

---

---

# РЕГИОНАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА

---

---

УДК 911.6

## СТРАТЕГИЧЕСКОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА НА ЛОКАЛЬНОМ УРОВНЕ: КОБЯЙСКИЙ УЛУС РЕСПУБЛИКИ САХА (ЯКУТИЯ)

© 2021 г. А.Н. Демьяненко<sup>1\*</sup>, Е.Е. Тотонова<sup>2\*\*</sup>, И.С. Хохолова<sup>2\*\*\*</sup>

<sup>1</sup>Институт экономических исследований ДВО РАН, Хабаровск, Россия

<sup>2</sup>Северо-Восточный федеральный университет им. М.К. Аммосова, Якутск, Россия

\*email: demyanenko@ecrin.ru

\*\*email: elena.totonova@mail.ru

\*\*\*email: iskhokholova@mail.ru

В данной статье туризм рассматривается как сложный социальный феномен. Это предполагает изучение туризма не только в качестве экономической деятельности (индустрия туризма), но и как совокупность хозяйственных практик, укорененных в локальных социальных структурах. Районирование рассматривается авторами как необходимый элемент стратегического планирования туризма на локальном уровне. Цель этого вида районирования – выявление районов, отличающихся друг от друга не только масштабами и структурой туристического потенциала, но и специализацией, которая проявляется в производстве определенного набора услуг. В этом случае туристический район принимается в качестве объекта регулятивного воздействия, в том числе в рамках стратегического планирования. В ходе туристского районирования Кобяйского района Республики Саха (Якутия) было выявлено, что административный район в настоящее время не представляет собой целостного туристского района. На основе анализа потенциала и современного состояния туристского бизнеса авторы выделяют в его пределах четыре туристских района: Северный (Верхоянский), Сангарский, Усть-Вилюйский и Озерный. Для каждого из перечисленных районов выявлены основные стратегические направления развития туризма.

*Ключевые слова:* туризм, туристическое районирование, туристический потенциал, стратегическое планирование туризма, Якутия, Кобяйский улус.

DOI: 10.5922/1994-5280-2021-4-8

**Введение.** Сегодня в России наблюдается рост внутреннего туризма, равно как и производство самых различных документов планирования, в которых туризм, рассматривается как средство, которое должно обеспечить социально-экономическое развитие того или иного региона, то есть субъекта Федерации или муниципального образования.

При этом, как правило, в явной или в неявной форме, разработчики такого рода стратегий исходят из двух постулатов:

1) нет таких мест, где нет оснований для развития туристической индустрии;

2) развитие туристической индустрии не требует сколько-нибудь значимых вложений

финансовых, материальных и иных ресурсов, а ощутимый результат может быть получен в относительно короткие сроки.

Наконец, для большинства стратегий развития туристической индустрии в регионе (субъект Федерации, муниципальные образования) общим является представление о том, что имеет место совпадение границ туристского района и единиц административно-территориального деления.

Допуская, что данное представление может быть верным для обжитых районов, авторы позволили себе усомниться в том, что оно справедливо и в отношении северных районов России. Поэтому в ходе исследо-

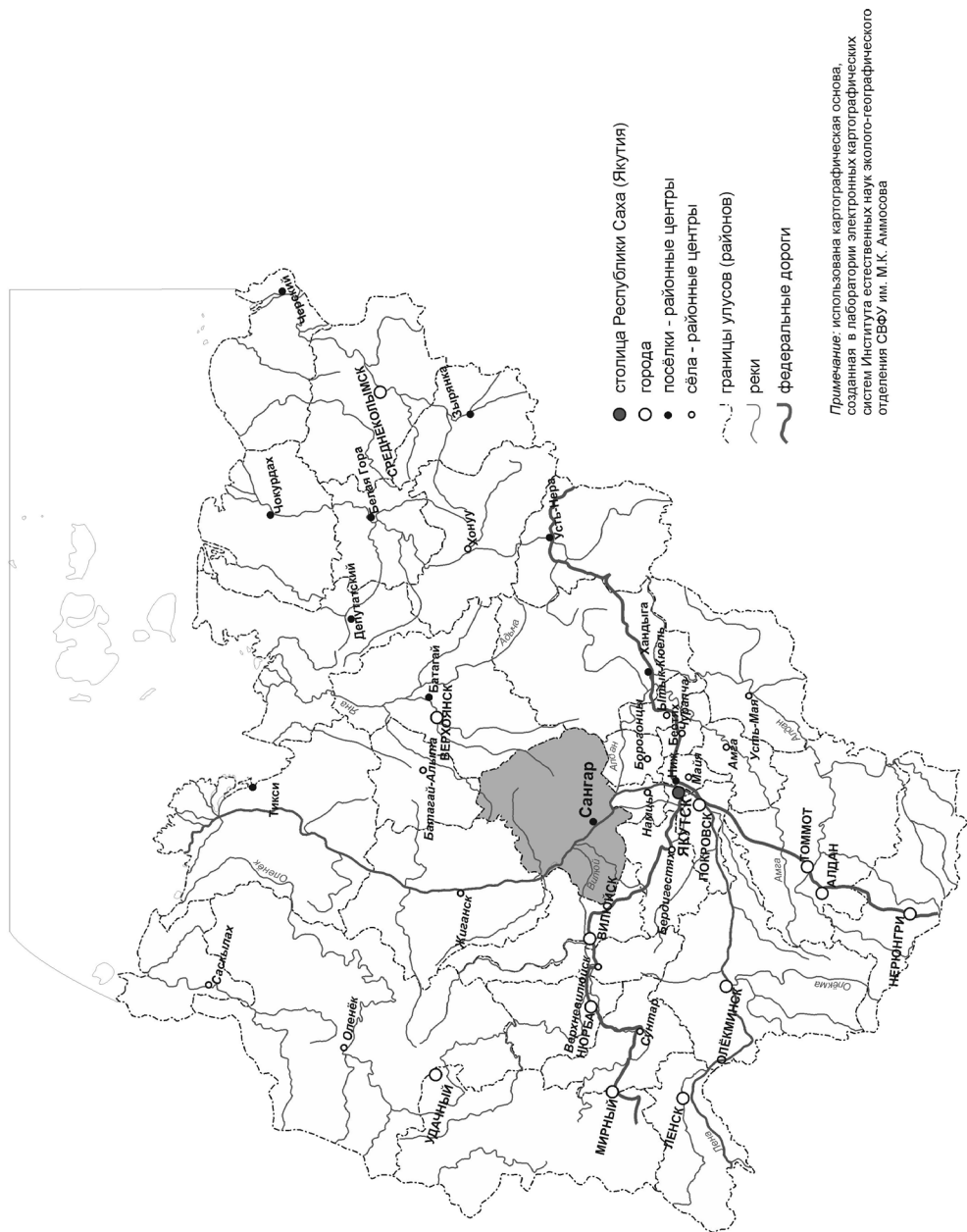


Рис. 1. Местоположение Кобяевского улуса в Республике Саха (Якутия).

