

УДК 379.85

*Протопопова С.И., Кирова Т.Е., студенты магистратуры
2 курс, факультет французской филологии
Института зарубежной филологии и регионоведения
Северо-Восточного федерального университета им.М.К.Аммосова*

Россия, г.Якутск

Protopopova S.I., Kirova T.E.,

2nd year master students

Institute of foreign philology and regional studies

North-Eastern federal university after named M.K.Ammosov

Russia, Yakutsk

**ВОЗМОЖНОСТЬ ПРИМЕНЕНИЯ МОДЕЛИ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В
ДЕРЕВНЕ САНТА-КЛАУСА В ЯКУТИИ
POSSIBILITY OF USING OF THE SANTA CLAUS TOURISM MODEL IN
YAKUTIA**

Аннотация: Статья посвящена теме возможности развития туризма на основе модели туризма, примененной в Финляндии, в Республике Саха (Якутия). Проведен анализ развития туризма в Лапландии за последние годы путем рассмотрения статистических данных, свот-анализа. Проведен сравнительный анализ возможностей развития туризма в Рованиеми и в Якутии.

Ключевые слова: туризм, Санта-Клаус, Лапландия, Якутия, сравнение.

Annotation: The article is devoted to the topic of the possibility of tourism development based on the model of tourism, applied in Finland, in the Republic of Sakha (Yakutia). An analysis of the development of tourism in Lapland of recent years is held by considering statistical data, swot analysis. A comparative analysis of tourism development opportunities in Rovaniemi and Yakutia has done.

Key words: tourism, Santa Claus, Lapland, Yakutia, comparison.

Деревня Санта-Клауса является самой известной достопримечательностью Лапландии и одной из самых посещаемых туристических достопримечательностей в Финляндии, и именно здесь расположен офис самого Санта-Клауса.

Деревня располагается географически на Полярном круге в 7 км к северу от Рованиеми. Деревню можно посетить в течение всего года: без выходных и праздников, а добраться можно на бесплатном автобусе, идущем из города по расписанию.

На территории деревни предоставляются различные виды услуг. Основные объекты посещения: офис Санта Клауса – общение и вручение подарка, фото или видеозапись (платные услуги); почта Санта Клауса (государственное почтовое отделение), сюда приходят письма от детей со всего света, так же можно отправить свое письмо с уникальным почтовым штампом; сувенирные магазины; кафе, ресторан. Предусмотрено символическое пересечение Полярного круга.

Дополнительные развлечения, организуемые на территории туристского объекта, оказываемые за дополнительную плату и предоставляемые отдельными компаниями-арендаторами: «Ледяной мир Снеговика» – ледяное кафе и катание с ледяных горок; оленеводческая ферма и собаководческая фермы – катание на оленьих и собачьих упряжках; парк снегоходов, где есть специальные мини-снегоходы для детей, прокат снегоходов; музей снегоходов. Дополнительные услуги позволяют продлить время пребывания на туристском объекте или заинтересовать в повторном посещении и, как следствие, увеличить доход предприятий обслуживания.

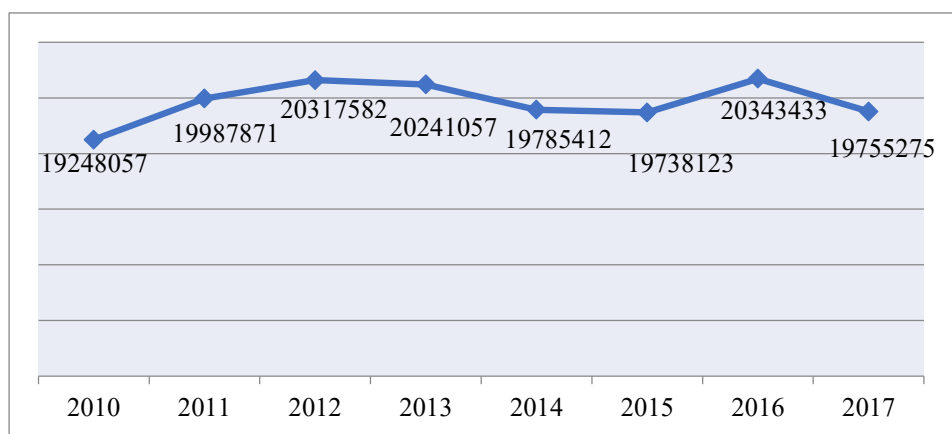


Рис. 1 – Количество зарегистрированных ночлегов за 2010-2017 в Лапландии.

