

DOI: 10.18572/2686-858X-2023-18-2-14-22

Пути повышения заинтересованности местного населения к развитию туризма на территории Калининградской области

Ways to increase the interest of the local population in the development of tourism in the Kaliningrad region

Карпова Галина Алексеевна,

д.э.н., профессор, заведующая кафедрой экономики и управления в сфере услуг

E-mail: karpovaga@rambler.ru

Еремичева Полина Юрьевна,

магистрант кафедры экономики и управления в сфере услуг,
программа «Организация управления туристскими дестинациями»
Санкт-Петербургский государственный экономический университет,
г. Санкт-Петербург

E-mail: apollinotchka2000@gmail.com

Galina Karpova,

Doctor of Economics, Professor,

Head of the Department of Economics and Management in the Service Sector,
St. Petersburg State University of Economics, St. Petersburg

Polina Eremicheva,

master student of the department of economics and management in the service sector,
Program «Organization of management of tourist destinations»,
St. Petersburg State University of Economics, St. Petersburg, Russia

***Аннотация.** В данной статье описывается последовательность реализации аналитической работы и особенности формирования мероприятий по привлечению местного населения в вопросы продвижения туристского комплекса дестинации на конкретном примере. Кроме того, в исследовании отмечается принципиальность учета внутренних экономических и социальных проблем территории и ослабление их влияния при помощи реализации ряда программ.*

***Ключевые слова:** проектирование, меры, внутренний туризм, региональный туризм, дестинация.*

Jel code: L83

***Abstract.** This article describes the sequence of implementation of analytical work and the specifics of the formation of measures to attract the local population to the promotion of the tourist complex of the destination on a specific example. In addition, the study notes the principle of taking into account the internal economic and social problems of the territory and the weakening of their influence through the implementation of a number of programs.*

***Keywords:** design, measures, domestic tourism, regional tourism, destination.*

1. ВВЕДЕНИЕ

Туризм — широко проработанный комплекс, имеющий множество ответвлений и затронувший целый ряд раз-

ноплановых направлений. Как правило, туризм имеет свою специфику в рамках конкретных ограниченных территорий, также как и уровень развитости, который

определяется целым спектром нюансов, в числе которых:

- степень государственного регулирования экономического сектора;
- степень разработанности местного базового турпродукта;
- наличие большого количества культурно-исторических ресурсов;
- наличие ООПТ и особого природно-климатического фонда;
- количественные и качественные показатели местных ПОП и средств размещения;
- инвестиционная привлекательность дестинации и отдельных объектов туристского интереса;
- наличие нематериального культурно-исторического богатства;
- наличие комплекса развитых рекреационных ресурсов и возможностей и т.д.

В рамках государства зачастую прослеживается существенный качественный разрыв в вопросе состояния туристского комплекса отдельных регионов и Россия тому яркий пример. К сожалению, научно-технический прогресс в туризме не достиг того уровня проработки, чтобы соответствующие структуры могли обладать широкими возможностями детального мониторинга состояния отдельных зон и дестинаций. Данный факт ставит в необходимость предпринимать различные меры по привлечению максимального количества доступных ресурсов на настоящее время, чтобы задействовать все перспективные стороны, материальные и нематериальные факторы территорий.

2. АНАЛИЗ СТЕПЕНИ ЗАИНТЕРЕСОВАННОСТИ ДЕСТИНАЦИЕЙ

Среди факторов числится и местное население, которое может влиять на туристскую привлекательность определенной зоны, формировать ее имиджевую часть, осуществлять любую поддерживающую деятельность в контексте участия в продвижении и повышении качества турпродукта в условиях местности.

Соответственно, во все времена была актуальна проблема формирования лояльного отношения местного населения к туристам и пропаганда необходимости его участия в продвижении туризма отдельной дестинации. Данный вопрос возможно решить путем формулирования конкретных задач, разработки ряда программ и осуществления системы целенаправленных действий, которые являются практически полезными с точки зрения таких аспектов, как:

- оптимизация финансовых государственных ресурсов;
- нивелирование проблемы кадрового дефицита;
- развитие сектора креативных индустрий.

Прежде всего, важно понимать общую степень заинтересованности дестинацией на примере конкретных показателей. В рамках данного исследования были проработаны числовые данные, которые повествуют об актуальном состоянии туристского комплекса Калининградской области. Информация была собрана и суммирована из разных источников, среди которых новостной портал «Интерфакс. Туризм», служба государственной статистики «Росстат», информационный портал «РИА Новости» и информационно-аналитический ресурс «Калининград. РБК».

