

**КРИЗИС КАК СТИМУЛ ДЛЯ РАЗВИТИЯ
(НА ПРИМЕРЕ ПРОЕКТА СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА
ЗАПОРОЖСКОЙ ОБЛАСТИ)**

**CRISIS AS AN INCENTIVE FOR DEVELOPMENT
(ON THE EXAMPLE OF THE DRAFT TOURISM DEVELOPMENT
STRATEGY OF ZAPOROZHYA REGION)**

Евгений БОРТНИКОВ¹

Запорожский национальный университет, Запорожье, Украина

Роман ОЛЕКСЕНКО²

Таврический государственный агротехнологический университет имени Дмитрия
Моторного, Мелитополь, Украина

***Abstract:** In the vein of the modern crisis philosophy, interpreting the crisis as a violation of the previous equilibrium and a transition to a new equilibrium caused by the Covid-19 pandemic, the crisis of the tourism sector is considered in this article as an occasion and an opportunity to put things in order in your own home, turning your view to the local level, noticeably deprived of attention lately. The material for the research was the draft of the Zaporizhzhya Region Tourism Development Strategy. Currently this draft is undergoing a process of verification with the civil society.*

The working group on the Strategy formation identified and submitted for public discussion 4 key strategic goals: 1) tourist, recreational and auxiliary infrastructure improvement and development; 2) human resources development; 3) formation and promotion of tourist destinations in the Zaporizhzhya region; 4) Khortytsa National Reserve transformation into the tourism industry leader in Ukraine. The argumentation of the first of them and the key one is the subject of this report. The above considerations are part of the proposals expressed by the authors at the meetings of the working group on the Strategy formation and in the process of project verification.

The authors conclude that the analyzed Tourism Development Strategy is an example of a program for overcoming the crisis, in the Strategy implementation process the success of domestic tourism is predicted and, as a consequence, of the regional economy, culture, and social sphere. This, in turn, can entail significant changes in the level and quality of life of those regions that have a unique natural and cultural resource, but due to the underdevelopment of the tourist infrastructure, until recently, they were not able to compete with traditional tourist destinations, remaining outside the main tourist ones and financial flows.

***Keywords:** crisis, tourism, tourist and recreational infrastructure, Zaporizhzhya Region Tourism Development Strategy.*

¹ Евгений Бортников, доцент, кандидат геолого-минералогических наук, кафедра туризма и гостинично-ресторанного дела, Запорожский национальный университет, Запорожье, Украина, email: e.bortnikov@ukr.net

² Роман Олексенко, профессор, доктор философских наук, Таврический государственный агротехнологический университет имени Дмитрия Моторного, Мелитополь, Украина, email: roman.xdsl@ukr.net

Кризисное мироощущение, как и кризисное сознание, не являются эксклюзивными понятиями, они «... сопровождают человечество на всех этапах его исторического развития, нередко облекаясь в апокалипсическую форму» [1, с. 6], и проявляются наиболее остро в периоды резких социальных трансформаций. Но подобные очевидности отнюдь не очевидны для людей, попавших в эпицентр кризиса, – их мироощущение непременно претендует на эксклюзивность, а в массовом проявлении обретает социально-депрессивные признаки, выливаясь в дезинтеграцию социальных групп, институтов, утрату идентификации личности с прежними структурами, ценностями, нормами. Сложность нынешней ситуации состоит в том, что затяжной общеевропейский социокультурный кризис, затронувший все сферы социальной жизни – политическую, экономическую, производственную, собственно социальную и культурную – был многократно усугублен пандемией COVID-19.

Такое положение дел закономерно осложнило все области международных сношений, прежде всего ударив по международному туризму, ведь вследствие пандемии «... большое количество стран укрылись за своими границами в ответ на смертельный коронавирус и подняли подъемный мост» [2]. Но это не только всеобщая проблема, но и – если мыслить позитивно – серьезный повод и не менее серьезная возможность навести порядок в собственном доме, обратив свой взор на внутренние проблемы, предпринять попытки восстановления социальной, экономической и психологической стабильности. Именно такое понимание ситуации и осознание того непреложного факта, что кризис – это не только нарушение прежнего равновесия, но и переход к новому равновесию, послужили стимулом для активизации усилий по развитию внутреннего туризма в Украине, о чем свидетельствуют повсеместно разрабатываемые региональные стратегии развития туризма. В частности, в декабре прошлого года начат процесс верификации проекта Стратегии развития туризма Запорожской области с гражданским обществом, в связи с чем директор департамента культуры, туризма, национальностей и религий облгосадминистрации В. Марокко обратился к ученым, представителям общественности и туристического бизнеса [3] с предложением о сотрудничестве.