вания Кобяйского улуса Республики Саха (Якутия) (рис. 1) мы попытались, насколько это было возможно, протестировать все три предпосылки, которыми руководствуются в настоящее время разработчики стратегий развития туризма на муниципальном уровне.

Сложившаяся практика стратегического планирования, в том числе туризма, на муниципальном уровне, далека от совершенства по целому ряду причин [22]. Среди таковых можно выделить проблему учета разнообразия туристских ресурсов, а также условий, в том числе институциональных, развития туризма. По-нашему мнению, одним из способов (но не единственным) решения этой проблемы следует рассматривать инструментарий районирования.

**Обзор ранее выполненных исследований по теме.** В фокус исследования помещены проблемы стратегического планирования индустрии туризма на муниципальном уровне, поэтому авторы посчитали целесообразным уточнить свою позицию относительно места и роли районирования в системе регионального стратегирования. Данный сюжет был подробно освещен в ряде предшествующих публикаций [4; 5; 6; 16; 22], поэтому ограничимся фиксацией наиболее важных положений, имеющих непосредственное отношение к теме данного исследования.

Стратегическое планирование развития отрасли, в том числе туристической, предполагает, что стратегический выбор может быть эффективно реализован только в том случае, если существует соответствующая организационная структура, наделенная необходимыми правами и ресурсами<sup>1</sup>.

Любая стратегия, в том числе развития туризма в регионе, «предполагает выбор приоритетов: тщательное определение того, что важнее всего, и концентрацию усилий на достижимых целях» [15, с. 14]. Применительно к задачам регионального стратегического планирования туризма, это озна-

чает предельно четкую локализацию усилий на развитии тех местностей, которые в настоящее время (или обозримой перспективе) могут стать туристическими дестинациями.

При этом «Хорошая стратегия подразумевает честно и открыто признать трудности и проблемы, с которыми мы сталкиваемся, и выработать конкретные меры их преодоления» [18, с. 16]. Но чтобы признать проблемы для начала их следует выявить. Однако, выявить проблемы развития туризма на уровне отдельных местностей без использования методов полевых исследований крайне затруднительно.

Если попытаться сделать предельно краткие предварительные итоги рассмотрения природы регионального рыночно ориентированного стратегического планирования, то следует указать на его долгосрочный характер; отказ от использования экстраполяции, как метода планирования; признание того, что стратегия является «уникальным продуктом», а, следовательно, отказ от тиражирования готовых решений; широкое привлечение к разработке и реализации стратегий стейкхолдеров.

Наконец, когда речь идет о региональном стратегическом планировании (независимо от того имеем мы дело с экономикой региона или отдельной отраслью) следует иметь в виду, что определение географических границ объекта регулятивного воздействия задача не тривиальная<sup>2</sup>. В этом случае уместно использование инструментария пространственного анализа, в том числе и экономического районирования<sup>3</sup>.

Но, здесь возникает проблема, имеющая методологический характер: туризм, это – не только туристическая индустрия, но, как отмечал Д. Макканел: «Туризм – это экономика (...), также это культура и история. На решение стать туристом могут повлиять, среди прочего, квазирелигиозные и психологические факторы» [14, с. 235]. От себя добавим, что туризм – это экономика, культура,

<sup>1</sup> Почти два десятка лет тому назад О.С. Пчелинцев констатировал, что «несмотря на обилие федеральных и региональных программ, никакого механизма программного управления за эти годы создано не было: ответственность за их реализацию упорно возлагалась на органы, явно для этого не приспособленные» [17, с. 86]. И хотя с тех пор появилось немало институциональных новаций в области стратегического планирования, утверждать, что ситуация претерпела качественные изменения, не приходится.

<sup>2</sup> Если только не использовать в качестве такового единицы административно-территориального деления. Но такой подход возможен только в том случае, если имеет место совпадение границ регионов, выделенных по разным основаниям: экономическим и политическим. Подробно этот сюжет был рассмотрен в [7].

<sup>3</sup> Конечно, районирование не единственный аналитический инструмент пространственного анализа, используемый в географических исследованиях. Авторы разделяют точку зрения, согласно которой «... в последние десятилетия все более явственными становятся новые взгляды на членение пространства, альтернативные районному взгляду. Это геоструктурный подход и концепция местностей» [20, с. 14]. См. также: [1].

история, но это еще и природа. И, то, что это мнение было высказано почти полвека тому назад, вовсе не значит, что оно устарело<sup>4</sup>.

Принимая туризм в качестве крайне сложного социального феномена, авторы посчитали возможным уделить основное внимание экономическим аспектам туризма. Иначе говоря, туризм рассматривается нами как отрасль экономики. Хотя туризм не является отраслью в общепринятом смысле этого термина, тем не менее, мы разделяем точку зрения С. Смита, согласно которой «туризм может быть рассмотрен, как отрасль: возможно как «синтетическая отрасль», «матричная отрасль» или «композиционная отрасль» – но все же отрасль» [30, с. 52]<sup>5</sup>. Именно, по этой причине мы отказались от совместного рассмотрения туристской и рекреационной деятельности, хотя и не отрицаем, что такой «туристско-рекреационный» подход (широко распространенный в отечественной географии) имеет право на существование. «Отраслевой» подход также имеет право на существование, особенно в тех случаях, когда мы пытаемся выявить и оценить социальные, культурные и экологические эффекты от туристической индустрии<sup>6</sup>.

Таким образом, говоря о туристическом районировании, мы имеем в виду отраслевое экономическое районирование, причем районирование северных территорий. Мы здесь не случайно акцентируем внимание на том, что мы районируем «северные территории», так как туризм здесь настолько специфичен, что его не случайно обозначают как «северный туризм». Увы, северный туризм – это во многом маргинальная область туристических исследований в целом, и географии туризма в частности, что вполне объяснимо: на северные территории приходится всего около 1% всех туристских прибытий. При этом большая часть исследований имеет отношение к территориям северных стран Европы, много меньше – США (Аляска) и Канады, еще меньше – Российская Федерация.

Что же касается Республики Саха (Якутии), то нам не известны работы, в которых индустрия туризма рассматривалась в качестве объекта стратегического планирования на микроуровне. Хотя не приходится отрицать, что туризм на российском Севере и в Якутии в частности в его различных видах привлекает внимание отечественных исследователей. К сожалению, нередко встречаются публикации, которые содержат ряд положений и выводов, имеющих, как минимум, дискуссионный характер.

Чтобы не быть обвиненными в голословности, приведем только некоторые (но вполне типичные) образцы такого рода подходов. Так, Р.Н. Иванова полагает, что «Начало развития научного туризма в Якутии неразрывно связано с исследованием территории Якутии, Арктики в эпоху Великих географических открытий» [11, с. 312]. Получается, что В. Беринг – это турист, что оригинально, но не более того. Конечно, здесь нам могут возразить: сейчас особенно востребованы маршруты великих путешественников в туризме. Но искать начала научного туризма в экспедициях эпохи Великих географических открытий – это явная натяжка.

