав Республики Алтай, было посвящено и широко известное справочное издание по Алтайскому краю, как одному из популярнейших туристских районов СССР [1].

Таким образом, к началу постсоветского периода Алтайский край, после выхода из его состава Горно-Алтайской автономной области, оказался лишенным популярных природных туристских ресурсов и основных объектов туристской индустрии. Учреждения, которые прежде осуществляли функции управления сферой туризма и выполняли задачи обслуживания потока туристов в Г-А а.о., либо изменили профиль своей деятельности, либо прекратили существование.

В условиях формирования новых экономических отношений в постсоветский период, туризм в России стал исключительно сферой предпринимательства. Начало становления нового направления экономики сопровождалось принятием законов и нормативных документов на государственном уровне, в соответствии с которыми региональной исполнительной власти были предоставлены полномочия по самостоятельному использованию местных туристских ресурсов и содействию организации туристской деятельности на условиях частно-государственного партнерства.

Опыт по приему туристов, приобретенный в советский период, и наличие природных и культурно-исторических, в том числе уникальных, но пока неосвоенных, туристских ресурсов в Алтайском крае, способствовали быстрому возникновению значительного количества небольших по объему инвестиций разнообразных объектов туризма в низкогорьях северных хребтов и предгорьях Алтая.

Специфическая особенность транспортной сети такова, что по территории Алтайского края проходит весь поток туристов, направляющихся в Республику Алтай, в которой, с обретением суверенитета, туризм стал второй по значимости отраслью экономики после аграрного комплекса. Данный фактор также способствовал развитию сферы туризма как новой отрасли экономики соседнего Алтайского края. В этот сложный для России период, после проведенной приватизации и акционирования дальнейшего развитие получили санатории курорта Белокурихи и города Барнаула.

В результате активной деятельности началось становление и развитие туристско-рекреационной дестинации Алтайского края как основного элемента рекреационной системы, способного привлекать и удовлетворять потребности достаточно широкой группы туристов и отдыхающих, формирование ее

бренда и позитивного имиджа. Региональная исполнительная власть поддержала становление туристического бизнеса, в 2007 г. официально объявив туризм одним из приоритетных направлений экономики Алтайского края. Регион стал позиционироваться на международном и федеральном уровнях как территория активного развития туризма. В течение последних семи лет экспозиция Алтайского края пользуется пристальным вниманием на ежегодных крупных выставках ИТВ (Берлин, Германия), Интурмаркет (ИТМ) и МИТТ (Москва, Россия) и др. На данном этапе продвигается не столько региональный туристский продукт, сколько крупные инвестиционные проекты и новые инвестиционные площадки в сфере туризма.

Правительство России оценило деятельность Алтайского края по созданию новой туристской дестинации, поддержав заявки на создание здесь крупных проектов: особой экономической зоны туристско-рекреационного типа (ОЭЗ ТРТ) "Бирюзовая Катунь" и игровой зоны "Сибирская монета"; туристско-рекреационного кластера "Белокуриха", с курортным субкластером "Белокуриха-2"; автотуристского кластера "Золотые ворота" (г. Бийск); туристско-рекреационного кластера "Барнаул – горнозаводской город", включив их в различные государственные программы, в том числе, Федеральную целевую программу "Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011 – 2018 годы)".

Одним из методов продвижения турпродукта, разработанных в Алтайском крае, является формирование брендовых маршрутов по территории региона [4]. Алтайский край находится во внутриконтинентальном секторе Евразии, что определяет специфику организации здесь туристской деятельности. Традиционной основой мотивации туристских поездок являются природные ресурсы: разнообразные реки, озера и водопады, воды которых обладают целебными свойствами, как и грязевые отложения и воды многочисленных соленых и щелочных озер Кулунды и Приобья на юго-восточной окраине Западно-Сибирской равнины, одной из крупнейших в мире; уникальные азональные ландшафты ленточных сосновых боров протяженностью до 400 км; живописные низкогорные и среднегорные ландшафты, горные леса и разнообразные пещеры. Объединение в единый маршрут объектов туристского интереса природного происхождения, имеющих территориальную близость, позволяет сформировать целостную картину привлекательности региона. Проектирование подобных маршрутов, как показывает многолетний опыт развития зарубежных туристских дестинаций [8 – 9], заставляет ориентироваться не только на природные туристские ресурсы, являющиеся ключевыми и привлекающими в регион туристов, но и на материальное и духовное культурно-историческое наследие. Комплекс исследований по классификации, систематизации и территориальному распределению как уже интегрированных в сферу туризма, так и представляющих интерес для будущего использования в качестве туристских ресурсов, позволил выделить те объекты, которые представляют ценность на мировом (м), федеральном (ф), региональном (р) и местном (к) уровнях [7; 3].