Если рассматривать один из главных статистических показателей туризма- количество зарегистрированных ночлегов в Лапландии за период 2010-2017, то можно наблюдать сокращение числа ночлегов за 2014 и 2015 года, что было вызвано сокращением числа туристов из России ввиду санкций, падения рубля и политических конфликтов. Если рассматривать статистику туристов в разрезе стран, то 2 страны по которым наблюдается изменение — это Россия и Китай. (рисунок 2).

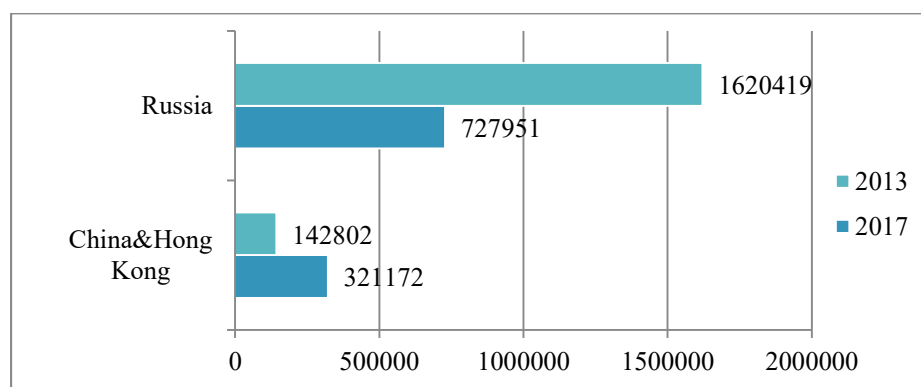


Рис. 2 - Количество туристов из России и Китая в Лапландии за период 2013-2017гг.

После сокращения числа основного рынка туристов в 2014 году, политика развития туризма в Лапландии направлена на сотрудничество и привлечение нового рынка клиентов из Китая, о чем говорит начало тесного сотрудничества туроператоров Лапландии и Китая и некоторые льготы для китайский туристов, которые будут введены в скором времени.

1. Для саамов	<ul style="list-style-type: none"> - новые рабочие места; - возможность для ведения бизнеса; - высококачественные и разнообразные услуги; - интернационализация и увеличение взаимодействия; - внедрение современных технологий, улучшение транспортных и телекоммуникационных технологий.
2. На региональном и национальном уровнях	<ul style="list-style-type: none"> - продвижение бренда Лапландии и возвышение имиджа Финляндии в целом; - прямые и косвенные экономические влияния; - международная торговля (экспорт); - инвестиции и финансирование; - новые предприятия и инновационное предпринимательство; - работа для молодежи; - концентрация туристических центров, особенно в малонаселенных районах; - доступность и улучшение инфраструктуры.
3. Для Европы	<ul style="list-style-type: none"> - экономические операции, основанные на региональных сильных сторонах; - высококачественный характер и опыт туризма; - арктическая специализация; - быстрый темп роста туризма; - совершенствование последней «дикой» территории Европы.

Таблица 1 - Влияние туризма Санта-Клауса

Как видно из таблицы 1, туризм в Рованиеми очень сильно влияет в трех разных масштабах. Далее рассмотрим свот-анализ туризма в Рованиеми.

Внутренние	Сильные стороны:	Слабые стороны:
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Официальная деревня Санта-Клауса; 2. Полярный круг; 3. Поддержка государства; 4. Один из известных курортов; 5. Хорошая локация; 6. Привлекательность. 7. Развития инфраструктура; 8. Работа в течение всего года. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Нет четкого ведущего предприятия; 2. Высокая цена; 3. Ограниченное количество туристов; 4. Сезонность.
Внешние	Возможности:	Угрозы:
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Развитие институтов; 2. Международные туристы; 3. Инновационные услуги; 4. Усиление сотрудничества между различными субъектами и сферами; 5. Глобальный рост туризма. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Дефицит рабочей силы; 2. Конкуренция (Скандинавские страны, Канада и др.); 3. Глобальное потепление; 4. Общее мировое экономическое развитие и рост цен на нефть; 5. Изменение покупательских предпочтений.