Рабочей группой по формированию Стратегии развития туризма Запорожской области после плодотворной работы определены 4 ключевые стратегические и оперативные цели Стратегии:

- 1) совершенствование и развитие туристско-рекреационной и вспомогательной инфраструктуры (модернизация инфраструктуры общего пользования и создания специальной туристической инфраструктуры; развитие и модернизация транспортной

инфраструктуры региона; развитие речной, морской туристической инфраструктуры региона; создание современных территорий отдыха и рекреации);

2) развитие человеческих ресурсов;

3) формирование и продвижение туристических дестинаций Запорожской области;

4) превращение Национального заповедника «Хортица» в лидера туристической отрасли Украины [ib.].

Предложенный к обсуждению проект Стратегии предваряли содержательные и весьма трудоемкие усилия рабочей группы. В частности, осуществленный SWOT-анализ сферы туризма Запорожской области показал ее сильные и слабые внутренние стороны. В частности, к сильным сторонам следует отнести: уникальное историческое и культурное наследие всеукраинского и международного значения; мощный природно-рекреационный потенциал для развития туристической сферы, включая побережья Азовского моря, р. Днепр; наличие потенциально брендовых объектов и продуктов; наличие объектов и территорий заповедного фонда; выгодное транспортно-логистическое расположение (автодороги и железнодорожные пути международного значения); наличие природных ресурсов и обеспеченность собственными энерго- и водоресурсами; высокий уровень интегрированности региона в национальное и мировое экономическое пространство; значительный опыт толерантного сосуществования многонационального сообщества. В то же время нельзя не учитывать наличие ряда проблем внутреннего порядка, обуславливающих слабые стороны туризма в регионе: существенные потери туристического потенциала из-за оккупации части Донбасса и аннексию Крыма (с ними соседствует Запорожская область); наличие тенизации предпринимательской деятельности; незначительные капитальные инвестиции в охрану окружающей среды; невысокий уровень привлекательности туристско-рекреационного комплекса региона в силу неразвитости инфраструктуры; низкий уровень качества и недостаточный потенциал туристических услуг; значительная техногенная нагрузка на окружающую среду; недостаточная степень кооперации партнерских отношений, кластеризация сферы услуг; нехватка профессиональных кадров в сфере туризма.

Кроме того, важно учитывать значительные внешние возможности: доступность современных информационных технологий и их дальнейшее развитие; увеличение спроса на туристические продукты на внутреннем рынке (организованный и неорганизованный туризм); заинтересованность историко-культурным наследием со стороны украинской диаспоры и зарубежных представителей других национальных

сообществ, проживающих в регионе; альтернативные источники финансирования проектов (проекты международной технической помощи, инвестиции, гранты); развитие приморской туристско-рекреационной инфраструктуры, повышение роли Азовского морского побережья в структуре внутреннего туристического рынка, что обусловлено аннексией Крыма; развитие агротуризма и создание зеленых усадеб; развитие креативных индустрий в области туризма. Но невозможно не считаться и с наличием немалых внешних угроз: угроза обострения военного конфликта на востоке Украины; конкуренция со стороны других регионов Украины; снижение покупательной способности потребителей и спроса на туристические услуги; низкие темпы развития отечественной транспортной сети и инфраструктуры, отсутствие системных мероприятий по их интеграции в Трансъевропейскую опорную транспортную сеть (TEN-T); уклонение бизнеса и физических лиц от налогообложения, проблемы с уплатой местных налогов; ухудшение макроэкономической /демографической ситуации, дальнейшая теннизация туристического бизнеса Украины; увеличение оттока трудовых кадров за границу из-за низкого уровня оплаты труда в Украине по сравнению с соседними странами; высокий уровень монополизма транспортной и энергетической сфер.

Безусловно, каждая из обозначенных позиций требует внимательнейшего рассмотрения. Но в данном случае мы намерены сосредоточить внимание на одной из обозначенных проблем, которая непосредственно связана с остальными, усугубляя их, и тормозит (а то и низводит) все усилия по реализации преимуществ, – речь идет о невысоком уровне привлекательности туристско-рекреационного комплекса региона в силу неразвитости инфраструктуры, а также низкого уровня качества и недостаточного потенциала туристических услуг. Здесь мы намерены поделиться соображениями, высказанными в процессе обсуждения проекта Стратегии развития туризма Запорожской области.