Формирование маршрута «Малое Золотое кольцо Алтая» на базе ключевых объектов туристского интереса, среди которых выделены: место образования реки Оби – крупнейшей в России (м); г. Бийск – центр купеческой архитектуры конца XIX – начала XX вв. и православной духовной миссии на Алтае (ф); курорт Белокуриха (ф); озеро Ая (р); село Сростки – родина В. М. Шукшина – кинорежиссера, актера и писателя (м), определило его статус как регионального брендового маршрута, поскольку именно с данным маршрутом на международном уровне стал ассоциироваться Алтайский край – регион формирования брендовых маршрутов новой туристской дестинации в центре Евразии.

В создании брендовых маршрутов «Малое Золотое кольцо Алтая» и «Большое Золотое кольцо Алтая» воплотилась идея объединения объектов туристского интереса и туристического рынка под единым брендом, характеризующим (идентифицирующим) данный туристский продукт как отличный от других, формирующий благоприятное впечатление у потребителя и желание приобретения среди множества других аналогичных.

Эффективность продвижения региона путем формирования региональных маршрутов стала очевидной. Этот опыт распространился на создание межрегиональных и международных трансграничных маршрутов, в частности, «Казачья подкова Алтая», охва-

тывающего объекты территории Кемеровской области России и Восточно-Казахстанской области Республики Казахстан. Концепция этого маршрута связана с историей существования Кольвано-Кузнецкой оборонительной линии (вторая половина XVIII в.). В рамках программы Всемирной туристской организации ООН (UNWTO) «Великий Шелковый путь» и сотрудничества стран Алтайского региона – Казахстана, Китая, Монголии и России, проводятся исследования, направленные на создание и продвижение маршрутов, позволяющих интегрировать наследие времен действия Великого Шелкового пути в сферу трансграничного туризма [2; 6].

Формирование в постсоветский период на территории Алтайского края новой туристской дестинации сопровождается значительным увеличением научных исследований в сфере туризма. Помимо использования результатов научного анализа, они положены в основу стратегии кластерной политики региона, разработки схем территориального планирования, способов и методов продвижения региона как территории активного развития туризма, создания путеводителей и рекламно-информационной политики и т. п. Благодаря рассмотренному опыту Алтайского края в области региональной политики в сфере туризма получены результаты, представляющие интерес для многих регионов России и зарубежных стран.

Литература

1. Алтайский край (Туристские районы СССР) / сост. Г. И. Егоров. М., 1987. 264 с.
2. Димумали Аомайэр. Роль трансграничных народов в субрегиональном торгово-экономическом сотрудничестве вокруг Алтайских гор экономической зоны Шелкового пути / Международный форум: субрегиональное экономическое сотрудничество вокруг алтайских гор в рамках экономической зоны Шелкового пути: сборник материалов. Китай-Урумчи, 2014. С. 68 – 72.
3. Туристские ресурсы Алтайского края: Информационно-художественное издание / под ред.: А. Н. Романова, С. В. Харламова, Н. Г. Попова. Барнаул, 2012. 472 с.
4. Харламов С. В. Об опыте формирования региональных туристских маршрутов внутриконтинентальной территории / Международный продовольственный форум «Продовольственная безопасность. Аграрно-политический диалог»: сборник материалов. Барнаул, 2013. С. 174 – 179.
5. Харламов С. В. Стимулирующая роль административно-территориальной реформы в постсоветский период для развития туризма как новой сферы экономики Алтайского края / Трансформация социально-экономического пространства Евразии в постсоветское время: сб. ст. Барнаул, 2014. Т. 2. С. 344 – 348.
6. Харламов С. В., Харламова Н. Ф. Международный культурно-туристический маршрут «Великий Шелковый путь» в Алтайском крае как пример использования объектов в сфере культурного туризма / Сохранение и изучение культурного наследия Алтайского края: сб. науч. ст. Барнаул, 2014. Вып. XX. С. 282 – 287.
7. Харламова Н. Ф., Романов А. Н., Винокуров Ю. И., Харламов С. В. Туристские ресурсы Алтайского края: монография. Барнаул, 2011. 178 с.
8. Lamondia J., Snell T., Bhat C. R. Traveler behavior and values analysis in the context of vacation destination and travel mode choices: European Union case study // Transportation Research Record, 2010. № 2156. P. 140 – 149.
9. Weaver P. A., Weber K., McCleary K. W. Destination evaluation: the role of previous travel experience and trip characteristics // Journal of Travel Research, 2007. V. 45. № 3. P. 333 – 344.

Информация об авторах:

Харламов Сергей Викентьевич – кандидат географических наук, доцент, заведующий кафедрой социально-культурного сервиса и туризма Алтайской государственной Академии культуры и искусств, г. Барнаул, Российская Федерация, harlamovageo@rambler.ru.

Sergey V. Kharlamov – Candidate of Geography, Associate Professor, Head of the Department of Socio-Cultural Service and Tourism, Altai State Academy of Culture and Arts, Barnaul.

Статья поступила в редколлегию 04.06.2015 г.