

УДК [339.138+330.34]:332.1

М. М. Мистейко, магистрант (БГТУ)**МАРКЕТИНГОВЫЕ АСПЕКТЫ ОБЕСПЕЧЕНИЯ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ
ОСОБО ОХРАНЯЕМЫХ ПРИРОДНЫХ ТЕРРИТОРИЙ**

Статья посвящена изучению условий обеспечения устойчивого развития туристической отрасли и особо охраняемых природных территорий в Республике Беларусь как эффективного способа позиционирования турпродукта на мировой арене посредством создания положительного имиджа и образа с целью развития территорий, регионов и национальной экономики в целом. Результатом проведенного исследования является выработка маркетинговых аспектов обеспечения устойчивого развития особо охраняемых территорий Республики Беларусь и разработка алгоритма формирования стратегии устойчивого развития территории на основе маркетингового подхода.

The article is devoted to studying the conditions of providing a sustainable development of tourist branch and especially protected natural territories in Republic of Belarus as effective way of positioning of a tourist's product on the world scene by means of creation of positive image and an image for the purpose of development of territories, regions and national economy as a whole. Result of the conducted research is development of marketing aspects of providing a sustainable development of especially protected territories of Republic of Belarus and development the algorithm of formation of strategy of a sustainable development of a tourist's product on the basis of marketing approach.

Введение. В период обостренной экономической обстановки во всем мире происходит поиск путей эффективного использования имеющихся мощностей. Многие страны стоят на пути обеспечения устойчивого развития своего природно-территориального потенциала. Территориальное планирование становится важнейшим инструментом реализации целей устойчивого развития, так как в своей сущности объединяет в одно целое социальную, экономическую и экологическую политики, интегрирует отдельные отраслевые усилия на достижение экономической эффективности, социальной справедливости и экологической безопасности территории. В моду входит тенденция продвижения специфического турпродукта, представленного в виде особо охраняемых природных территорий (ООПТ). Разработка алгоритма формирования стратегии устойчивого развития ООПТ вызвана решить поставленные проблемы.

Основная часть. Тенденции развития стран мира последней пятилетки показывают, что реализация процесса экономической интеграции претерпевает глубокие качественные изменения. Мировой финансово-экономический кризис вносит свои коррективы в структуру мировой экономики. Рецессия деловой активности, а также несостоятельность действующих систем управления во многих странах вынуждают мировые организации вмешиваться и вносить свои коррективы в экономические системы. Основным направлением экономического развития большинства стран на десятилетие вперед является тенденция устойчивого развития территорий, и в частности особо охраняемых природных территорий. Гру Харлем Брундтланд, основоположник Всемирной комиссии по

окружающей среде и развитию, еще в 1983 г. высказал мысль о необходимости перехода стран на путь устойчивого развития. Однако насколько многозначно трактовалось понятие устойчивого развития, настолько несовершенным и многоликим был данный процесс. Лишь в последнее время страны всерьез задумались о концепции устойчивого развития и необходимости ее реализации.

По данным транснациональной аудиторской компании PricewaterhouseCoopers (PwC), в 2013 г. рост мировой экономики будет определять страны с переходной экономикой, к числу которых относится Республика Беларусь.

Переход Беларуси к устойчивому развитию и формирование социально ориентированной рыночной экономики требуют совершенствования систем расселения, создания благоприятных условий для развития городов различных категорий, преобразования сельского расселения.

В связи с этим одной из основных целей Национальной стратегии устойчивого развития Республики Беларусь до 2020 г. является создание организационных, правовых, финансовых и иных механизмов, стимулирующих выдвижение региональных и местных инициатив, направленных на формирование экономических, социальных и экологических основ для устойчивого развития региональных и местных сообществ в Беларуси, активный поиск собственных ресурсов для решения связанных с этим задач, а также обеспечивающих эффективную поддержку этих инициатив на национальном и международном уровнях [1].

Создание экономических, социальных и экологических основ для устойчивого развития страны невозможно без участия в этом процессе

местных сообществ, призванных осуществлять поиск путей и средств обеспечения устойчивого развития в конкретных регионах, городских и сельских поселениях.

Вследствие того, что Беларусь в туристическом плане имеет ряд значительных преимуществ и располагает природным и архитектурным потенциалами, есть все основания и возможности для обеспечения устойчивого развития наиболее посещаемых территорий. Вместе с тем опыт показывает, что на протяжении длительного периода неизменным интересом у «современных» туристов пользуются особо охраняемые природные территории, вокруг которых формируется инфраструктура мирового уровня.

По данным статистического сборника «Туризм и туристические ресурсы в Республике Беларусь», в 2011 году въезд в республику иностранных граждан с целью туризма сократился на 15,3% по сравнению с 2010 г., при этом процент въезда по служебным, частным целям и для транзита неизменно возрастает [2]. Представленные данные свидетельствуют о том, что образ белорусского турпродукта, успешно сформированного несколько лет назад, теряет свои позиции среди мирового обилия туристических предложений. Так, еще в 2009 г. результаты опроса, опубликованные британским туристическим порталом Travel Mail списка топ-10, содержат Беловежскую пушу в качестве одного из приоритетных направлений туризма, а сама Беларусь признается наиболее благоприятной для посещения страной. Но уже в 2012 г. в аналогичном списке позиции занимают другие страны.