Таблица 2- Свот-анализ туризма Санта-Клауса.

Таким образом, основными факторами успеха туризма Санта-Клауса можно назвать:

- возможность круглогодичного использования объектов благодаря диверсификации предоставляемых услуг, рассчитанных как на зимний, так и на летний период;

- транспортная доступность туристских объектов;

- рекламная и информационная поддержка, осуществляемая как на уровне туристской отрасли региона, так и самими туристскими объектами в местах дислокации туристов, в турагентствах, в гостиницах, на туристских интернет-порталах.

Современный туризм во многом универсален по организации массового досуга, поэтому представленные пример туризма Санта-Клауса в Лапландии может послужить идеей для развития туризма в Оймяконском улусе Республики Саха (Якутия).

Далее рассмотрим сравнительный анализ возможностей развития туризма в Якутии и в Рованиеми.

Критерии	Туризм Санта-Клауса	Туризм Чысхаана
Местонахождение	Лапландия, Финляндия	Республика Саха (Якутия)
Персонаж	Санта Клаус западноевропейский и североамериканский сказочный (фольклорный) персонаж. Носит плотные красные кожаные штаны и отделанную шерстью красную шубу.	Чысхаан является сказочным персонажем, якутским властелином холода. Носит синюю шубу и шляпу с высокими рогами, символизирующую воплощение Быка Зимы.
Резиденция	Офис Санта-Клауса находится в главном здании Деревни Санта-Клауса	Царство вечной мерзлоты находится в бывшей штольне в пригороде Якутска Резиденция Чысхаана находится в 1000 км от Якутска в Оймяконе
Мероприятия	Открытие рождественского сезона за месяц до Рождества Санта-Клаус объявляет рождественский сезон открытым в Деревне Санта-Клауса 23 декабря это еще одна изюминка года, когда Санта приступает к своим обязанностям	Фестиваль «Зима начинается с Якутии» начинается 1 декабря с церемонии зажжения первой официальной русской новогодней елки в г. Якутске Фестиваль «Полюс Холода»
Популярность	Всемирно известен	В основном, только в России
Возраст	С 1950	С 2003
Доступность и инфраструктура	Хорошее месторасположение и развитая инфраструктура	Удаленность от центра и неразвитая инфраструктура

Таблица 3 – Сравнение возможностей развития туризма в Рованиеми и в Якутии.

Из вышесказанного мы можем сделать следующие выводы:

1. Для развития и брендинга туризма Санта-Клауса потребовалось долгое время в рамках официальной стратегии развития туризма в Финляндии туризм.
2. В последние годы произошли изменения в туристической ориентации Рованиеми

3. Модель туризма Санта-Клауса вполне может быть использована в Якутии после проведение работ по продвижению, рекламе, развитию туризма в Якутии в целом.

Использованные источники:

1. Official Site of Santa Claus Village <https://www.santaclausvillage.info/>
2. Liuwei Luo. *The growth of Chinese Tourism in Rovaniemi. Case Study: Santa Claus Village, 2017*
https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/130759/Thesis_Luo%20Liuwei_Final.pdf?sequence=1
3. Rovaniemi Tourism Strategy. Summary, 2016
<http://www.rovaniemi.fi/loader.aspx?id=3b56c475-2990-4989-80fd-01d82a09d50c>
4. Michael Pretes. *Postmodern Tourism. The Santa Claus Industry, 1995*
<http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.459.6472&rep=rep1&type=pdf>
5. *Tourism Develop in Lapland. A Lappish Success Story. Part 1* // Regional Council of Lapland, 2017
<https://issuu.com/lapinliitto/docs/developingtourisminlapland>
6. The Official Travel Guide of Finland <http://www.visitfinland.com/>
7. Official site of Rovaniemi <http://www.visitrovaniemi.fi/>