



Перспективы и вызовы развития туризма в сельских территориях Германии

Туризм в Германии в течение последних лет сильно вырос. Только в 2014 году с 424 млн. гостевых ночевок был установлен очередной рекорд, продолживший позитивное развитие последних 5 лет. Правда, эта тенденция относится и к городскому туризму.

Рост в сегменте «отпуск в сельских регионах» далеко не такой. Как раз в сельских территориях (часто с недостаточной развитой инфраструктурой) туризм играет важную роль, чтобы обеспечить рабочие места и доходность, но также и эффективные обслуживающую сферу. В таких регионах работает много предприятий малого и среднего бизнеса, на которые могло бы положительно сказаться более интенсивное развитие туризма. Важная тема именно для сельских территорий - это кадровый потенциал специалистов. Туризм может способствовать созданием привлекательных рабочих мест и мест для профессионального обучения мотивации, прежде всего, молодых людей для соответствующей профессиональной деятельности в этих регионах.

По этой причине развитие туризма в сельских территориях относится к одному из ключевых рабочих направлений Федерального Министерства экономики и энергетики Германии. Совместно с Федеральным Министерством продовольствия и сельского хозяйства осуществлялся проект "Перспективы туризма в сельских территориях", который должен был способствовать тому, чтобы проанализировать туристский потенциал для более активного рекламирования сельских территорий как привлекательной туристской цели. В результате были разработаны учебно-методические материалы и инициативы в виде успешных примеров из практики, ключевых стратегий, рекомендаций к действию и чек-листов.¹

Важнейшими рабочими направлениями для туризма в сельских территориях при этом являются:

1. Устойчивое туристское развитие сельских территорий²:

¹ <http://www.bmwi.de/BMWi/Redaktion/PDF/S-T/tourismusperspektiven-in-laendlichen-raeumen,property=pdf,bereich=bmwi2012,sprache=de,rwb=true.pdf>

² <http://www.bmwi.de/BMWi/Redaktion/PDF/Publikationen/tourismusperspektiven-nachhaltigkeit,property=pdf,bereich=bmwi2012,sprache=de,rwb=true.pdf>



Целью устойчивого развития является сохранение природных основ жизни, достижение высокой региональной добавленной стоимости и сохранение или создание стабильной общественной инфраструктуры на местах. Этой направленностью на экономические, экологические и социальные аспекты предполагается создание предпосылок жизни для последующих поколений.

Туризм в сельских территориях нуждается в таких "функционирующих" жизненных пространствах, но может и способствовать их сохранению и развитию, например, следующими мерами:

- Привлекательные и чередующиеся природный и культурный ландшафты - это основа для многих туристских продуктов, например, автомобильный туризм и турпоходы или отпуск на крестьянском подворье.
- Туристские целевые группы, прежде всего, из городов заинтересованы в познавательных турах, которые отражают региональную, сельскую культуру и их идентичность. Соответствующие туристские продукты не возможны без людей на местах.
- Туристские рабочие места в большинстве случаев связаны с конкретной местностью. При наличии профессиональной перспективы становится теснее связь с местом и регионом, увеличивается идентичность с родиной. Таким образом, во многих случаях может быть уменьшена миграция, сохраняются (деревенские) социальные структуры или создаются заново. Тем не менее, привлекательность многих сельских территорий, как устойчивые функциональные дееспособные регионы для туризма и жизненные пространства, часто находится под угрозой:
- На внешний вид природного и культурного ландшафта все более накладываются отпечаток структурные изменения в сельском хозяйстве. Ухаживание за природными угодами и сохранение "традиционных" (и вместе с тем более привлекательных для туристов) ландшафтов отступают на второй план вследствие экономического давления на сельхозтоваропроизводителей по повышению эффективности. Небольшие, традиционно работающие,



сохраняющие типичную картину ландшафта (и часто также имеющие туристическую значимость) крестьянские подворья вытесняются крупными предприятиями.

