

*Шатохин К.А.,
студент магистратуры
Оренбургский государственный университет
Россия, г. Оренбург*

**ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ ПОВЫШЕНИЯ
ЭФФЕКТИВНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ТУРИСТСКИХ РЕСУРСОВ
ГОРОДА ОРЕНБУРГА ДЛЯ СОЗДАНИЯ ТУРИСТСКО-
РЕКРЕАЦИОННОГО КЛАСТЕРА (КОМПЛЕКСА)**

***Аннотация:** Статья посвящена анализу проблем и перспектив повышения эффективности использования туристских ресурсов города Оренбурга для создания туристско-рекреационного кластера на его территории. В статье описаны несколько основных проблем и перспектив, значительно влияющих на эффективность использования туристских ресурсов города Оренбурга в туристской деятельности.*

***Ключевые слова:** туристские ресурсы, эффективность использования, туристско-рекреационный кластер (комплекс), город Оренбург.*

***Abstract:** The article is devoted to the analysis of problems and prospects of increasing the efficiency of the use of tourist resources of the city of Orenburg to create a tourist and recreational cluster on its territory. The article describes several main problems and prospects that significantly affect the efficiency of the use of tourist resources of the city of Orenburg in tourism activities.*

***Keywords:** tourist resources, efficiency of use, tourist and recreational cluster (complex), the city of Orenburg.*

Туристские ресурсы - природные, исторические, социально-культурные объекты, включающие объекты туристского показа, а также иные объекты, способные удовлетворить духовные и иные потребности туристов,

содействовать поддержанию их жизнедеятельности, восстановлению и развитию их физических сил [1].

Город Оренбург обладает большим количеством в большей степени культурно-исторических объектов, которые уже включены или имеют потенциал вовлечения в существующую туристскую деятельность.

Более полному и максимальному использованию туристских ресурсов города Оренбурга препятствуют определённые проблемы, с которыми сталкивается большинство средних по численности городов (рисунок 1).

Наиболее важной и требующей решения с точки зрения туристской деятельности и привлечения наибольшего числа туристов в город Оренбург является проблема отсутствия маркетинговой концепции для продвижения туристических продуктов на международном и внутреннем рынке, а также недостаточного освещения в средствах массовой информации, то есть в целом, проблема создания и внедрения туристского «бренда» территории.

Брендинг – деятельность по созданию долгосрочного предпочтения к товару, основанная на совместном усиленном воздействии на потребителя товарного знака (бренда), рекламного сообщения, а также других элементов рекламной и PR деятельности, объединённых определённой идеей и характеризующихся унифицированным оформлением, выделяющих товар среди конкурентов и создающих его образ [2].

На данный момент на территории Оренбургской области имеется несколько «брендов», которые имеют достаточный потенциал и основания для того, чтобы стать официальным туристским брендом данной территории, но наиболее известным из них является оренбургский пуховый платок, который отражает не только самобытность и уникальность города Оренбурга, но и всей области в целом.

Из-за отсутствия туристского «бренда» туристским ресурсам и продуктам города Оренбурга тяжело выделиться на фоне близлежащих областей, а также тяжело их продвинуть на должный уровень для привлечения

максимально возможного числа туристов на территорию города и области в целом.

Следующей, немаловажной проблемой является недостаточно высокое качество среды города Оренбурга, то есть недостаточное благоустройство зданий, сооружений, фасадов и пр.



Рисунок 1. Проблемы и перспективы повышения эффективности использования туристских ресурсов города Оренбурга

Многим зданиям, которые являются или могут являться туристскими объектами требуется незамедлительный косметический или полноценный ремонт. К таким зданиям относятся следующие наиболее известные объекты:

- здание ликёроводочного завода;
- Дом Тимашевых;
- управление коменданта;
- здание Оренбургского высшего авиационного училища;
- собрание офицерское. Здание музыкальной школы № 1 и пр.

Также, существует проблема, связанная с отсутствием на территории города единого дизайн-кода города.

Дизайн-код создает стилистически единую среду, формирует цельный эстетический облик города, помогает интуитивно ориентироваться в пространстве с помощью грамотной системы навигации, решая тем самым задачи безопасности и комфорта [3].

