

Секторальная Региональная

**ПРОГРАММА**

по повышению туристической  
привлекательности  
Региона Развития АТО Гагаузия  
на 2019-2025

**Авторы:**

Анжела Кашкавал, Светлана Лазарь, Виталий Кюркчу, Светлана Генова, Ольга Акулова, Мария Николаев и Алла Черниогло.

Разработано в рамках проекта, финансируемого ЕС:

**“Техническая Помощь для Интеграции АТО Гагаузия в национальные рамки Регионального Развития”** – Контракт № 2017/387 – 564 при поддержке консорциума: **PLANET, AVENSA Consulting, INCOM Ltd.**

Партнеры проекта

**Исполнительный Комитет АТО Гагаузия**

**Агенство Регионального Развития АТО Гагаузия**



Эта публикация была подготовлена при финансовой поддержке Европейского Союза. Ее содержание является исключительно ответственностью авторов и не обязательно отражает точку зрения Европейского Союза.



# ОБЗОР

Аббревиатуры	5
Словарь терминов	6
Резюме	9
<b>1. ВВЕДЕНИЕ</b>	<b>12</b>
<b>2. ОСНОВОПОЛАГАЮЩИЙ АНАЛИЗ</b>	<b>15</b>
2.1. Законодательство и документы планирования, регламентирующие сектор туризма	15
2.2. Общее описание региона	17
2.2.1. Административное устройство и степень доступности АТО Гагаузия	17
2.2.2. Население	19
2.3. Уровень развития региона по отраслям	19
2.4. Туристические ресурсы региона	22
2.5. Уровень развития туризма в Гагаузии	25
2.5.1. Текущая ситуация в туризме	25
2.5.2. Портрет туриста Гагаузии	27
2.5.3. Выводы	28
2.6. Степень привлекательности туристических услуг в АТО Гагаузии	28
2.6.1. Проведенный анализ	28
2.6.2. Аналитические выводы, ориентированные на возможности развития по видам туризма в АТО Гагаузии	29
2.7. Многокритериальный анализ видов туризма	34
2.8. Выводы по анализу SWOT	37
2.9. Ключевые выводы анализа	40
<b>3. ОБОСНОВАНИЕ ПРЕДЛОЖЕНИЙ ПО РАЗВИТИЮ ПЕРСПЕКТИВНЫХ «ТУРИСТИЧЕСКИХ НАПРАВЛЕНИЙ» В АТО ГАГАУЗИЯ</b>	<b>42</b>
<b>4. ОСНОВНЫЕ ЦЕЛИ И ПРИОРИТЕТЫ ПРОГРАММЫ</b>	<b>45</b>
<b>5. ПЛАН РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ</b>	<b>48</b>
5.1. План мероприятий, бюджет и возможные источники финансирования	49
5.2. План рисков по реализации программы	51
5.3. План мониторинга программы	53
<b>6. ВЛИЯНИЕ ПРОГРАММЫ НА СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ РЕГИОНА</b>	<b>55</b>
Приложения	56



# АББРЕВИАТУРЫ



<b>АТОГ</b>	Автономное Территориальное Образование Гагаузия
<b>АРР</b>	Агентство Регионального Развития
<b>РМ</b>	Республика Молдова
<b>SWOT</b>	Метод анализа для стратегического планирования
<b>UNWTO</b>	Международная организация по туризму
<b>НБС</b>	Национальное Бюро Статистики Республики Молдова
<b>ВВП</b>	Внутренний Валовой Продукт
<b>ВРП</b>	Валовой Региональный Продукт
<b>РВВП</b>	Региональный Внутренний Валовой Продукт
<b>СРП</b>	Секторальная Региональная Программа
<b>ЕС</b>	Европейский Союз
<b>МИГ</b>	Местная Инициативная Группа
<b>GAP анализ</b>	Анализ пробелов
<b>КРС</b>	Крупный рогатый скот
<b>SARD</b>	Проект ЕС по поддержке агропромышленного и сельского развития
<b>НПО</b>	Неправительственные организации
<b>DMO</b>	Организация по управлению туристической дестинацией ( перевод с английского языка)
<b>USAID</b>	Агентство США по международному развитию
<b>п.п.</b>	Процентные пункты

# СЛОВАРЬ ТЕРМИНОВ

**Турист** – потребитель тура туристского продукта или туристских услуг; временный посетитель местности, населенного пункта, территории или страны независимо от его гражданства, национальности, пола, языка и религии, находящийся в данной местности не менее чем 24 ч, но не более 12 месяцев в течение календарного года, или находящийся вне места своего проживания в пределах своей страны и осуществляющий по меньшей мере одну ночевку; путешествующий ради удовольствия или с познавательными, лечебными, деловыми целями и не занимающийся при этом деятельностью в месте временного пребывания, оплачиваемой из местного источника.

**Внутренний турист** – временный посетитель, совершающий в посещаемом месте не менее одной ночевки, постоянно проживающий в определенной местности и путешествующий в целях туризма в иную местность в пределах своей страны, но вне пределов его обычного обитания на срок, не превышающий 12 месяцев, и не занимающийся оплачиваемой деятельностью в месте временного пребывания.

**Турагент** – организация или индивидуальный предприниматель, занимающийся продажей сформированных туроператором туров. Турагент приобретает туры у туроператора и реализует туристский продукт покупателю, либо выступает посредником между туристом и туроператором за комиссионное вознаграждение, предоставляемое туроператором.

**Туризм** – это выезды (путешествия) посетителей в другую страну или местность, отличную от места постоянного жительства, на срок менее одного года с любой главной целью, кроме занятия оплачиваемой деятельностью.

**Туристическая дестинация** – это управляемая социально-экономическая территориальная система, обладающая туристским ресурсным потенциалом с определенной спецификой или направлением привлечения туристов, представляющим конкурентоспособную потребительскую ценность, и устойчиво привлекающая туристские потоки.

**Туристические ресурсы** – природные, исторические, социально-культурные объекты, включающие объекты туристического показа, а также иные объекты, способные удовлетворять духовные и иные потребности туристов, содействовать поддержанию их жизнедеятельности, восстановлению душевного равновесия и физических сил.

**Туристический кластер** – это сосредоточение в рамках одной ограниченной территории взаимосвязанных предприятий и организаций, занимающихся разработкой, производством, продвижением и продажей туристского продукта, а также деятельностью, смежной с индустрией туризма и рекреационными услугами.

**Туристический маршрут** – путь перемещения туристов, определяющий последовательное посещение исторических и природных памятников, а также других мест, например, мест остановок на привал. Маршрут может разрабатываться туристской фирмой или самостоятельно туристами. В случае прохождения по маршруту организованному турфирмой, участники обеспечиваются услугами проводника, экскурсионными, а также иными услугами, например, транспортными.

**Туристический указатель** (индикатор) – информационный придорожный указатель, показывающий направление движения к туристическому объекту или место его расположения.

**Туроператор** (туристский оператор) – организация, занимающаяся комплектацией туров и формированием комплекса услуг для туристов, продвижением и реализацией туров. Туроператор разрабатывает туристские пакеты, обеспечивает предоставление туристических услуг, рассчитывает цены на туры, передает туры турагентам для их последующей реализации туристам, обеспечивает информационную поддержку процесса реализации тура.

**Гид** – профессионально подготовленное физическое лицо, оказывающее экскурсионно-информационные, организационные услуги туристам по ознакомлению с туристскими ресурсами в стране (месте) временного пребывания.

**Заказник** – охраняемая природная территория, на которой под охраной может находиться как весь природный комплекс (если заказник комплексный) так и некоторые его части: только растения, только животные (либо их отдельные виды).

**Заповедник** — участок территории (акватории), на котором сохраняется в естественном состоянии весь его природный комплекс, а охота запрещена. Кроме того, на территории заповедника запрещена любая хозяйственная деятельность.

**Инфраструктура туризма** - комплекс сооружений, инженерных и коммуникационных сетей, в том числе телекоммуникационной связи, дорог, смежных индустрии туризма предприятий, обеспечивающих нормальный доступ туристов к туристским ресурсам и их надлежащее использование в целях туризма, обеспечение жизнедеятельности предприятий индустрии туризма и собственно туристов.

**Кафе**— заведение общественного питания и отдыха, похожее на небольшой ресторан, но с ограниченным по сравнению с рестораном ассортиментом продукции, также, возможно, — с самообслуживанием.

**Кейтеринг**- отрасль общественного питания, связанная с оказанием услуг на удалённых точках, включающая все предприятия и службы, оказывающие подрядные услуги по организации питания сотрудников компаний и частных лиц в помещении и на выездном обслуживании, а также осуществляющие обслуживание мероприятий различного назначения и розничную продажу готовой кулинарной продукции.

**Кемпер** - турист, путешествующий на автотранспорте и пользующийся кемпингом.

Кемпинг - лагерь для автотуристов, оборудованный палатками или другими легкими сооружениями летнего типа (например, бунгало), автомобильной стоянкой, системой водоснабжения и канализации и оснащенный приспособлениями для приготовления пищи.

**Отель** — традиционный тип гостиничного предприятия, предоставляющий услуги размещения, имеющий штат обслуживающего персонала, предоставляющий широкий набор дополнительных услуг и высокий уровень комфорта.

**Пансионат** - разновидность гостиницы с предоставлением услуг размещения и полным обслуживанием жильцов.

**Природоохранная зона** — территория, требующая особой охраны из-за её природных, культурных или иных особенностей.

**Путешествие** — передвижение по какой-либо территории или акватории с целью их изучения, а также с общеобразовательными, познавательными, спортивными и другими целями.

**Международный (иностраный) турист.** Лицо, путешествующее в целях туризма в другую страну, не являющуюся страной его обычного проживания, на срок не менее 24 ч, без занятия оплачиваемой деятельностью.

**Научный туризм** - представляет собой туристические поездки с научно – исследовательскими целями, а также с целью принять участие в различных симпозиумах, конгрессах, совещаниях.

**Образовательный туризм** (обучающие туры) представляет собой туристические поездки с целью получения новых знаний и навыков. В таких турах основное внимание обычно уделяется изучению языков, однако встречаются и туры, направленные на обучение спортивным играм, какому-либо виду спорта, повышению квалификации и прочее.

**Организованный туризм** - поездка, организуемая туристскими фирмами по стандартному или разработанному самим туристом маршруту.

**Лечебно** – оздоровительный туризм представляет собой разновидность санаторно-курортного лечения и рассматривает организацию оздоровления людей с точки зрения путешествия. Это достигается путем формирования туристического продукта, в основе которого лежат лечение, реабилитация, оздоровление, улучшающие качество жизни путем полного удовлетворения потребности в отдыхе, оздоровлении и лечении с использованием разнообразных составляющих природного комплекса (ландшафт, комфортный климат, здоровый режим, смена обстановки и др.) и - таких методов воздействия на организм человека как бальнео-, пелоидо-, ландшафто-, талассо- и климатотерапия.

**Винный туризм или энотуризм** — туризм, целью которого являются дегустации, потребление и покупка вина непосредственно на винодельне. Винный туризм может включать посещение виноделен, виноградников, известных ресторанов, винных фестивалей и других специальных мероприятий.

**Гастрономический туризм** - вид туризма, основная цель которого знакомство с той или иной страной через призму национальной гастрономии. Для гастрономического туриста еда - в первую очередь категория культуры. С такой позиции традиционная кухня воспринимается в связи с историей, религи-

ей, экономикой, политикой, обычаями, легендами и другими факторами, формирующими уникальную идентичность страны или региона.

**Деловой туризм** - отрасль туристического бизнеса, которая включает поездки на ярмарки, выставки, конгрессы, семинары и тренинги, интенсивы и частные деловые поездки. Цели делового туризма – обучение, обмен опытом, продвижение продукта, поиск деловых партнеров, заключение контрактов и прочее.

**Рекреационный туризм.** Туризм с целью отдыха и рекреации. Отличительными особенностями рекреационного туризма являются: большая продолжительность путешествия; небольшое количество входящих в маршрут городов; длительная продолжительность пребывания туриста в одном и том же месте (преимущественно на курорте). Рекреационный туризм считается сезонным и представлен в основном двумя наиболее популярными его видами - горнолыжным и пляжным.

**Религиозный туризм** (паломнический туризм) - представляет собой туристические поездки с целью посещения религиозных объектов, мест религиозного поклонения, а также участия в религиозных обрядах и ритуалах.

**Ресторан** – предприятие общественного питания с широким ассортиментом блюд сложного приготовления, включая заказные и фирменные.

**Санаторий** - лечебно-профилактическое учреждение, в котором для лечения и профилактики заболеваний используют главным образом природные факторы (климат, минеральные воды, лечебные грязи, морские купания и т. п.) в сочетании с лечебной физкультурой, физиотерапией и рациональным питанием (диетой) при соблюдении определённого режима лечения и отдыха.

**Сельский дом** (пансион) – форма средства размещения туристов, созданная на основе типичного сельского дома, предоставляющая туристам базовые услуги размещения и питания.

**Сельский туризм** (агротуризм) – сектор туристской индустрии, ориентированный на использование природных, культурно-исторических и других ресурсов сельской местности и её особенностей для создания комплексного туристского продукта.

**Событийный туризм** - это направление туризма, в котором туристические поездки приурочены к каким-либо определенным мероприятиям (событиям), таким как фестивали, выставки.

**Спортивно приключенческий туризм.** Данный вид туризма включает в себя туризм с целью активного отдыха и занятий спортом. Единого стандарта для спортивно-приключенческого туризма не создано, нет четкого определения, как не существует и единой формулы для создания спортивно приключенческих туров. Сюда относятся охота и рыбалка, пешие и велосипедные прогулки, спелеология, альпинизм, парашютный спорт, конный спорт и многие другие активные виды деятельности.

**Транзит** - Провоз пассажиров из одной страны в другую через промежуточную страну.

**Шопинг-туризм** включает туристические поездки, имеющие своей целью приобретение различных товаров. Этот вид туризма внесезонный, однако в нем все-таки прослеживается сезонность, которая зависит от периода праздничных скидок.

**Экологический туризм** – форма туризма, сфокусированная на посещении относительно незатронутых антропогенным воздействием природных территорий.

**Экскурсант.** Временный посетитель местности, населенного пункта или страны, находящийся в данной местности в целях туризма менее, чем 24 ч.


**Экскурсионный туризм.** Сюда относятся поездки и путешествия с познавательными целями. Самостоятельным видом туризма он не является, так как в основном дополняет какой-либо иной вид туризма.

**Экскурсовод** – это специалист, который проводит экскурсии для внешних или внутренних туристов.

**Эмпирический туризм** (экспериментальный) – это туризм, основанный на познании и собственном чувственном опыте. Такой туризм является одним из эффективных способов личностного развития, он позволяет приблизить туристов к своему собственному внутреннему миру, и способствует полноценному проживанию происходящего. Познавательно- эмпирический туризм, при условии наличия современного подхода к организации туризма, может включать такие виды туризма, как рекреационный туризм, экскурсионный туризм, сельский туризм (агротуризм), экологический туризм (зеленый туризм), религиозный туризм (паломнический туризм), событийный туризм (хобби-туризм), развлекательный туризм, этнический туризм и такие специальные виды туризма, как гастрономический, винный, промышленный и пр.

