



Федеральное
агентство по туризму



ТУРИЗМ И ИНДУСТРИЯ
ГОСТЕПРИИМСТВА

Туристический акселератор для предпринимателей

Курс «Национальные туристические маршруты»

Тема 4. Формирование концепции



Введение

Зачем нужна концепция и можно ли ее не делать?

Определений понятия «концепция» очень много. Даже введя фразу «концепция определение» в любой интернет-поисковик, мы получим сразу множество всевозможных определений. Отбросив совсем уж примитивные и неактуальные, мы все равно получим значительное количество вариантов. Например:

«Концепция – это документ, описывающий общие положения проекта, его цели, задачи и способы достижения этих целей»

«Концепция – это основные положения проекта, представленные в определенной системе, назначение которых - определить конечные цели проекта и выявить возможные пути их достижения»

«Концепция – это документ описывающий общие положения будущего проекта, определяющий глобальные цели и задачи проекта и укрупненное видение методов достижения поставленных целей и решения возникающих задач».

Согласитесь, все эти определения - внушительные фразы, которые побуждают к немедленному действию. Нужно ли следовать

первому порыву или может быть можно не тратить время и ресурсы, а просто сразу начать работать над формированием маршрута?

Ответ не будет однозначным. Концепция крайне необходима только в том случае, если вы хотите создать новый или модернизировать существующий маршрут, который в будущем сможет претендовать на статус национального туристического маршрута. Если же глобальных задач вы перед собой не ставите, то этот шаг действительно можно пропустить.

Анализируя множество проектов, в том числе те, которые стали настоящим прорывом для региона, можно вывести свое определение рассматриваемого понятия:

Концепция туристического маршрута – это точно не документ «для галочки», это серьезная предварительная проектная работа, в результате которой должен быть сформирован документ, согласующийся с имеющимися в регионе нормативными документами, в первую очередь, стратегией развития туризма в регионе. Этот документ должен отвечать на ключевые вопросы: «что мы делаем?», «зачем мы это делаем», «получить в результате?» и «какими методами и способами мы





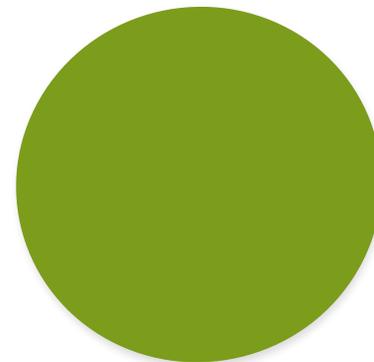
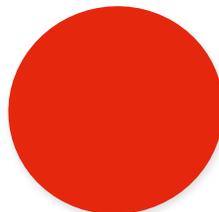
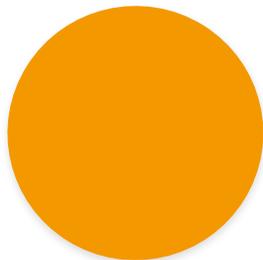
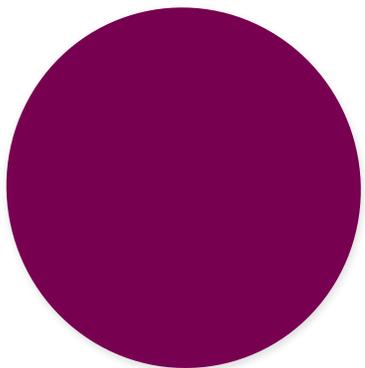
Цели концепции

Зачем создавать маршрут?

При формировании концепции туристического маршрута каждый регион может поставить перед собой разные цели и задачи. И наиболее вероятно, что поставленные цели и целевые показатели в разных регионах будут различаться. И это абсолютно нормально, потому что исходные данные у каждого региона отличаются. Как мы уже говорили, не существует единого шаблона для создания идеального, востребованного туристического маршрута. Отсутствие шаблона продиктовано разнообразием субъектов Российской Федерации, начиная от природно-климатических факторов до демографической и исторической составляющей.