- Региональная идентичность находится под угрозой: перспективы для жизни в сельской местности по сравнению с городом субъективно воспринимаются как хуже, и часто, таковыми и являются; они предлагают
 - меньше рабочих мест, ограниченное предложение для проведения свободного времени,
 - менее развитое базовое социальное обеспечение (медицинская помощь, общественный региональный транспорт, детские сады и т.д.).Поэтому, особенно, молодежь переезжает в города. Распадается деревенское сообщество, традиции больше не передаются, исчезают региональные и локальные идентичности.
- Низкое осознание (туристической) ценности природных ресурсов и региональной идентичности: как в широких слоях населения, так и в муниципальной и региональной политике, успешными факторами регионального или локального развития скорее считаются краткосрочные экономические аспекты, например, количество рабочих мест, увеличение налоговых сборов с предприятий ветряной энергетики и т.д. Укрепление региональной культуры и идентичности, а также сохранение природы и ландшафта - как долгосрочно действующие факторы успеха туристического развития, часто уходят на задний план.
- Вызов на изменение климата пока мало нашел свое отражение в отрасли туризма: Многие регионы со средневысотными горами по-прежнему выдвигают зимний спорт в центр своего туристического позиционирования, не смотря на отчетливо видимые признаки долгосрочного изменения климатических условий. Независимые от снежного покрова альтернативные программы с долгосрочной перспективой для региональной индустрии туризма до сих пор не достаточно разрабатываются.



Устойчивое развитие является задачей всего общества. Относительно туристического развития для его участников в сельских территориях существуют следующие вызовы:

- Содействие осознанию ценности региональной идентичности и природных ресурсов для регионального, особенно, туристического развития у ключевых игроков индустрии туризма, политики и населения.
- Сохранение природных ресурсов, также за счет туристического развития и стратегического планирования обозримых изменений (например, изменение климата) в туристических процессах развития.
- Создание долгосрочных и межотраслевых экономических перспектив на основе региональной идентичности и природных потенциалов.
- Активное профилирование туризма как ориентированной на устойчивость отрасли в работе с туристами, а также с населением, ключевыми игроками и смежными отраслями, а также применение устойчивости как имиджевого фактора.

Устойчивое туристическое развитие сельских территорий означает, наряду с сохранением природного и культурного ландшафта, прежде всего, создание локальной и региональной идентичности, а также долгосрочное обеспечение перспективы для региональной индустрии туризма.

При этом востребованы как общественный маркетинг туризма, так и ключевые игроки, другие партнеры. Решающими моментами являются:

- (Политическое) признание необходимости сохранения культурного и природного ландшафта: финансовая и персональная безопасность мероприятий по сохранению природных ресурсов и ландшафтов Национальной ассоциации по защите природных ландшафтов (NNL³), господдержка сельхозтоваропроизводителей, ведущих устойчивое сельское хозяйство и

³ <http://www.nationale-naturlandschaften.de/>



сохраняющие типичный пейзаж их местности (например, программа господдержки сельхозтоваропроизводителей в гористой местности⁴).

- Профилирование туризма как ориентированной на устойчивость отрасли: формирование соответствующей инфраструктуры и предложений для туристов и местных жителей, развитие региональных экономических связей, поддерживающих содействующих идентичности тематических направлений.
- Установление и учет туристических обязательных критериев регионального развития деревень на уровне федеральной земли (= субъекта Федерации): туризм становится интегрированной частью развития деревень.

2. Инсценировка туристского продукта⁵:

Туризм в сельском местности формируется разнообразным туристическим предложением по многим направлениям (сельское хозяйство, природа, обычаи, промыслы, культура, здоровье и т.д.). Однако, не смотря на большое количество хороших предложений, идей и инициатив, существующие туристские продукты часто заменяемы. Это зависит, в том числе от того, что структура туристических ключевых игроков характеризуется большим количеством, частично в финансовом плане слабо обеспеченных предприятий малого бизнеса.