Ниже приведена таблица 1, в которой представлено количество туристов, посетивших Калининградскую область за тринадцатилетний период на базе выявленной информации. Данный отрезок времени был определен с целью наглядного прослеживания уровня прогрессивности изменений с ранних стабильных времен к современному экономически сложному периоду.

На основе данных таблицы можно проследить позитивную стабильность в целом и ряд негативных изменений в микродинамике, которые возникли под влиянием кризисных явлений и снижения популярности дестинации за счет собы-

Таблица 1
Количество туристов Калининградской области за период 2010-2022 годы
 (Source: составлено авторами)

Годы	Количество человек
2010	628 000
2011	420 000
2012	500 000
2013	550 000
2014	800 000
2015	1 000 000
2016	1 300 000
2017	1 690 000
2018	1 520 000
2019	1 740 000
2020	1 200 000
2021	1 925 000
2022	2 054 000

тий, связанных с арабскими революциями и резким повышением спроса на такие направления, как Египет, Таиланд, Индия, и ОАЭ [7].

Ниже представлена диаграмма, которая отражает смоделированную динамику изменения показателя турпотока за указанный период времени в соответствии с таблицей.

График с маркерными обозначениями максимально точно позволяет определить специфику количественных изменений

туристских прибытий в область за счет нескольких аспектов: вершины (определяют точку установления конкретного числа, т.е. количества прибытий), скользящее среднее (оранжевая пунктирная линия) и экспоненциальная (зеленая восходящая линия). По экспоненциальной (показательной), отраженной в качестве противопоставления более медленной линейной, можно обратить внимание на стабильное положительное стремительное восходящее изменение. Среднее скользящее, в данном случае, также подчеркивает ведущую тенденцию, сглаживая мелкие колебания регрессивного характера, связанные с кризисными явлениями и изменениями мотиваций туристов.

Однако, удалось выявить по представленным данным на ресурсе «ЦИАН. Аналитика», что центральной территорией в контексте прибытий является Калининград, тогда как окружающая его областная зона обладает наименьшей привлекательностью [4]. Ниже представлен рисунок 2, на котором отображена сравнительная диаграмма с процентным соотношением между крупными центрами области.

Рассматривая данные результаты исследований экспертов-аналитиков, можно определить, что помимо Калининграда туристов интересует Зеленоградск, что обусловлено его курортной направленностью и европейской стилистикой. На самой низкой позиции находится Балтийск, так как расположен на наиболее

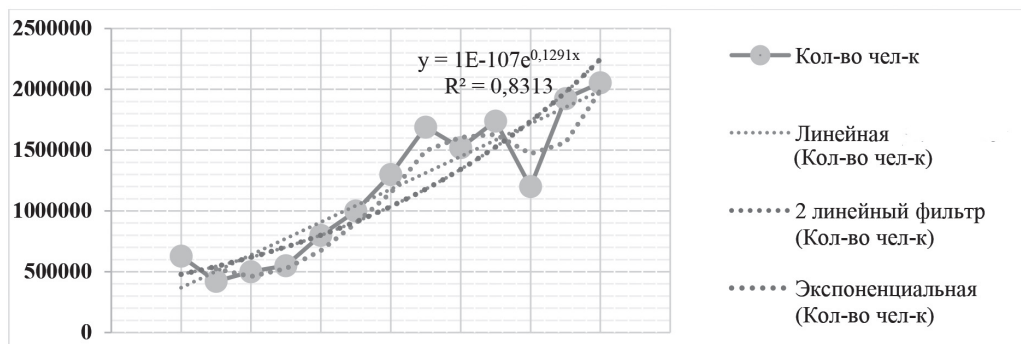


Рисунок 1. Динамика изменений численности туристских прибытий в Калининградскую область за период 2010-2022 годы
 (Source: составлено авторами)



Рисунок 2. Спрос на Калининградскую область на примере крупных городов
(Source: составлено авторами)

далеком расстоянии (50 км) от центра, а также обладает неблагоприятной климатической обстановкой и низким уровнем разработанности рекреационной инфраструктуры.

В рамках аналитической части данного исследования удалось также определить, что загрузка средств размещения в целом составила 80%, тогда как аэропорт «Храброво» показал увеличение пассажиропотока в январе и феврале, а затем показатель снизился на 20-25% [8].