# РЕЗЮМЕ

- В результате проведенного анализа с целью определить степень привлекательности региона развития АТО Гагаузия, были сделаны общие выводы которые стали основой для определения целей программы по повышению туристической привлекательности региона.
- Туризм в Гагаузии очень слабо развит. Слабая конкуренция на рынке туристических услуг, отсутствие качественного управления развитием туристического предложения привело к тому, что отношение цены и качество услуг делают их непривлекательными для туристов, в основном туристы проводят в Гагаузии не больше одного дня.
- Диаспора Гагаузии видит туристический потенциал региона, основанный на традициях и культуре народа, на историческом и природном наследии. Представители диаспоры для улучшения ситуации в области туризма предлагают организацию новых привлекательных туристических событий, концентрацию на повышении уровня качества туристических услуг, причем большое внимание необходимо уделить источникам информирования и активному и эффективному продвижению региона за пределами страны.
- Только 10% из опрошенных респондентов целевой группы бизнесменов, готовы сегодня развивать туристическую деятельность, из них 20% готовы вкладывать свои средства в развитие туризма уже сегодня. Многие из тех, кто не готов сегодня вкладывать в туризм, все же желают развивать дополнительные виды деятельности, включая туризм, но они не информированы о существующих в данном направлении возможностях. Программа сможет им помочь в выявлении таких возможностей. Это означает, что бизнес желает инвестировать и развивать туризм, но нуждается в программах финансовой и технической поддержки (информирование, продвижение, подготовка кадров – это то, что отметили большинство из респондентов).
- МИГи Гагаузии уже начали разрабатывать и реализовывать проекты по развитию туризма, но им не хватает опыта и знаний на региональном и местном уровне для правильного планирования туристической деятельности.
- Туристические ресурсы Гагаузии позволяют организовать широкий спектр видов туризма, но большинство из них нуждаются в инвестициях, чтобы создать соответствующие условия для их включения в туристический оборот. В то же время, концентрация имеющихся туристических ресурсов не достаточна для того, чтобы сконцентрироваться на определенном виде туризма и позволяет комбинировать разные виды туризма, чтобы охватить несколько категорий туристов. В комплексе можно предоставить хорошие вина, еду, интересную информацию, опыт и много положительных эмоций от общения с жителями региона и познания культуры и истории гагаузского народа. Многокритериальный анализ подтвердил, что экспе-риентно – познавательный туризм является наиболее оптимальным направлением туризма в Гагаузии.
- Степень привлекательности туризма в Гагаузии не на высшем уровне, но и не очень низкая, благодаря повышенному интересу к познанию гагаузского народа, его культуры и истории. Низкий уровень качества туристических услуг в Гагаузии и повышенный интерес к региону подтверждает то, что потенциал для развития туризма есть, но необходимо повысить качество туристических услуг и подготовить соответствующие кадры для их предоставления, обеспечить мощное продвижение и соответствующее информирование туристов.
- Туристические агентства подтвердили, что особенностью Гагаузии является разнообразная культура, язык, традиции и наследие, которые интересны в основном городским туристам. Это делает регион привлекательным не только для внешних туристов, но также для внутренних туристов. Тот факт, что очень мало туристов возвращаются (в основном туристы из Турции) говорит о низком качестве услуг и отсутствии разнообразия туристического предложения. Можно сказать, что ожидания туристов не совпадают с качеством полученных услуг.



## МИССИЯ ПРОГРАММЫ:

*Устойчивое развитие туризма в АТО Гагаузии, посредством достижения баланса в реализации экономических, экологических, социальных и культурных целей развития региона, учитывая интересы туристов, самого региона и местного населения, на основе рационального использования имеющихся туристских ресурсов и всестороннего партнерства: региональных и местных властей, местных жителей и бизнеса*

## ВИДЕНИЕ ПРОГРАММЫ:

Гагаузия – успешно-реализуемое, востребованное туристическое направление, в рамках национального туристического бренда

## СТРАТЕГИЧЕСКАЯ ЦЕЛЬ ПРОГРАММЫ:

Обеспечить приемлемые условия для долгосрочного развития туризма в Гагаузии, чтобы путем привлечения инвестиций в развитие и повышения качества туристских услуг, стимулирования открытия новых рабочих мест и эффективного использования туристических ресурсов региона постепенно, до 2025 года, увеличить ПРЯМОЙ ВКЛАД туризма в РВВП до 1%.

## КОНКРЕТНЫЕ ЦЕЛИ ПРОГРАММЫ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В АТО ГАГАУЗИЯ:

1. Способствовать повышению качества туристских услуг и их многообразию таким образом, чтобы увеличить пребывание иностранных туристов в Гагаузии в среднем до 3 дней;
2. Развивать инфраструктуру сельского туризма в Гагаузии с привлечением в туристическую деятельность минимум 80 % населенных пунктов региона (до 2025 года);
3. Прирост в Гагаузию внутренних туристов, путем создания условий для активного отдыха, совмещенного со спортивными, лечебными и другими, сопутствующими мероприятиями, на базе минимум 2-х объектов национального уровня.

Развитие туристической отрасли региона будет обеспечена путем следующих приоритетных направлений, выявленных на основе SWOT-анализа:

1. Развитие инфраструктуры управления, мониторинга и оценки развития туризма на региональном уровне, которая включит в себя функции управления туристским информационным потоком, и будет представлять интересы всех заинтересованных в развитии туризма сторон;

2. Развитие инфраструктуры доступа к имеющимся туристическим ресурсам, для улучшения их капитализации (эффективного использования в туристических целях);
3. Мощное и эффективное продвижение туристической дестинации - Гагаузия, рекламно-информационное обеспечение продвижения туристского продукта на внутреннем и международном рынках – оцифровывание туристических информационных ресурсов;
4. Стимулирование создания туристических кластеров и развитие сетевого взаимодействия всех заинтересованных в развитие туризма сторон;
5. Подготовка человеческих ресурсов для предоставления и продвижения туристских услуг высокого качества.

Для достижения поставленных задач и целей программы были проанализированы более 100 идей проектов по развитию туристических услуг в регионе, которые были получены от проекта SARD, от местных и районных администраций, неправительственного и бизнес сектора в процессе организованных в районных центрах региона встреч.

На основе их анализа, рабочей группой были сформулированы и отобраны 10 концептов интегрированных проектов, которые, учитывая начатые инициативы, опыт, ресурсы, заинтересованность и видение населенных пунктов региона, покрывают своим действием 80% населенных пунктов (примэрий) Гагаузии и способствуют достижению всех 3 конкретных целей программы. Минимум 3 из 5 установленных приоритетов программы развития туристической привлекательности региона, включены в цели каждого концепта.

Таким образом, каждый разработанный концепт покрывает несколько населенных пунктов региона, формируя микро-зоны воздействия программы, где мероприятия сгруппированы по общим целям. Цели сформулированы в зависимости от общих проблем, которые нужно решать в микро-зоне или в зависимости от возможностей для развития туристических услуг в данной целевой зоне.

Для каждого концепта рассчитаны необходимые инвестиции, разделенные по категориям возможного финансирования: гранты, бюджет (местные и региональный) и частные инвестиции. Таким образом, реализация разработанных концептов будет способствовать объединению усилий всех заинтересованных сторон, позволит достигнуть ощутимых положительных изменений в развитии туризма в Гагаузии. Каждый концепт может быть реализован поэтапно и каждый результат одного концепта может быть реализован отдельным небольшим проектом.

Также, разработанные концепты были проанализированы согласно 10 установленных критериев, с целью установления приоритетности в реализации инвестиций в туристическую инфраструктуру.

Мероприятия по реализации программы разработаны на основе выявленных проектных концептов, которые включают направления деятельности и задачи не только региональных, но и местных властей, а также НПО и бизнеса.

Первостепенными мероприятиями являются те, что будут способствовать реализации других важных мероприятий или без них невозможно их выполнения.

Так, первостепенная задача программы – это создание региональной организации по управлению туристическим направлением (дестинацией) Гагаузия, так как Гагаузия отличается однородностью компактного проживания этнических или малых народностей, которые представляют повышенный интерес для туристов, как внешних, так и внутренних, своей культурой и историей.

Одновременно с созданием организации будут созданы основные инструменты для продвижения туристической дестинации и информирования туристов о достопримечательностях и туристических ресурсах региона. Также, можно уже сформулировать туристические предложения или конкретные туристические продукты на основании имеющихся туристических ресурсов, учитывая первостепенные мероприятия по улучшению некоторой инфраструктуры доступа к ним.

Надо учесть существующие возможности по финансированию первостепенных мероприятий и запланировать их в соответствии с источниками финансирования. При планировании мероприятий были учтены возможности проектов, которые реализуются в Гагаузии с помощью ЕС и других доноров, а также проекта по повышению конкурентоспособности USAID.

В результате выполнения программы в регионе будут созданы условия для привлечения и принятия внешних и внутренних туристов, предоставляя им туристические услуги более высокого качества и разнообразия.

После реализации всех запланированных проектов, в регионе будут созданы:

- более 80 новых туристических услуг;
- не менее 300 прямых рабочих мест и примерно 1000 косвенных в других сопутствующих туризму отраслях;
- примерно 80 новых предприятий (в основном малые и средние предприятия), большинство из них будут семейные бизнес-проекты;
- более 23 млн ЕВРО привлеченных инвестиций в развитие сектора, из которых около половины – это частные инвестиции, и до 2025 года не менее 10 млн. ЕВРО доход от туристов в региональную экономику.

# 1.

## ВВЕДЕНИЕ

Данная Секторальная Региональная Программа (СРП) является документом регионального планирования инвестиций в средне и долгосрочное развитие инфраструктуры туризма с целью расширения возможностей экономического развития региона и определения направлений и приоритетов в развитии отрасли туризма в АТО Гагаузия.

СРП определяет конкретные цели и основные потребности развития инфраструктуры, для их достижения, основываясь на выявленных туристских ресурсов региона и пробелов в уровне оказанных туристических услуг в Гагаузии.

Документ был разработан, учитывая мнение местных жителей, диаспоры и туристов, посетивших регион, национальный и международный опыт в развитии туризма, а также соблюдая соответствие этого документа отраслевой политики и соответствующим стратегическим рамкам на национальном уровне.

Документ был разработан Агентством Регионального Развития АТО Гагаузия при методологической и финансовой поддержке Проекта ЕС «Интеграция АТО Гагаузия в национальные рамки регионального развития Республики Молдова» и основывается на комплексном анализе уровня туристической привлекательности региона и перспективах его развития на период 2019 – 2025 г.г. в соответствии с положениями законодательства Республики Молдова и стратегическими документами развития всех уровней:

- Национальная стратегией по развитию туризма: Туризм 2020
- Стратегией Регионального Развития Республики Молдова [2016-2020]
- Стратегией Регионального Развития АТО Гагаузия [2017-2020]
- Стратегией Социально-Экономического Развития АТО Гагаузия [2017 – 2022]

Данная РСП была разработана с использованием поэтапного подхода, обеспечивающего надлежащий баланс между прогнозами Международной Организации по Туризму, национальными целями по развитию туризма, региональными и местными возможностями и потребностями, и основывается на информировании, консультации и участии всех заинтересованных сторон. С этой целью была создана секторальная рабочая группа (согласно Приказу АРР, приложение 16 к данному документу) из 20 членов – представителей национальных, региональных и местных властей, бизнеса и общественный сектор, а также эксперты в области экономического развития и в области туризма. В процессе разработки РСП были проведены следующие мероприятия:

- **формирование рабочей группы развития сектора туризма и организация 6 рабочих семинаров.**
- **базовое исследование**, которое включает анализ потенциала развития туризма в Гагаузии и степень туристической привлекательности региона.

С целью анализа уровня развития туризма в Гагаузии, возможностей и приоритетов его развития были проведены следующие мероприятия:

▪ **СБОР ДАННЫХ ОТ РАЗЛИЧНЫХ РЕГИОНАЛЬНЫХ И НАЦИОНАЛЬНЫХ УЧРЕЖДЕНИЙ, ВКЛЮЧАЯ НБС**

Были составлены списки необходимой информации и отправлены АРР Гагаузии.

▪ **ПРОВЕДЕНЫ 4 ОПРОСА**

**1. Опрос общественного мнения** по поводу степени важности туризма в развитии региона. 97% респондентов считают, что: «туризм может способствовать социально-экономическому развитию Гагаузии, который мог бы спровоцировать хороший толчок устойчивого развития сельской местности региона».

**2. Опрос мнения диаспоры Гагаузии**

В данном анкетировании приняли участие 27 представителей гагаузской диаспоры за рубежом из 40, заранее определенных интервьюерами. Респонденты были выбраны из разных стран проживания (всего из 10 стран – большинство из Российской Федерации и Республики Турция), разного возраста, пола и профессий. Лишь 33% из них планируют вернуться жить в Гагаузию.

Цель опроса заключалась в определении сильных и слабых сторон Гагаузского туризма и уровня качества туристических услуг с точки зрения диаспоры.

89% представителей диаспоры считают, что туризм является одной из приоритетных отраслей.

**3. Опрос бизнес сектора Гагаузии**

В данном анкетировании приняли участие 30 бизнес-организаций из 40, заранее определенных экспертами. Отбор организаций был произведен с учетом их прямого или косвенного отношения к туризму. Цель данного опроса - определить уровень готовности и намерения бизнеса АТО Гагаузия в сфере туризма и смежных областях;

Основные выводы по результатам данного анкетирования:

- Из 30 опрошенных 42% оказались из области услуг (общественное питание, гостиничное дело), 5% из сферы торговли, 11% из области туризма, 6% из сферы промышленности, 25% из сельского хозяйства;
- 83% организаций активны на рынке более 5 лет (от 7 до 30 лет);
- 60% респондентов в этом вопросе ответили, что их бизнес зависит от развития туризма;
- 87% организаций считают, что туризм является одной из главных отраслей

**4. Опрос экспертов в области туризма и областях, смежных туризму из АТОГ**

В данном анкетировании приняло участие 15 экспертов из 20, заранее определенных.

Целью данного опроса было определение мнений экспертов касательно рейтинга и степени важности направлений туристических услуг в сфере туризма (и смежных областях) АТО Гагаузия.

**5. Опрос туристических агентств муниципия Кишинэу**

Было опрошено 8 туристических агентств, которые сотрудничали с Гагаузией, как с туристическим направлением. Целью опроса было понять и сформулировать профиль туриста Гагаузии и требования/мнения агентств для дальнейшего сотрудничества.

▪ **ВСТРЕЧИ:**

1. **Встречи с представителями 3 МИГов, функционирующих на территории Гагаузии** с офисами в селах Томай, Джолтай и Копчак. Встречи были организованы для того, чтобы выявить местные инициативы в области туризма.

(МИГ Gagauz Korafıarı организовал первый 2-хдневный туристический маршрут для жителей Приднестровья, изъявивших желание посетить автономию.