Еще один пример: по мнению Г.И. Гладкевич: «Ключевой фактор развития данного направления [культурно-познавательного туризма] – малозатратность», а причина этой малозатратности заключается в том, что «От самих народов не требуется практически ничего, им достаточно лишь «показывать себя» [2, с. 326]. Однако реализация в туризме яркого этнического потенциала территории требует значительных инвестиций в развитие транспортной инфраструктуры, в продвижение туристских продуктов, в подготовку представителей местного сообщества маркетингу и менеджменту в сфере туризма [23; 28].

**Материалы и методы исследований.** Естественно, что в рамках экономико-географического исследования нас интересует не только территориальная организация ту-

<sup>4</sup> Свидетельство тому, не только многочисленные ссылки на работы Д. Макканела, но и развитие многих его идей в работах, которые сами стали классическими для всех, кто знаком с туристическими исследованиями. Тому яркий пример монография Д. Урри [31], которая с 1990 по 2011 гг. была переиздана более десяти раз.

<sup>5</sup> Особенности туризма как отрасли, помимо процитированной нами статьи Стефана Смита [30], рассмотрены также в [25; 27; 29]. Крайне важно, что проблемы идентификации туризма, как отрасли, структурные особенности туристической индустрии и ее взаимоотношения с дестинациями анализируются с позиций экономической географии. Из работ отечественных авторов придерживающихся сходных позиции, отметим: [10].

<sup>6</sup> Показательно, что в 93-м сборнике «Вопросов географии» – «География и туризм», изданном в 1973 г., мы встречаем, как статью О.А. Кибальчица «Туризм как отрасль хозяйства экономических районов СССР» [12], так и статью Ю.К. Ефремова, в которой он отмечал, что «Индустрия туризма – впечатляющий образ, но больше символ нового явления, нежели строгий научный термин, выражающий его суть» [8, с. 7].

ристической индустрии, но и взаимоотношения туристической деятельности с «местным сообществом» и природными ландшафтами. Поэтому традиционный инструментарий экономического районирования применительно к туризму претерпевает определенные изменения.

Наша позиция заключается в том, что туристическое районирование, принимается нами как частный случай экономического районирования<sup>7</sup>. Здесь будет уместно еще раз подчеркнуть, что в данном случае имеется ввиду туристическое, а не туристско-рекреационное районирование. В связи с этим, выделяя туристические районы, мы проводим делимитацию экономического пространства, преимущественно по экономическим критериям. Среди последних особое значение имеют показатели, характеризующие масштабы и структуру туристического рынка как со стороны спроса, так и предложения; в том числе и той части рынка, которая не отслеживается органами государственной статистики<sup>8</sup>.

Еще один экономический критерий, который был использован нами при районировании территории Кобяйского улуса – это величина туристического потока, его структура и ритмика. Наконец, особое внимание было уделено туристскому потенциалу на территории улуса, при оценке которого мы исходили из того, что он включает как минимум два качественно отличных компонента: природный и социальный<sup>9</sup>.

В силу уже упомянутых особенностей туризма не только как объекта исследований, но и объекта регулятивной деятельности, авторы посчитали оправданным при районировании туризма придерживаться не только экономических, но и физико-географических и этнокультурных критериев.

Перед нами стояла задача «выделения особенных территорий, которые отличаются туристской функцией в социально-экономическом пространстве, выражающейся в специализации на туристских услугах» [9, с. 34], то есть туристических районов, как

объектов стратегирования, поэтому и сетка районов предполагала наличие лакун<sup>10</sup>.

Информационной базой для оценки туристского потенциала и современного состояния туристической индустрии в улусе послужили материалы органов власти и местного самоуправления, а также информация на специализированных сайтах. Кроме того, источником информации послужили результаты личных наблюдений авторов статьи, а также результаты интервьюирования экспертов.

В качестве экспертов выступили сотрудники туристических фирм – фирмы-резидента, фирм из других регионов, действующих на территории района. Кроме того, интервью были проведены среди сотрудников органов местного самоуправления, как в районном центре, так и в трех наслегах Кобяйского улуса. Всего было проведено 10 неформализованных интервью, в результате чего была охвачена часть местного экспертного сообщества, имеющего непосредственное отношение к туризму в улусе.

В ходе интервьюирования ставились следующие задачи: во-первых, выяснить отношение населения района к туризму, как виду деятельности, так и к туристам; во-вторых, выявить проблемы, стоящие на пути развития туризма в районе. Наконец, в ходе интервьюирования была предпринята попытка хотя бы приблизительно оценить масштабы неформальной деятельности в сфере туризма.

#### **Результаты исследования и их обсуждение.**

##### *Географическое положение Кобяйского района и его туристический потенциал*

Кобяйский район расположен в Центральной Якутии; площадь территории равна 107,8 тыс. км<sup>2</sup>. Административный центр района – пгт Сангар. По данным 2018 г., численность населения составляет 13,2 тыс. чел., тогда как вначале 2000-х гг. она составляла более 20 тыс. Экономика района за последние два десятилетия претерпела су-

<sup>7</sup> Если и не аналогичной, то близкой точки зрения придерживаются А.И. Зырянов [9] и В.К. Крыстев [13].

<sup>8</sup> Здесь уместно пояснить: во-первых, неформальный сектор экономики вовсе не синоним криминального бизнеса, и, во-вторых, неформальный сектор – это естественный компонент экономики как национального, так и регионального и местного уровня.

<sup>9</sup> Туристский потенциал территории традиционно рассматривается в отечественной географии туризма, как «понятие, включающее оценку всех туристских ресурсов и возможностей места» [9, с. 39].

<sup>10</sup> Показательно, что именно такой характер имела одна из первых сеток туристического районирования северных территорий, разработанная Л.-Э. Амленом [26] для Канады. См. также: [19].

ществленные изменения. Закрытие угольной шахты в Сангаре, выработка Мастахского месторождения природного газа, привели к тому, что в настоящее время основу экономики района составляет сельское хозяйство – скотоводство, оленеводство, клеточное звероводство. Поэтому в обозримой перспективе возрастает значение имеющихся в районе туристических ресурсов, а их оценка приобретает особую актуальность для стабилизации экономики Кобяйского улуса.

Туристические ресурсы района можно подразделить на природные и на те, которые обычно обозначают как этнокультурные. Первые локализуются в местностях, которые относятся к особо охраняемым природным территориям (ООПТ). Так, национальный природный парк «Усть-Вилуйский» отличается видовым разнообразием флоры и фауны, разнообразием и живописностью природных ландшафтов имеет предпосылки стать (при соблюдении режима заповедника) аттрактором для организации экологических туров.

Ресурсный резерват «Белянка» расположен в 100 км. выше п. Сангар по р. Лена. Главный туристский аттрактор – река Белянка (длина 217 км.), которая берет начало в Кельтерской цепи Верхоянского хребта, пересекает ряд горных цепей (Тагындыанская, Муннииская, Соркинская), что создает условия для организации сплавов 2–3 категории сложности [3].

Относительно значения для развития туризма в районе природных резерватов «Келе» и «Китчан» в настоящее время что-либо сказать затруднительно по причине крайне низкого уровня их изученности и труднодоступности.