Учитывая все обстоятельства, в качестве «визитной карточки» страны будем рассматривать особо охраняемые природные территории и разрабатывать маркетинговую стратегию их продвижения.

Туризм особо охраняемых территорий в современном мире обычно выделяют как экотуризм. Международная туристическая организация совместно с другими организациями определяет экотуризм как «любую форму туризма, при которой основополагающей мотивацией туриста является наблюдение и наслаждение природой, в сочетании с ее защитой и минимальным вредным воздействием на окружающую среду и культурное наследие». Для некоторых авторов, таких как Jacques de Kadt, Wallace и Valentine, экотуризм возникает только в случае заинтересованности в природе, а также почтении к местным культурам и их потребностям [3].

Термин «экотуризм» по меньшей мере имеет два значения. С одной стороны, обозначает

концепцию, состоящую из ряда принципов и, с другой стороны, является частью рынка, другими словами – своеобразным видом спроса.

Также существует турпродукт в виде охраняемой территории с отличными характеристиками. В этом случае свойство неосязаемости провоцирует выбор туристического продукта лишь по образу назначения. Разделение во времени предоставления туристской услуги и ее реального потребления делает необходимым создание сильного бренда территории, способного эффективно привлекать туристов.

Учитывая предпочтения туристической аудитории, складывающуюся конъюнктуру рынка и все благоприятные факторы и условия, возможно разработать диверсифицированный конкурентоспособный национальный турпродукт, включающий различные виды туризма и отдыха для привлечения иностранных посетителей. Развитие экологического туризма в Беларуси должно быть направлено преимущественно на иностранного туриста, поскольку зарубежный спрос базируется на познавательных и психоэмоциональных потребностях. Для развития этого направления предпочтительны особо охраняемые природные территории, каждая из которых имеет свои особенности.

Маркетинговые исследования и опыт западноевропейских стран показывают, что «современные» туристы ждут гораздо большего, чем на сегодняшний день мы можем предложить в Беларуси. Сегодня туристы склонны к посещению парков и заповедников, тихих сельских местностей и нетронутых природных территорий. В связи с этим в западных странах разрабатывается несколько вариантов туристического отдыха с развитой инфраструктурой или с сохранением нетронутости природных мест. Последней тенденцией западноевропейского развития туризма стало создание так называемых «умных» мест, которые впервые могут предоставить туристам возможность беспрепятственного выхода в интернет, путем покрытия зоны сетью Wi-Fi, включая те районы в которых нет электричества. Целью данного мероприятия является упрощение для туристов возможности поделиться своим опытом и впечатлениями прямо во время отдыха на таких территориях. В эпоху интернета и массового использования социальных сетей данная стратегия ООПТ является весьма перспективной и уже нашла свое применение на Эль Йерро (Канарские острова).

Принимая во внимание зарубежный опыт, предложим алгоритм формирования стратегии развития особо охраняемых территорий (рисунок).



Алгоритм формирования стратегии устойчивого развития ООПТ

На первом этапе необходимо провести маркетинговые исследования ООПТ с целью сбора необходимой для анализа информации. Используя данные полевых и кабинетных исследований, выявим проблемные места и перспективные направления развития природных территорий. В качестве основного способа продвижения турпродукта будем использовать возможности глобальной сети интернет. Это наиболее эффективное средство маркетинговых коммуникаций в настоящее время, которое не всегда требует вложения значительных денежных средств. Посредством проведения вебинаров в режиме реального времени можно осуществить опрос или голосование, что обеспечит полное взаимодействие с аудиторией и выявление потребностей и предпочтений потенциальных туристов. Посредством создания web-сайта каждой из ООПТ и рекламных материалов на четырех языках есть возможность повысить узнаваемость рассматриваемого турпродукта и привлечь туристов в страну.

Заключение. Устойчивое развитие туризма – процесс длительной перспективы, требующий поступательных грамотных решений в краткосрочном периоде. Для этого необходимы: разработка рекреационных и экскурсионных программ; внедрение приемлемых стандартов обслуживания; формирование определенных традиций гостеприимства; по опыту запад-

ноевропейских стран внедрение нововведений и широкое использование информационных технологий; создание современной инфраструктуры гостиничного и санаторно-курортного хозяйств; совершенствование ценовой политики при создании белорусского турпродукта, способного конкурировать с соседними государствами.

Создание образа ООПТ позволит значительно повысить рейтинг Беларуси в мировом списке туристических направлений и предопределяет перспективы успешного экономического развития страны.

Литература

1. Национальная стратегия устойчивого социально-экономического развития Республики Беларусь на период до 2020 г. / Национальная комиссия по устойчивому развитию Респ. Беларусь; редкол.: Я. М. Александрович [и др.]. – Минск.: Юнипак, 2004. – 200 с.
2. Туризм и туристические ресурсы в Республике Беларусь / Национальный статистический комитет Республики Беларусь; сост. Е. И. Кухаревич [и др.]. – Минск, 2012. – 131 с.
3. Sepúlveda S., Sergio Gestión desarrollo sostenible en territorios rurales: métodos para la planificación / Sergio Sepúlveda S. – San José, C.R.: PCA, 2008. – 416 p.

Поступила 25.03.2013