2. **Встречи с другими проектами.** Были организованы встречи и обеспечено участие в мероприятиях, проводимых другими проектами, такими как GAMCON, USAID, проект сотрудничества с Латвией и участие на Международной Конференции по Винному Туризму в м. Кишинэу. Цель: обеспечить синергию между проектами и применить опыт других проектов в Гагаузии.

▪ **ВИЗИТЫ:**

1. **Были организованы 26 визитов в населенные пункты Гагаузии** с целью выявления туристических ресурсов.
2. **Анализ собранной информации** и разработка документа/сборника туристических ресурсов на основе которых будет создана on-line база данных.

▪ **РАЗРАБОТАНЫ РАЗДЕЛЫ АНАЛИЗА:**

- Общее описание региона, включая развитие по отраслям;
- Туристские ресурсы региона;
- Уровень развития туризма;
- Степень привлекательности туристических услуг;
- Многокритериальный анализ выявленных видов туризма;
- SWOT анализ туризма в Гагаузии и общие выводы по исследованию которые должны обосновать цели и приоритетов развития туризма в Гагаузии».

**Далее, на основе данных, полученных в результате исследований, были проведены следующие мероприятия:**

- Определены цели и приоритеты программы;
- Организованы 3 открытые встречи на уровне районов, включившие презентацию целей программы, обзор туристических ресурсов, консультации относительно идей туристических проектов;
- Организованы 10 рабочих встреч с рабочими подгруппами по разработке концептов программы и расчету необходимых инвестиций с учетом их приоритетности;
- Разработан документ программы;
- Организованы публичные слушания для консультирования общественного мнения всего населения региона по программе (27.02.2019)



# 2.

# ОСНОВОПОЛАГАЮЩИЙ АНАЛИЗ

## 2.1. Законодательство и документы планирования, регулирующие сектор туризма

**Всемирный Комитет по Туризму ежегодно проводит исследования экономического влияния туризма на все страны. Согласно проведенного исследования в 2018 году для Молдовы были прогнозированы следующие вклады туризма в развитии Молдовы до 2028 года:**

- **прямой вклад в ВВП:**

Прямой вклад туризма в ВВП Республики Молдова составил 1,4 млрд. леев (86,2 млн. долл. США), то есть 1,0% от общего объема ВВП в 2017 году и, согласно прогнозам, вырастет на 4,9 процентных пункта в 2018 году, и будет продолжать расти на 5,2 процентных пункта ежегодно с 2018 по 2028 год, до 2,5 млрд. леев (150,5 млн. долларов США), что составит 1,1% от общего объема ВВП в 2028 году.

- **занятость (прямой вклад):**

В 2017 году общий вклад туризма в занятость, включая работу, косвенно поддерживаемую промышленностью, составил 2,9% от общей занятости (34 500 рабочих мест). Ожидается, что он вырастет на 0,5 п.п. в 2018 году до 35 000 рабочих мест и увеличится на 1,3 п.п. в год до 40 000 рабочих мест в 2028 году (3,4% от общего числа). Или 11,265 рабочих мест на 1000 жителей по республике.

- **инвестиции:**

Вложения в туризм в 2017 году составили 0,8 млрд. леев, 2,2% от общего объема инвестиций (46,8 млн. долл. США). Он должен подняться на 3,3 п.п. в 2018 году и увеличиться на 4,4 п.п. годовых в течение следующих десяти лет до 1,2 млрд. леев (74,2 млн. долларов США) в 2028 году, что составляет 2,3% от общего объема.

### **Национальная стратегия по развитию туризма «Туризм 2020» предусматривает следующие положения:**

*Общая цель Стратегии* – активизировать туристическую деятельность в Республике Молдова путем развития внутреннего и рецепторного туризма.

Туризм в Республике Молдова должен стать конкурентоспособным и хорошо развитым экономическим сектором, который эффективно использует туристическое наследие страны, содействует молдавскому гостеприимству по высоким стандартам, обеспечивает разнообразие отдыха граждан.

В целях достижения общей цели в настоящей Стратегии определены *пять конкретных целей*:

- 1) совершенствование нормативной базы в сфере туризма в соответствии с требованиями туристического рынка, связанного с европейскими стандартами;
- 2) использование национального туристического потенциала и продвижение имиджа Республики Молдова в качестве туристического направления;
- 3) региональное развитие туризма;
- 4) повышение квалификации специалистов и качества туристических услуг;
- 5) технологическое совершенствование индустрии туризма посредством использования информационно-коммуникационных технологий.

**В стратегических документах, определяющих развитие АТО Гагаузия** отрасль туризм относится к приоритетному направлению. Это следующие стратегии:

1. Стратегия социально-экономического развития Гагаузии 2017-2022г.г.
2. Стратегия регионального развития региона развития АТО Гагаузия на 2017-2020г.г.

Одновременно, туризм относится к одному из приоритетных направлений развития бизнеса в следующих программах:

1. Секторальная Региональная программа «Развитие инфраструктуры поддержки предпринимательства региона развития АТО Гагаузия на 2017-2022г.г.»
2. Целевая программа поддержки и развития малого и среднего бизнеса в АТО Гагаузия на 2016-2019г.г.

Согласно закона РМ «Об особом правовом статусе Гагаузии (Гагауз Ери)» N 344 от 23.12.1994г. ст.12. ч. (1) определяет, что к компетенции Народного Собрания относится принятие нормативных актов, обязательных к исполнению на территории Гагаузии, и Уложения Гагаузии, а ч. (2) п. е) определяет, что Народное Собрание принимает местные законы в области экономики и экологии. Так как туризм является одной из отраслей экономики, то соответственно существует возможность разработки местных законов, регламентирующих данную отрасль. Одновременно в вышеназванном законе РМ в ст. 17 определены полномочия Исполнительного комитета Гагаузии, согласно которой он обеспечивает:е) разработку программ экономического, социального и национально - культурного развития, охраны окружающей среды и их реализацию после утверждения Народным Собранием;

На данный момент времени в АТО Гагаузия нет отдельно принятого местного закона, который регламентировал развитие туристской отрасли. С 1995 года по 2018 год Народное Собрание Гагаузии принимало местные законы АТО Гагаузия, в отдельных из них уделяется внимание развитию туризма

По итогам оценки законодательных и нормативных актов, действующих в АТО Гагаузия, можно сделать следующие выводы:

- В АТО Гагаузия наработана законодательная база, которая может служить стимулирующим фактором для развития туризма;
- Законодательные и нормативные акты в АТО Гагаузия дополняют национальное законодательство и нормативные акты, что дает возможность учесть специфические особенности в регионе;
- В АТО Гагаузия продолжает действовать закон, определяющий туристическую дея-

тельность, как сферу бизнеса, которая подлежит лицензированию, хотя на национальном уровне процедуры лицензирования в сфере туризма отменены.

- В АТО Гагаузия отсутствует отдельный местный закон, который бы регламентировал функционирование сферы туризма.
- В АТО Гагаузия нет целевой программы, определяющей развитие туризма.

*Детальный анализ законов предоставлен в приложении 6 данного документа.*

## 2.2. Общее описание региона

### 2.2.1. Административное устройство и степень доступности АТО Гагаузия

**АТО Гагаузия** расположено в южном регионе Молдовы на расстоянии 100 км до международного аэропорта Кишинэу и равноудаленный доступ к аэропортам Румынии и Украины.

Расположение региона создает возможности по использованию туристического потенциала совместно с районами, входящими в регион развития Юг Республики Молдова, и трансграничного туризма с Одесской областью Украины и уездами Тулча, Галац, Васлуй, Брэила Румынии.

Компактность региона предоставляет возможность изучения достопримечательностей Гагаузии с разных точек зрения: традиции, обычая, культура и т.д.



**Территория региона** составляет 5,4% всей территории страны (1848 км<sup>2</sup>, Республика Молдова – 33 840 км<sup>2</sup>)

Территория Гагаузии (Гагауз Ери) не компактна и представляет собой:

- 3 района (долая): Комратский, Чадыр-Лунгский и Вулканештский
- 32 населенных пункта
- 26 примарий: 2 муниципия, 1 город, 23 сельских населенных пункта.

#### **Расстояние от муниципия Комрат**

- до международного аэропорта Кишинэу составляет 100 км
- до международного аэропорта Яссы (Румыния) 200 км
- до морского порта Одесса и аэропорта Одесса (Украина) 217 км (по трассе R30)
- до речного порта Джурджулешть (Молдова) 134 км
- до речного порта Измаил (Украина) 122 км
- до речного порта Рени (Украина) 114 км
- до речного порта Галац (Румыния) 146 км.

**Таблица 2.2.1. Географические крайние точки на территории АТО Гагаузия:**

Направления	Крайняя точка, населенный пункт	Северная широта	Восточная долгота
Север	село Дезгинжа	46° 28' 18''	28° 35' 35''
Юг	село Етулия	45° 29' 83''	28° 25' 42''
Запад	село Чишмикиой	45° 36' 33''	28° 17' 17''
Восток	село Кириет-Лунга	46° 14' 10''	28° 56' 42''

#### **Наличие таможенных пунктов и пограничных переходов:**

- в Комрате, Чадыр-Лунге и Вулканештах расположены внутренние таможенные пункты;
- 2 международных автомобильных перехода (Вулканешты/Виноградовка, Чадыр-Лунга/Новые Трояны);
- 2 межгосударственных автомобильных пункта пропуска (Чадыр-Лунга/Малоярославец 1, Чишмикиой/Долинское);
- 1 международный железнодорожный пункт пропуска (Етулия/Фрикацей);
- 2 местных автомобильных пункта пропуска (Копчак/Кубей, Етулия/Нагорное).

На территории автономии **пролегают автодороги международного, национального и регионального значения, а также дороги местного значения.** Протяженность магистрали Кишинев-Чимишлия-Джурджулешты (М-3) по Гагаузии составляет 76,45 км, она соединяет Республику Молдова со странами Балканского региона и Турцией.

**На всех типах дорог (международной, национальных и местных) практически отсутствует информационное сопровождение в части установки специальных указательных знаков дорожного движения**, что приводит к информационному вакууму для местных жителей и гостей в части получения информации об имеющихся потенциальных возможностях по изучению населенных пунктов Гагаузии.

**Железнодорожное сообщение** обеспечивающее Молдавской Железной Дорогой соединяет железнодорожную станцию Комрат с м. Кагул и портом Джурджулешты, а также железнодорожную станцию Чадыр-Лунга со станцией Вулканешты и речным портом Рени (Украина).

## **2.2.2. Население**

Общая численность населения (по состоянию на 01.01.2018г.) составляет **4,6% населения страны, или 156 107 человек**. Большая часть населения проживает в сельской местности, около 62,92%, а в городской местности проживает около 37,08%. Плотность населения – 84,47 человек на 1 км<sup>2</sup>, что меньше на 32,53 человек на 1 км<sup>2</sup>, чем в среднем по стране, но больше чем в регионе Юг на 12,57 чел на 1 км<sup>2</sup>.

Структура населения Гагаузии по половому признаку характеризуется, как более сбалансированная, чем в среднем по стране: женщины составляют 51,44%, мужчины 48,56% (в сравнении с 52% женщин и 48 % мужчин по стране).

**Национальный состав жителей автономии характеризуется своим многообразием.** В АТО Гагаузия (Гагауз Ери) проживают представители 19 национальностей. Структура населения по национальному признаку может быть представлена следующим образом: на долю гагаузов приходится 83,07% общей численности, болгары составляют 5,26%, молдаване 4,64%, русские 3,12%, украинцы 2,67%, другие национальности 1,24%.

**В Гагаузии проживают больше молодежи, чем в среднем по стране.** В общей численности населения автономии на 2018 год доля населения в возрасте моложе 15 лет составляет 18,6%, (16,9 % по стране), а доля населения в трудоспособном возрасте в структуре численности жителей Гагаузии составляет **72 %** (на 0,6 п.п. больше чем по стране).

Регион, как и вся Республика Молдова, сильно подвержен процессам внешней эмиграции населения (как сезонной, так и долгосрочной). В настоящее время, более **24%** населения в регионе постоянно или периодически проживает за границей. **Процент молодых эмигрантов в возрасте 15-24 года в общей численности эмигрантов намного выше, чем в среднем по стране** и составляет свыше **37 %** от общего числа эмигрантов.

## **2.3. Уровень развития региона по отраслям**

Начиная с 2015 года в экономике региона наметилась **тенденция уменьшения общего количества зарегистрированных предприятий**. Но вместе с тем, **объемы промышленного производства увеличиваются** в связи с появлением новых видов продукции с более высокой добавленной стоимостью и открытия новых рынков сбыта продукции.

Согласно расчетам НБС, доля Гагаузии в ВРП в 2014-2015 г.г. увеличилась на 4,8 п.п., при этом статья «Проживание и питание» в структуре ВРП АТО Гагаузия занимала 0,49 % и увеличилась только на 3,8 п.п. Можно считать, что прямой вклад туризма в ВРП Гагаузии составляет не более 0,5%.

**Таблица 2.3.1. Состав отраслей промышленности АТО Гагаузия**

Отрасли пищевой промышленности	Отрасли непищевой промышленности
винодельческая	топливная (переработка нефти)
спиртовая	фармацевтическая
консервная	электроэнергетика
мукомольно-крупяная	парфюмерная
хлебопекарная и производство хлебобулочных изделий	машиностроительная (производство тракторов)
макаронная	станкостроение
мясная	мебельная
молочная	деревообрабатывающая
масложировая	легкая (швейная и кожевенная)
эфиро-масличная	строительных материалов
	стекляная (производство сетки из стекло волокна)

В АТО Гагаузия экономическими агентами применяется наименьшее количество химических удобрений на 1 га, по сравнению с другими регионами Молдовы, что делает возможным производство экологически чистой продукции (46,1 кг на 1 га при среднем по РМ 49,6 кг на 1 га). Но настораживает и другой факт, что практически не используются органические удобрения.

#### **Ключевые особенности экономики региона**

1. В структуре предприятий промышленности значительную долю составляют предприятия винодельческой отрасли (более 60%). На 9 предприятиях имеются дегустационные залы, а на 4-х реализуются программы по открытию подворий для предоставления дополнительных услуг туристам.
2. Важным с точки зрения производства конечного продукта является завод по производству молочной продукции SRL «Fabrica Oloi-Pak» под торговой маркой SANA.
3. Увеличиваются объемы производства автохтонной мясной продукции SRL«Ksteg» и SRL «Carne de sud».
4. Наличие в регионе предприятий пищевой и непищевой промышленности, многие из которых производят уникальные виды продукции свидетельствует о наличии потенциала и новых технологий представляющих интерес для внутренних туристов, особенно детей и подростков, а также людей выехавших из АТО Гагаузия, но периодически приезжающих на родину.
5. В сельскохозяйственном секторе необходимо выделить развитие животноводства – выращивается КРС (племенные фермы SRL «Docsancom» и SRL «Aidin», надои на одну корову почти в 2 раза больше среднего показателя по стране и мелкий рогатый скот (овцы и козы поголовье в 2016г. – 123550 голов, в 2017г. 132536 голов), при этом поголовье с каждым годом увеличивается, особенно в личных хозяйствах.