Создание комфортной городской среды должно осуществляться в соответствии с определенными правилами, регулирующими этот процесс. Их разработка и применение является необходимым условием для развития архитектурного и художественного облика города. Таким инструментом является дизайн-кодекс городской среды.

Следующая проблема связана с туристской инфраструктурой, а в частности с отсутствием на территории города Оренбурга действующего экскурсионного бюро с квалифицированными специалистами (гидами и экскурсоводами), деятельность которого была бы направлена на экскурсионное обслуживание туристов в черте города. Историческая (центральная) часть города изобилует количеством различных памятников, зданий и сооружений и других объектов, которые имеют богатую историю и эстетичный внешний вид, что характеризует высокий потенциал для включения их в экскурсионную деятельность. Но, из-за отсутствия действующего экскурсионного бюро, количество данного вида туристских

продуктов (экскурсий) по городу Оренбургу очень мало, что также в свою очередь характеризует проблему использования имеющихся туристских ресурсов города.

Следующая проблема связана с таким не менее важным аспектом, как профессиональные и квалифицированные кадры, задействованные в туристской сфере. Например, в сфере экскурсионного обслуживания недостаёт квалифицированных кадров, то есть гидов и экскурсоводов. На данный момент на территории города работает малое количество гидов и экскурсоводов, поэтому экскурсионная деятельность в Оренбурге развивается довольно медленно и слабо, что влияет на развитие туристской отрасли города в целом. Помимо этого острая проблема нехватки кадрового состава прослеживается и в сфере обеспечивающей инфраструктуры.

Несмотря на достаточно обширное количество существующих проблем, существует также ряд перспектив, основанный на потенциале туристских ресурсов города.

Первой и одной из наиболее важных перспектив повышения использования туристских ресурсов и улучшения туристской отрасли города в целом является разработка и внедрение на официальном уровне туристского «бренда» города Оренбурга (области), а также разработка маркетинговой концепции его продвижения.

Для того чтобы создать качественный туристский «бренд», необходим тщательный и профессиональный подход. Туристский «бренд» должен быть направлен не только на привлечение потенциальных и реальных инвесторов, а также туристов, но и на то, чтобы показать всю уникальность и весь потенциал данной территории в наглядной форме.

Следующей немаловажной перспективой развития туристской деятельности на территории города Оренбурга является разработка и внедрение дизайн-кода города. На данный момент уже имеются определённые наработки в данной сфере, но до официальной реализации им стоит пройти

ещё множество корректировок. Разработки дизайн-кода города Оренбурга на данный момент связаны лишь с центральной (исторической) частью города.

Применение качественного дизайн-кода позволит городскому пространству развиваться, сохраняя устойчивость необходимых параметров окружающей среды: визуальной привлекательности, удобства и комфорта, безопасности жизни и доступности, разумной достаточности. Дизайн-код очень важен, в первую очередь для самих жителей города. Необходима грамотная и простая логистика для того, чтобы человеку было удобно передвигаться, нужна информативность, безопасность движения. Все эти моменты должны быть учтены в дизайн-коде.

Внедрение дизайн-кода на территории центральной (исторической) части города позволит унифицировать всевозможные рекламные баннеры, вывески, фасады зданий и сооружений, вывески различных предприятий и пр., а также оформление среды (уличные фонари, скамейки и пр.), что в свою очередь приведёт к следующим положительным последствиям:

- более эстетичный вид культурно-исторических объектов;
- улучшение логистики и безопасности передвижения;
- более эстетичный вид городской среды (инфраструктуры);
- увеличение туристского потока.