Специфическим признаком туристического ресурса нашего региона является его удаленность от основных туристских маршрутов. Исходя из этого, турпродукт в наших условиях необходимо приблизить к туристу. Из этого тезиса вытекает следующий: создать новые перспективы развития регионального туризма путем дополнения рекреационно-курортного туризма другими формами туризма. Здесь, как нам кажется, следует вести разговор в двух направлениях: 1) презентация и популяризация уже имеющихся турпродуктов и услуг 2) создание новых турпродуктов и услуг. Прежде всего, по нашему мнению, следует учесть многообразие форм культурного туризма.

Подчеркнем: культурно-исторический туризм, наряду с курортно-рекреационным, является одним из стратегических направлений туристической деятельности в нашем регионе. Так должно быть и в дальнейшем – этот тезис не вызывает сомнения и поэтому не подлежит дискуссии. Дискуссионными остаются направления, формы и методы презентации. А также акценты: мы имеем в виду прилежный отбор тех культурных форм, которые являются или могут быть не только аттрактивными, но и репрезентативными, то есть способны трансформироваться в бренды и вызвать со временем у потенциальных туристов устойчивые ассоциации, формируя богатый и глубокий образ Запорожского края. А на местном уровне, добавим, способны вызвать еще и значительный воспитательный эффект – помочь утверждению локальной культурной идентичности (наша молодежь очень нуждается в тех «фишках», которыми можно гордиться – они, безусловно, существуют, но их следует показать, и тогда в долгосрочной перспективе мы можем если не надеяться, то хотя бы мечтать, что когда-нибудь здесь, подобно развитым туристским дестинациям, каждый местный житель готов будет выступить экскурсоводом. К тому же, не будем забывать, принцип локальной идентичности – основа Стратегии развития регионов ЕС.

Так вот, акцент мы бы поставили на высоких и традиционных формах культуры. Безусловно, маскульт является несопоставимо более прибыльным. Но именно с учетом этого и имея в виду подавляющую ориентированность отдыхающего на «легкие» формы досуга, это направление будет развиваться преимущественно само по себе, усилиями предпринимателей из владельцев средств размещения и местного населения. Единственная форма разумного вмешательства в этот процесс со стороны власти, – это, по нашему убеждению, строительство (или содействие в строительстве через конкурсы, гранты, льготы и т. п.) фундаментальных сооружений и осуществление организационных мероприятий для разнообразия форм культурного досуга (например, концертных залов – как закрытых, так и открытых площадок, – которые бы позволили включить наши курортно-рекреационные территории в перечень мест летних гастролей, а в перспективе дали шанс говорить об организации песенных, танцевальных и т. д. конкурсов и фестивалей. На уровне стратегии, таким образом, речь идет о создании в курортно-рекреационных зонах необходимой инфраструктуры для прокладки в зоны отдыха гастрольных маршрутов.

Что же касается «высокой» и традиционной культуры, то она всегда является «дорогим удовольствием» и всегда нуждается в финансовой, организационной и информационной поддержке со стороны государства и местных властей. Между тем речь

идет о культурном наследии (материальном и нематериальном), сохранение, развитие и популяризация которого не только является залогом позиционирования себя Запорожской областью как культурного региона, но и соответствует мировым тенденциям культурного развития (см. декларации ООН по культурному наследию, культурному многообразию и т. д.). Поэтому мы должны подумать, как это культурное своеобразие трансформировать в туристический продукт и донести информацию отдыхающему, стимулируя его, помимо прочего, и к приобретению экскурсий. Полагаем, здесь следовало бы, на уровне конкретных мероприятий, прислушаться к мнению представителей музеев, театров, различных творческих союзов.