# GAĞAUCIYA

## KOMBRAT DOLAYI

6. В регионе традиционной сферой в сельском хозяйстве являются виноградники, общая площадь которых составляет более 10% от общей площади в Республике Молдова (2016г. – 3901 га в Гагаузии при 30377 га в Республике Молдова).
7. Количество людей занимающихся пчеловодством увеличивается, как результат рост количества пчелосемей. В период 2007 – 2016 годов, число пчелосемей в целом в Молдове выросло на 33,24%, в регионе Север на 28,59%, в регионе Центр на 23,24%, в регионе Юг на 27,79%, а в Гагаузии на 121,03%. За последние 3 года на число пчелосемей в Гагаузии приходился удельный вес, колеблющийся между 8,59% и 9,63% от общего количества в стране.

**По итогам проведенного анализа развития отраслей экономики АТО Гагаузия, можно выделить потенциал в развитии следующих типов туризма:**

- **Сельский туризм (агротуризм).** Наличие разнообразных по содержанию направлений в сельском хозяйстве Гагаузии (растениеводство – однолетние культуры, виноградарство и сады, животноводство, особенно пчеловодство).
- **Познавательный туризм.** Наличие винодельческих предприятий, молочного завода, мясных изделий, дает возможность посещать отдельные предприятия с целью изучения технологии производства, особенно студентами, подростками, детьми. Отдельным направлением следует отметить *промышленный туризм*.
- **Деловой туризм.** Очень многие деловые люди из разных стран, приезжающие в Республику Молдова обязательно посещают АТО Гагаузия, при чем не только чтобы изучить потенциальные возможности для ведения бизнеса и осуществления инвестиций, но и с целью изучения самобытной культуры гагаузов. Стало традиционным проведение Международного экономического форума, а также организация ознакомительных визитов бизнесменов, как индивидуально, так и в составе групп.
- **Приключенческий туризм.** Имеющаяся сеть транспортных коммуникаций создает возможности для организации туристических маршрутов на велосипедах, автомобильные маршруты и конные маршруты, а также тематические экспедиции.

## 2.4. Туристические ресурсы региона

При проведении оценки туристических ресурсов АТО Гагаузия в целях определения направлений развития наиболее перспективных видов туризма, был произведен анализ различных видов туристических ресурсов.

При этом, все туристические ресурсы были разделены на три основные группы:

- Природные туристские ресурсы;
- Антропологические, культурно исторические ресурсы;
- Этнокультурные ресурсы и туристическая бизнес-среда;

Различия в концентрации определенных видов туристских ресурсов на территории населенных пунктов Гагаузии небольшие, в основном наблюдаются при сравнении туристических ресурсов городов и сел. В то же время, при кажущейся на первый взгляд схожести туристических ресурсов, в разных населенных пунктах они имеют определенный оттенок уникальности.

В АТО Гагаузия представлены все виды туристических ресурсов, однако их концентрация невелика. Наиболее полно представлены уникальные культурно исторические ресурсы, народные традиции и праздники региона, гастрономия и виноделие, памятники истории.

По видам туристских ресурсов были сделаны следующие выводы:

Водные туристские ресурсы потенциально привлекательны для туристов. В АТО Гагаузия могут использоваться для развития спортивно-приключенческого туризма и для рекреации. При этом необходимо решить вопросы подъездных путей к водным объектам, в большинстве случаев укрепить дамбы, решить вопросы очистки самих водоемов, а также вопросы создания и развития инфраструктуры отдыха.

Наличие лесных ресурсов дает возможность развивать спортивно - приключенческий туризм, охоту. Однако размеры лесных площадей, плотность лесных насаждений недостаточны, чтобы развивать это направление туризма. Кроме того, лесные насаждения и лесополосы АТО Гагаузия часто загрязнены, требуют очистки. Таким образом, в целях туризмалеса и лесополосы можно использовать только в комплексе с другими туристическими ресурсами.

Имеющиеся геологические и палеонтологические памятники представляют большой научно познавательный интерес. Могут при проведении археологических и палеонтологических исследований выступать как отдельный вид туризма, а могут стать составным элементом познавательно-экскурсионных туров.

Лечебно – оздоровительный туризм – представлен одним санаторием - реабилитационным центром для детей. Его специализация: нервно-мышечные нарушения неврологического, травматического, ревматологического, ортопедического и др. характеров. Для развития лечебно-оздоровительного туризма необходимо разнообразить перечень услуг. Существует потенциал создания лечебных учреждений для лечения заболеваний ЖКТ, а также заболеваний неврологического и прочих характеров.

Для этого могут быть задействованы 13 месторождений и источников минеральных лечебных вод: гидрокарбонатные (Комрат, Конгаз, Чадыр-Лунга, Светлый, Копчак, Вулкэнешть), хлоридные (Бурчи, Гайдар, Казаклия), сульфатные (Комрат, Казаклия), бромисто-йодисто хлоридные (Комрат, Светлый), с радоновой эманацией и ураново-радиевой радиацией (Светлый).

Природные уголки и туристические ресурсы флоры и фауны АТО Гагаузия могут привлекать туристов, но не как самостоятельный туристический ресурс. Для развития в Гагаузии лечебно-оздоровительного туризма, а также такого направления познавательно-экспериментального туризма как экологический туризм, возможно строительство комплексов отдыха на лоне природы или организация специально оборудованных площадок для кемпинга.

Исторические места, памятники АТО Гагаузия могут привлекать туристов, однако они расположены по территории Автономии в невысокой концентрации. Они могут и должны использоваться при составлении познавательно-экспериментальных туров как важный элемент аттракции.

Легенды и интересные истории повышают привлекательность ресурсов туризма и также должны быть использованы для составления познавательно – экспериментальных туров.



Гастрономические особенности и кухня АТО Гагаузия являются важными туристическими ресурсами для развития познавательно-экспериментального туризма в целом и безусловно должны служить составным элементом при формировании маршрутов винодельческого туризма, а также культурно-познавательных туров, при проведении национальных праздников, спортивных, культурных мероприятий и событий.

Винодельческие туры в совокупности с гастрономическими туристическими ресурсами составляют важный потенциал развития туризма в АТО Гагаузия. Этот потенциал можно использовать уже сейчас, впоследствии развивая его, создавая вокруг него комплекс сопряженных туристических услуг. Такая комплексность позволит не только привлечь в регион внешних и внутренних туристов, но и впоследствии, при развитии данного направления – заставить их задержаться в регионе на несколько суток.

Количество народных ремесленников по селам невелико. Кроме того, действительно историческими ремеслами гагаузов владеют немногие народные умельцы. Потенци-



ально народные ремесленники могут использоваться и частично используются при проведении национальных гагаузских праздников, а также, как обучающий и/или развлекательный элемент в виде мастер классов в общем комплексе при создании познавательно-экспериментальных туров.

События и мероприятия являются важными туристическими ресурсами, которые способны притягивать в Гагаузию туристов. Проблемой в данной связи является недостаточность информации о событиях в СМИ и в сети Интернет. Кроме того, в периоды проведения массовых мероприятий особенно остро стоят вопросы размещения гостей, инфраструктурные проблемы.

Исследование туристских ресурсов позволило сделать вывод относительно видов туризма, развитие которых на территории автономии наиболее перспективно.

Таким образом, наиболее перспективным видом туризма является для Гагаузии познавательно-экспериментальный туризм, то есть туризм, который основан на познании национальных особенностей через чувства и ощущения. Следовательно, имеющиеся туристические ресурсы следует развивать в направлении роста интерактивности и вовлеченности туриста в создании собственной истории путешествий.

Темпы развития познавательно-экспериментального туризма во многом будут зависеть от развития туристической инфраструктуры, которая в Гагаузии зачастую находится в неудовлетворительном состоянии. Это дороги и подъездные пути, средства размещения, санитарно-гигиенические объекты и предприятия общепита.

*Характеристика туристических ресурсов региона дана более детально в приложении 2. данного документа..*

## 2.5. Уровень развития туризма в Гагаузии

### 2.5.1. Текущая ситуация в туризме

С целью определения уровня развития туризма в АТОГ были:

- учтены рекомендации UNWTO и законодательная база РМ;
- проанализирована официальная статистика тур. сектора РМ;
- проанализированы Годовые отчеты Генеральной инспекции пограничной полиции за период 2013-2017гг;
- проведены встречи, беседы с УКТГ, национальными туроператорами и агентствами, с национальной ассоциацией гидов, - которые активно работают в регионе;
- ознакомления с некоторыми туристическими объектами АТОГ.

#### **НА МЕЖДУНАРОДНОМ УРОВНЕ:**

Туризм и гостиничный бизнес представляют собой самую крупную в мире индустрию. Это 8% всего трудоспособного населения планеты, 9% инвестированного капитала и 10.4% мирового ВВП. На каждое рабочее место, создаваемое в индустрии туризма, приходится от 5 до 9 рабочих мест, появляющихся в других отраслях. От туризма получают доход 32 сектора экономики!

За последние 10 лет доходы от туризма растут ежегодно на 6,7%. К 2020 году UNWTO прогнозирует ежегодный рост туристов на 4-6%, соответственно к 2030 году ожидается, что международные прибытия составят около 1,2 млрд. туристов.

#### **НА НАЦИОНАЛЬНОМ УРОВНЕ:**

- Доход от молдавского туризма увеличился со 163 млн. долл. в 2010 году до 245 млн. долл. в 2016 году;
- В 2016 году капитальные вложения в путешествия и туризм оценивались в 0,7 млрд. леев (около 35 млн. долл.), или 2,2% от общего объема инвестиций;
- В настоящее время около 20 виноделов в Молдове предоставляют туристические услуги.

Туризм является важнейшим катализатором экономического роста многих быстро развивающихся стран. Туристы не только ввозят с собой часть заработанных средств, но и способствуют созданию в посещаемых странах новых рабочих мест.

В соответствии с рекомендациями ВТО в отношении отдельной страны выделяются следующие типы туризма:

- внутренний туризм - путешествия граждан в пределах государственных границ собственной страны;
- въездной туризм - путешествия нерезидентов в пределах государственных границ какой-либо страны;
- выездной туризм - путешествия резидентов одной страны в какую-либо иную страну.

#### **Внутренний и въездной туризм способствуют созданию наибольшей прибыли в казну государства.**

В период с 2013 по 2017 гг. лицензированными турагентствами было ввезено в страну 76191 иностранных туристов. Большинство иностранных туристов, которые выбрали такие услуги, являются туристами из Румынии (42.4%), Украины (26.3%), Российской Федерации (10,0%).

В целом, по сравнению с 2013 годом в 2017 году, количество иностранных туристов, заселенных в коллективных структурах размещения туристов, увеличилось с 93,9 тыс.

на 145,2 тыс., т.е. на 55%. Число иностранных туристов, зарегистрированных через турагентства в коллективных структурах заселения составляет 13.8% из всех прибывших в страну. Сравнительный анализ данных из различных источников доказывает, что **через турфирмы въезжает незначительная часть туристов.** В том числе, из-за высокой стоимости проживания в гостинице туристы отдают предпочтение заселению в апартаментах/ квартирах. Чаще всего, туристы предпочитают самостоятельно организовывать свой отдых, используя интернет ресурсы, приезжая малыми группами или индивидуально.

**По мнению национальных туроператоров и гидов самым востребованным типом на сегодняшний день является познавательный - экспеиентный туризм.**

### **НА РЕГИОНАЛЬНОМ УРОВНЕ МОЖНО ОТМЕТИТЬ СЛЕДУЮЩИЕ ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА:**

В АТО Гагаузии работают 11 филиалов туроператоров, из которых один международный (Tez Tour) и три национальных (SanAirService, DamlaTur, VulkanTur).

Данные агентства не занимаются въездным и внутренним туризмом, а оказывают в основном авиа и авто транспортные услуги для выезда местных жителей. *Всего в АТОГ 10 гостиниц с общим количеством номеров 167.*

Из перечня 6 проектов, утвержденного Решением Совета по Развитию АТОГ N1/2 от 7.10.2016г. выполнен полностью один: «Реабилитация туристической привлекательности региона за счет реконструкции дороги Ферापонтъевка – Авдарма- Кириет-Лунга».

Проводимые мероприятия по развитию туризма в регионе на момент анализа:

- Начата разработка 3 туристических маршрутов: Винный маршрут; Этнокультурный маршрут; Православный маршрут;
- Ведется работа по разработке и подготовке к выпуску туристического гида Гагаузии (в ожидании макетирования);
- На «День вина» были приглашены туристические агентства АТОГ, составлены 3 туристических маршрута и отдельная программа для представителей туристской сферы. Издан буклет «Путеводитель Дня Вина»;



- Разработан Календарь туристических мероприятий, но он не утвержден и его нет на сайте;
- По случаю «Дня туризма», организуются инфо-туры для представителей туристических фирм Кишинэу;

**Особым аспектом гагаузского турпродукта является винный туризм:**

- На винодельческую промышленность Молдовы приходится 3,2% валового внутреннего продукта и 7,5% общего объема экспорта страны в основном расположенных в сельской местности. Молдова имеет самую большую плотность виноградников в мире - 3,8% территории страны и 7% пахотных земель.
- Гагаузия располагает 26 тыс. гектарами садов и виноградников.
- Из беседы с кишиневскими туроператорами, 6 агентств из 8-ми привозят туристов для винных туров, в том числе и в Гагаузию.

**2.5.2. Портрет туриста Гагаузии**

На основании проведенных опросов диаспоры, экспертов в туризм и турагентств, а также бесед при встречах в населенных пунктах региона проведенных экспертами проекта были сформулированы следующие характеристики гостей и туристов которые посетили и заинтересованы в посещение Гагаузии:

- человек зрелого возраста (85% более 51 года). (21-30 лет -3%, 31-40 лет -5%, 41-50 лет 7%)
- проживает в городе (98%)
- нацелен на открытие чего-то нового и АТОГ ассоциируется с культурным разнообразием (специфичная кухня, и самобытные традиции, гостеприимные люди, язык, на котором говорят около 180 тысяч человек в мире);
- приезжает в основном на 1 день. (в остальной части Р.М, - это 3 - 7 дней);
- за один день (трансфер, сопровождение, экскурсии, обед + культурная программа, без проживания) местный турист готов заплатить 10-12 евро, а иностранный турист в сегодняшних условиях готов заплатить 20-30 евро;
- в тоже время, иностранный турист готов платить и 100 евро в день за лучший уровень услуг, проживание, винные туры и различные покупки;
- при выборе турпакета турист ориентируются в основном по рекомендациям своих друзей, по интернет продвижению и туристическим выставкам.
- Это человек, у которого возникло желание посетить территорию, на которой проживают люди гагаузской национальности (тюрки по происхождению и православные христиане по вере).
- Владеющий информацией о том, что на этой территории можно ознакомиться с бытом, богатой культурой малочисленного народа ( гагаузская кухня, фольклор, демонстрация традиций, качественное виноделие, демонстрация быта и старинных условий проживания, свадебные и другие национальные особенности, искренние отношения и соответствующий менталитет )
- Желающий приобщиться к сообществу, производящей экологически чистую продукцию, участвовать в сборе урожая, наблюдать и участвовать в процессе переработки и дегустации продукции. Хочет посмотреть мастер класс по какому-то, характерному для гагаузов ремеслу ( виноделие, сомелье, ухаживание за животными, ), посетить музеи, заповедники, выставки и национальные праздники (День вина, Касым, Хедерлез, выставки достижений).
- Желающий вернуться к истокам нации, месту жительства предков, посетить кладбище и другие памятные места, к своему месту рождения и вспомнить условия своей жизни, увидеть те изменения, которые произошли за период его отсутствия на данной территории.

