

ФОРМИРОВАНИЕ СТРАТЕГИИ ТУРИСТСКО- РЕКРЕАЦИОННОГО КОМПЛЕКСА

Материал для Модуля 3

Декларация результатов стратегии

Реализация обозначенных стратегией проектов, будет способствовать

- формированию стратегической миссии региона в (каких направлениях и на каком уровне..- национальный, региональный, местный)
- какие создаст эффекты (социальные, экономические, экологические);
- каким образом обеспечивает целевые показатели национальных проектов, стратегий, указов Президента

Прогнозная оценка туристского потока в Регионе

1. Целевой метод (от заданного значения – 1млн. чел)	2. Метод аналогий	3. Метод экстраполяции	4. Метод сегментации рынка
1000,5 тыс.чел	1600 тыс чел	400тыс. чел	?



Идеальные условия для максимальной реализации всех факторов развития туризма в регионе - **1 200 000 чел.**



Целевое значение туристского потока – **1 000 000 чел.** – достижимая в долгосрочном периоде величина



Стратегические приоритеты - Сроки - Ресурсы



Стратегия развития туристско-рекреационного комплекса г. Кировска

Стратегия развития туристско-рекреационного комплекса

Взаимосвязанная по задачам, срокам осуществления и ресурсам совокупность отдельных проектов и мероприятий организационного, социально-экономического, градостроительного и маркетингового характера, обеспечивающая эффективное решение проблемы динамичного и устойчивого развития туризма в Регионе.

Цель (пример)

Формирование в Регионе современного конкурентоспособного круглогодичного туристско-рекреационного комплекса на кластерной основе, обеспечивающего широкие возможности для роста внутреннего и внешнего туристских потоков, а также развитие туристской инфраструктуры, обеспечивающей потребности проживающего населения в качественном отдыхе.

Задачи, определяющие достижение цели:

1. Разработка Маркетинговой Концепции туристской дестинации.
2. Диверсификация регионального туристского продукта.
 - 2.1. Поддержка и дальнейшее продвижение ставших ключевыми для региона видов внутреннего и въездного туризма
 - 2.2. Выявление, развитие и продвижение новых видов туризма, дополняющих основные виды рекреации в высокий сезон и определяющие специализацию дестинации в низкий сезон.
 - 2.3. Формирование и реализация пространственной стратегии развития туристско-рекреационного комплекса (вовлечение смежного с ТРЦ пространства в производство регионального турпродукта)
3. Повышение качества и конкурентоспособности туристских и сопутствующих им услуг до международного уровня.
 - 3.1. Стимулирование развития и совершенствование туристской инфраструктуры, в том числе сопутствующей (транспорт, комплексные средства размещения, общественное питание, индустрия развлечений, предприятия торговли и сервиса и др.).
 - 3.2. Выявление потенциала кластерного взаимодействия в Регионе
 - 3.2. Разработка алгоритма взаимодействия субъектов туристского рынка на основе кластерного подхода.
4. Развитие межрегионального сотрудничества в сфере туризма.

Нормативно-правовая база Стратегии развития туризма в Регионе:

- Стратегия развития туризма в РФ до 2035г
- Стратегия пространственного развития РФ на период до 2025 г
-
- Постановление Правительства Российской Федерации *о создании в регионе территорий особого статуса*
- Комплексный инвестиционный план развития *(моногорода)*
- Стратегия социально-экономического развития муниципального образования
- Муниципальные программы
- Документы территориального развития

Анализ стартовых условий развития ТРК

Структура туристско-рекреационного комплекса Региона

По данным районного отдела Федеральной службы государственной статистики на базовый год :

- гостиниц и аналогичных коллективных средств размещения –;
- специализированных средств размещения –;
- специализированных детских лагерей и баз отдыха – ;
- общедоступных столовых, закусочных – ;
- ресторанов, кафе, баров –;
- общее количество размещенных в коллективных средствах размещения –чел.
- число обслуженных однодневных посетителей (экскурсантов) чел.
- объем платных туристских услуг населению –тыс. руб.;
- объём платных услуг гостиниц и аналогичных средств размещения –тыс.руб.
- количество занятых в туристской сфере – тыс.чел.

Преобладающие виды туризма в Регионе (в т.ч. по типам РД):

- *Спортивный туризм:* (горнолыжный спуск, катания на лыжах, санях, ...,хайкинг, альпинизм, дельтапланеризм, велосипедные трассы и др., рыбная ловля, кайтинг);
- *Приключенческий туризм:* (многодневные горные походы, джипинг, фото-сафари и др.);
- *Познавательный туризм:* (посещение достопримечательностей, музеев, а также различные варианты научно-познавательного, минералогического и экологического туризма).