Это ведет к тому, что

- многие продавцы туристских услуг располагают недостаточными знаниями о ведении бизнеса / туристическим ноу-хау.
- Привлекательные, с точки зрения туристов, аттракционы расположены в сельской местности только точечно, в противоположность к их высокой концентрации в городах; у многих туристских предложений отсутствует взаимосвязь с регионом (например, тематическое отношение).
- только немногие предприятия берут на себя функцию "маяков", которые могут послужить магнитом для приезда туристов.

⁴ http://www.stmelf.bayern.de/mam/cms01/agrarpolitik/dateien/b_rili_bbp_foerderung_weide_2014.pdf

⁵ <http://www.bmwi.de/BMWi/Redaktion/PDF/Publikationen/tourismusperspektiven-produktinszenierung,property=pdf,bereich=bmwi2012,sprache=de,rwb=true.pdf>



- при создании туристского продукта сильно выражена ориентация на жесткие факторы, т.е. преобладает ограничение на доступность туристических предложений. Если разрабатывается особенный по качеству продукт, часто исключительно используют существующие нормы или системы классификации.
- В большинстве случаев отсутствует четкое позиционирование на целевые группы и их потребности. Только немногие предложения имеют четко выраженные туристические профили.

Одним словом: не хватает аттракционов, чтобы пробудить интерес у потенциальных гостей и увеличить туристский поток.

Сюда можно добавить:

- Малый уровень локальной кооперации, чтобы сформировать из отдельных туристских продуктов комплексное привлекательное предложение для отпуска или свободного времени (развитие общей сервисной цепочки). Мало-сегментный, разрозненный маркетинг туризма ведет к распылению эффекта и достигает только незначительного расширения рыночной позиции; потенциальные посетители зачастую не обращают внимания на эту рекламу.
- Многие туристские предложения к тому же обусловлены плохой инфраструктурной и транспортной доступностью.

Резюмируя, можно сказать следующее: в сельской местности наблюдается только незначительная часть инсценированных туристических предложений. Шанс, запомниться в море туристских предложений, существуют тогда, когда предложение «сценично» подается потенциальным покупателям и «заряжается» комбинацией затрагивающих эмоции темами и историями. Тогда создается эффект переживания / события, о которых затем рассказывают в кругах общения, также это побуждает к повторному посещению.

Успешные туристические предложения отличаются следующими факторами:

- Они предлагают востребованный на рынке продукт, т.е. постоянно ориентированный на потребности посетителей.



- Предложения всеобъемлюще инсценируют и «оживляют» индивидуальную тематику; тематика и ее исполнение должны быть понятны для посетителей и затрагивать их на эмоциональном уровне. Поэтому правильный подбор зависит от целевой группы.
- Туристические предложения включают, по возможности, много элементов сервисной цепочки по созданию отличного отпускного события и оптимизируют этим создание добавленной стоимости, удлиняют срок пребывания посетителей и увеличивают их готовность к платежам.
- Поэтому в идеальном случае предложения включены в локальные и региональные структуры кооперации. За счет общего или согласованного предложенного ассортимента, а также в рамках обмена опытом происходит постоянная оптимизация ассортимента и формируется взаимовыгодная позиция (Win Win) для всех участвующих продавцов туристских услуг.

3. Укрепление и дальнейшее развитие сетей контактов⁶:

Туристические ключевые игроки в сельской местности преимущественно представлены средним до малого бизнеса, которые занимаются туризмом в качестве приработка к их основному источнику дохода. Малые предприятия редко располагают достаточным количеством финансовых и людских ресурсов, чтобы работать с рыночной ориентацией. Поэтому они не в состоянии в нужном объеме удовлетворить спрос и различные требования к отпуску в сельской местности, не смотря на их потенциал.

Одновременно становится отчетливо ясно, что туризм выполняет межотраслевую связывающую функцию с другими отраслями как сельское хозяйство, промыслы или торговля, способствующую структурному развитию. Однако это также ведет к растущим вызовам по успешному управлению ответственными организациями.