Особого упоминания заслуживают озера Кобяйского района (Ниджили, Быранатталах, Сылахские), которые привлекают не только местных жителей, но и туристов из других районов Якутии. Все перечисленные озера богаты рыбой («кобяйский карась» уже стал своего рода брендом района), отличаются относительной доступностью и представляют собой достаточно мощный аттрактор туристических потоков.

Если упомянутые выше озера интересны для любителей рыбалки, то озеро Себян-Кюель представляет интерес по другой причине.

Это – предполагаемое место гибели в 1937 г. самолета Н-209, на котором С.А. Леваневский с пятью членами экипажа совершали беспосадочный перелет через Северный полюс по маршруту Москва – Нью-Йорк.

Необходимо отметить, что в правобережной части улуса расположены села Себян-Кюель, Сеген-Кюель и Батамай, которые являются местами компактного проживания коренных малочисленных народов Севера – эвенов. При создании определенных институциональных условий и достаточных инвестиций в формирование устойчивой инженерной инфраструктуры, как свидетельствует отечественный и зарубежный опыт, в частности Канады [21; 23; 28], поток туристов может стимулировать развитие традиционных промыслов, а, в конечном итоге – вовлечение коренных жителей в туристическую индустрию.

#### *Проблемы развития туризма в Кобяйском улусе*

В настоящее время в Кобяйском официально зарегистрированные туроператоры обслуживают за год порядка 200–250 туристов. С другой стороны, район (по нашим оценкам, опирающимся, в том числе на данные опросов) ежегодно посещает как минимум до 500 человек, главным образом, из Якутска. Такой поток согласно международным классификациям относят к категории «посещение друзей и родственников» или VFR (Visiting Friends and Relatives) туристов. В российских классификациях видов туризма эта категория именуется «гостевым туризмом».

Ситуация с этой группой туристов в Кобяйском улусе не является уникальной. Дело в том, что данный вид туризма – это своего рода terra incognita в отечественной науке (впрочем, немногим лучше ситуация и за рубежом), так как он трудно поддается наблюдению традиционными методами<sup>11</sup>.

Таким образом, при всей условности данных о туристических потоках, можно констатировать, что большая часть посетителей, прибывающих в Кобяйский район, обслуживается в неформальном секторе экономики. И это не удивительно, если принять во внимание тот факт, что в районе действуют 7 гостиниц (5 находятся в п. Сангар)

<sup>11</sup> Подробно о VER туристах и методах оценки: [24].

на 40 мест, а для проживания туристов (особенно в летний период) нередко используются помещения школ и иных мест размещения, мало приспособленных для этих целей.

Кроме того, рынок туристических услуг имеет явно выраженный сезонный характер, имеющий два пика: февраль-март и июль-август.

Туристический рынок достаточно отчетливо разделен на три сегмента:

*Первый сегмент*, ориентирован на обслуживание высокодоходных групп туристов из Москвы (спортивная охота и рыбалка в национальном парке «Усть-Вилуйский»). По данным московского туроператора «Охота и рыбалка» стоимость тура «Рыболовный тур на реку Ляпушка»<sup>12</sup> составляет 1 350 тыс. руб. на группу, как правило, в 3–4 человека. Турпоток составляет в среднем 15–20 человек за сезон. Если учесть, что обслуживание туристических групп осуществляется сотрудниками фирмы «Охота и рыбалка», то следует признать, что влияние такого рода туристической деятельности на экономику района крайне незначительно. Тем не менее, этот сегмент рынка имеет перспективы развития. Для этого необходимо должным образом организовать продвижение турпродуктов на рынках не только Москвы (как это имеет место в настоящее время), но и крупных городов Европейской России, а, возможно, и таких стран, как Япония, Республика Корея и КНР. Как показывает зарубежный опыт, именно жители крупных городов составляют основной контингент туристов, ориентированных на «потребление» первозданной («дикой») природы. Но для расширения этого сегмента рынка необходим персонал, который не только знает, как должным образом организовать рыбалку или охоту, но и обладают знаниями места и его уникальных черт.

*Второй сегмент* – это сплавы по горным рекам (Тумара, Беянка, Чочума) и спортивная рыбалка, которые организуют туристические фирмы, как местные, так и из Якутска. Данный сегмент рынка ориентирован на массового туриста. Причем в этом сегменте, помимо официально действующих турфирм активны и неформальные участники рынка туристических услуг. Прежде всего, следует обратить внимание на то, что предостав-

ление туристических услуг, как фирмами, так и неформальными туроператорами сосредоточено, в основном, в двух локациях. Первая – в окрестностях поселка Сангар с 3–4-х дневными экскурсионными сплавами на самодельных катамаранах и пешими переходами. Объем туристского потока здесь составляет 25–30 человек за сезон, стоимость турпродукта колеблется от 3 до 5 тыс. руб. Вторая локация – это окрестности с. Семян-Кюэль и река Тумара, где реализуются «туры выходного дня» (восхождение на Пик Чекистов и отдых на реке Тумара).

Третий сегмент, неформальный, – это та часть туристической деятельности, которую формируют, выше упомянутые посетители, прибывшие в район к своим родственникам и знакомым, а также туристы (прежде всего, охотники и рыбаки), которые не пользуются услугами туристических организаций. Помимо, естественного желания сохранения и поддержания родственных и дружеских отношений такого рода туристов привлекают (помимо спортивной рыбалки, сплавов и самодельных «туров выходного дня») участие в мунхе – традиционной для Якутии зимней подледной рыбалке, которая обычно проводится в первой половине ноября на озерах Кобяйского района.

Анализ туристического потенциала и состояния в сфере туризма в Кобяйском улусе, свидетельствует о наличии ряда проблем, имеющих экономический, институциональный и экологический характер.

Среди проблем *экономического характера* на первое место выходит транспортная доступность актуальных и потенциальных аттракторов, о которых шла речь выше. Организация летом и осенью субсидированных самолётных и вертолётных рейсов между удаленными поселками района и Якутском лишь отчасти решают проблему транспортной доступности реальных и потенциальных дестинаций.

Еще одна проблема, которую также следует отнести к числу первоочередных – низкое качество услуг связи. Это обстоятельство приобретает особое значение в условиях слабообжитых территорий, к тому же отличающихся неустойчиво функционирующей транспортной системой<sup>13</sup>.

<sup>12</sup> Именно так, хотя на российских географических картах встречается название р. Ляписке.

<sup>13</sup> Показательно, что в целом ряде населенных пунктов ближайший филиал (банкомат) Сбербанка находится в 160–200 км.

Что касается проблем *институционального характера*, то здесь главная проблема заключается в том, что регулятивная функция местной власти в сфере туризма в большей мере ориентируется на воспроизводство на районном уровне тех инструментов, которые применяются на республиканском уровне, без учета местной специфики.

Другая институциональная проблема заключается в существовании межведомственных барьеров. Так, например, в Кобяйском улусе функционирует экологический лагерь республиканского значения «Тукулаан» (с. Мастах) на 30–40 мест, который в настоящее время фактически принимает детей из местной школы. Однако использовать этот лагерь для размещения туристов нельзя, так как этот объект является подведомственным Министерству образования Республики Саха (Якутия).