Выявление положительных и отрицательных трендов, угроз и возможностей (PEST и SWOT):

1. Геополитические
2. Нормативно-правовые (внешние и внутренние)
3. Социально-экономические
4. Демографические
5. Экологические
6. Технологические
7. Туристские
8. Инфраструктурные
9. Бюджетные
-

Портрет гостя

сегментация по критериям: (географический, демографический, социально-экономический, психографический,)

*Выявленные при анализе стартовых условий развития ТРК
проблемы формируются в группы (пример):*

1. Инфраструктурные
2. Продуктовые
3. Экологические
4. Кадровые
5. Информационно-коммуникационные

ИНФРАСТРУКТУРА

Туристская инфраструктура

- КСР
 - Предприятия общественного питания
 - Центры делового туризма
 - Объекты развлечения, спорта и активного отдыха;
 - Предприятия торговли и сервиса;
 - Объекты автомобильного и водного туризма;
 - Туристско-информационные центры
- ## Обеспечивающая инфраструктура
- дорожно-транспортная инфраструктура;
 - инженерные сети;
 - общественные пространства и благоустройство.

Анализ состояния на базовый год и выявление проблем развития для обеспечения перспективного турпотока



Основные направления развития с учетом роста туристского потока



Ожидаемые результаты



ТУРИСТСКАЯ ИНФРАСТРУКТУРА

Комплексные средства размещения

- Низкая конкурентоспособность гостиничных предприятий. Наличие сильной конкуренции со стороны ИСР (индивидуальных средств размещения), в т.ч. по ценовым параметрам 64,5% *туристского потока размещается в КСР, и около 35,5% в ИСР.*
- Устаревшая материально-техническая база КСР, не отвечающий современным требованиям номерной фонд
- Отсутствие классифицированных гостиничных объектов
- Низкое качество предоставляемых услуг. *Результаты соцопроса): показатель "уровень гостиничного обслуживания" - 2,8 балла из 5 возможных.*
- Отсутствие единого портала по аренде временного жилья
- Дефицит номерного фонда в КСР в период высокого туристского спроса и важность его развития для возможности принятия и обслуживания прогнозируемого увеличения туристского потока
- Низкая степень диверсификации КСР. Не полное удовлетворение потребности в разнообразии форм размещения (отсутствие кемпингов, апарт-отелей и т.д.).

Предприятия общественного питания (ПОП)

- Отсутствие ресторанов/кафе с национальной кухней
- Отсутствие сетевых кафе/ресторанов, в том числе быстрого обслуживания
- Невысокий уровень культуры обслуживания в ПОП.
- Явно выраженная диспропорция между сегментом "рестораны, бары и кафе" (на который приходится 82,2% всех общедоступных предприятий питания и 83% всех посадочных мест) и сегментом "общедоступных столовых и закусочных" (находится в стадии стагнации).
- Политика высоких цен во многих ПОП снижает частоту их посещаемости местными жителями и туристами (многие туристы, особенно размещающиеся в ИСР предпочитают питаться самостоятельно, не обращаясь к услугам ПОП).
- Наличие значительного дефицита посадочных мест в существующих ПОП для возможности принятия и обслуживания прогнозируемого увеличения туристского потока

Объекты развлечения, спорта и активного отдыха

- Ограниченное предложение турпродуктов, не соответствующее объему современного туристского спроса:
 - Слабый уровень развития индустрии развлечений. Недостаточный пакет услуг в вечернее и ночное время, а также в непогоду;
 - недостаточное количество объектов для семейного отдыха с детьми;
 - сезонность спроса на существующие и недостаток объектов развлечения в низкий сезон и межсезонье;
 - Услуги инструкторов, проводников и гидов,
- Отсутствие комбинированных абонементов – «Карта Гостя» и т.д.
- Конкуренция в профильных видах рекреации со стороны.....
- Теневой характер деятельности туркомпаний, занимающихся пакетными турами отдыха;
- Отсутствие сертифицированных маршрутов;
- Отсутствие обустроенных экологических троп

Центры делового туризма

- Можно ли Регион позиционировать как центр делового туризма:
- Если да – какие проблемы стоят на пути формирования этой миссии:
 - инфраструктура
 - транспорт и местоположение
 - событийный ряд

Объекты автомобильного и водного туризма

- Плотность дорог и качество их покрытия
- Охват сетью дорог действующих и перспективных в горизонте стратегирования маршрутов
- Протяженность водных путей и степень их маршрутной освоенности
- Наличие придорожной инфраструктуры

Объекты автомобильного и водного туризма

Предприятия торговли и сервиса

КОМПЛЕКС ОБЕСПЕЧИВАЮЩЕЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ

Дорожно-транспортная инфраструктура

Результаты анализа и проблемы

1. Оценка транспортного положения: «центральность» и «тупиковость»;
2. Отсутствие железнодорожного пассажирского сообщения в условиях роста турпотока будет снижать благоприятность транспортного положения
3. Транспортная доступность со стороны других населенных пунктов, являются важными факторами сдерживающими развитие туризма и рекреации в Регионе.