Следует подчеркнуть и необходимость рассмотрения проблемы взаимодействия туризма и музеев с целью активизации последних на предмет создания новых, привлекательных форм деятельности (нечто вроде выездных выставок в курортных городах, проведение на базе и при поддержке музеев тематических фестивалей, квестов и т. п.), активного включения музеев и проводимых ими мероприятий в туристическую деятельность и популяризации этой деятельности средствами туризма. Но здесь опять сталкиваемся с проблемой оборудованных помещений, необходимых для «музейных гастролей», выставочных залов для организации выставок-продаж местных художников, художественных салонов, площадок для различных форм популяризации локальной культуры разных эпох, проведения театрализованных спектаклей с использованием соответствующей стилизации и мизансцен, которые отражали бы быт, культуру, традиции, верования местного населения на разных исторических этапах и под. А посему – опять возвращаемся к предыдущей проблеме – создания в курортно-рекреационных зонах необходимой инфраструктуры, в данном случае – для презентации культурно-исторического наследия и современных форм культуры Запорожского края.

И еще один акцент в аспекте дополнения курортно-рекреационного туризма культурным с целью приближения турпродукта к туристу. Мы имеем в виду этнографический туризм. Прежде всего отметим, что задача поддержки развития этнического туризма созвучна европейской идее культурного разнообразия и обусловлена уникальностью этнического состава населения Запорожской области – и эти факторы выводят этнотуризм на стратегический уровень в локальном измерении. Если же вести речь о возможности ознакомления рекреантов с этническим разнообразием, то можно было бы подчеркнуть возможность ознакомления с аутентичным бытом населения, культурой питания, народными промыслами, рассмотреть идею масштабных этнофестов – с культурно-просветительскими

мероприятиями и выставками работ мастеров декоративно-прикладного искусства и художников-любителей, – например, в начале курортного сезона в Кирилловке или Бердянске. Целесообразно говорить и о создании этнографического музея под открытым небом, представив в нем культуры многочисленных народов края (он же, в перспективе, – место проведения этнофеста) и привлекая к этому проекту через культурные землячества зарубежных партнеров (Болгария, Чехия, Греция и т. д.), чьи культуры будут представлены в этномузее. Наконец, можно продумать и систему мероприятий по широкой репрезентации казацкой культуры посредством различных форм туризма (к примеру, показательные выступления или соревнования (конные или по единоборствам), организованные общественной организацией «Спас»). И снова мы возвращаемся к предыдущей проблеме – созданию в курортно-рекреационных зонах необходимой инфраструктуры, – в данном случае – для презентации этнокультурного многообразия Запорожского края.

Не будем перечислять все возможные направления туризма, которыми можно обогатить досуг рекреантов (этот вопрос требует отдельного рассмотрения). Отметим лишь, что разнообразие выбора форм досуга для рекреантов – это, вместе с комфортными условиями размещения, качеством питания и пляжного отдыха, – залог сохранения данных рекреантов в долгосрочной перспективе и привлечения новых, ведь хорошо известно, что благоприятный отзыв друзьям и знакомым – это намного более действенная реклама, нежели любая другая. Поэтому на стратегическом уровне следует говорить, думаем, об экономических формах поощрения тех предпринимателей, которые планируют развиваться не количественно, а качественно, предлагая к внедрению эксклюзивный туристический продукт.

Позволим себе и несколько концептуальных замечаний о перспективах развития собственно курортно-рекреационного туризма, которые, по нашему глубокому убеждению, должны найти отражение в будущей региональной стратегии развития туризма. Прежде всего это инклюзия – и в узком смысле (как процесс включения в активную общественную жизнь людей с инвалидностью), и в широком смысле (как доступность любых форм социальной жизни, в том числе и туризма, для всех людей с особыми потребностями, в частности детей и людей преклонного возраста). Идеология и практика социальной инклюзии приобрела не только повсеместного признания в Европе, но и подкрепление в виде фундаментальных методологических и методических разработок, государственной законодательной и нормативно-правовой базы. В Украине понятие инклюзии еще только входит в научный и социально-политический дискурс.

Однако динамика этого процесса очевидна: обсуждаются основные положения концепции, изучается и заимствуется практический опыт, осуществляются попытки его внедрения. Практически во всех странах мира, одобряющих инклюзивные практики, ее рассматривают как шанс для всего гражданского общества, которое получает возможность практически реализовать гуманистические ценности равных прав, свобод и достоинства каждого человека. В этом смысле инклюзию следует понимать как социокультурный проект или новую гуманитарную практику.