- Желаящий удовлетворить потребности с целью восстановления физических и душевных сил, снять стрессы, в том числе и путем преодоления трудностей физического характера.
- Желаящий получить лечение в области иппотерапии на базе Чадыр-Лунгской конезфермы, стоматологии, санаторно-курортное лечение.
- Поменять условия быта, получить другую, более качественную энергию, искреннего натурального общения с людьми, обладающими другой ментальностью.
- Желаящий участвовать в развлечениях, организованных на базе Чадыр-Лунгского ипподрома (скачки, тотализатор).

### 2.5.3. Выводы

- Турфирмы из Кишинева готовы привозить туристов и на более длительный срок, но для этого нет достаточно разнообразного качественного турпродукта;
- Сочетание цены-качества предоставляемых туристических услуг в регионе делает его мало востребованным на национальном и международном рынке;
- Портрет туриста и статистика указывают на желание отдохнуть в сельской местности, познавать местный культурный колорит, остаться ночевать в традиционном доме, и т.п., но в АТО Гагаузия есть лишь одно (!) подобное предложение;
- Туристы готовы оставить в регионе больше денег, но предложения для них очень ограниченные;
- Незнание государственного и английского языков работниками гостиниц, музеев, не способствует росту туристической привлекательности региона;
- Применение для одного и того же турпродукта разных цен, для разных стран, трактуется многими как признак дискриминации.

## 2.6. Степень привлекательности туристических услуг в АТО Гагаузии

### 2.6.1. Проведенный анализ

В настоящее время категория «туристская привлекательность региона» представляется как цель развития туризма в целом, и туристской деятельности в частности, в дестинации. Категория «туристская привлекательность» является многоаспектной и комплексной характеристикой дестинации и для решения задачи, касающейся эффективного развития туристической сферы деятельности АТО Гагаузии, актуализируется значение в контексте описания, расчета параметров, критериев и, соответственно, проведения анализа «туристской привлекательности региона» (что является целью текущего анализа. Данный анализ, представляется целесообразным провести с учетом накопленного опыта как в международной, так и в отечественной туристической практике (это, в свою очередь, и является предметом текущего анализа).

Для определения величины и повышения туристской привлекательности дестинации региона АТО Гагаузия целесообразно, на наш взгляд, использовать прежде всего методику рейтингово-балльной оценки, которая позволит выявить изначально мнение целевых групп респондентов (диаспора, бизнес, эксперты) касательно оценки реальной ситуации в состоянии и развитии туристических направлений в АТО Гагаузии, а также позволит оценить важность каждого из этих направлений в эффективном развитии туристической области региона.

Так же, для достижения поставленной цели текущего анализа, важно разработать и применить критериальную систему описательных и расчетных индексов (параметров), которая позволит оценить текущее состояние, выявить проблемы в развитии

видов туристических услуг (GAP-analysis) и, в конечном итоге, позволит осуществить качественные выводы и разработать обоснованные рекомендации в целях эффективного развития туристической отрасли в АТО Гагаузии

(Полное описание методики расчетов и анализ дан в приложении 4. данного документа)

### **2.6.2. Аналитические выводы, ориентированные на возможности развития по видам туризма в АТО Гагаузии:**

- 1) А1) Анализ сводных результатов согласованности мнений респондентов целевых групп «Диаспора», «Бизнес-среда», «Эксперты», при оценивании, предоставляемых туристических услуг АТО Гагаузии показала, что согласованность более чем 91 % мнений по видам туристических услуг не достигла критического порога «низкая». Это дало возможность учитывать мнения целевых группы респондентов при расчете степени привлекательности туристических услуг АТО Гагаузия;
- 2) Анализ сводных результатов весомости по мнению трех целевых групп респондентов анкетного опроса, показал что наиболее весомыми (значимыми) в развитии туристической услуг АТО, на текущий момент времени, являются направления: Услуги гостеприимства (гостевые дома, апартаменты, гостиницы) (24,67% весомости) и Туристические объекты культурно-исторического наследия (23% весомости). Наименьшее значение весомости респонденты определили: Торговым и сервисным удобствам (7% значимости) и транспортным услугам в туризме (7,33 % значимости);
- 3) Аналитический расклад комплексного показателя привлекательности в разрезе видов туристических услуг, по мнению респондентов, свидетельствует, что максимальную оценку (в баллах) скорректированную на коэффициент весомости, целевые группы респондентов единогласно присвоили первому направлению Услуги гостеприимства (гостевые дома, апартаменты, гостиницы) и восьмому направлению Туристические объекты культурно-исторического наследия. По мнению респондентов, минимальное количество баллов, получили два направления развития туристической сферы АТО Гагаузии: третье - Туристические информационные услуги и пятое - Местные бытовые удобства (коммунальные услуги). *Общее значение комплексного показателя качества по всем видам туристических услуг в АТО Гагаузии, основанное на мнении респондентов, составило **3,12** балла;*





- 4) Анализ результата расчета Общего значения степени (уровня) привлекательности туристических услуг в АТО Гагаузия, основанное на мнении трех целевых групп респондентов, показывает, что его значение составляет  $U_{\text{сргрп}} = 0,65$  (65 %). Это является свидетельством того, что регион АТО Гагаузия довольно привлекателен для туристов. Однако, отсутствие должного уровня развития туристических инфраструктурных, информационных услуг, а так же низкий уровень привлекательности местных бытовых условий, являются ключевыми направлениями усилий, всех заинтересованных сторон, в повышении уровня туристической привлекательности АТО Гагаузия;
- 5) На основе, проведенного GAP – анализа привлекательности «Услуг гостеприимства» в АТО Гагаузия, наряду с тем, что по мнению респондентов трех целевых групп, принявших участие в анкетном опросе, эти услуги являются наиболее привлекательными, в текущий момент времени имеется целый ряд «Разрывов» и несоответствий, для того, чтобы они являлись оптимально аттрактивными для потенциальных туристов. Так:
- в 23 населенных пунктах АТО Гагаузия отсутствуют гостиницы/ мини-гостиницы, что исключает возможность для потенциальных туристов, желающих посетить данные населенные пункты, получить услуги размещения;
  - на территории АТО Гагаузия, имеется только одно гостевое подворье (с. Конгаз), располагающее номерами для проживания постояльцев;
  - в АТО Гагаузия наблюдается существенная нехватка баз отдыха для детей (гимназического уровня (4-9 классы)). Ориентировочно летом 2017 года удалось организовать отдых 1971 детей. Однако, запрос на предоставление путевок, для отдыха в данных заведениях, был гораздо выше;
  - в АТО Гагаузия наблюдается существенная нехватка ресурсов санаторно – курортного назначения (в объеме 180 мест на 2018 год);
  - основная категория номерного фонда гостиниц, размещенных на территории АТО Гагаузия (98,1 %) представлены общей площадью менее, чем 35 м<sup>2</sup>, что практически исключает предоставление потенциальным туристам гостиничных услуг категории номеров Lux;

- Уровень обеспеченности местами в гостиницах в расчете на 1000 жителей в АТО Гагаузия соответствует среднеевропейскому лишь на 7% (из расчета 0,7 места на 1000 жителей), что является свидетельством крайне скудного гостиничного номерного фонда, которым могут быть обеспечены потенциальные туристы;
- 6) На основе проведенного GAP-анализа привлекательности такого вида туристических услуг, как «Природные туристические достопримечательности» в АТО Гагаузия, можно сделать вывод, что эти услуги являются привлекательными для потенциальных туристов, но в то же время требуют существенных инвестиций для повышения степени его освоения потенциальными туристами. Так:
- в АТО Гагаузия только 8,2 % водоемов формально обладают доступом к осуществлению пляжно-купального отдыха. При этом в большинстве случаев неразвита или слабо развита инфраструктура для проведения этого вида отдыха;
  - в АТО Гагаузия даже половина (44,9 %) водоемов формально не обладают доступом к осуществлению рыболовного туризма. Рыболовецкий потенциал не развивается и не пополняется (достаточно скудный) и представлен лишь некоторыми видами рыб (белый амур, карп, зеркальный карп, окунь карась, лещ, подлещ, толстолобик и некоторые другие);
  - анализ показателя «Обилие лесов (лесистость)» на территории региона, отражает минимальный уровень бальности этого показателя (1 балл, из 4-х возможных), на текущий момент времени, что характеризует «скромный» ресурс attractiveness для потенциальных туристов;
  - на текущий момент арсенал минеральных источников, которым располагает регион, не разработан, и не может быть представлен потенциальным туристам в пользование. В то же время, данный факт, является существенным аргументом для привлечения инвестиций в строительство санаторно – курортного учреждения на прилегающей к ним территории;
- 7) На основе проведенного GAP –анализа привлекательности такого вида туристических услуг, как «*Туристические информационные услуги*», можно сделать вывод что, эта категория услуг в регионе представлена крайне слабым потенциалом и динамикой эффективного развития. Об этом свидетельствуют следующие факты:
- обеспеченность населенных пунктов АТО Гагаузия туристско-информационными центрами нулевая и на 100 % не соответствует требованиям европейских стран;
  - крайне скудный арсенал обеспеченности туристической отрасли региона рекламно-пропагандистской продукцией. Гид туриста Гагаузии не был широко тиражирован из-за отсутствия целевых средств на издание и распространение;
  - полное отсутствие единой электронной базы информационных туристических ресурсов (включая виртуальные экскурсии по туристическим объектам АТО Гагаузия), делают регион крайне непривлекательным в контексте современной эпохи IT;
  - в регионе отсутствует эффективно налаженная система информационно-консультативной помощи в сфере туризма;
  - в АТО Гагаузия осуществляется профессиональная подготовка специалистов в сфере туризма на базе колледжа и Университета;
- 8) Проведенный GAP –анализ привлекательности вида туристических услуг «*Транспортные услуги*» в АТО Гагаузия, показал, что по этой категории услуг в регионе сложилась не очень благоприятная (*не достаточно привлекательная*) ситуация, которая требует обязательных мер для приведения ее в соответствие с требованиями международного транспортного законодательства:
- в АТО Гагаузия преобладают автомобильные перевозки, которые являются самыми массовыми в отрасли туризма; железнодорожные перевозки, сообщают только лишь одно направление перемещения в регионе (однако с длительными по времени перебоями), полностью отсутствует водный и авиационный способ перевозок;

- автобусный парк в регионе, не является привлекательным с точки зрения безопасности и удобства пользования туристами, так как не соответствует международным требованиям туристических перевозок (основная часть автопарка превышает 8 лет эксплуатации, отсутствует оснащение автобусов тахографами, при количестве посадочных мест более чем 9 человек);
  - в текущий момент времени в регионе представлено в пользование 11 операторов услуг такси покрывающие услуги частных перевозок по всей территории региона (однако, только в четырех населенных пунктах из 26 представлены компании такси-провайдеры);
  - в регионе отсутствуют авторизированные услуги по аренде автомобильного и велосипедного транспорта;
  - не созданы базовые условия для развития велотуризма (необходимое количество мест для привалов, непригодное дорожное и грунтовое покрытие для перемещения с помощью велосипеда, отсутствие вело-маршрутов);
- 9) На основе проведенного GAP –анализа привлекательности вида туристических услуг «*Местные бытовые удобства (коммунальные услуги) и услуги безопасности*» в АТО Гагаузия, видно, что эти услуги являются привлекательными для потенциальных туристов, но в тоже время требуют существенных инвестиций для повышения степени их освоения потенциальными туристами. Так:
- в каждом населенном пункте АТО Гагаузия представлено в пользование населения услуги центра здоровья / больничного учреждения / офиса семейного врача;
  - обеспеченность аптечными пунктами не достигает 100 %, поскольку в 6-ти населенных пунктах из 26 таковые отсутствуют;
  - в регионе обеспечен высокий уровень личной безопасности потенциальных туристов посредством эффективного взаимодействия между Единой национальной службой экстренных вызовов 112 и службами экстренного реагирования: системы реагирования оказания скорой медицинской помощи, а также системой реагирования органов охраны правопорядка и других служб;
  - во всех населённых пунктах проложены и действует системы централизованного водоснабжения, снабжения населения электричеством и природным газом;
  - в населенных пунктах АТО Гагаузия крайне слабо распространена и технически оснащена система канализации и система ливневых стоков. Покрытие очистными сооружениями составляет 15,2 % по территории региона;
  - в АТО Гагаузия проведен ряд работ по ремонту и содержанию могильника непригодных пестицидов, осуществлен вывоз пестицидов из хранилищ в ряде населенных пунктов;
  - только 17% мусоросвалок региона авторизированы, остальные являются не авторизированными и наносят урон состоянию окружающей среды;
- 10) На основе проведенного GAP –анализа привлекательности вида туристических услуг «*Сопутствующие услуги (спорт и отдых, культура, развлечения)*» в АТО Гагаузия, можно сделать вывод, что эти услуги являются привлекательными для потенциальных туристов, но в тоже время требуют существенных инвестиций для повышения степени их освоения потенциальными туристами. Так:
- уровень покрытия населенных пунктов региона пунктами общественного питания составляет 81 % (в пяти населенных пунктах Гагаузии отсутствуют пункты общественного питания);
  - наличие городских и сельских центральных рынков только в четырех (из 26) населенных пунктах региона, представляющих широкий ассортимент продукции местного (отечественного) производства;
  - только в двух населенных пунктах из 26 в АТО Гагаузия представлены в пользование населению авторизированные плавательные бассейны;
  - уровень покрытия наличия стадионов (пригодных для занятия спортом на открытом воздухе) в АТО Гагаузия составляет 93%;



- в 20 населенных пунктах Гагаузии из 26 предоставлены в общественное пользование мини-футбольные поля;
- в регионе ни в одном населенном пункте не функционируют авторизованные постоянно действующие кинотеатры, развлекательные аттракционы, зоопарки, цирки и др.;
- в каждом населенном пункте АТО Гагаузия представлены в пользование услуги Домов Культуры;
- только в двух населенных пунктах региона действуют театры (официально зарегистрированные), осуществляющие показы театральных постановок

11) На основе, проведенного GAP –анализа привлекательности вида туристических услуг «*Туристические объекты культурно-исторического наследия*», можно сделать вывод, что эта категория потенциала богата и разнообразна, а некоторые памятники и достопримечательности региона довольно своеобразные и уникальные, чем привлекательны для потенциальных туристов. Однако выявлен ряд «разрывов», которые препятствуют её эффективному функционированию, в контексте туристической привлекательности:

- большая часть памятников АТО Гагаузия, включена в Национальный реестр памятников Республики Молдова и находятся в хорошем состоянии. Однако военные памятники не входят в реестр объектов общественного значения (в Молдове только в 2019 году планируется провести их тотальную инвентаризацию). Это, в свою очередь, исключает обеспечение надлежащего учета, контроля и надзора за их состоянием;
- АТО Гагаузия, представлена привлекательным разнообразием объектов культурно-религиозного значения. Однако не ведется учет потоков паломников и отсутствует работа по организации паломнических туров;
- только один из трех объектов категории «домашнее подворье» в АТО Гагаузия предоставляет услуги по размещению туристов на ночлег;
- уровень посещаемости музеев в АТО Гагаузия соответствует среднеевропейскому всего лишь на 2,3%;
- всего 9 винодельческих предприятий АТО Гагаузия из 16-ти располагают дегустационными залами для туристов.