Вместе с тем можно предположить, что целями формирования туристического маршрута, который в будущем сможет получить статус национального туристического маршрута, могут являться:

- комплексное развитие внутреннего и въездного туризма за счет создания условий для формирования и продвижения качественного конкурентоспособного туристского продукта;
- усиление социальной роли туризма, увеличение доступности услуг туризма, отдыха и оздоровления для всех жителей Российской Федерации;
- формирование доступной и комфортной туристической среды;
- Обеспечение безопасных путешествий для граждан Российской Федерации и иностранных граждан.





С чего начать?

Неудобные вопросы

Каждый из нас понимает, что ни отдельно взятый орган власти, ни отдельный субъект бизнеса, не способны, да и не уполномочены ни создать, ни реализовать, ни развивать маршрут, а, тем более, сеть маршрутов, на высоком качественном уровне. Это совместная задача, за которой стоит строго выверенная, синхронная работа участников многих, если не всех, отраслей бизнеса в регионе и курирующих органов власти. И синхронизация должна быть как вертикальная, так и горизонтальная.

Создавая концепцию туристического маршрута или даже нескольких туристических маршрутов, мы должны, как бы пафосно это не звучало, заглянуть в будущее и определить, к чему мы стремимся и что называем результатом, которого хотим добиться.

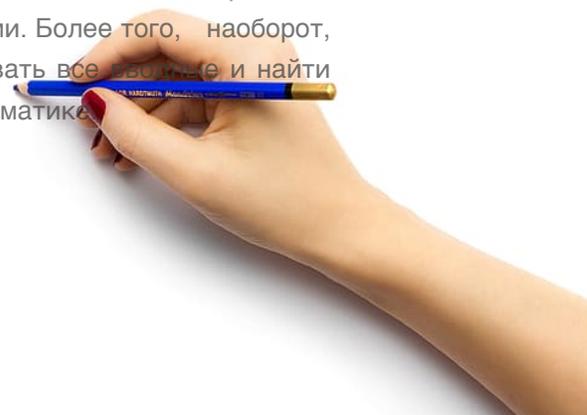
Для этого нам придется ответить на ряд вопросов, многие из которых будут для нас неудобными, если не сказать неприятными:

- как в регионе обстоят дела с транспортной доступностью?
- есть ли у нас придорожная инфраструктура?
- куда заселять и чем кормить наших гостей?
- наши туристы – кто они вообще, откуда они к нам приедут?
- что показать туристам?

- какая у нас цель создания маршрута?
- из каких средств будет финансироваться новый маршрут?
- какие реальные сроки достижения поставленных целей?

Это только часть вопросов, в действительности их гораздо больше. А неудобные они, потому что не всегда ответы на них порадуют. Но ответы на них должны быть честными и, как мы говорили в предыдущей теме, лучше занизить возможности своего региона, чем их приукрасить. Это касается всех аспектов, которые безальтернативно должны быть включены в концепцию будущего национального туристического маршрута.

Вместе с тем, чем детальней будут проработаны вопросы и чем реальней будет составлена концепция проекта будущего маршрута, тем проще его будет реализовывать и тем проще будет достигнуть поставленных целей. И в процессе проработки концепции станет понятно, что адекватные ответы на вопросы и соответствующая им постановка целей позволят перестать считать их неудобными и нежелательными. Более того, наоборот, они позволят критически проанализировать все это и найти решения по имеющейся в регионе проблематике.





Чек-лист

Что включать в концепцию?

Показатели, которые могут быть включены в концепцию, не ограничиваются теми, которые мы рассмотрим в данном курсе. Каждый регион может дополнять этот перечень исходя из своих возможностей, ресурсов и поставленных задач. Мы предлагаем рассмотреть минимальный набор пунктов, которые должны присутствовать в каждой концепции формирования маршрута, претендующего в будущем на статус национального туристического маршрута.

Формируя концепцию НТМ, важно оценить следующие показатели:

Турпоток в регион – откуда приедут туристы, существующий и планируемый трафик.

Экономика маршрута: планируемые траты, поступления в региональный бюджет, туристическое сальдо.

Потребительский путь: планирование маршрута, запросы туристов, потребительские впечатления от поездки.

Региональные ресурсы – транспортная доступность, наличие привлекательных локаций, удобное размещение, безопасность нахождения в регионе.

На следующих слайдах разберем подробнее каждый показатель.