Как это ни удивительно, но и в малонаселенном и труднодоступном Кобяйском улусе есть вполне реальные *экологические проблемы*, имеющие непосредственное отношение к развитию туризма. Среди таковых можно выделить утилизацию твердых бытовых отходов, качество питьевой воды и рекультивацию нарушенных земель.

Таким образом, в стратегических решениях по развитию туризма в Кобяйском улусе, необходимо сконцентрировать усилия:

- во-первых, на выявлении наиболее значимых аттракторов, которые могли бы в обозримой перспективе сформировать туристический поток в пределы улуса;
- во-вторых, обеспечить концентрацию ресурсов (как находящихся в ведении администрации района, так и бизнес-сообщества) на продвижении отдельных дестинаций, в пределах которых находятся аттракторы;
- в-третьих, сделать акцент не на развитие туризма в районе «вообще», а на развитии отдельных дестинаций (отдельных местностей или микро-районов).

### ***Туристическое районирование***

Одним из обязательных элементов стратегического анализа, по нашему мнению, является туристическое районирование, позволяющее провести декомпозицию по заранее определенному набору показателей, которые

отражают не только современное состояние туризма и его инфраструктуры, но и туристский потенциал районизируемой территории.

В пределах Кобяйского улуса нами было выделено четыре туристических района, каждый из которых, по нашему мнению, отличается не только масштабами и структурой туристической деятельности, но и траекториями развития туризма (рис. 2).

#### ***1. Северный (Верхоянский) туристический район.***

Данный район расположен в пределах горной системы Верхоянского хребта и находится на начальной фазе становления. В настоящее время он представлен двумя дестинациями (села Сегян-Кюель и Себян-Кюель), практически не связанными между собой.

Девственные природные ландшафты Верхоянского хребта, с одной стороны, а с другой – села Сегян-Кюель и Себян-Кюель, в которых проживают эвены, представители коренных малочисленных народностей Севера, играют ключевую роль для развития культурно-познавательного, экологического и экстремального видов туризма.

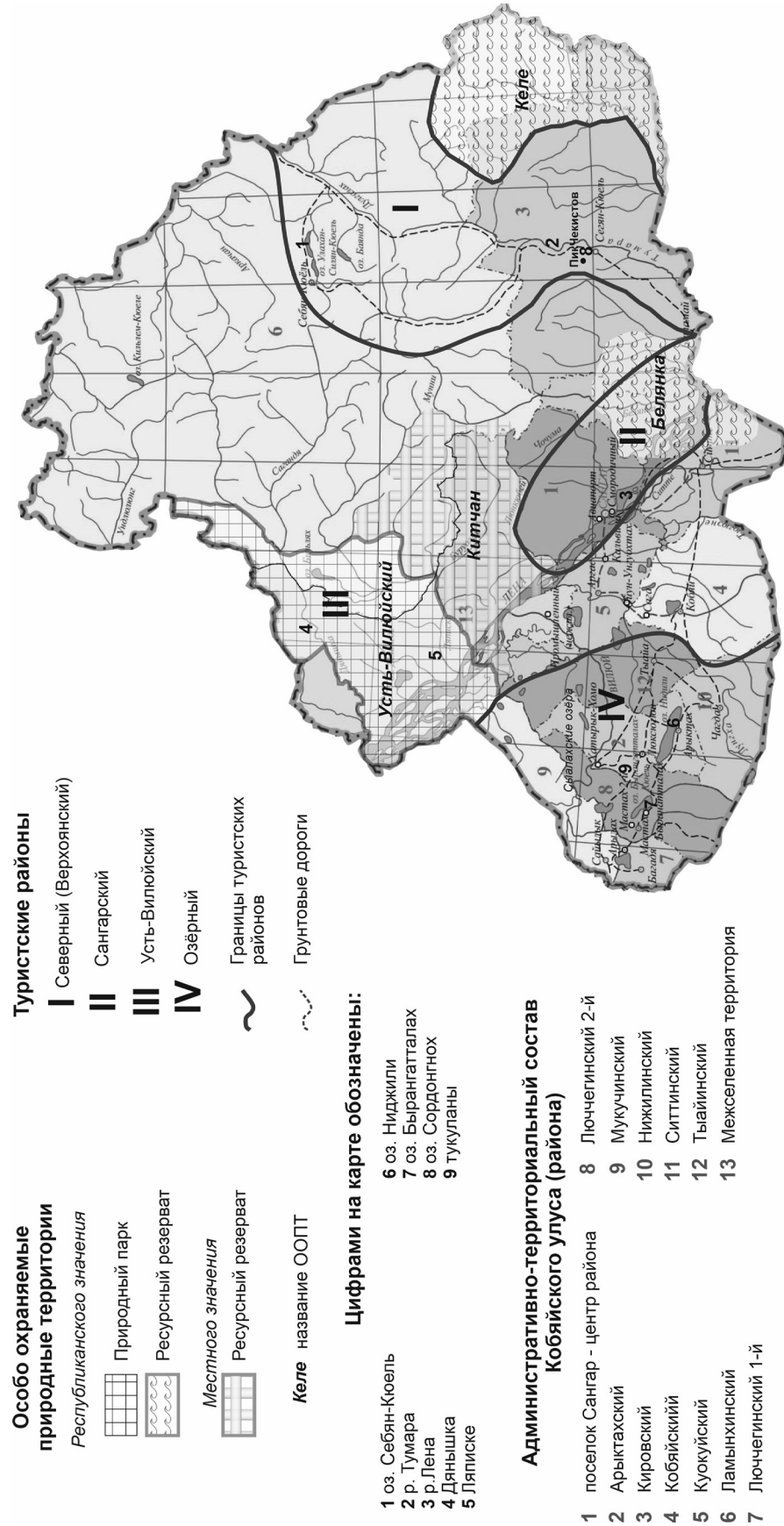
Другими достопримечательностями в Сегян-Кюеле являются каменные колонны «Кэгэллэх» и Ботанический сад, где растут яблони, вишня, черешня, облепиха, акации, не типичные для данных условий. Озеро Себян-Кюель представляет интерес для развития познавательного, событийного и рыболовного туризма.

Пик количества туристов здесь приходится на весну. В апреле по зимней дороге в с. Сегян-Кюель приезжают любители экстремального туризма из других районов республики, из-за пределов Якутии, в том числе, из зарубежья, с целью восхождения на Пик Чекистов.

Также, исходя из количества туристов, набора группы, при достаточном уровне воды в июле местные туристические компании проводят сплавы по р. Тумара.

Перспективы развития туризма в Северном (Верхоянском) туристическом районе связаны в первую очередь с продвижением туристических продуктов на рынки Республики Саха (Якутии). Но это потребует не только создания соответствующей информационной поддержки, но и обеспечение должного уровня доступности туристических аттракторов. Еще одно направление развития





Применение: в качестве основы использована карта из Атласа Кобяйского улуса (района) Республики Саха (Якутия). Якутск: АНО ДО "СЦДБ", 2014.

