

Исследование восприятия бренда Северного Байкала как туристической дестинации

Е.В. КОРЧАГИНА, доктор экономических наук, Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики».

E-mail: elena.korchagina@mail.ru

Р.А. ШИГНАНОВА, маркетолог, ООО РИГ «Улан-Удэ Реклама».

E-mail: r.shignanova@gmail.com

Статья посвящена изучению восприятия бренда Северного Байкала как туристического региона. Исследование включает серию глубинных экспертных интервью (органы государственного управления туристическим сектором и туристический бизнес региона) с целью получения оценки туристического потенциала Северного Байкала, выявления перспективных направлений развития туризма, а также существующих проблем и ограничений. Был проведен формализованный опрос представителей целевой аудитории для оценки намерений посетить регион и изучения существующего туристского опыта. Результаты исследования показали высокий потенциал Северного Байкала на российском туристическом рынке. Одной из основных проблем, помимо географической удаленности, высоких транспортных затрат и неразвитой инфраструктуры, оказалось отсутствие четкого позиционирования бренда, отличающего регион от других прилегающих к озеру Байкал территорий.

Ключевые слова: Северный Байкал, туристическая дестинация, туристический потенциал региона

Регион Северного Байкала как туристическая дестинация

Непростые экономические условия, с которыми столкнулись сейчас многие регионы России, заставляют их искать новые пути развития. Одним из таких направлений, особенно для тех регионов, на территории которых расположены природные, исторические и культурные достопримечательности, является развитие внутреннего и въездного туризма. В данных регионах туристическая отрасль способна стать важным вектором развития бизнеса, генератором создания новых рабочих мест, источником доходов регионального бюджета.

К территориям России, имеющим значительный туристический потенциал, относится и Северный Байкал. Он занимает площадь 54 тыс. км² [1], является частью Республики Бурятия

и включает в себя город Северобайкальск и Северобайкальский район (образован 10 сентября 1925 г., в него входят десять муниципальных образований). Административный центр расположен в поселке городского типа Нижнеангарск, основанном как первое русское поселение на эвенкийских землях. Пик развития поселка пришелся на период строительства Байкало-Амурской магистрали (БАМа). В этот период в поселке были открыты железнодорожный вокзал, аэропорт и небольшой порт.

Северобайкальск также появился благодаря строительству БАМа. Первоначально он носил название поселок Новогодний, в 1975 г. был преобразован в рабочий посёлок Северобайкальск, а к 1980 г. получил статус города республиканского значения. Город расположен на одной широте с Москвой, но при этом приравнен к территориям Крайнего Севера. Численность населения на 2016 г. – чуть менее 24 тыс. чел. [1], при этом Северобайкальск является самым крупным населённым пунктом на берегу озера.

Климат региона, как и во всей Восточной Сибири – резко континентальный, при этом большинство байкальских ветров дуют вдоль берега, их максимальная скорость может достигать до 40 м/с [2]. Байкальский микроклимат уникален. Зимой озеро отдает накопленное тепло, поэтому сезоны года на Байкале по сравнению с другими районами Бурятии и Иркутской области «запаздывают» почти на месяц.

Северный Байкал богат удивительными природными феноменами – здесь и высокие горы, и ледники, и система чистейших высокогорных озер, и каскады красивейших водопадов [3]. Так, очень привлекательна для горных туристов и альпинистов высшая точка Байкальского хребта – гора Черского (высота более 2500 м). У ее подножия растут мощные кедры и реликтовые тополя в три обхвата толщиной [2]. Горные реки и озера населены эндемичными видами флоры и фауны [4]. Исторический интерес представляет неолитическая стоянка возрастом около четырех тысяч лет на мысе Лударь.

С рекреационно-оздоровительной точки зрения интерес могут вызывать песчаные пляжи Слюдяных озер и уникального узкого острова Ярки (ширина от 100 до 400 м [2]), горячие минеральные источники Гоуджекита, Дзелинды, мыса Котельниковский и губы Хакусы. Роскошные виды открываются путешественникам в бухте Ая, на ледниковом озере Фролиха и в Баргузинской долине.

Высокий скалистый мыс Турали известен своими «поющими» песчаными дюнами. Живописный горный перевал Даван в северной части Байкальского хребта популярен среди фрирайдеров, сноубордистов и горнолыжников.

Таким образом, Северный Байкал имеет высокий потенциал для развития различных видов туризма: природно-познавательного, экологического, рекреационно-оздоровительного, культурно-религиозного, научного, спортивного, экстремального и спелеологического.

Оценка проблем и перспектив развития туризма на Северном Байкале методом экспертного интервью

Для оценки проблем и перспектив развития территории Северного Байкала нами было проведено 15 глубинных экспертных интервью с сотрудниками органов государственного управления туристическим сектором в Республике Бурятия и представителями туристического бизнеса в регионе. Результаты исследования показали следующее.

