



**VII РЕГИОНАЛЬНЫЙ СЪЕЗД
ПРЕДСТАВИТЕЛЕЙ СЕЛЬСКОГО
ТУРИЗМА КАЛУЖСКОЙ ОБЛАСТИ**

**ПУТИ ТРАНСФОРМАЦИИ ТУРПРОДУКТА
СЕЛЬСКОЙ ТЕРРИТОРИИ В
НАЦИОНАЛЬНЫЙ ТУРИСТСКИЙ
МАРШРУТ**

13.04.2022. г. Кременки, Жуковский район

ЧТО СПОСОБСТВУЕТ РАЗВИТИЮ СЕЛЬСКОГО ТУРИЗМА

1) ВНУТРЕННЯЯ ПРИЧИНА:

- ✓ **потребность сельских территорий в новых источниках пополнения бюджета;**
- ✓ **образования рабочих мест;**
- ✓ **развитие социальной инфраструктуры территории**

2) ВНЕШНЯЯ ПРИЧИНА:

рост спроса туристско-рекреационные услуги со стороны городского населения

Интенсивный ритм жизни, неблагоприятная экологическая обстановка в городах вынуждают городское население выезжать на отдых в сельскую местность.





КОМПЛЕКСНОЕ РАЗВИТИЕ И БЛАГОУСТРОЙСТВО ТУРИСТСКИХ ТЕРРИТОРИЙ





СТРОИТЕЛЬСТВО И РЕКОНСТРУКЦИЯ ОБЪЕКТОВ МАГИСТРАЛЬНОЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ





ФОРМИРОВАНИЕ ТУРИСТСКОГО ПРОДУКТА С УЧЁТОМ ПРИРОДНОГО, КУЛЬТУРНОГО, ЭТНИЧЕСКОГО РАЗНООБРАЗИЯ РЕГИОНОВ РОССИИ



ЭТНОКОМПЛЕКС «ЯСНА»
Республика Чувашия



**ЭТНОКОМПЛЕКС
«СТЕПНОЙ КОЧЕВНИК»
Республика Бурятия**



**НАЦИОНАЛЬНЫЙ ПАРК
«КЕНОЗЕРСКИЙ»
Архангельская область**





НП «КЕНОЗЕРСКИЙ», Архангельская обл.





НП «КЕНОЗЕРСКИЙ», Архангельская обл.