Рис. 2. Туристические районы Кобяйского улуса Республики Саха (Якутия).

туризма – создание объектов туристской инфраструктуры, которая в настоящее время находится в зачаточном состоянии. При соблюдении этих условий туризм может стать значимым элементом экономической жизни сел Себян-Кюель и Себян-Кюель.

Необходимо отметить, что уже сегодня в с. Себян-Кюель развивается событийный туризм. Весной проводится Слет Оленеводов, во время которого проходят зрелищные национальные состязания эвен – скачки на оленьих упряжках, метание аркана, конкурс «лучший чум» и другие.

#### 2. Сангарский туристический район.

Хотя уровень первозданности природных ландшафтов данного района уступает Северному (Верхоянскому) туристскому району, он, тем не менее, достаточно высок. Этому в немалой мере способствует нахождение вблизи п. Сангар резервата «Белянка».

Имеющиеся на территории Сангарского района исторические и культурные ресурсы (краеведческие музеи, парки культуры, народные театры, самодельное декоративно-прикладное творчество местного населения) не имеют самостоятельного значения в качестве аттракторов, но они вполне могут усиливать уже существующие аттракторы.

Перспективы развития туризма в данном районе связаны, прежде всего, с развитием тех видов туристского бизнеса, которые предполагают краткосрочный отдых на природе, то есть туристический поток формируется как из жителей п. Сангара, так и Якутска.

#### 3. Усть-Вилуйский туристический район.

Отличительная черта данного туристического района заключается в том, что его границы тождественны границам природного парка «Усть-Вилуйский», что свидетельствует о наличии в пределах района девственных природных ландшафтов как потенциально мощных аттракторов. С другой стороны, статус особо охраняемой территории налагает ряд ограничений на использование туристических ресурсов этого района.

В настоящее время по территории парка «Усть-Вилуйский» за пределами зоны абсолютного покоя проходят туристические маршруты, летом организуются рыболовные туры.

Перспективы развития туризма в районе связаны с предоставлением тех видов туристических продуктов, которые ориентированы на удовлетворения потребностей высокодоходных групп потребителей из российских

мегаполисов и из-за рубежа. Но это потребует формирования качественно иного уровня инфраструктуры, привлечения инвестиций из-за пределов Кобяйского улуса.

#### 4. Озерный туристический район.

Данный район отличается от других уникальным набором природных ландшафтов, которые более не встречаются нигде на территории не только Республики Саха (Якутии), но и российского Севера. Это, прежде всего, Сылахские озёра (22 озера общей площадью 5390 га), расположенные на левобережной надпойменной террасе реки Вилуй. Другой уникальный природный ландшафт – это своеобразные речные дюны – тукуланы, которые находятся к востоку от озера Ниджили.

Если уникальные природные ландшафты выступают в качестве основных туристских аттракторов, то краеведческие музеи поселков (в том числе единственный музей рыболовства в Якутии в с. Арыктах), сельские дома культуры, народные театры, самодельное декоративно-прикладное творчество местного населения могут быть использованы как дополнение к основным аттракторам.

Перспективы развития связаны с развитием событийного туризма на озере Ниджили, где ежегодно проходит в ноябре месяце улусный рыбный праздник фестиваль «Тойон мунха», который также привлекает любителей рыбалки из многих районов республики и Якутска. Несомненный интерес для организации туристических маршрутов представляют озерные ландшафты и сопряженные с ними ландшафты тукулан.

**Выводы.** Анализ имеющейся в распоряжении авторов информации, в том числе полученной в ходе проведенных полевых исследований, дает основание для следующих выводов:

1. Сложившаяся практика стратегического планирования туризма на муниципальном уровне слабо учитывает не только разнообразие туристических ресурсов, но и социально-культурный и природный контекст развития туристической индустрии. По-нашему мнению одним из способов (не единственным) решения указанной проблемы следует рассматривать инструментальный районирования. Более того, туристическое районирование следует рассматривать как первый шаг в процессе стратегирования в сфере туризма. Это

становится возможным, если в ходе туристического районирования в качестве критериев выделения районов используются не только экономические критерии (основные параметры рынка туристических услуг, в первую очередь), но и критерии социального, экологического и этнокультурного характера. Это дает основание рассматривать туристические районы в качестве самостоятельных объектов стратегического управления отраслью на муниципальном уровне.

2. В случае с Кобяйским улусом туристический потенциал не настолько велик и разнообразен, чтобы рассматривать туризм в качестве отрасли специализации Кобяйского улуса. Для четырех выделенных нами районов туристическая отрасль может служить, как минимум, одним из драйверов социального и экономического развития отдельных общин. Причем каждый из туристических районов обладает не только присущим только ему потенциалом, но и специфической структурой рынка туристических услуг, природным и этнокультурным контекстом, а, следовательно, – и присущей только каж-

дому из них уникальной (а не типовой) стратегией развития туризма.

3. В качестве необходимого условия реализации таких стратегий следует принять вовлечение в процесс стратегирования местных сообществ. Именно они должны принимать решение относительно развития туризма (или отказа от него). Это в свою очередь предполагает, что местное сообщество вместе с внешними экспертами определяет в рамках стратегии, как будет осуществляться контроль со стороны сообщества в отношении событий, видов деятельности и мест, которые следует (или не следует) вовлекать в туристическую деятельность.

4. Особенностью туристического районирования применительно к муниципальным образованиям, расположенным на Севере и для которых характерна обширность территории, являются низкий уровень ее освоенности, разреженная сеть поселений и транспортной сети. Поэтому туристические районы не покрывают всю территорию административного района, в результате чего возникают обширные лакуны.

#### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. *Веденин Ю.А., Голубчиков Ю.Н., Тишков А.А.* Туристическая география как исследовательское направление в системе географических наук // Изв. РАН. Сер. геогр. 2017. № 4. С. 128–140.
2. *Гладкевич Г.И.* Туристское использование территории Крайнего Севера России // Туризм и рекреация: фундаментальные и прикладные исследования. М.: Диалог культур, 2019. С. 323–335.
3. *Глушков А.В.* 100 рек Якутии. Якутск, 1996. 368 с.
4. *Демьяненко А.Н.* Районирование в контексте стратегий регионального развития // Вестник ДВО. 2006. № 3. С. 11–17.
5. *Демьяненко А.Н.* Район как объект стратегического управления в контексте теории организации // Пространственная экономика. 2008. № 2. С. 60–88.
6. *Демьяненко А.Н.* Социально-экономическая география и управление: возможные направления взаимодействия // Изв. РГО. 2000. № 1. С. 38–44.
7. *Демьяненко А.Н.* Экономическое районирование. Ч. I. Хабаровск: Хабар. краев. типогр., 2010. 224 с.
8. *Ефремов Ю.К.* География и туризм // Вопросы географии. Сб. 93: География и туризм. М.: Мысль, 1973. С. 6–20.
9. *Зырянов А.И.* Теоретические аспекты географии туризма. Пермь, 2013. 158 с.
10. *Зырянов А.И., Сафарян А.А.* Рекреация и туризм как этапы развития территории // Региональные исследования. 2015. № 3. С. 131–136.
11. *Иванова Р.Н.* Развитие научного туризма в Якутии как ключ к решению проблем въездного и внутреннего туризма // Вопросы географии. Сб. 139: Теория и практика туризма. М.: Изд. дом «Кодекс», 2014. С. 311–321.
12. *Кибальчич О.А.* Туризм как отрасль хозяйства экономических районов СССР // Вопросы географии. Сб. 93: География и туризм. М.: Мысль, 1973. С. 40–43.
13. *Крыстев В.К.* Туристское районирование: дискурс о методе // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 5. География. 2019. № 5. С. 50–59.
14. *Макканел Д.* Турист. Новая теория праздного класса. М.: Ад Маргинем Пресс, 2016. 280 с.
15. *Малган Дж.* Искусство государственной стратегии: Мобилизация власти и знаний по имя всеобщего блага. М.: Изд. ин-та Гайдара, 2012. 472 с.
16. *Минакир П.А., Демьяненко А.Н.* Методология и методика районирования арктической зоны Дальнего Востока // Российская Арктика: современная парадигма развития. СПб.: Нестор-История, 2014. С. 657–669.
17. *Пчелинцев О.С.* Региональная экономика в системе устойчивого развития. М.: Наука, 2004. 258 с.
18. *Румельт Р.* Хорошая стратегия, плохая стратегия. В чем отличие и почему это важно. М.: Манн, Иванов и Фабер, 2014. 448 с.

19. Смирнягин Л.В. Районирование общества: методика и алгоритмы // Вопросы эконом. и полит. географии заруб. стран. Вып. 19: Общественная география: многообразие и единство. М.– Смоленск: Ойкумена, 2011. С. 55–82.
20. Смирнягин Л.А. Судьба географического пространства в социальных науках // Изв. РАН. Сер. геогр. 2016. № 4. С. 7–19.
21. Тотонова Е.Е. Опыт развития туризма на Севере Канады. Якутск: Изд-во Якут. гос. ун-та, 2009. 194 с.
22. Швецов А.Н., Демьяненко А.Н., Украинский В.Н. Деструктивные стереотипы российского стратегического планирования и их возможные последствия для практики регионального стратегирования (часть 2): от общего к частному // Регионалистика. 2016. Т. 3. № 6. С. 63–74.
23. Antomarchi V. L'appel du Grand Nord // Espaces. 2005. № 223. P. 46–53.
24. Backer E. VFR Travellers – Visiting the Destination or Visiting the Hosts? // Asian Journal of Tourism and Hospitality Research 2008. № 2 (1). P. 60–70.
25. Debbage K.G., Daniels P. The tourism industry and economic geography. Missed opportunities? // The Economic Geography of the Tourist Industry: A Supply-Side Analysis. Ed. by D. Ioannides, K.G. Debbage. London: Routledge, 2005. P. 17–30.
26. Hamelin L.-E. Régions touristiques du Nord Canadien // Bulletin de l'Association de géographes français. 1974. № 419. P. 219–228.
27. Ioannides D., Debbage K.G. Introduction: Exploring the Economic Geography and Tourism Nexus // The Economic Geography of the Tourist Industry: A Supply-Side Analysis. Ed. by D. Ioannides, K.G. Debbage. London: Routledge, 2005. P. 1–14.
28. Robbins M. Development of Tourism in Arctic Canada // Prospects for Polar Tourism. Ed. by J.M. Snyder, B. Stonehouse. Wallingford, UK: CABI, 2007. P. 84–101.
29. Roeh W. The Tourism production system. The logic of industrial classification. // The Economic Geography of the Tourist Industry: A Supply-Side Analysis. Ed. by D. Ioannides, K.G. Debbage. London: Routledge, 2005. Pp. 53–76.
30. Smith Stephen L.J. Tourism as an industry. Debates and concepts. // The Economic Geography of the Tourist Industry: A Supply-Side Analysis. Ed. by D. Ioannides, K.G. Debbage. London: Routledge, 2005. Pp. 31–52.
31. Urry J., Larsen J. The Tourist Gaze 3.0. SAGE Publications Ltd, 2011. 282 p.

Статья поступила в редакцию 30 апреля 2021 г.

#### Сведения об авторах:

Демьяненко Александр Николаевич – доктор географических наук, профессор, главный научный сотрудник Института экономических исследований ДВО РАН, г. Хабаровск.

Тотонова Елена Егоровна – кандидат географических наук, доцент кафедры французской филологии Института зарубежной филологии и регионоведения ФГАОУ ВО «Северо-Восточный федеральный университет им. М.К. Аммосова», г. Якутск.

Хохолова Ирена Семеновна – кандидат филологических наук, доцент кафедры французской филологии Института зарубежной филологии и регионоведения ФГАОУ ВО «Северо-Восточный федеральный университет им. М.К. Аммосова», г. Якутск.

#### Для цитирования:

Демьяненко А.Н., Тотонова Е.Е., Хохолова И.С. Стратегическое планирование развития туризма на локальном уровне: Кобяйский улус Республики Саха (Якутия) // Региональные исследования. 2021. № 4. С. 104–117.

DOI: 10.5922/1994-5280-2021-4-8

### Strategic planning of tourism development at the local level: Kobyaysky ulus of the Republic of Sakha (Yakutia)

A.N. Demyanenko<sup>1\*</sup>, E.E. Totonova<sup>2\*\*</sup>, I.S. Khokholova<sup>2\*\*\*</sup>

<sup>1</sup>Institute of Economic Research of the Far Eastern Branch of Russian Academy of Science, Khabarovsk, Russia

<sup>2</sup>North-Eastern Federal University M.K. Ammosov, Yakutsk, Russia

\*email: demyanenko@ecrin.ru

\*\*email: elena.totonova@mail.ru

\*\*\*email: iskhokholova@mail.ru

Tourism is considered as a complex social phenomenon in this article. This implies considering tourism not only as an economic activity (tourism industry), but as a set of economic practices set in

local social structures also. Tourist zoning is defined as a necessary element of tourism strategy in local level. The purpose of this zoning type is to identify tourist areas that have scale differences, tourism structure differences, and specialization differences also, which acts in the production of tourist services set. The tourist area is considered as an object of regulatory influence, including strategic planning aspect. Tourist zoning of the Kobyai district of the Republic of Sakha (Yakutia), was revealed: first, the administrative district does not represent an integral tourist area, secondly, Authors identify four tourist regions based on administrative district and on the analysis of the tourist potential and the current tourist business situation: Northern (Verkhoyansky), Sangarsky, Ust-Vilyuysky and Ozerny. Main strategic areas of tourism development were identified based on the analysis of tourist potential and socio-economic situation in every mentioned area.

*Key words:* tourism, strategic planning, tourist zoning, tourist potential, Yakutia, Kobyai districtio.