Базисом для создания бренда Северного Байкала все эксперты считают уникальную природу озера (табл. 1), по их мнению, все территории, прилегающие к озеру Байкал, могут развиваться как отдельные туристические дестинации, так и быть встроенными в общую систему маршрутов.

Таблица 1. Оценка перспективности элементов туристического потенциала Северного Байкала по результатам глубинных экспертных интервью (по 5-балльной шкале)

Элемент туристического потенциала	Оценка перспективности
Близость к Байкалу	5
Нетронутая природа	4,9
Культурно-историческое наследие	3,1
Горячие источники	5
Экскурсионные маршруты, тропы	4,2
Горнолыжные базы (зоны фрирайда)	3,9
Человеческий потенциал	5
События и мероприятия	2

Сдерживают развитие территории неразвитость транспортной системы, высокая стоимость транспортировки и обслуживания,

слабое информационное поле, недостаточно развитый сервис, экологические ограничения (Закон об охране о. Байкал), появление спирогиры (нитчатой водоросли), пожары. Эксперты отмечают, что на Северном Байкале существуют предпосылки для организации и развития практически всех видов природоориентированного туризма: экологического, лечебно-оздоровительного, сельского, гастрономического, приключенческого, спортивного (как летнего, так и зимнего), охоты, рыбалки, пеших и лыжных походов и т. д. (табл. 2).

Таблица 2. Оценка перспективности развития отдельных видов туризма на Северном Байкале (по 5-балльной шкале)

Вид туризма	Оценка
Детско-юношеский	1
Культурно-познавательный	3,2
Событийный	4,7
Гастрономический	4,8
Экологический	5
Спортивный/экстремальный	5
Деловой (конгрессно-выставочный туризм, интенсив-туризм)	1
Рыбалка/охота	5
Религиозный (духовный, паломничество)	0
Медицинский (оздоровительный)	2,3
Джайлоо-туризм: «побег из цивилизации» (совместно с этническим туризмом)	5
Другое: промышленный, геологический	4

Представители бизнес-сообщества считают, что Россия в целом и ее отдельные субъекты, в том числе Бурятия, страдают гигантизмом при разработке стратегий развития туризма. Амбициозные инвестиционные проекты, основанные на иллюзорных туристических потоках и баснословных прибылях, планируются и утверждаются на высшем уровне, но не учитывают специфику места, в первую очередь географическую и экологическую. Ряд экспертов говорят о том, что имеет смысл сначала привлекать туристов из соседних регионов, для которых транспортные расходы не будут такими высокими. Хотя в этом случае можно столкнуться и с трудностями: соседние регионы имеют близкий потенциал по параметрам чистоты природы и развитости инфраструктуры. В этой связи перспективной выглядит стратегия продвижения туристического бренда Северного Байкала

на иностранные рынки и в отдаленных российских регионах, где люди готовы платить за удаленность от цивилизации, за уникальную природу и новые впечатления.

Представители туристического бизнеса в целом убеждены в хороших возможностях развития туризма на Северном Байкале, особенно выделяя интересные маршруты и разнообразие туров, но низко оценивают уникальность предложения и конкурентные преимущества гостиниц, рекреационной инфраструктуры. Исследование также выявило негативный для локального туристического бизнеса и регионального бюджета факт: туры на Северный Байкал в основном реализуются иркутскими и красноярскими туроператорами. Бурятские туроператоры, даже из столицы республики Улан-Удэ, реализуют предложения на Северный Байкал в очень ограниченном количестве. В результате Республика Бурятия не получает в региональный бюджет средств от развития туристического бизнеса на своей территории.

Распределение туров по уровню цен выглядит следующим образом: 85–90% составляют продукты средней ценовой категории, 5–8% – высокой и 5–7% – низкой. Это объясняется тем, что Северный Байкал входит в разряд уникальных мест, которые «стоит увидеть хотя бы один раз», а с учетом затрат поездка действительно становится разовой. Покупатели дорогих туров, которые имеют возможность посещать и многие другие культурные места, также в большинстве случаев приезжают однократно. Представители низкодоговодного сегмента могут позволить себе поездки на Северный Байкал только из близлежащих регионов, да и то не часто.

Обобщая экспертные мнения, высказанные в ходе глубинных интервью, можно сделать следующие выводы.

- По критерию уникальности у Северного Байкала нет прямых конкурентов, но существуют альтернативные туристические продукты, близкие по ключевым критериям потребительского выбора, как в самом Байкальском регионе (например, Тункинская долина, Южный Байкал, хребет Хамар-Дабан, Западное побережье Байкала, Малое море, остров Ольхон и другие), так и других регионах Сибири (например, Алтайский край или Республика Хакасия).