- 12) На основе проведенного анализа степени привлекательности различных видов туристических услуг в регионе АТО Гагаузия, базирующегося на мнении трех целевых групп респондентов, с учетом выявленных пробелов в сопоставлении реальной и желаемой/ необходимой ситуации на рынке туристических услуг, наиболее благоприятно и перспективно - целесообразно развивать виды туризма основанные на:
- **познании** этно-культурных особенностей народов, компактно проживающих на территории АТО Гагаузии (включая винный туризм, гастрономический, событийный и др.);
  - использовании территории с хорошей **экологией** и благоприятными климатическими условиями, расположенная в живописной местности, с присутствием **лечебных** природных факторов (сельский и лечебный туризм);
  - применении привлекательных условий для развития **приключенческого и спортивного туризма** (на не профессиональном/ любительском уровне).

## 2.7. Многокритериальный анализ видов туризма

Многокритериальный анализ был выбран для того чтобы анализировать в сравнении по установленным критериям основные виды туризма, выявленные, как более приемлемые для Гагаузии на основании проведенных выше исследований. Анализ проведен с целью установления степени приоритетности видов туризма, на которых следует сконцентрировать внимание при планировании инвестиций в туристическую инфраструктуру.



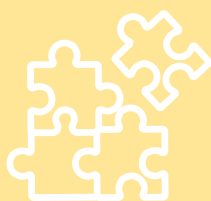
Фигура 2.7.1. Отобранные виды туризма для анализа

Для сравнения видов туризма были установлены 4 категории критерии анализаэкономические, социальные, экологические и риска, которые детализированы ниже:



- K1. Создание рабочих мест
- K2. Возможность открытия новых предприятий
- K3. Добавленная стоимость к продуктам других отраслей
- K4. Дополнительные доходы в местные бюджеты или в региональный бюджет
- K5. Объем расходов туристов
- K6. Возможность внедрения новых технологий и ноу-хау
- K7. Возможность получения дополнительных доходов для населения
- K8. Длительность туристических маршрутов
- K9. Увеличение доли туризма в ВВД региона
- K10. Способствование кооперированию предприятий и кластеризации
- K11. Необходимость в капитальных инвестициях

### Фигура 2.7.2. Экономические критерии



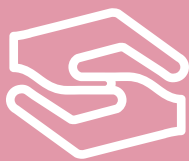
- K12. Возможность социального интегрирования лиц с ограниченными возможностями
- K13. Возможность получения доходов для социально- уязвимых категорий населения
- K14. Обеспечение равных прав и возможностей для мужчин и женщин
- K15. Влияние видов туризма на спокойствие жителей населенных пунктов
- K16. Влияние на сохранение национальной идентичности гагаузского народа, культуры и традиций
- K17. Влияние на культурное развитие жителей Гагаузии ( обмен и общение с туристами из разных стран и разных культур)
- K18. Влияние на развитие инфраструктуры включая туристическую
- K19. Регионализации предоставления услуг и влияние на уровень жизни населения

### Фигура 2.7.3. Социальные критерии



- K20. Негативное влияние на окружающую среду
- K21. Сохранение окружающей среды
- K22. Потребление исчерпывающиеся натуральных ресурсов
- K23. Возможность применения безотходных технологий (циркулярной экономики)

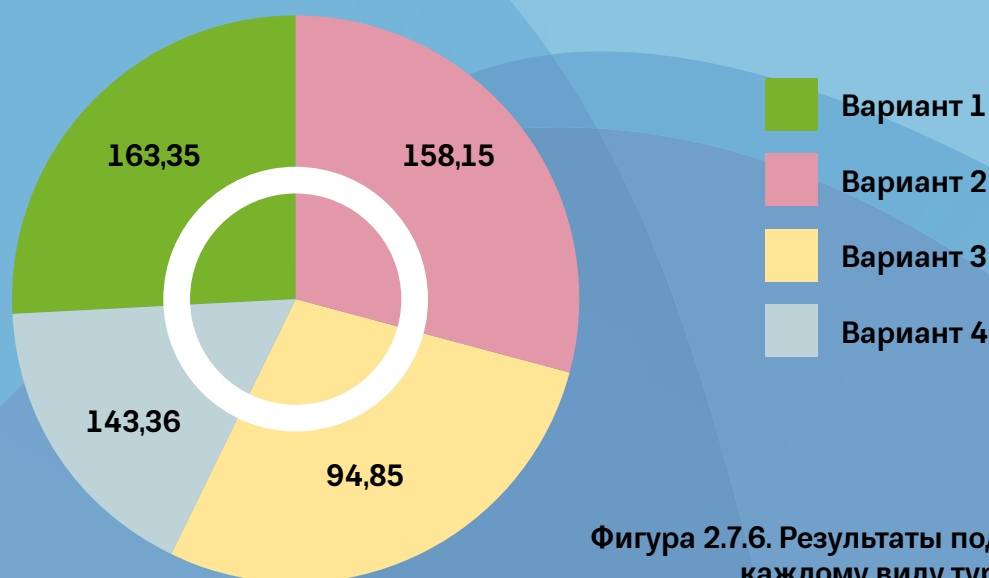
### Фигура 2.7.4. Экологические критерии



- K24. Зависимость от национальных политик в области туризма
- K25. Зависимость от наличия высококвалифицированных человеческих ресурсов
- K26. Уязвимость к природным катаклизмам и климатическим изменениям
- K27. Зависимость от внешне политики страны и межгосударственных отношений

**Фигура 2.7.5. Критерии риска**

*Детальный расчет оценки критерий проведен в приложении 5 к этому документу.*



**Фигура 2.7.6. Результаты подсчета баллов по каждому виду туризма**

Максимальный балл 163,35 получен по категории «Познавательный - экспериментальный туризм», (Вариант 1) а минимальный балл в 94,85 по категории «Спортивно-приключенческий» туризм (Вариант 3), который также имеет перспективы развития в Гагаузии, но не по всему региону и в долгосрочном периоде. Остальные 2 вида близки по баллам к первому виду туризма и это означает, что в краткосрочном планировании следует также обратить внимание и учитывать разработку нескольких проектов для поддержки развития этих видов туризма в Гагаузии, так как они приемлемы для внутреннего туризма.

## 2.8. Выводы по анализу SWOT

С учетом проведенных выше исследований, совместно с рабочей группой, был проведён анализ сильных и слабых сторон туризма и потенциала его развития в Гагаузии. Были выделены внутренние факторы, влияющие на его развитие, а также возможности и факторы, представляющие угрозу для развития туризма в регионе.

### СИЛЬНЫЕ СТОРОНЫ

1. Наличие винодельческих предприятий с туристскими услугами, как важного элемента развития туристской дестинации Гагаузии;
2. Уникальный культурно-исторический колорит Гагаузов, представленный на территории АТО Гагаузия;
3. Наличие частных традиций виноделия (производство домашнего вина);
4. Наличие ресторанов и банкетных залов для проведения мероприятий;
5. Наличие промышленных и сельскохозяйственных предприятий, привлекательных для туристов:
  - 1 молочный завод;
  - 2 консервных завода;
  - 13 винодельческих заводов;
  - 1 маслоэкстракционный завод;
  - 1 завод по производству автомобильных кабелей;
  - 1 завод по переработке виноградной косточки;
  - 2 племенные Фермы КРС;
  - 2 крупных мукомольных предприятия;
  - 7 швейных предприятий;
  - 1 конеферма;
6. Наличие разнообразных туристических ресурсов;
7. Наличие природных минеральных и термальных источников;
8. Благоприятные климатические условия, способствующие туристической деятельности и позволяющие продлить туристический сезон;
9. Высокий уровень личной безопасности потенциальных туристов (эффективное взаимодействие между Единой национальной службой экстренных вызовов 112 и службами экстренного реагирования: системы реагирования и оказания скорой медицинской помощи, а также системой реагирования органов охраны правопорядка и других служб);
10. Наличие базовых условий для развития сельского туризма;
11. Наличие потенциала подземных катакомбных путей, которые представляют интерес для развития историко-культурного познавательного и приключенческого туризма;
12. Наличие зарегистрированной торговой марки «Gagauz malları»;
13. Проявление интереса и проектных идей в населенных пунктах региона, направленных на развитие туризма (МИГи);
14. Компактность территории. Территориальная близость к столице, и другим территориям страны, располагающим привлекательными туристическими объектами, позволяющими выстраивать связанные по территории всей страны привлекательные маршруты для туристов;
15. Наличие натуральных хозяйств, органической продукции;
16. Наличие хорошего транспортного соединения со столицей страны.

## СЛАБЫЕ СТОРОНЫ

1. Отсутствие качественного, конкурентно-способного туристического продукта региона;
2. Недостаточный уровень внимания со стороны местных и региональных органов властей к отрасли туризма;
3. Отсутствие комплексной оценки и мониторинга состояния туристической отрасли в целом, и туристических ресурсов, в частности;
4. Отсутствие региональной законодательной базы, стимулирующей развитие туристической деятельности в регионе;
5. Низкий уровень инфраструктуры доступа к туристическим ресурсам, а также слабо развитая специализированная туристическая инфраструктура;
6. Недостаточность наличия и развитости базовой инфраструктуры;
7. Низкое качество питьевой воды, недостаточность покрытия канализационными сетями;
8. Крайний низкий уровень лесистости региональной местности;
9. Дефицит квалифицированного персонала в индустрии туризма и в смежных отраслях, в том числе туристических гидов и специалистов, владеющих государственным и иностранными языками;
10. Отсутствие доступной информации о туристических услугах и ресурсах Гагаузии (на внутреннем и внешних рынках, на государственном и английском языке);
11. Низкий уровень продвижения туристических предложений Гагаузии в социальных сетях.
12. Низкий уровень конкуренции в гостиничном бизнесе;
13. Слабый уровень привлекательности природного (эко) и приключенческого туризма;
14. Утрата знаний и навыков ряда традиционных народных ремесел;
15. Слабое развитие сувенирной индустрии на основе аутентичной продукции;
16. Отсутствие обоснования экономической эффективности при проведении туристических мероприятий;
17. Стихийный подход к освоению археологического потенциала региона;
18. Отсутствие стимулов для сохранения и продвижения уникального архитектурного стиля гагаузских традиционных домов;
19. Низкий уровень культуры предпринимательства.

## ВОЗМОЖНОСТИ

1. Наличие безвизового режима для въезда граждан ЕС, СНГ, США, Республики Турция.
2. Облегчённое законодательство для развития сельского туризма в Республике Молдова
3. Наличие раскрученного национального туристического бренда Республики Молдова «Romul vietii» («Древо жизни») и признанного на международном уровне ( по мнению экспертов ЮНВТО, - один из лучших в отрасли, в мире!);
4. Открытость международных доноров для поддержки Регионального Развития АТО Гагаузии, в том числе туристической отрасли;
5. Наличие у региона международных связей;
6. Рост экономического потенциала региона за счет развития рынка услуг;
7. Возможность вписаться в общую стратегию развития туризма в Республике Молдова, включится в общенациональные туристические маршруты;
8. Растущий, на мировом уровне, спрос туристов на отдых в сельской местности;
9. Молдова – новая туристическая дестинация. Она входит в список первых 10 стран, рекомендованных для посещения. (Lonely Planet).

## УГРОЗЫ

1. Эмиграция местного населения (около 24% трудоспособного населения региона);
2. Рост экстенсивного потребления природных ресурсов и загрязнения окружающей среды с развитием туризма;
3. Соседство со странами с более развитым туристическим потенциалом и привлекательным предложением;
4. Низкий спрос на услуги внутреннего туризма со стороны местного населения из-за низкого уровня благосостояния жителей;
5. Медленный рост рынка;
6. Спад в экономике;
7. Утрата части культурного наследия из-за разрушения, в силу отсутствия целевой программы, направленной на его сохранение и восстановление, а также, низкого культурного уровня и осведомленности местных жителей региона;
8. Развитие нежелательных видов туризма (в силу низкого уровня доходности населения);
9. Негативное отношение к туристам жителей несвязанных с туризмом.

**Сильные стороны** сектора туризма в Гагаузии и возможности его развития определяют стратегические цели программы и касаются в основном:

- имеющихся ресурсов,
- уникальности гагаузского народа и некоторых приемлемых для иностранных туристов условий или туристической инфраструктуры созданных за последние 3-4 года,
- и не в последнюю очередь, уровень, достигнутый за этот период страной в области, привлечения иностранных туристов в Молдову и продвижения как туристическую дестинацию за рубежом.

**Слабые стороны и угрозы** сектора туризма определяют приоритетные направления усилий для достижения целей и касаются конкретных внутренних изменений, которые нужно осуществить с каждым запланированным проектом программы. Основные необходимые изменения касаются:

- Продвижения, информирования, оценки и мониторинга сектора;
- Подготовки кадров сектора и повышения культуры предпринимательства в секторе и повышения уровня конкуренции;
- Улучшения базовой инфраструктуры и создания инфраструктуры доступа к туристическим ресурсам;
- Обеспечения кооперирования и сотрудничества между государственным, частным и общественным секторами в процессе планирования и управления развитием сектора.

*Таблица с SWOT анализом приведена в приложении 7 к этому документу.*





## 2.9. Ключевые выводы анализа

- Туризм в Гагаузии очень слабо развит, можно сказать, что находится на стадии, когда и жители региона и власти только поняли, что туризм - это важная индустрия для развития населенных пунктов региона и повышения уровня благосостояния своих жителей. Слабая конкуренция на рынке туристических услуг, отсутствие качественного управления развитием туристического предложения привело к тому, что отношение цены и качество услуг делают их не привлекательными для туристов и в основном туристы не проводят в Гагаузии больше одного дня.
- Диаспора Гагаузии видит туристический потенциал Гагаузии, основанный больше на традициях и культуре народа, а также на историческом и природном наследии, предлагая организацию привлекательных событий и повышения уровня туристических услуг, причем большое их внимание уделяется источникам информирования и активному и эффективному продвижению региона за пределами страны.
- Только 10% из опрошенных целевой группы бизнеса, готовы сегодня развивать туристическую деятельность, а средний бал готовности опрошенных: 6,7 из 10 баллов. Лишь 20% из опрошенных готовы вкладывать свои средства в развитие туризма, а именно в проекты, связанные с сельским хозяйством, а также в проведении мастер-классов по приготовлению национальных блюд и другие туристические услуги. Многие из предпринимателей, высказавшиеся о желании сегодня развивать дополнительные виды деятельности, включая туризм, не информированы о существующих и потенциальных возможностях и программа сможет им помочь в выявлении таких возможностей в бизнесе.
- Большинство респондентов считают, что самым большим препятствием в развитии туризма являются «неразвитая туристическая инфраструктура» и «отсутствие организации, которая занимается планированием и управлением развитием и продвижением туризма чтобы привлечь больше туристов».
- Это означает что бизнес желает инвестировать и развивать туризм, но нуждается в программах поддержки и финансовой и технической (информирование, продвижение, подготовка кадров – это то, что отметили большинство из респондентов).