3. АНАЛИЗ ТУРИСТСКОГО ПОТОКА ЗА 2022 ГОД И ОПРЕДЕЛЕНИЕ КРАЙНИХ ТОЧЕК ПО ПОКАЗАТЕЛЮ

Более того, на основании статистических данных, представленных Росстатом за 2022 год и разделенных на несколько периодов в течение года, удалось высчитать примерную сумму прибытий в рамках

Таблица 2
Турпоток в Калининградскую область по месяцам за 2022 год
(Source: составлено авторами)

Месяц	Количество туристов
Январь	53 044
Февраль	39 987
Март	58 530
Апрель	74 130
Май	70 042
Июнь	72 128
Июль	73 259
Август	64 315
Сентябрь	66 321
Октябрь	41 281
Ноябрь	33 847
Декабрь	38 636

каждого месяца и определить крайние точки по привлекательности области для туристов [5].

Ниже представлена таблица 2 с указанием примерного количества российских туристов, посетивших Калининградскую область за каждый из месяцев с выделением наибольшего и наименьшего числа прибытий.

Анализируя данные таблицы, можно подчеркнуть, что крайними точками по месяцам в 2022 году являются апрель и ноябрь. Более того, необходимо обратить внимание на низкий спрос в переходный период между осенним и зимним сезоном,

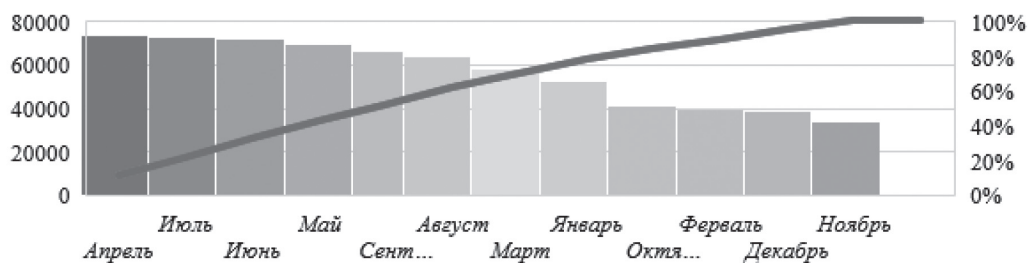


Рисунок 3. Распределение туристских потоков по месяцам на примере Калининградской области (2022 год)
(Source: разработано авторами)

а также на то, что повышенный спрос прослеживается в период от середины весеннего сезона и до экватора летнего.

На базе имеющихся данных была построена статистическая диаграмма (рис. 3), на которой наглядно отражено положение каждого из месяцев относительно друг друга в контексте количества туристских прибытий по убыванию.

По данным, выраженным графически, можно подчеркнуть особенную привлекательность Калининградской области в апреле и наименьшую — в ноябре. Подобные показатели аргументированы теми фактами, что апрель — праздничный месяц и экватор весны, что предполагает приемлемые температуры, тогда как ноябрь — месяц, находящийся в неблагоприятной климатической фазе в условиях обозначенной территории. Естественен и тот факт, что на числе прибытий сказывается предновогодний период, с учетом того, что большинство российских граждан воздерживаются от затратных мероприятий перед зимними праздниками. Соответственно, на примере приведенных выше показателей можно характеризовать весенне-летний период в качестве наиболее благоприятного времени с точки зрения реализации мероприятий в рамках событийной сферы, а также с учетом пригодных для комфортного путешествия погодных условий. Однако, пограничный период между осенним и зимним сезонами определяется в качестве наименее климатически привлекательного и финансово доступного как для местных государственных структур и органов по контролю состояния и динамики развития туристского комплекса, так и для туристов.

4. ОПРЕДЕЛЕНИЕ ФАКТОРОВ ВЛИЯНИЯ В РАМКАХ ТЕРРИТОРИИ И КОЛИЧЕСТВЕННЫЙ АНАЛИЗ СОСТАВА МЕСТНОГО НАСЕЛЕНИЯ

В качестве последующего блока исследования важно подчеркнуть более глобальные статичные и динамичные фак-

торы, которые на первичном стабильном и зависимом уровнях подкрепляют ситуацию со спросом на турпродукт Калининградской области и во многом тормозят процесс развития локального туристского комплекса. Среди принципиально важных факторов негативного влияния на территорию числятся такие, как:

- относительная ограниченность природных ресурсов;
- дисбаланс в отношении рынков труда и образования;
- неравномерность пространственного развития области (до 90% экономической активности сосредоточено в г. Калининград);
- высокий (по сравнению с общероссийским) уровень безработицы;
- отсутствие конкурентоспособных кластеров (в масштабе Балтийского региона и Европы);
- окружение центра области европейскими территориями (Польша, Литва);
- стабильный рост транспортных тарифов;
- зависимость от поставок с территорий России (во многих секторах).