- Туризм на Северном Байкале наиболее подходит для «искушенных» туристов, любящих пешие и лесные прогулки,

для спортсменов, в том числе экстремалов, а также для тех, кто интересуется экологией, историей, рыбаков и охотников.

- На территории Северного Байкала наиболее перспективны виды туризма, тесно связанные с природой территории: различные виды спорта, экологический туризм, подледная рыбалка, «побег из цивилизации» и т. д.

- Высокие транспортные тарифы выступают главным сдерживающим фактором развития. В то же время они ограничивают большой поток туристов, что является положительным фактором в сохранении уникальной природы Северного Байкала.

- Слабое информационное поле и наличие конкурирующих регионов ослабляет и без того не лучшие позиции Республики Бурятия на туристическом рынке.

Исследование туристского опыта и намерений посетить регион Северного Байкала среди представителей целевой аудитории

Для выявления намерений посетить регион и изучения существующего туристского опыта нами было проведено полевое исследование в виде формализованного опроса 197 респондентов, проживающих на территории России (кроме Иркутской области и Республики Бурятия). Население близлежащих регионов из опроса исключалось с целью получения информации о восприятии и отношении к Северному Байкалу именно как к туристической дестинации, а не месту проживания. Анкетирование проводилось с использованием персонального, телефонного и интернет-опроса.

Результаты опроса показали, что 74% респондентов никогда не были на Байкале. Из тех, кто когда-либо посещал регион, большинство (49% респондентов) приезжали на западную сторону озера (Листвянка, о. Ольхон), 31% – на северную (Северобайкальск, Нижнеангарск), 20% – на восточную (Гремячинск), 16% – на южную, и 4% затруднились с ответом. Таким образом, Северный Байкал занимает второе место по частоте посещений в Байкальском регионе после Иркутской области, что подтверждает перспективность его развития как туристического направления.

Распределение ответов на вопрос о частоте посещения региона оказалось вполне ожидаемым: 25% респондентов выбрали

вариант ответа «раз в год», 73% – «реже, чем раз в год», 2% отметили вариант «другое».

На вопрос о цели посещения региона большинство респондентов (41%) ответили, что самым популярным видом туризма является «пляжный», хотя даже в самую жаркую погоду Байкал остается достаточно холодным для купания. Тем не менее это не пугает туристов, так как главная ценность озера – это его прозрачная и чистая вода. Далее следует «культурно-познавательный туризм» (27%), что обусловлено богатой историей и разнообразным национально-культурным составом местного населения – здесь представлены эвенкийская, бурятская и русская культуры [5]. На третьем месте (24%) оказалась категория «другое», в которой респонденты указывали собственные варианты ответов («семейный отдых», «временное проживание», «гостили у родственников», «были на свадьбе друзей» и пр.). Четвертое место (20%) заняла категория профилактического и оздоровительного туризма, пятое (18%) – организация детского и юношеского отдыха. Шестое место поделили «спортивный / экстремальный туризм» и «охота / рыбалка» (по 14%). Далее по убыванию респондентами были отмечены категории экологического туризма (12%), «побега из цивилизации» (10%), событийного туризма (8%), деловых поездок (8%), религиозного (4%) и гастрономического (4%) туризма.

Распределение ответов на вопрос о вариантах размещения показало, что 37% туристов останавливаются у друзей, родственников и знакомых. Это можно объяснить экономией затрат и недостаточным развитием гостиничной инфраструктуры. Вторым по популярности вариантом являются кемпинги, палатки, домики на колесах и т. д. (16%). Третье место занимает вариант «гостевые дома, аренда комнат/мест и частного сектора» (15%). Данный факт имеет как положительные, так и отрицательные последствия. С одной стороны, относительная популярность такого варианта размещения означает, что местное население готово к развитию туризма, активно участвует в расселении туристов и доброжелательно настроено по отношению к ним (на это указали многие эксперты). Однако, с другой стороны, это отражает достаточно высокую степень развития неучтенного сектора экономики, поскольку при таком варианте размещения налоги не поступают в бюджет региона. Варианты размещения

на туристических базах выбрали 14% респондентов, в отелях – только 10%.

В целом впечатления от поездки остаются положительными: 75% респондентов оценивают их на 8–10 баллов по десятибалльной шкале, более половины выбирают в качестве ответа высший балл. Поэтому большинство респондентов намерены еще раз посетить регион. Вероятность того, что они вернуться на Байкал снова, две трети респондентов оценивают выше 50%. Те, кто давал низкие оценки вероятности повторного визита, связывали это с неудобством размещения, дальностью поездок и их дороговизной.