## REFERENCES

1. Vedenin Ju.A., Golubchikov Ju.N., Tishkov A.A. Tourist geography as a research area in the system of geographical sciences. *Izvestija RAN. Serija geograficheskaja*, 2017, no. 4, pp. 128–140. (In Russ.)
2. Gladkevich G.I. Tourist use of the territory of the Far North of Russia. In: *Turizm i rekreaciya: fundamental'nye i prikladnye issledovaniya* [Tourism and Recreation: Fundamental and Applied Research]. Moscow: Dialog kul'tur Publ., 2019, pp. 323–335. (In Russ.)
3. Glushkov A.V. *100 rek Jakutii* [100 Rivers of Yakutia]. Jakutsk, 1996. 368 p. (In Russ.)
4. Dem'janenko A.N. Zoning in the context of regional development strategies. *Vestnik DVO*, 2006, no. 3, pp. 11–17. (In Russ.)
5. Dem'janenko A.N. District as an object of strategic management in the context of the theory of organization. *Prostranstvennaja jekonomika*, 2008, no. 2, pp. 60–88. (In Russ.)
6. Dem'janenko A.N. Socio-economic geography and management: possible directions of interaction. *Izvestija Russkogo geograficheskogo obshhestva*, 2000, no. 1, pp. 38–44. (In Russ.)
7. Dem'janenko A.N. *Jekonomicheskoe rajonirovanie* [Economic Zoning]. Ch. I. Khabarovsk: Khabarovsk Regional Printing House Publ., 2010. 224 p. (In Russ.)
8. Efremov Ju.K. Geography and tourism. In: *Voprosy geografii* [Problems of Geography]. Vol. 93. Moscow: Mysl' Publ., 1973, pp. 6–20. (In Russ.)
9. Zyrjanov A.I. *Teoreticheskie aspekty geografii turizma* [Theoretical Aspects of Tourism Geography]. Perm, 2013. 158 p. (In Russ.)
10. Zyrjanov A.I., Safarjan A.A. Recreation and tourism as stages of territory development. *Regional'nye issledovanija*, 2015, no. 3, p. 131–136. (In Russ.)
11. Ivanova R.N. Development of scientific tourism in Yakutia as a key to solving the problems of inbound and domestic tourism. In: *Voprosy geografii* [Problems of Geography]. Vol. 139. Moscow: «Kodeks» Publishing House, 2014, pp. 311–321. (In Russ.)
12. Kibal'chich O.A. Tourism as a branch of the economy of the economic regions of the USSR. In: *Voprosy geografii* [Problems of Geography]. Vol. 93. Moscow: Mysl' Publ., 1973, pp. 40–43. (In Russ.)
13. Krystev V.K. Tourist zoning: discourse on the method. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 5. Geografiya*, 2019, no. 5, p. 50–59. (In Russ.)
14. Makkanel D. *Turist. Novaya teoriya prazdnogo klassa* [Tourist. The New Leisure Class Theory]. M.: Ad Marginem Press, 2016. 280 p. (In Russ.)
15. Malgan Dzh. *Iskusstvo gosudarstvennoj strategii: Mobilizacija vlasti i znanij po imja vseobshhego blaga* [The Art of Government Strategy: Mobilizing Power and Knowledge for the Common Good]. Moscow: In-t Gaidar Publ., 2012. 472 p. (In Russ.)
16. Minakir P.A., Dem'janenko A.N. Methodology and technique for zoning the Arctic zone of the Far East. In: *Rossijskaja Arktika: sovremennaja paradigma razvitiya* [Russian Arctic: Modern Development Paradigm]. St. Petersburg: Nestor-Istorija Publ., 2014, p. 657–669. (In Russ.)
17. Pchelincev O.S. *Regional'naja jekonomika v sisteme ustojchivogo razvitiya* [Regional Economy in the System of Sustainable Development]. Moscow: Nauka Publ., 2004. 258 p. (In Russ.)
18. Rumel't R. *Horoshaja strategija, ploshaja strategija. V chem otlichie i pochemu jeto vazhno.* [Good Strategy, Bad Strategy. What is the Difference and Why is it Important]. Moscow: Mann, Ivanov i Faber Publ., 2014. 448 p. (In Russ.)
19. Smirnjagin L.V. Zoning of society: methods and algorithms. In: *Voprosy jekonom. i polit. geografii zarubezhnyh stran. Vyp. 19. Obshhestvennaja geografija: mnogoobrazie i edinstvo* [Questions of economics. and watered. geography of foreign countries]. Moscow–Smolensk: Ojkumena Publ., 2011, p. 55–82. (In Russ.)
20. Smirnjagin L.A. The fate of geographic space in the social sciences. *Izvestija RAN. Serija geograficheskaja*, 2016, no. 4, p. 7–19. (In Russ.)
21. Totonova E.E. *Opyt razvitiya turizma na Severe Kanady* [Experience of tourism development in the North of Canada]. Jakutsk: Izd-vo Jakut. gos. un-ta, 2009. 194 p. (In Russ.)
22. Shvecov A.N., Dem'janenko A.N., Ukrainskij V.N. Destructive stereotypes of Russian strategic planning and their possible consequences for the practice of regional strategy (part 2): from general to specific. *Regionalistika*, 2016, vol. 3, no. 6, p. 63–74. (In Russ.)

23. Antomarchi V. L'appel du Grand Nord. *Espaces*, 2005, no. 223, pp. 46–53.
24. Backer E. VFR Travellers – Visiting the destination or visiting the hosts? *Asian Journal of Tourism and Hospitality Research*, 2008, no. 2 (1), pp. 60–70.
25. Debbage K.G., Daniels P. The tourism industry and economic geography. Missed opportunities? In: *The Economic Geography of the Tourist Industry: A Supply-Side Analysis*. Ioannides D., Debbage K.G., eds. London: Routledge, 2005, pp. 17–30.
26. Hamelin L.-E. Régions touristiques du Nord Canadien. *Bulletin de l'Association de géographes français*, 1974, no. 419, pp. 219–228.
27. Ioannides D., Debbage K.G. Introduction: exploring the economic geography and tourism nexus. In: *The Economic Geography of the Tourist Industry: A Supply-Side Analysis*. Ioannides D., Debbage K.G., eds. London: Routledge, 2005, pp. 1–14.
28. Robbins M. Development of Tourism in Arctic Canada. In: *Prospects for Polar Tourism*. Snyder J.M., Stonehouse B., eds. Wallingford: CABI, 2007, pp. 84–101.
29. Roeh W. The Tourism production system. The logic of industrial classification. In: *The Economic Geography of the Tourist Industry: A Supply-Side Analysis*. Ioannides D., Debbage K.G., eds. London: Routledge, 2005, pp. 53–76.
30. Smith Stephen L.J. Tourism as an industry. Debates and concepts. In: *The Economic Geography of the Tourist Industry: A Supply-Side Analysis*. Ioannides D., Debbage K.G., eds. London: Routledge, 2005, pp. 31–52.
31. Urry J., Larsen J. *The Tourist Gaze 3.0*. SAGE Publications Ltd, 2011. 282 p.

Received 30.04.2021