Таким образом, по описанным в аналитической части работы фактам и конкретным факторам влияния можно выделить прибрежную анклавность центра региона и эксклавность областной территории в качестве неизменной черты, суммируя ряд факторов, а также особую привлекательность Калининграда как центра, где сфокусировано наибольшее количество достопримечательностей, присутствуют уникальные архитектурные богатства и базовая часть рекреационного хозяйства.

Однако, сложная обстановка на международном уровне вынуждает развивать внутренний туризм, несмотря на статичный характер многих факторов, сложности в сфере товарообмена и нарушения логистических цепочек с зарубежными центрами, что оказывается вдвойне непростой задачей, учитывая региональные особенности. Так, эволюция туристского комплекса в условиях Калининградской области, которая обладает ощутимо более

Таблица 3

**Количество представителей местного населения Калининградской области
(сравнительная таблица данных за начало 2023 года и ср. показателя за 2022 год)**

(Source: составлено авторами)

Область (дестинация)	На начало 2023 года			В среднем за 2022 год		
	Все население	Город. население	Сельское население	Все население	Город. население	Сельское население
Калининградская область	1 032 913	791 161	241 752	1 031 946	791 260	240 686

специфическим спектром особенностей, включая географические (стратегического характера), социальные и экономические «болевые точки», предполагает необходимость привлекать местное население.

Исходя из конкретного вывода, важно проанализировать обстановку с количественной составляющей местного населения. Следовательно, рассматривая числовые данные Росстата, можно провести сравнительный анализ численности населения в среднем за 2022 год с начальным периодом 2023 года [6].

По данным, представленным в табличном виде, можно сделать вывод, что сельское население на период начала 2023 года возросло на 66 человек, тогда как городское сократилось практически на сотню человек. В целом население области сократилось на 967 человек. Более того, учитывая актуальные данные на период начала мая 2023 год, по информации статистического портала «BDEX», население Калининградской области составило

1012512 человек, что свидетельствует о сокращении численности населения по сравнению с начальным периодом 2023 года на 20 401 единицы [10]. Подобная депопуляция может быть следствием неблагоприятной экономико-социальной обстановки в связи с кризисными явлениями, миграцией населения из-за напряженных международных отношений и санкциями, по причине которых многие компании мирового масштаба покинули российский рынок, были нарушены логистические цепочки и прервались поставки товаров, в следствие чего ухудшилось качество жизни и многие граждане потеряли рабочие места.

5. СЕГМЕНТАЦИЯ МЕСТНОГО НАСЕЛЕНИЯ И ОПРЕДЕЛЕНИЕ ИНДИВИДУАЛЬНЫХ МОТИВОВ УЧАСТИЯ В РЕГИОНАЛЬНЫХ МЕРОПРИЯТИЯХ

Важным аспектом в данной части является сегментация, так как она позволит

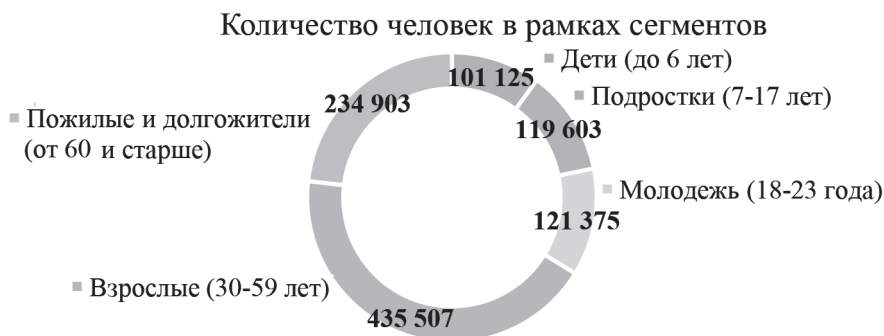


Рис. 4. Сегментация местного населения Калининградской области (май 2023 года)

(Source: составлено авторами по данным портал «BDEX» <https://bdex.ru/naselenie/kaliningradskaya-oblast/>)

установить предположительный набор фракций трудоспособного, потенциально активного и заинтересованного в развитии дестинации населения. Представители идентифицированных, потенциально дееспособных сегментов населения впоследствии станут непосредственными участниками практической части разработанных программ в рамках дестинации, так как обладают более современным мышлением, потребностями в трудовой и социальной самореализации и зачастую находятся в активном поиске возможностей по перепрофилированию в границах места жительства.