Сети контактов успешны не сами по себе, сколько нуждаются в менеджменте, который управляет совместной работой. Значительное влияние на успех кооперации /

⁶ <http://www.bmwi.de/BMWi/Redaktion/PDF/Publikationen/tourismusperspektiven-netzwerke-und-kooperationen,property=pdf,bereich=bmwi2012,sprache=de,rwb=true.pdf>



создание сетей контактов имеет чувство единства и идентификация с регионом. Кроме того, важную роль играет широкое вовлечение влиятельных и профессионально компетентных локальных предприятий, а также общественных организаций.

Дальнейшие факторы успеха - это способность к инновациям, предпринимательство, устойчивое развитие, неповторимость и, не в последнюю очередь, долгосрочное обеспечение конкурентоспособности. Краткосрочные или несогласованные собственные интересы, (например, сильного владельца отеля в сети контактов по общему ассортименту) несут за собой напротив скорее отрицательный потенциал. Также недостающее доверие и непрофессиональный менеджмент тормозят развитие таких сетей контактов.

4. Инфраструктура и инвестиционный менеджмент:⁷

Функциональная и ориентированная на потребность туристическая инфраструктура - это решающая основа для развития туризма. Без таких учреждений как бассейны под открытым небом, гостиные дворы, развлекательные парки или туристские тропы вряд ли можно создать потребность на туристские услуги.

Спланированная с учетом потребности рынка туристическая инфраструктура делает возможными последующие капиталовложения, прежде всего, благодаря частным участникам (например, последующие инфраструктурные учреждения, сфера услуг). Только подходящая комбинация из инфраструктуры и на нее сформированного ассортимента туристских продуктов создает основу для привлекательных целей поездки или кратковременного посещения.

Во многих местах сельской местности в этом отношении преобладает недостаточная инвестиционная привлекательность и наблюдается настоящий застой инвестиций. Особенно, в публичной сфере ограниченные муниципальные бюджеты тормозят так необходимое дальнейшее развитие.

Туристические маршруты несут в сельских территориях важную связывающую функцию между разрозненно находящимися продавцами туристических продуктов

⁷ <http://www.bmwi.de/BMWi/Redaktion/PDF/Publikationen/tourismusperspektiven-infrastruktur-und-investitionsmanagement,property=pdf,bereich=bmwi2012,sprache=de,rwb=true.pdf>



и предложениями. Однако они и сами являются туристическим продуктом (например, высококачественные туристские тропы, многокилометровые велосипедные дорожки).

Проблемы при этом:

- (слишком) густые, для посетителей частично запутанные сети дорог, часто без привязки к транспортным узлам, как напр., ж.д. вокзалы.
- Снижающийся ангажемент на общественных началах (например, сильно уменьшающее количество членов в туристских походных обществах) и, таким образом, во многих местах не обеспечиваются достаточные уход и содержание обширных сетей дорожек.
- Низкая локальная и региональная плотность событийных объектов за счет территориально разрозненных учреждений инфраструктуры различного качества.
- Часто в концепциях по развитию туризма не хватает четкого позиционирования по целевым группам для мест и регионов как основы для развития или санации учреждений инфраструктуры.
- Недостаточные и/или на законодательный минимум ограниченные меры технического обслуживания; незначительное или недостаточное создание управляющими компаниями отдельных учреждений финансовых резервов, даже в экономически хорошие времена.
- Закрытие предприятий вследствие ограниченных коммунальных бюджетов или недостаточной готовности потенциальных наследников предприятий дальше вести родительское предприятие или вообще инвестировать в сельские территории.
- Затруднения в финансировании вызванные ограничительным отношением кредитных учреждений при продлении выданных или получении новых кредитов. Сюда следует добавить ситуацию со снижающейся государственной поддержкой в рамках общественных программ.



Целью и вызовом инфраструктурного развития в сельских территориях, является создание предпосылок для государственных или частных инвестиций и их реализация.

При этом необходимо:

- Адаптировать существующую инфраструктуру к актуальной потребности рынка, т.е. или ее модернизировать, либо расширять или уменьшать.
- Заново развивать инфраструктуру, если существующие объекты невозможно адаптировать к актуальным требованиям.
- На длительный срок обеспечить предприятие и содержание инфраструктурных учреждений.

Октябрь 2015