- МИГи Гагаузии уже начали разрабатывать и реализовывать проекты по развитию туризма, но им не хватает опыта и знаний для правильного планирования туристической деятельности на микро региональном и местном уровне. Есть интерес и желание организовать в сотрудничестве с соседними селами разные мероприятия для привлечения туристов, видя в этом хорошие возможности для получения дополнительных доходов в сельском местности.
- Туристические ресурсы Гагаузии позволяют организовать большой спектр видов туризма, но большинство из них нуждаются в инвестициях, чтобы создать соответствующие условия для их включения в туристический оборот. В то же время, концентрация имеющихся туристических ресурсов не достаточна для того, чтобы специализироваться на определенном виде туризма, а наоборот позволяет комбинировать разные виды, позволяющие вместе охватить несколько категорий туристов, которым можно предоставить в комплексе хорошие вина, еду, интересную информацию, опыт и много положительных эмоций от общения с жителями региона и познания культуры и истории Гагаузского народа. Поэтому и многокритериальный анализ подтвердил экспериментально –познавательный туризм, как более оптимальное направление туризма.
- Степень привлекательности туризма в Гагаузии не на высшем уровне, но и не очень низкая, если учесть мнение респондентов 3 целевых групп. Даже если качество и количество туристических услуг на низком уровне, по результатам анализа пробелов в оказании услуг по сравнению с мировой практикой или с существующими стандартами в соответствующей области, степень привлекательности будет выше, благодаря повышенному интересу к познанию гагаузского народа и их культуры и истории. Низкий уровень качества туристических услуг в Гагаузии и повышенный спрос и интерес к региону подтверждает то, что потенциал для развития туризма есть, но необходимо повысить качество туристических услуг и подготовить соответствующие кадры для их предоставления, но необходимо обеспечить качественное продвижение и соответствующее информирование туристов.
- Согласно анализу SWOT есть много сильных и слабых сторон. Большинство слабых сторон можно превратить в возможности для развития, которые вместе с существующими предпосылками могут обеспечить ощутимый рост туристического предложения региона в следующие 5 -7 лет.
- Туристические агентства подтвердили, что особенностью Гагаузии является разнообразная культура, язык, традиции и наследие, которые интересны в основном городским туристам. Это делают регион привлекательным также для внутренних туристов, а не только для внешних. Тот факт, что очень мало туристов возвращаются (в основном туристы из Турции) говорит о низком качестве услуг и отсутствия разнообразия туристического предложения. Можно сказать, что ожидания туристов не совпадают с качеством полученных услуг.



#BÄN CADIRI



# 3.

## ОБОСНОВАНИЕ ПРЕДЛОЖЕНИЙ ПО РАЗВИТИЮ ПЕРСПЕКТИВНЫХ «ТУРИСТИЧЕСКИХ НАПРАВЛЕНИЙ» В АТО ГАГАУЗИЯ

Так как туризм является индустрией потребляющей природные ресурсы, но в то же время может решить и социальные проблемы общества, для Гагаузии приемлемо развитие устойчивого туризма. Туризм потребляет ресурсы, создает отходы, порождая экологические, культурные и социальные издержки и выгоды. Основные негативные воздействия туризма экологического, экономического и социокультурного характера бывают:

- загрязнение окружающей среды;
- ухудшение эстетики ландшафтов;
- наличие проблемы утилизации отходов и бытового мусора;
- ущерб историческим и природным памятникам;
- большая антропогенная нагрузка на территории;
- культурная деградация территории;
- чрезмерная коммерциализация;
- усугубление сложных социально-экономических проблем, связанных с наркоманией, алкоголизмом, проституцией;
- необходимость усиления мер безопасности.

Учитывая все проблемы, возникающие вследствие бурного развития туристской индустрии, с которыми приходится сталкиваться туристам, местным жителям, управляющим структурам различного уровня, необходимо применить комплексные решения на основе **концепции устойчивого развития туризма**.

**Устойчивый туризм должен быть основой стратегической цели региональной программы по повышению туристической привлекательности**

- **Устойчивое развитие туризма** (согласно Е. М. Максаровой) – это развитие туризма, ориентированное на долгосрочный период, при котором достигается баланс в реализации экономических, экологических, социальных и культурных целей развития, учитываются интересы всех заинтересованных сторон (туристов, принимающих и направляющих дестинаций, местного населения), на основе рационального использования туристских ресурсов и всестороннего партнерства.

Развитие устойчивого туризма прочно связано с качеством туристских услуг. Во многих отношениях качество услуг важнее, чем их количество, так как слишком большие объемы туризма могут легко превзойти пределы нагрузки, который может нести соответствующий регион, тем самым ставя под угрозу туризм в целом.

Высокое качество туризма обеспечивается следующими условиями:

- наличием минимальных стандартов,
- максимально полным удовлетворением интересов и ожиданий туристов,
- оптимальным сочетанием качества и цены услуг.

Поэтому, стратегической целью для устойчивого развития туризма Гагаузии должно быть **повышение качества туристских услуг**.

- Использовать слабые стороны туризма в качестве новых возможностей для развития туристической деятельности: плохие дороги в сельские местности повод внедрить экологический транспорт ( повозки, велосипеды, лошади)
- Региональная дорожная инфраструктура должна быть улучшена так, чтобы позволила включить самые важные региональные объекты в национальные и международные туристические маршруты
- **Гагаузия может быть продвинута как отдельное туристическое направление (туристическая дестинация)** в рамках страны и может разработать свой туристический брэнд под национальным туристическим брэндом, так как национальный туристический брэнд уже хорошо раскручен за рубежом и пользуется хорошим успехом. Доказательство тому являются результаты туристической деятельности РМ за 2017 год. Участие Гагаузии в международных туристических ярмарках как самостоятельной дестинации очень дорого, требует большого количества времени и не так эффективно для продвижения и создания общественного мнения. Поэтому для Гагаузии важно формировать и продвигать свой туристический брэнд именно в рамках национального бренда Республики Молдова.
- До определения целей программы следует выделить целевые категории туристов, для которых разработать конкретные цели с конкретными значениями для реального их достижения.
- Для категории туристов, которые предпочитают познавательный - экспириентный туризм (который является более востребованным видом туризма в мире), важной задачей должно быть повышение качества услуг, чтобы увеличить время пребывания этой категории туристов в Гагаузии в среднем от 1 до 3 дней.
- Так как создание одного рабочего места в сельском туризме может привести к созданию еще 5-6 рабочих мест, а сельское развитие является базовым для замедления эмиграции сельского населения (в Гагаузии почти 90% населенных пунктов относятся к сельской местности), то другой задачей должно стать стимулирование и создание предприятий в сельском туризме.
- Для внутреннего туриста задачей должно быть увеличение притока туристов путем создания условий для активного отдыха, совмещенного со спортивными и другими мероприятиями на базе объектов национального уровня привлекательности (целью может стать один или два объекта)
- Приоритетными направлениями, по которым можно достичь поставленные задачи могут быть:
  - Развитие структуры управления , мониторинга и оценки туризма на региональном уровне, которая включит в себя функции управления туристским информационным потоком;



- Развитие инфраструктуры доступа к туристическим ресурсам;
- Мощное и эффективное продвижение туристической дестинации Гагаузия, рекламно-информационное обеспечение продвижения туристского продукта на внутреннем и международном рынках;
- Стимулирование создания туристических кластеров;
- Подготовка кадров и человеческих ресурсов для предоставления туристских услуг высокого качества..

Проекты, которые будут разрабатываться для достижения поставленных целей должны быть **интегрированными проектами**. Такие проекты включают в себя оценку воздействия на окружающую среду, решение социальных и экономических проблем, а также создают возможность объединить усилия всех заинтересованных сторон в решении общих задач, привлекая таким образом разные источники финансирования.

# 4.

## ОСНОВНЫЕ ЦЕЛИ И ПРИОРИТЕТЫ ПРОГРАММЫ

На базе полученных результатов анализа, были обсуждены пути использования преимуществ и возможностей, а также устранения слабых сторон и нивелирования угроз. Комбинации элементов SWOT-анализа образуют определенные стратегии. Исходя из них, нужно выбрать конкретные направления развития на примере нижеизложенной фигуры.

### Выбор стратегии на основании комбинации SWOT – факторов



Фигура 4.1. Возможные стратегии развития на основе комбинаций факторов SWOT-анализа



Таким образом, было решено использовать комбинацию факторов «сильные стороны» и «возможности» для определения миссии и стратегической цели программы, а комбинацию факторов «возможности» и «слабые стороны» для определения конкретных целей программы.

## **МИССИЯ ПРОГРАММЫ:**

**Устойчивое развитие туризма в АТО Гагаузия** посредством достижения баланса в реализации экономических, экологических, социальных и культурных целей развития региона, учитывая интересы туристов, самого региона и местного населения, на основе рационального использования имеющихся туристских ресурсов и всестороннего партнерства: региональных и местных властей, местных жителей и бизнеса.

## **ВИДЕНИЕ ПРОГРАММЫ:**

Гагаузия – успешно-реализуемое, востребованное туристическое направление, в рамках национального туристического бренда.

### **СТРАТЕГИЧЕСКАЯ ЦЕЛЬ ПРОГРАММЫ:**

Обеспечить приемлемые условия для долгосрочного развития туризма в Гагаузии, чтобы увеличить **прямой вклад** туризма в РВВП до 1% постепенно в период до 2025 года, путем привлечения инвестиции в развитие и повышения качества туристских услуг, стимулирования открытия новых рабочих мест и эффективного использования туристических ресурсов региона.

### **КОНКРЕТНЫЕ ЦЕЛИ ПРОГРАММЫ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В АТО ГАГАУЗИЯ:**

1. Для категории туристов, которые предпочитают экспериентный/ познавательный туризм и для бизнес туристов:

**Способствовать повышению качества туристских услуг и их многообразию таким образом, чтобы увеличить пребывание иностранных туристов в Гагаузии в среднем до 3 дней**

2. Для категории туристов, которые предпочитают отдых на природе и желают ближе узнать особенности сельской жизни, органического (или домашнего питания):

**Развивать инфраструктуру сельского туризма в Гагаузии с привлечением в туристическую деятельность минимум 80 % населенных пунктов региона (до 2025 года)**

3. Для категории туристов, которые предпочитают активный отдых, совмещенный с лечением или спортом:

**Прирост внутренних туристов в Гагаузию путем создания условий для активного отдыха, совмещенного со спортивными, лечебными и другими, сопутствующими мероприятиями, на базе: минимум 2-х объектов национального уровня**

**Развитие туристической отрасли региона будет обеспечено путем следующих приоритетных направлений, выявленных на основе SWOT-анализа:**

1. Развитие инфраструктуры управления, мониторинга и оценки развития туризма на региональном уровне, которая будет включать в себя функции управления туристским информационным потоком, и будет представлять интересы всех заинтересованных сторон в развитии туризма;
2. Развитие инфраструктуры доступа к имеющимся туристическим ресурсам, для улучшения их капитализации (эффективного использования в туристических целях);
3. Эффективное продвижение туристической дестинации - Гагаузия, рекламно-информационное обеспечение продвижения туристского продукта на внутреннем и международном рынках – оцифровывание туристических информационных ресурсов;
4. Стимулирование создания туристических кластеров и развитие сетевого взаимодействия всех заинтересованных в развитии туризма сторон;
5. Подготовка кадров и человеческих ресурсов для предоставления и продвижения туристских услуг высокого качества





# 5.

# ПЛАН РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ

Для достижения поставленных задач и целей программы были проанализированы более 100 идей проектов по развитию туристических услуг в регионе, которые были получены от проекта SARD, от местных и районных администраций, неправительственного и бизнес сектора в процессе организованных встреч в районных центрах региона.

На основе их анализа были сформулированы и отобраны рабочей группой 10 концептов интегрированных проектов, которые, учитывая начатые инициативы, опыт, ресурсы, заинтересованность и видение населенных пунктов региона, покрывают своим действием 80% населенных пунктов (примэрий) Гагаузии и способствуют достижению всех 3 конкретных целей программы. Минимум 3 из 5 установленных приоритетов программы развития туристической привлекательности региона, включены в цели каждого концепта.

Таким образом, каждый разработанный концепт покрывает несколько населенных пунктов региона, формируя микро-зоны воздействия программы, где мероприятия сгруппированы по общим целям. Цели сформулированы в зависимости от общих проблем, которые нужно решать в микро-зоне или в зависимости от возможностей для развития туристических услуг в данной целевой зоне.

Для каждого концепта рассчитаны необходимые инвестиции, разделенные по категориям возможного финансирования: гранты, бюджет (местные и региональный) и частные инвестиции. Таким образом, реализация разработанных концептов будет способствовать объединению усилий всех заинтересованных сторон, чтобы достигнуть ощутимых положительных изменений в развитии туризма в Гагаузии. Каждый концепт может быть реализован поэтапно и каждый результат одного концепта может быть достигнутым, путем отдельным маленьким проектом.

Также, разработанные концепты были проанализированы согласно 10 установленным критериям с целью установления приоритетности в реализации инвестиций в туристическую инфраструктуру.

Согласно анализу установлена следующая приоритетность:

**Таблица 5.1. Результаты оценки приоритетности разработанных проектных концептов**

Проект	Суммарное значение баллов по критериям оценки приоритетности концепта	Общий рейтинг концепта (баллов)
1. Создание туристического экскурсионного конно-спортивного комплекса «At-Prolin»	69,05	I
2. Винный путь Гагаузии	67,59	II
3. Создание Зонального спортивно-культурного центра по организации туризма „Avdarma“	64,24	V
4. Создания этно-туристического кластера „Гагаузское наследие“	65,93	IV
5. Развитие сети туристических аттракций „Gagauz coraflari“	55,36	VIII
6. Создание эко-агротуристической зоны «Экопарк Карбаляя»	53,07	IX
7. Сохранение и продвижение элементов культурного наследия на основе результатов творчества народных умельцев	60,4	VI
8. Развитие лечебно-оздоровительного туризма	47,92	X
9. Создание геопарка в Этулии и Чишмикиой	60,38	VII
10. Создание структуры управления туристической дестинации „Gagauzia“	66,36	III

Детальный расчет и метод расчета приоритетности проектных концептов представлены в приложении 15 к данному документу.