Соответственно, на портале «BDEX» представлена сегментированная по возрастному признаку статистика населения Калининградской области в числах, которая отражена ниже на рисунке 4.

Анализируя числовую информацию в графическом виде, можно подчеркнуть тот факт, что преобладающий по численности возрастной сегмент — взрослые и пожилые, т.е. 435 507 и 234 903, тогда как молодежь (группа от 18 до 23 лет) составила 121 375 единиц. Наиболее активными и заинтересованными в деятельности внутри области среди данных сегментов можно обозначить взрослый и молодежный сегменты, так как они подходят под нравственные, социально-физиологические и личностные макеты потенциально приемлемой трудовой и интеллектуально-трудовой базы в рамках реализации будущих программ. Следовательно, с учетом вероятных запросов экономико-социальной среды области, целесообразно также отметить индивидуальные цели представителей сегментов с целью разработки комплекса действий и программ, которые максимально оперативно перекроют минимум глобальных и частных потребностей. В числе таких целей:

индивидуальные мотивы (поиск рабочего места, получение практического опыта, самореализация в конкретной области и т.д.);

реализация творческого потенциала (участие в блоке креативных индустрий,

апробирование творческих навыков в новой среде и т.д.);

попытка оправдать общественно активную позицию (волонтерство, приобретение нового опыта, изучение сектора на практике и т.д.);

получить образование (высшее, СПО, дополнительное высшее);

перепрофилирование и переподготовка;

получение практического опыта с подкрепляющими льготами и т.п.

6. ОПРЕДЕЛЕНИЕ ПЕРЕЧНЯ МЕРОПРИЯТИЙ (ПРОГРАММ) ПО ПРИВЛЕЧЕНИЮ МЕСТНОГО НАСЕЛЕНИЯ В РАЗВИТИЕ ТУРИЗМА ОБЛАСТИ

На данных общих индивидуальных примерах четко прослеживается практическая многофункциональность, креативная привлекательность, социальная значимость и широкий перечень форматов возможных мероприятий. Следовательно, на данной точке исследования можно выявить возможные практические программы в долгосрочной перспективе, разделив между активными сегментами населения. Ниже определен перечень действий и форматов мероприятий (программ):

Формулировка и реализация информационно-нацеленных кампаний с целью убеждения населения в том, что благоприятная обстановка для туристов и поддержка комплекса способствуют улучшению экономической ситуации в области и решат ряд социокультурных вопросов;

Разработка системы программ в формате образовательных кружков, целью которых является вовлечение населения в деятельность по проектированию и планированию туристических выставок и фестивалей (с учетом популярных направлений: IT сфера/веб-дизайн и т.д.);

Разработка образовательных программ с последующим трудоустройством в качестве специалистов в составе инициативных групп по вопросам создания авторских туров/составления чек-листов

с нестандартными фактами о центровых объектах;

Разработка и реализация обучающих курсов по туризму и креативным индустриям, последующее создание команд для изучения и представления нематериального культурно-исторического наследия области в мультимедийном и интерактивном форматах;

Построение стратегии вовлечения местных жителей в планирование/организацию/реализацию местных конгрессно-выставочных/фестивальных мероприятий;

Реализация программ, предполагающих вовлечение местных жителей в вопросы благоустройства города (в том числе и в практическом ключе);

Разработка системных образовательных программ в мультимедийном пространстве с целью повышения уровня знаний о туристском комплексе и разнообразии форматов деятельности внутри него;

Реализация кампаний по привлечению местных жителей в мероприятия, предполагающие участие в региональных экспертных советах;

Реализация практических программ по сбору инициативных групп молодежного сегмента населения при местном комитете по разработке комплексных программ и отдельных тематических экскурсионных туров по памятным и старинным локациям;