Инклюзивный туризм, если рассматривать его под таким углом зрения, – это шаг к культуре, в которой ценность человеческой личности будет определяться не ее полезностью в прагматическом смысле, а человеческим достоинством, возможностью жить, верить, надеяться, любить. И если мы ведем речь не о стандартном плане мероприятий, а о стратегии, то обойти вниманием такое весомое направление европейской социальной философии и социальной практики просто не имеем права. Тем более, что исторически курортно-рекреационные территории Приазовья развивались именно как место идеального семейного отдыха и оздоровления детей. Они, кроме того, были широко известны доступностью для широких слоев населения. Сейчас условия пребывания на Азовском море значительно изменились: создание специальных условий для уязвимых слоев населения зачастую выходит за пределы интересов предпринимателей. Но для того и существуют, в конечном итоге, государственные структуры, чтобы позаботиться о каждом человеке. Поэтому инклюзивный туризм должен получить статус стратегического направления, а соответствующие государственные структуры должны разработать механизмы развития инклюзивного туризма. А поэтому мы снова возвращаемся к предыдущей проблеме – создания в курортно-рекреационных зонах необходимой инфраструктуры, — в данном случае – для инклюзивного туризма.

И последнее (по порядку, но не по значимости), к чему хотелось бы привлечь внимание. Вспомним, что рекреация – это прежде всего оздоровительная деятельность. Между тем для местного населения, как и для работников сферы туризма и гостеприимства, не секрет, что для значительной части отдыхающих (особенно для молодежи и мужской части рекреантов) собственно рекреативная деятельность часто исчерпывается морем, солнцем и послепляжным сном. А затем следуют развлечения, слишком далекие от рекреационных, а зачастую и противоречащие им. Безусловно, каждый вправе отдыхать так, как считает нужным, а заменять сферу услуг педагогической сферой – вне пределов наших полномочий. Тем не менее, в наших силах

сформулировать и сформировать перечень предлагаемых услуг таким образом, чтобы они способствовали сохранению и укреплению здоровья отдыхающих. Соответственно, стратегической задачей первостепенной важности в развитии рекреационно-курортного туризма, по нашему мнению, является возвращение ему собственно рекреационных, оздоровительных смыслов, то есть наполнение перечня туристических услуг прежде всего мероприятиями оздоровительного и здоровьесберегающего характера. И мы убеждены, что единственной действенной (то есть и по влиятельности, и по массовости, и по зрелищности) альтернативой нездоровым формам отдыха является спорт. А значит – снова возвращаемся к предыдущей проблеме – создание в курортно-рекреационных зонах необходимой инфраструктуры, – в данном случае – спортивной инфраструктуры. Добавим: наличие спортивных сооружений даст возможность привлечь спортивные организации для проведения соревнований по различным видам спорта для увеличения разнообразия форм досуга рекреантов, расширения границ курортного сезона и оздоровления спортсменов (прежде всего детей и подростков), а организация мастер-классов и привлечение отдыхающих к любительским соревнованиям (например, по пляжному волейболу) будет способствовать популяризации здорового образа жизни.

Изложенные здесь соображения являются частью предложений, высказанных авторами на заседаниях рабочей группы по формированию Стратегии развития туризма Запорожской области и в процессе публичного обсуждения ее проекта. Время покажет, насколько оправдают себя эта и подобные программы преодоления кризиса, однако есть все основания полагать, что в процессе поисков путей выхода из кризиса человечество обретет новые ценности, прежде всего на заметно обделенных вниманием в последнее время локальных уровнях, связанные, кроме прочего, с прогнозируемыми успехами внутреннего туризма, а значит – региональной экономики, культуры, социальной сферы. Это, в свою очередь, способно повлечь за собой значительные изменения уровня и качества жизни тех регионов, которые обладают уникальным природным и культурным ресурсом, но в силу неразвитости туристической инфраструктуры до последнего времени не способны были составить конкуренцию традиционным туристическим дестинациям, оставаясь вне основных туристических, а значит и финансовых потоков. Все это вселяет надежду, открывает перспективы, порождает веру в стабильность и формирует новые ценностные императивы.

Использованная литература:

1. Сидорина, Т. Ю. 2016, Философия кризиса, М.: Флинта.
2. The importance of philosophy in times of crisis, theme of World Philosophy Day 2020. (18/11/2020) <https://en.unesco.org/news/importance-philosophy-times-crisis-theme-world-philosophy-day-2020> (Accessed: 12.01.21).
3. Робота над Стратегією розвитку туризму Запорізької області триває (09/12/20) <https://www.zoda.gov.ua/news/53219/robota-nad-strategijeju-rozvitku-turizmu-zaporizkoji-oblasti-trivaje.html> (Accessed: 12.01.21).