Что же касается тех респондентов, которые никогда не были на озере Байкал, то из 146 человек 92% выразили желание посетить его; 4% ответили, что не имеют такого желания; 3% затруднились с ответом. При этом большинство желающих посетить Байкал хотели бы приехать и летом, и зимой.

Так же, как и среди представителей первой группы экспертов, большинство туристов хотели бы организовать свой тур самостоятельно. Предпочтительными вариантами размещения названы «Отели и гостиницы», «Кемпинг (палатки, домики на колёсах и т. п.)» и «Туристские базы» – каждый из вариантов был отмечен 20% респондентов. Варианты «Гостевой дом (аренда комнат / мест в частном секторе)» и «У друзей, родственников, знакомых» были отмечены как предпочтительные 12% и 9% респондентов соответственно. Наиболее привлекательными для данной группы респондентов являются культурно-познавательный, экологический, пляжный и событийный туризм.

К сожалению, только 25% респондентов отметили Северный Байкал как привлекательное туристическое направление. Это говорит о низком уровне информированности и интереса к данной территории. Для развития Северного Байкала как туристической дестинации необходимы разработка его туристического бренда и обеспечение ему четкого позиционирования как на внутрисекторном, так и на внешнем рынках [6].

Для выявления идей, которые могли бы стать основой позиционирования Северного Байкала, нами был использован метод словесных ассоциаций. Всем участвовавшим в опросе респондентам был задан вопрос о том, какие ассоциации связаны у них с Северным Байкалом. Результаты обработки

Несмотря на существующие инфраструктурные ограничения, ряд внешних факторов позволяет высоко оценить перспективы развития туризма в регионе. К данным факторам в первую очередь следует отнести снижение доступности и безопасности традиционных для российских туристов зарубежных направлений (Египет, Турция, Европа и т. д.), что связано как с экономическим кризисом, так и с возросшими террористическими угрозами и обострением политической обстановки. Потенциал классических внутрироссийских направлений как рекреационного (курорты Краснодарского края, Крыма и т. д.), так и экскурсионного туризма (Москва, Санкт-Петербург, «Золотое кольцо» и т. д.) достаточно ограничен. Уникальные туристические возможности Байкальского региона позволяют не только расширить и углубить ассортиментное предложение российского туристического рынка, но и реализовать стратегию «импортозамещения» в туристическом сегменте.

Важным и востребованным направлением для развития туризма в регионе является создание инфраструктуры, обеспечивающей «безопасные приключения» и культурно-познавательный отдых. В настоящее время музейный комплекс региона включает в себя музеи освоения Севера, истории строительства БАМа в Северобайкальске и историко-краеведческий музей Северобайкальского района в Нижнеангарске. В то же время чрезвычайно интересный историко-культурный потенциал региона пока остается нераскрытым. Более полной его реализации могут способствовать дополнительные тематические проекты, посвященные этнической и культурной самобытности народов региона, особенностям их жизненного уклада, обрядовой и гастрономической специфике. В качестве положительного примера подобного проекта можно назвать открывшийся в 2012 г. недалеко от Северобайкальска этнографический комплекс «Эвенкийская сказка». Также можно отметить северобайкальский яхт-клуб «Белый парус», организующий интересные круизы на парусных яхтах.

В целом отношение к Байкалу и его близлежащим территориям является положительным, хотя, конечно, как и везде, существуют определенные стереотипы о людях, их культуре и территории в целом. Брендинг территорий призван нивелировать негативные представления о месте и позиционировать его с наиболее выгодных сторон. Таким образом, развитие Север-

ного Байкала как туристической дестинации требует не только реализации программ повышения доступности территории и улучшения туристической инфраструктуры региона, но и разработки четкой концепции позиционирования уникального территориального бренда.

Литература

1. Бурятия в цифрах – 2015: стат. сб. / Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Республике Бурятия (Бурятстат). URL: http://burstat.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_ts/burstat/ru/statistics/db/44a59900488b9edfac38fcf7eaa5adf2 (дата обращения: 15.08.2016).
2. Волков С. Путешествия по Байкалу: Путеводитель: мини-энциклопедия. – Иркутск, 2013. – 448 с.
3. Овчинникова Н. С. (ред.) Атлас. Озеро Байкал: прошлое, настоящее, будущее. – Иркутск: ВостСибАГП, 2005. – 122 с.
4. Кожов М. М. Биология озера Байкал. – М.: Изд-во АН СССР, 1962. – 316 с.
5. История Бурятии. В 3 т. Т. II. XVII – начало XX в. – Улан-Удэ: Изд-во БНЦ СО РАН, 2011. – 624 с.
6. Максанова Л. Б. - Ж. Опыт государственного регулирования туризма в Республике Бурятия // ЭКО. – 2012. – № 9. – С. 13–23.