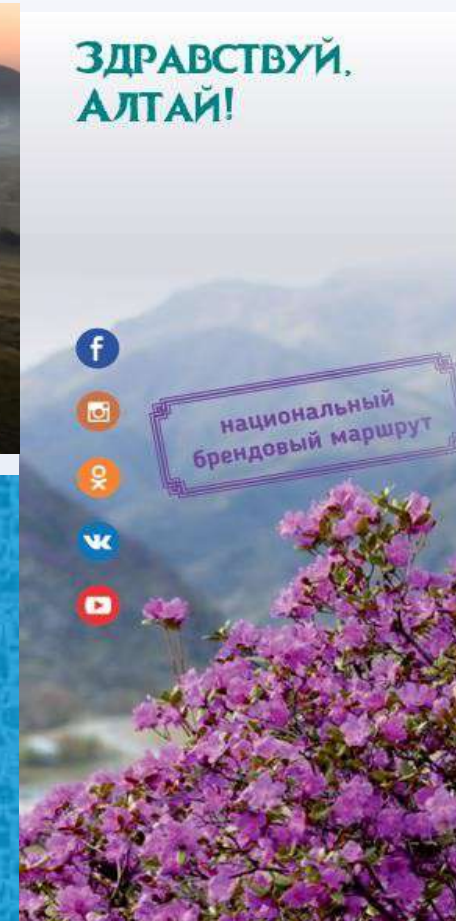
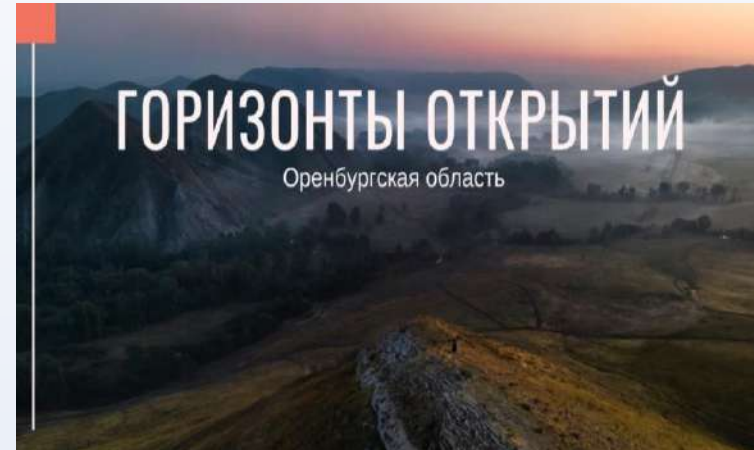
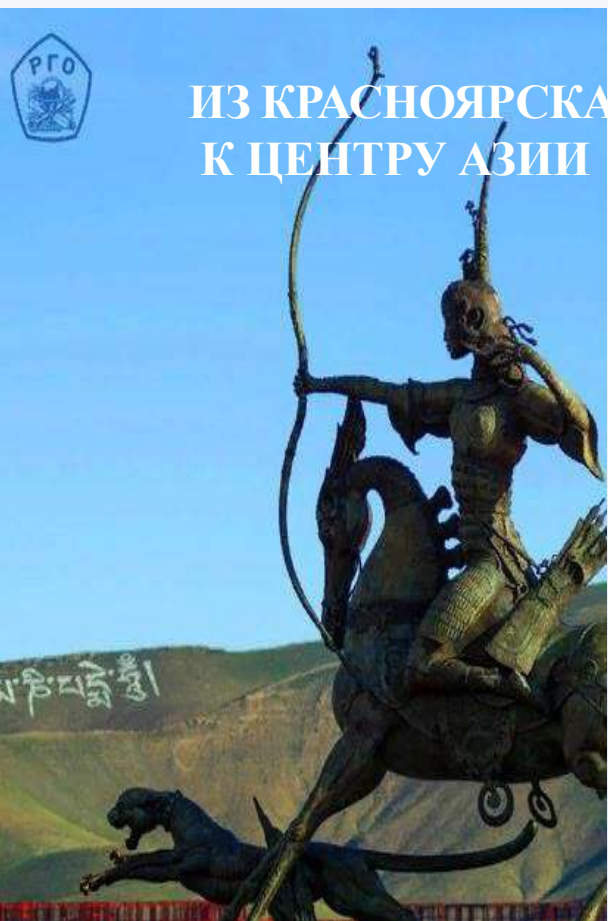


ЛЕНД-ПАРК «ТУЖИ» ЗАБАЙКАЛЬСКИЙ КРАЙ, с. УКУРИК



© Евгений Галуза

Региональный брендовый маршрут — маршрут (туристский продукт в определении федерального закона «Об основах туристской деятельности в РФ»), **отличительными характеристиками которого являются: узнаваемость, круглогодичность/сезонность, регулярность, целостность, соответствие стандартам РФ по безопасности и предоставлению туристских и иных услуг, входящих в туристский продукт**





О внесении изменений в Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» в части правового регулирования деятельности экскурсоводов (гидов), гидов-переводчиков и инструкторов-проводников» от 20.04.2021 года № 93-ФЗ

Национальный туристский маршрут – туристский маршрут, имеющий особое значение для развития внутреннего туризма и въездного туризма и определяемый уполномоченным федеральным органом исполнительной власти в соответствии с порядком, установленным Правительством Российской Федерации»



СРАВНИТЕЛЬНЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ	РЕГИОНАЛЬНЫЕ БРЕНДОВЫЕ МАРШРУТЫ	НАЦИОНАЛЬНЫЕ ТУРИСТСКИЕ МАРШРУТЫ
ЛОКАЛИЗАЦИЯ	Региональный	Межрегиональный
ПРОДУКТ	Тур (пакетное предложение)	Комплексное туристическое предложение (линейка туров), включающее разные виды туризма, под единым брендом
ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ	Организованные туристы	Организованные и самостоятельные туристы
ИНИЦИАТОР ПРОЕКТА / ПОЛУЧАТЕЛЬ ФИНАНСИРОВАНИЯ	Регион + туроператор	Консорциум местного туристического и смежного бизнеса (должен включать в себя туроператоров и администрации регионов , но это не обязательное требование)
СУТЬ ПРОЕКТА	Создание нового или реновация существующего туристского маршрута в масштабе региона	Создание туристского бренда на базе известных транспортных магистралей и координированное развитие туристской и дорожной инфраструктуры
НАПРАВЛЕНИЯ ФИНАНСИРОВАНИЯ	1.Разработка и брендинг турпродукта 2.Экспертиза и тестирование на соответствие стандартов 3.Продвижение и выведение на рынок	1.Разработка общей концепции и единый брендинг 2.Дорожно-транспортная сеть 3.Туристская инфраструктура «специфическая» для дорог (стоянки, кемпинги, видовые площадки, навигация, санитарно-заправочные комплексы) 4.Единые архитектурно-планировочные решения