Реализация транспортных проектов - необходимое условие увеличения потока, условие мобильности посетителей дестинации и вовлечение в туристский оборот новых объектов, как на территории региона, так и районов-соседей .

Инженерная инфраструктура

1. Энергообеспеченность объектов туристской инфраструктуры

Техническое состояние электрических сетей и их соответствие современным требованиям.

2. Состояние сетей водоснабжения.

3. Резерв производительности очистных сооружений .

4. Система водоотведения

4. Теплосети

5. Централизованное газоснабжение

6. Услуги мобильной связи

Общественные пространства и благоустройство

В настоящей Стратегии под общественным пространством подразумевается открытая, озелененная территория охватывающая, в том числе включающая в себя объекты культурного наследия и прилегающие к ним территории, а также территории с активной социально-культурной составляющей (объекты культуры и досуга, спортивные сооружения, парки, скверы, места встреч, улицы и общественные зоны города).

1. Обеспеченность зелеными насаждениями
2. Доступность объектов городской среды.
3. Актуальность реконструкции объектов среды и новые архитектурно-градостроительные и планировочные решения.
4. Состояние объектов застройки в исторической части города
5. Вопросы освобождение от производственных функций значимых для реализации данной стратегии территории или реорганизации промышленных зон вместе с развитием существующих общественных пространств, связей, элементов природного каркаса в новом планировочном районе.
6. Актуальность формирования нового центрального пространства и его характеристики

Санитарная очистка территории

ИНФОРМАЦИОННО-КОММУНИКАЦИОННЫЕ ПРОБЛЕМЫ И ТУРИСТСКО-ИНФОРМАЦИОННЫЕ ЦЕНТРЫ

- Вопросы брендинга. Узнаваемость действующего бренда.
- Уровень продвижения специализированного сайта по туризму в интернете
- уровень информации о достопримечательностях и туристских возможностях, уровень актуализации информации на туристском сайте
- Устойчивые стереотипы о Регионе
- позиционирование Региона в российском и международном информационном пространстве
- Понимание «платформы бренда» у местных жителей, туристов, инвесторов
- Наличие/отсутствие мероприятий по формированию положительного имиджа территории у целевой аудитории
- Наличие/отсутствие маркетинговой программы по продвижению региональных туристских продуктов и услуг

ПРОДУКТОВЫЕ ПРОБЛЕМЫ :

- обеспечение вопросов безопасности туристов
- конкурентоспособность туристских услуг по стоимости по сравнению с аналоговыми территориями (цена-качество)
- Наличие/отсутствие туристского паспорта территории
- Наличие/отсутствие брендовых маршрутов и турпродуктов, пакетных туров и программ
- Наличие/отсутствие событийного календаря

ПРОБЛЕМЫ КАЧЕСТВА БИЗНЕС-СРЕДЫ:

- Слабое взаимодействие участников туристского рынка
- Отсутствие комплексной программы по поддержке предприятий малого и среднего бизнеса
- Ограниченное количество инвестиционных площадок

КАДРОВЫЕ:

- Нехватка профессиональных туристских кадров, в т.ч. владеющих иностранными языками
- Отсутствие системы подготовки и переподготовки туристских кадров
- Отсутствие аккредитованных гидов-проводников, инструкторов

Рекомендации по решению проблем и формированию основных групп мероприятий стратегии

- I. Развитие туристской и обеспечивающей инфраструктуры и их рынков
- II. Мероприятия по благоустройству и санитарной очистке
- III. Туристско-информационные центры и развитие информационно-коммуникативной среды
- IV. Развитие регионального туристско-рекреационного продукта
- V. Развитие бизнес-среды
- VI. Развитие кадрового потенциала

Отражение рекомендаций в стратегических трендах развития ТРК Региона

- Диверсификация регионального туристского продукта для обеспечения круглогодичного цикла дестинации
- Развитие нового продуктового ассортимента в сегменте высокотехнологичных, активных видах рекреации
- Активное вовлечение смежных пространств в развитие регионального туристско-рекреационного комплекса
- Повышение эффективности функционирования ТРК по мере развития процессов кластеризации в предпринимательской среде туриндустрии

Механизмы реализации стратегии

Содействие кластерному взаимодействию субъектов рынка и организационно-управленческие механизмы развития туристского кластера со стороны государства

Мероприятия маркетинговой стратегии (...развитие межрегиональных туристских связей и имиджевого продвижения,)

Декларация стратегической миссии Региона

Реализация обозначенных стратегией проектов, будет способствовать

- формированию стратегической миссии региона в (каких направлениях и на каком уровне..- национальный, региональный, местный)
- какие создаст эффекты (социальные, экономические, экологические);
- каким образом обеспечивает целевые показатели национальных проектов, стратегий, указов Президента