## **5.1. План мероприятий, бюджет и возможные источники финансирования**

Мероприятия по реализации программы разработаны на основе выявленных проектных концептов, которые включают действия и задачи не только региональных властей, но и местных властей, НПО и бизнеса.

Первостепенными мероприятиями являются те, которые будут способствовать реализации других запланированных мероприятий.

Так, первостепенная задача для программы, это создание региональной организации по управлению туристическим направлением (дестинации) Гагаузии. Гагаузия отли-

чается однородностью компактного проживания этнических или малых народностей, которые представляют повышенный интерес для туристов, как внешних, так и внутренних, своей культурой и историей.

Одновременно с созданием организации будут созданы основные инструменты для продвижения туристической дестинации и информирования туристов о достопримечательностях и туристических ресурсах региона. Тогда же можно будет сформулировать туристические предложения или конкретные туристические продукты на основании имеющихся туристических ресурсов, учитывая первостепенные мероприятия по улучшению некоторой инфраструктуры доступа к ним.

Надо учесть существующие возможности по финансированию первостепенных мероприятий и запланировать их в соответствии с источниками финансирования. При планировании мероприятий были учтены возможности проектов, которые реализуются в Гагаузии с помощью ЕС и других доноров, а также проекта по повышению конкурентоспособности USAID.

**Таким образом, первостепенные задачи, которые необходимо решить для толчка развития туризма, начиная с первого этапа реализации программы в 2019-2020 гг., охватывают следующие мероприятия:**

### **1. Создание Организации по управлению туристической дестинацией Гагаузия (DMO)**

- Разработка регионального бренда туристической Гагаузии;
- Подготовка заявки на финансирование для получения финансирования на продолжение реализации концепта DMO (на базе начатого примэрией м. Комрат проекта по созданию туринфоцентра) и разработка законодательной базы для поддержки развития туризма в регионе;
- Реализация концепта (включая создание инструменты для продвижения и информирования туристов).

### **2. Реализация концептов: кластер «Гагаузское наследие» и Винный путь.**

Выявление частных хозяйств для создания сельских домов / пансионатов и сотрудничество с потенциальными программами (USAID) для привлечения поддержки в развитие сети структур размещения.

Организация рабочего визита в Латвию по обмену опытом в развитии сельского туризма и туристической специализации сел.

Подготовка заявки для привлечения финансирования на развитие инфраструктуры публичной собственности для доступа к туристическим объектам, которые готовы предоставлять туристические услуги:

- подъездная дорога к Комратскому винному заводу Vinuri de Comrat
- подъездная дорога к «Kara Gani» с площадкой для организации выставок и фестивалей
- региональная дорога Конгаз - Баурчи - Чадыр Лунга (19 km )

Поддержка в создании сельских пансионатов и сотрудничество с частными предпринимателями по оказанию помощи в развитии туристической инфраструктуры и улучшению качества оказанных туристических услуг.

Содействие в продвижении туристических услуг и маршрутов.

### **3. Реализация концепта «At-Prolin»**

Развитие мощностей конефермы.

Подготовка анализа целесообразности инвестиций в развитие туристической деятельности на базе конефермы и заявки для привлечения финансирования на развития инфраструктуры доступа к туристическим объектам публичной собственности.

#### **4. Реализация концепта по микроне Авдарма**

Выявление потенциальных частных инвесторов в туристическую инфраструктуру или создание частно-государственного партнёрства.

Реализация проекта по развитию инфраструктуры доступа к туристическим ресурсам.

#### **5. Реализация концепта «Gagauz coraflari»**

Содействие МИГУ в разработке и развитии туристической оферты данной микроне.

#### **6. Сохранение и продвижение элементов культурного наследия на основе результатов творчества народных умельцев.**

Разработка проектного предложения в рамках программы ЕС Сотрудничество в бассейне Черного моря для привлечения финансирования (или другие программы по трансграничному сотрудничеству).

#### **7. Реализация концепта по созданию геопарка в Этулии и Чишмикиой.**

Работы по очистке оврагов от бытового мусора и оценки исторической и геологической ценности оврагов/ оценка их состояния, а также решение проблемы сбора мусора в населенных пунктах проекта.

#### **8. Реализация концепта «Экопарк Карбалия»**

Подготовка заявки для привлечения финансирования на развитие инфраструктуры публичной собственности для доступа к туристической экологической зоне и содействие в создании неправительственной организации по управлению дестинацией.

#### **9. Развитие лечебно-оздоровительного туризма.**

Проведение геолого-разведывательных изысканий и оценка подземных ресурсов в Копчаке, Комрате и Конгазе.

Выявление потенциальных инвесторов в туристическую инфраструктуру частной собственности или для создания ЧГП.

*Детальный план мероприятий по годам с указанием ответственных структур и возможных источников финансирования и необходимого бюджета по ним, дан в приложении 12 кданному документу.*

## **5.2. План рисков по реализации программы**

Риск - явление, встречающееся в повседневной жизни любого учреждения, и часто связано с термином «ненадежность». Согласно словарю Вебстера, риск рассматривается как «шанс понести потерю». И это происходит либо потому, что в проекте произошла незапланированная вещь, либо потому, что запланированное не произошло точно так, как планировалось.

**Риск** - неопределенное событие, но оно может происходить в процессе конкретной деятельности, последствия которой являются вредными и необратимыми (дополнительные издержки, более низкий доход и / или прибыль).

Риски могут быть как внутренними (такие как административные ошибки), а также внешними, представленными практически любым событием вне организации, которое может негативно повлиять на работу проекта.

Задача состоит в том, чтобы определить все потенциальные риски и способы управления ими, чтобы уменьшить их влияние. Этот процесс является непрерывным на протяжении всего цикла и продолжается на протяжении периода реализации программы.



Процесс оценки рисков состоит из следующих этапов:

- (1) Определить риски, связанные с видами туризма для Гагаузии;
- (2) Определение материальных последствий рисков (если возможно материализованных);
- (3) Установление путей снижения вероятности возникновения и воздействия рисков;
- (4) Определить степень воздействия риска на программу.

Каждый риск характеризовался степенью воздействия и вероятностью возникновения. Воздействие риска может быть крайне малым, малым, средним, большим и чрезвычайно высоким. Вероятность возникновения имеет следующие варианты: чрезвычайно низкая, очень низкая, низкая, средняя, высокая и чрезвычайно высокая.

Предположения о рисках были определены на основе опыта команды проекта.

В процессе анализа были рассмотрены 5 категорий рисков:

#### **1. Политические риски**

Согласно результатам более высокий уровень данного вида риска у лечебно – оздоровительного туризма (средний бал 27,5), но он ниже среднего. Частые изменения в политическом режиме могут иметь более высокую степень воздействия, но, согласно оценке, они относятся к категории низкого класса.

#### **2. Законодательные риски**

Более высокий уровень этих рисков у познавательно – экспериментного туризма (средний бал 45). Риск изменения законодательства имеет более высокий уровень воздействия, чем юридический, и относится к категории средней степени возникновения.

#### **3. Финансово – экономические риски**

Более высокий уровень экономических рисков также у познавательно – экспериментного туризма (средний бал 45). Эти риски также относятся к категории средней степени воздействия.

#### 4. Риски реализации

Риск реализации включает все элементы, которые ссылаются на возможность отклонения от ожидаемых событий с целью осуществления инвестиций. Эти риски более высоко воздействуют на лечебно – оздоровительный и деловой туризм, но уровень ниже (30 баллов) и они относятся к категории низкого класса.

#### 5. Экологические риски

Экологический риск иллюстрирует совокупность элементов, связанных с вероятностью возникновения исключительных ситуаций с отрицательным эффектом как для компании, так и для окружающей среды. Эти риски имеют более высокое воздействие на познавательный – экспириентный туризм (45 баллов), спортивный (45 баллов) и лечебно – оздоровительный туризм (40 баллов). Эти риски также относятся к категории средней степени воздействия.

**Все риски, которые могут влиять на реализацию программы, не имеют высокий уровень воздействия на запланированные виды туризма.**

*Детальный анализ рисков предоставлен в приложении 13 к данному документу.*

### 5.3. План мониторинга программы

План мониторинга программы разработан в соответствии с поставленными целями и показателями измерения достижения целей программы.

Ответственной за мониторингом программы будет Организация по управлению туристической дестинации Гагаузия (DMO) от имени Исполнительного Комитета и APP Гагаузия.

Планируется, что Организация по управлению туристической дестинацией (DMO) будет вести учет всех показателей, а APP будет проверять ежегодно степень выполнения программы и совместно с Исполнительным Комитетом АТО Гагаузия будут вносить коррективы в план мероприятий по реализации программы.

Измерение степени выполнения программы будет путем измерения следующих показателей:

**Таблица 5.3.1. Показатели измерения стратегической цели программы**

	Обеспечить приемлемые условия для долгосрочного развития туризма в Гагаузии, чтобы увеличить ПРЯМОЙ ВКЛАД туризма в РВВП до национального уровня 1% до 2025 года	Цель	достигнуто 2020	достигнуто 2021	достигнуто 2022	достигнуто 2023	достигнуто 2024	достигнуто 2025
Показатели измерения	средние расходы туриста в день пребывания в регион	2000 Лей	1000	1000	2000	2000	2000	2000
	среднее время пребывания туриста в регион	3 дня	2	2,5	3	3	3	3
	количество внешних туристов прибывшие в регион ежегодно в 2024 г.	9000 туристов в год	3000	4000	5000	8000	9000	9000
	Количество внутренних туристов прибывшие в регион ежегодно в 2024 г.	9000 туристов в год	500	1000	4000	5000	9000	9000

**Таблица 5.3.2. Показатели измерения конкретных целей программы**

конкретные цели	Способствовать повышению качества туристских услуг и их многообразию таким образом, чтобы увеличить пребывание иностранных туристов в Гагаузии в среднем до 3 дней			Развивать инфраструктуру сельского туризма в Гагаузии с привлечением в туристический оборот минимум 80 % населенных пунктов			Прирост внутренних туристов в Гагаузию путем создания условий для активного отдыха совмещенного со спортивными, лечебными (и другими, сопутствующими мероприятиями), на базе: минимум 2-х объектов национального уровня		
	количество внешних туристов прибывших в регион в год	количество новых тур услуг для внешних туристов	количество новых мест размещения созданных	количество населенных пунктов включенных в туристический оборот региона, по оказанию туристических услуг	количество рабочих мест созданных в сельские населенные пункты	количество новых бизнесов созданных в сфере туризма в селах региона	количество вновь созданных в лечебно-оздоровительные и структуры для активного отдыха	количество созданных или развитых объектов с туристической привлекательностью национального уровня	количество внутренних туристов привлеченных в регион
Проекты:	1	2	3	1	2	3	1	2	3
Создание структуры управления туристической дестинации „Gagauzia“	4000	5		1					
Создание туристического экскурсионного конно-спортивного комплекса «At-Projip»	1000	8		1	45	5	25	1	500
Создание Зонального спортивно-культурного центра по организации туризма „Avdarma“	500	10	410	4	15	10			3000
Создание этно-туристического кластера „Гагаузское наследие“	1000	16	80	7	30	15			
Развитии сети туристических аттракций „Gagauz colafan“	500	10	70	3	15	10			
Винный путь Гагаузии	1000	10	20		100	10			
Создание эко-агротуристической зоны «Экопарк Карбалия»	1000	10	27	1	50	4			
Сохранение и продвижение элементов культурного наследия на основе результатов творчества народных умельцев.		3		1	20	20			
Развитие лечебно-оздоровительного Туризма		5		1	20	1	200	1	3000
Создание геопарка в Этулии и Чишмикиой		5		2	5	5		1	2500
Всего	9000	82	607	21	300	80	225	3	9000

# 6.

## ВЛИЯНИЕ ПРОГРАММЫ НА СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ РЕГИОНА

В результате выполнения программы в регионе будут созданы условия для привлечения и принятия внешних туристов, предоставляя им туристические услуги более высокого качества и разнообразия – более 80 новых туристических услуг будут созданы в регионе.

Туристы смогут пребывать в регионе не менее 3 дней, а разнообразие услуг привлечет их вернуться в регион, и посетить еще другие места и достопримечательности региона, а также поспособствует рекомендовать другим туристам посетить регион.

В результате программы **21 (80%) населенных пунктов региона будут включены в туристический оборот региона и будут созданы новые или развиты существующие туристические услуги.**

После реализации всех запланированных проектов в регионе будет создано не менее 300 прямых рабочих мест и примерно 1000 косвенных в других сопутствующих туризму отраслях. Будут созданы примерно 80 новых бизнес-единиц (в основном малые и средние предприятия), а большинство из них будут семейные бизнесы. Это позволит притягивать в региональную экономику денежные переводы эмигрантов, будет способствовать интегрированию семей, заинтересовывая их вернуться и работать у себя на родине, со своей семьей.

Для существующих предприятий в области туризма, для винодельческих предприятий региона, медицинских и культурных учреждений при выполнении конкретных целей программы создадутся условия для улучшения их деятельности и прироста их прибыльности, что приведет и к увеличению перечислений в местные и региональный бюджеты.

Создание в регионе объектов национального значения (лечебный и спортивный туризм) приведет к тому, что в регионе улучшится условия для санаторного лечения и здорового образа жизни и жителей региона, что в долгосрочном периоде приведет к улучшению их состояния здоровья и воспитания у будущего поколения здорового и активного образа жизни.

Использование в туристских целях культурного наследия гагаузского народа позволит сохранить и передать свои традиции будущему поколению, а также вовлечь в экономическую деятельность уязвимые слои населения: людей с ограниченными возможностями, пенсионеров, детей и др.

Результатом выполнения программы будут также 23 Млн ЕВРО, привлеченных инвестиций в развитии сектора, из которых около половины это частные инвестиции, и не менее 10 млн ЕВРО доход в региональную экономику до 2025 года только от туристов. В 2025 году доход должен быть не менее 3 млн. ЕВРО, что при учете роста РВВП, доля прямого вклада туризма должна быть не менее 1,1 %, а общий вклад туризма в РВВП будет более 5%.

# ПРИЛОЖЕНИЯ



1. Общее описание региона и анализ экономического положения Гагаузии
2. Описание туристских ресурсов региона
3. Уровень развития туризма
4. Степень привлекательности туристических услуг в АТО Гагаузии
5. Возможности развития по видам туризма в Гагаузии
6. Анализ местного законодательства и нормативных актов АТО Гагаузия через призму стимулирования сферы туризма в экономике региона
7. SWOT анализ туристического потенциала региона Гагаузия
8. Туристические ресурсы в разрезе населенных пунктов региона
9. Отчет по опросу бизнеса
10. Отчет по опросу диаспоры
11. Отчет по опросу экспертов
12. Детальный план реализации программы
13. Анализ рисков
14. Концепты проектов 1-10
15. Отчет по анализу приоритетности в реализации разработанных концептов
16. Приказ АРР номер 01-11/15 от 25.06.2018 о создании рабочей группы и приказ 01-11/02-19 от 14 января 2019 года о внесении изменений в рабочую группу по подготовке Секторальной региональной программы по повышению туристической привлекательности региона развития АТО Гагаузии