

ВНЕДРЕНИЕ МАРКЕТИНГОВЫХ СТРАТЕГИЙ РАЗВИТИЯ ТУРИСТИЧЕСКО-РЕКРЕАЦИОННОГО ПОТЕНЦИАЛА НА РЕГИОНАЛЬНОМ УРОВНЕ

В. В. Ляшенко, Р. С. Зубков

*Николаевский межрегиональный институт развития человека
высшего учебного заведения «Открытый международный университет
развития человека «Украина»*

Рассмотрен вопрос использования маркетинговых стратегий развития туристическо-рекреационного потенциала на региональном уровне. Обобщены теоретико-методологические аспекты формирования и внедрения маркетинговых стратегий развития туристическо-рекреационного потенциала на региональном уровне.

Современное региональное развитие на уровне государства заключается в определении ключевых проблем регионального развития, приоритетов государственной региональной социально-экономической политики с точки зрения общенациональных потребностей и интересов.

Одним из стратегических заданий развития региона является повышение конкурентоспособности и укрепление ресурсного потенциала региона. Решение этого задания возможно путем увеличения инвестиций в приоритетные сферы экономики, внедрения инноваций, поддержки малого и среднего предпринимательства, развития производственной и социальной инфраструктуры, рационального природопользования и охраны окружающей среды, развития туризма и рекреации.

Изучению и обобщению проблем стратегического планирования регионов и разработке стратегии комплексного пространственного развития посвящены фундаментальные исследования зарубежных и украинских ученых-регионалистов.

Но для диверсификации экономической деятельности большое значение имеет развитие сферы туризма и различных форм отдыха. Экономический рост, структурные изменения в экономике и активизация международных контактов содействуют развитию сектора услуг. При этом большую роль играют природные, рекреационные особенности территорий. Поэтому необходимо предусмотреть стимулирование развития предпринимательства в туристической сфере, содействие развитию и модернизации туристической и рекреационной инфраструктуры, повышение качества и обеспечения конкурентоспособности отечественных предложений на мировом рынке услуг в сфере туризма. Повышение уровня предоставления гостиничных услуг требует реконструкции, модернизации существующей гостиничной базы, вне-

дрения новых технологий, создания экономических стимулов для привлечения инвестиций в строительство и введение в эксплуатацию новых гостиниц, что, со своей стороны, ведет к значительным капитальным вложениям, инвестициям.

Целью исследования является обобщение теоретико-методологических аспектов относительно формирования и реализации маркетинговых стратегий развития туристическо-рекреационного потенциала на региональном уровне.

Достижением этой цели должен стать выбор стратегии развития туристическо-рекреационной системы региона и реализация ее стратегического потенциала, формирование соответствующей программы и мероприятий, в том числе осуществление соответствующей маркетинговой стратегии. Социально-экономическое, экологическое развитие регионов обуславливает территориальная структура, существенные отличия в функционировании современных туристическо-рекреационных систем. Эффективное развитие данных систем, опираясь на собственные конкурентные преимущества, нуждается в использовании маркетинговых стратегий разного уровня. Так, при выборе базовой стратегии следует учитывать то место, которое стремится занять туристическо-рекреационная система в структуре региона.

Развитие специализации региона определяет функциональная стратегия.

Маркетинговые стратегии развития туристическо-рекреационного потенциала охватывают три уровня. На первом уровне определяется целевой рынок, на который ориентируется туристическая и рекреационная отрасль региона; на втором – цена, при которой будет получаться не только прибыль, но и расширяться круг потребителей, расти уровень конкурентоспособности туристическо-рекреационной системы. На третьем уровне избирается поведенческая стратегия, которая характеризует направление формирования ее стратегического потенциала.

Именно комплексное, рациональное, системное использование маркетинговых стратегий развития туризма и рекреации, их потенциала предоставит возможность реализации приоритетов государственной региональной социально-экономической политики.

Маркетинговые стратегии развития туристическо-рекреационного потенциала на региональном уровне следует рассматривать в неразрывной связи с вопросами устойчивого развития.

Стратегическим направлением устойчивого развития является рациональное использование природно-ресурсного потенциала, неотъемлемой составляющей которого является рекреационный потенциал. Реализация стратегий устойчивого развития должна базироваться на соответствующих индикаторах устойчивого развития.

Основой развития туристическо-рекреационного потенциала, безусловно, являются мероприятия финансирования в эту сферу, а именно: плата за использование рекреационных ресурсов; усовершенствование ценообразования с учетом экологического фактора; ввод системы местных рекреационных собраний; льготное кредитование рекреационных учреждений; создание фондов воспроизводства и эффективного использования рекреационных ресурсов.

Привлечению инвестиций в данную сферу может способствовать:

– проведение тендеров на право получения земельных участков в рекреационных зонах под застройку объектами рекреации с долевым участием государства в сфере развития инфраструктуры;

– дальнейшее расширение номенклатуры курортно-рекреационных услуг за счет медицинских услуг (диагностика, профилактика и лечение заболеваний) с широким использованием рекреационных и лечебно-оздоровительных ресурсов;

- увеличение количества санаторно-курортных заведений, гостиниц и создания лечебных центров, которые будут оказывать платные услуги;
- ввод стандартов качества предоставления рекреационных услуг;
- создание сбалансированной сети объектов бытового обслуживания, в первую очередь, тех, которые предоставляют социальные виды услуг.

Данные мероприятия дадут возможность эффективно перераспределять финансовые ресурсы для наращивания стратегического потенциала туристическо-рекреационных систем регионов, формирования конкурентных преимуществ, повышения уровня конкурентоспособности рекреационной сферы.

Использование маркетинговых стратегий развития туристическо-рекреационного потенциала даст возможность формировать и реализовывать стратегический потенциал Николаевской области, который может быть реализован на основе планирования и прогнозирования соответствующей программы с учетом определенных проблем, приоритетов, сильных и слабых сторон, возможностей и угроз туристическо-рекреационной системы.