Чек-лист

Турпоток в регион

Отсутствие закрепленного в законе понятия «туристический поток» и методики его подсчета создает проблемы для развития туристической отрасли в регионе. Нерелевантные показатели не позволяют получить данные, необходимые для формирования целей и их достижения при создании концепции маршрута.

Как мы уже упоминали в предыдущей теме, региону необходимо приложить максимально возможные усилия для получения любой информации о туристическом потоке, которая позволит проанализировать реальную картину туристических прибытий.

Чем больше будет информации об имеющемся турпотоке, чем более детализированной она будет, тем более корректными будут цели и способы их достижения в концепции маршрута.

Чем больше данных у нас будет о туристических прибытиях, географии постоянного проживания наших туристов, путешествующих по маршруту, тем более структурированной будет информация о целевых рынках. Более того, корректные показатели турпотока принципиально важны и для расчета экономических показателей концепции, которые будут затронуты на следующем слайде.

Только качественные и количественные показатели будут определять качество туристического трафика в регион!





Чек-лист

Экономика маршрута

Экономика в целом связана с извлечением оптимальной выгоды от использования ограниченных ресурсов. Экономические факторы, которые, как правило, ограничены, призваны удовлетворять психологические и физические потребности человека.

Система показателей развития туризма для региона (страны) включает:

- объем туристского потока;
- среднюю величину туристских расходов в сутки;
- состояние и развитие материально-технической базы;
- показатели финансово-экономического состояния;
- показатели развития туризма.

Большое значение имеет туристическое сальдо региона, то есть соотношение ввоза денежной массы от туристических прибытий к вывозу средств из региона местными жителями.

В концепцию маршрута, по возможности, необходимо заложить планируемый вклад в бюджет и развитие региона от реализации данного маршрута. Это сложная задача, которую не всегда возможно выполнить с максимально корректным расчетом.

Вместе с тем расчет вклада от реализации маршрута в доходы региона – одна из первостепенных задач формирования концепции маршрута, как проекта региона.





Чек-лист

Потребительский путь

Под туристским впечатлением следует понимать комплекс эмоций, в большинстве своем положительных, и душевного и физического состояния туриста, возникшего или достигнутого им в результате потребления туристского продукта: услуг (работ), приобретения туристских товаров и пр.

Это общее определение, но она отражает то, зачем турист едет в наш регион и почему принимает решение приобрести именно наш туристический продукт.

Надо понимать, что для того, чтобы ресурсы региона были реально использованы в целях туризма, необходима надлежащая инфраструктура и индустрия туризма, которая обеспечит в полном объеме доведение до туриста информации о данном туристском объекте, необходимой и достаточной для уверенной мотивации выбора путешествий именно в эту местность и к этому объекту; достаточно комфортную и безопасную доставку туриста к этой местности; размещение; питание; развлечение.

Несоответствие маршрута или даже одного объекта, задействованного на маршруте, ожиданиям туристов, не позволит достичь ожидаемого эффекта от турпотока в регион!

Задача на этапе формирования концепции – пройти путь будущего потребителя и ответить на главный вопрос: я хотел бы быть туристом своего региона?!





Чек-лист

Региональные ресурсы

Региональный ресурс определяет возможности региона преобразовывать собственные природные ресурсы в финансовые и социальные. Номинальный региональный ресурс определяется как объём благ, которыми природа наделила регион. Реальным ресурс является только в том случае, когда используются его положительные качества.

Эксперты полагают, что вопрос региональных ресурсов, их качества, безопасности, достаточности для формирования конкурентоспособного маршрута, находится в зоне ответственности региональных органов исполнительной власти.

Действительно, местный бизнес не может взять под контроль транспортную доступность или, например, санитарно-эпидемиологическую безопасность при посещении каких-либо объектов региона.

При этом совместная работа власти и бизнеса по определению тех или иных локаций или дестинаций для включения в маршрут, их потенциальная привлекательность для туристов, крайне важна. Зачастую, только представители туристических компаний могут определить и спрогнозировать спрос на тот или иной объект, после чего уполномоченные органы смогут обеспечить надлежащее развитие данных точек притяжения.





Спасибо за внимание!