Организация грантовых программ (периодической деятельности, учитывая особые возможности для местных жителей в этой сфере);

Формирование и реализация волонтерских программ и программных комплексов в рамках разных пластов туризма, актуальных для Калининградской области;

Конструирование программы по опыту Санкт-Петербурга, связанной с Новой географией;

Конструирование программы по разработке туристских кластеров на основе

идей молодежной фракции местного населения;

Формирование дискуссионных клубов, разработка и реализация программных комплексов относительно туристских проектов;

Разработка программ/курсов/интенсивов в рамках изучения особенностей туристско-рекреационного комплекса Калининградской области;

Разработка комплексных стратегий по реализации и продвижению интерактивных объектов показа (включая инновационные технологии) в менее освещенных уголках области;

Разработка программ по повышению степени реализованности нематериального культурного наследия в качестве объекта туристического показа.

В качестве итогового комментария, важно подчеркнуть, что данный перечень возможных для разработки и реализации мероприятий удовлетворяет потребности населения индивидуального характера параллельно с частичным решением ряда проблем Калининградской области, среди которых:

поднятие уровня и нивелирование дисбаланса между трудовым и образовательным секторами области;

нивелирование неравномерного развития в рамках территории и смещение фокуса с центра на прилегающие города/поселения;

возможности разработки и присоединения дополнительных льготных программ к уже существующим и т.д.

Рассмотрев определенный перечень программ для подключения местного населения в развитие туристского комплекса дестинации, можно отметить, что ряд образовательных программ сглаживает дисбаланс в отношении рынков труда и образования, параллельно предоставляя гражданам возможность самореализоваться, пройти переподготовку и получить места в инициативных группах, работая в секторе креативных индустрий. Стратегические

программы позволят прогнозировать изменения в долгосрочной перспективе и реализовать нематериальный потенциал дестинации, а подключение к трудовой деятельности современных технологий и структурных элементов труда позволит заинтересовать молодежный сегмент населения.

7. ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Таким образом, разработка программ по привлечению местного населения к участию в развитии локального туристского комплекса одновременно решает индивидуальные сложности массового

характера, попутно популяризируя внутренний туризм, подключая скрытый потенциал дестинации в том числе, а также качественно нивелирует перечень глобальных проблем в рамках дестинации. Ключевым аспектом, предшествующим формированию необходимых мер, является аналитическая работа, предполагающая вычленение структурных и изменяемых особенностей рассматриваемой дестинации через призму ее проблематики, а также определение полезных пересечений между нуждами местного населения и вероятностным аспектом решения областных вопросов.

8. СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Гомилевская Г.А. Экономика и предпринимательство в сервисе и туризме / Г.А. Гомилевская. Владивосток : ВГУЭС, 2015. 144 с.
2. Карпова Г.А. Экономика туризма / Г.А. Карпова, М.А. Морозов, Н.С. Морозова, Л.В. Хорева. Москва : Чеховский Печатный Двор, 2016.
3. Ломидзе М. В АТОР подвели туристические итоги 2021 года / М. Ломидзе // Ассоциация туроператоров. 2021. 22 декабря.
4. Аналитики Циан подвели итоги 2022 года на рынке недвижимости // Аналитический раздел портала «ЦИАН». 2022. 15 декабря.
5. Раздел «Оценка туристского потока Калининградской области (с 2022 г.)» на портале «Росстат». Режим доступа: <https://rosstat.gov.ru/statistics/turizm> , свободный (дата обращения: 11.05.2023).
6. Раздел «Население Калининградской области. Основные показатели» на портале «Росстат». Режим доступа: <https://39.rosstat.gov.ru/population?ysclid=lhlz4a0p3c398048742> , свободный (дата обращения: 11.05.2023).
7. Батырь Ю. Главные события 2011 года в туризме / Ю. Батырь // РИА Новости. 2011. 19 декабря.
8. С начала года Калининградскую область посетили 1,2 млн туристов // KGD.ru. 2022. 08 сентября.
9. Сурнина П. Штучный товар: как устроен нишевый туризм / П. Сурнина // РБК. 2019. 14 января.
10. Статистический раздел «Население Калининградской области» на информационно-аналитическом ресурсе «BDEX». Режим доступа: <https://bdex.ru/naselenie/kaliningradskaya-oblast/?ysclid=lhj91cgnd1709056951> , свободный (дата обращения: 10.05.2023).