На территории города Оренбурга, а в частности в его центральной (исторической) части располагается достаточно большое количество различных объектов, обладающих богатой и интересной историей, что характеризует их потенциал для включения в экскурсионную деятельность. Исходя из этого, для развития туристской деятельности на территории города существует перспектива создания постоянно действующего экскурсионного бюро с квалифицированным и опытным персоналом. На территории города на данный момент нет такого учреждения, что обосновывает актуальность и существенность данной перспективы. Создание данного предприятия несёт за собой несколько положительных аспектов:

- создание новых рабочих мест - станет новой возможностью для развития и карьерного роста для многих выпускников, обучающихся на направлении подготовки Туризм, также в будущем может выступать объектом производственной и преддипломной практик;

- сосредоточение экскурсионных туристских продуктов - в данном предприятии будет возможно приобрести экскурсии различной направленности по территории города и за его пределами;

- развитие экскурсионного обслуживания - специализация лишь на одном сегменте туристских продуктов, позволит улучшить экскурсионное обслуживание как количественно, так и качественно.

Следующая перспектива развития туристской деятельности в городе связана с расширением экскурсионных продуктов по видам туризма, то есть создание новых продуктов связанных с новыми явлениями или объектами, например:

1 На территории города Оренбурга находится несколько, по словам очевидцев, мистических мест, связанных с различными личностями или событиями (Михайловские казармы, лагерь «Восток б» и пр.). Данные здания и сооружения ветхие и самостоятельно проникать на их территорию опасно, но, при правильно составленной экскурсии и написанной легенде, этого можно избежать и обойтись просмотром поодаль. Некоторые люди увлекаются мистикой, легендами и прочим, они и смогут стать потенциальными потребителями данных экскурсионных продуктов. Также, данные экскурсии будут новыми и уникальными, что позволит привлечь ещё больше потенциальных потребителей.

2 Оренбургская область и города Оренбург в частности являются многонациональными, соответственно, каждая национальность имеет свои традиции и обычаи, что также касается и кухни. Разработка экскурсий, посвящённых гастрономии на территории города, при участии соответствующих предприятий общественного питания позволит познакомить

как местных жителей, так и гостей из других городов, областей, а в особенности стран, с самобытностью и уникальностью большей части национальностей, проживающих на территории города Оренбурга через их аутентичную кухню.

3 Ещё одним потенциально интересным видом экскурсий, являются экскурсии, связанные с промышленными объектами. В настоящее время все больше туристов интересуется техникой и технологией создания различных товаров. Исходя из этого, разработанные экскурсии, связанные с промышленными предприятиями города будут иметь соответствующий спрос. Данные продукты могут быть направлены не только на работников в сфере промышленности, но и на обучающихся школ и высших учебных заведений.

Следующая перспектива связана с целостностью и сохранностью культурно-исторических объектов (зданий, сооружений, памятников и пр.) города Оренбурга. Многие из них находятся не в лучшем состоянии как со стороны экстерьера, так и интерьера. Исходя из этого, муниципальным органам власти необходимо обратить внимание на состояние данных объектов и предпринять необходимые меры по их реставрации или восстановлению. Данные мероприятия позволят включить больше различных объектов в туристскую деятельность и разнообразить различные туристско-экскурсионные продукты.

Таким образом, тщательное и качественное решение выявленных проблем, а также акцент на перспективах, позволит значительно улучшить туристскую деятельность города Оренбурга и, соответственно, повысить степень использования и включения туристских ресурсов города в туристскую деятельность различного типа организации и направленности. А также позволит использовать данные туристские ресурсы для создания на территории города Оренбурга туристско-рекреационного кластера (комплекса).

Использованные источники:

1. ФЗ РФ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» от 24.11.1996 № 132-ФЗ.
2. Леденева, К.А. Бренд: понятие бренда, его составляющие, брендинг в современных условиях / К.А. Леденева, О.Н. Горбунова // Глобальные проблемы модернизации национальной экономики: Материалы V Международной научно-практической конференции (заочной): в 2 частях, Тамбов, 10 мая 2016 года / Ответственный редактор А.А. Бурмистрова. Том Часть 1. – Тамбов: Тамбовская региональная общественная организация «Общество содействия образованию и просвещению «Бизнес - Наука - Общество», 2016. – С. 252-258.
3. Романова, Д.Н. «Дизайн-код» существующего государственного благоустройства / Д.Н. Романова // Традиции и инновации в строительстве и архитектуре. Градостроительство: Сборник статей / Под редакцией М.В. Шувалова. – Самара: Самарский государственный технический университет, 2018. – С. 264-266.