ТУРИСТСКАЯ ТЕРРИТОРИЯ

ЭТО - ФИЗИЧЕСКОЕ ПРОСТРАНСТВО
(муниципальное образование или группа муниципальных образований), **КОТОРОЕ**

ХАРАКТЕРИЗУЕТСЯ НАЛИЧИЕМ
ОБЩЕГО ТУРИСТСКОГО ПРОДУКТА

ТУРИСТСКИЙ ПРОДУКТ – ЭТО
КОМПЛЕКСНАЯ УСЛУГА:

- **ТРАНСФЕР**
- **ЭКСКУРСИОННЫЕ И**
АНИМАЦИОННЫЕ ПРОГРАММЫ
- **ПИТАНИЕ, РАЗМЕЩЕНИЕ, ДОСУГ**
- **СУВЕНИРНАЯ ПРОДУКЦИЯ И Т.П.**



ПЕРСПЕКТИВНАЯ ТУРИСТСКАЯ ТЕРРИТОРИЯ - ТЕРРИТОРИЯ, ОБЛАДАЮЩАЯ ТУРИСТСКИМ ПОТЕНЦИАЛОМ ДЛЯ СОЗДАНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНЫХ ТУРИСТСКИХ ПРОДУКТОВ, НА КОТОРЫХ СФОРМИРОВАН КАЧЕСТВЕННЫЙ СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫЙ ТУРИСТСКИЙ ПРОДУКТ ЗА СЧЕТ КОМПЛЕКСНОГО ПОДХОДА К РАЗВИТИЮ ТУРИСТСКОЙ И ОБЕСПЕЧИВАЮЩЕЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ



1. Отнесение ПТТ к ключевым территориям посещения/ точкам входа туристского потока на межрегиональных туристских маршрутах
2. Обеспечение транспортной доступности ПТТ
3. Наличие/создание условий для усиления заинтересованности бизнеса (*инфраструктура, благоустройство, комфортная среда, инвестиционный климат, система продвижения, безопасность. качество*) повышение инвестиционной привлекательности, господдержка маркетинга и строительства обеспечивающей инфраструктуры и т.д.

Априори предполагается, что ТТ, расположенные на МТМ, обладают уникальными, интересными, популярными и прочее объектами, а также определенной туристской инфраструктурой

МЕТОДИКА ОЦЕНКИ ПТТ
(чек-лист)

Параметры	Критерии	Баллы
Место расположения туристских объектов (транспортная доступность показатель Стратегии)	1. Авиасообщение	
	2. Ж/д сообщение	
	3. Федеральные автомагистрали	
	4. Региональные автомагистрали	
	5. Муниципальные автодороги	
	6. Водное сообщение (наличие речного/морского порта, пристани, речного транспорта)	
	7. Удобство доступа к туристским объектам	
	8. Удобная и узнаваемая туристская навигация магистральной инфраструктуры	

МЕТОДИКА ОЦЕНКИ ПТТ (чек-лист)

Параметры	Критерии	Баллы
Качество туристской и магистральной инфраструктуры ы (показатель Стратегии)	1. Развитая сеть магистральной инфраструктуры к объектам туристских посещений (различные виды магистральной инфраструктуры: авиа, ж/д, авто, велосипедной, водной и т.п.)	
	2. Наличие многофункциональных комплексов сервиса (дорожного и придорожного)	
	3. Наличие оборудованных туристских маршрутов, экологических троп, музеев, экспозиций, объектов экскурсионного познания и т.п.	
	4. Наличие навигации по объектам, в том числе в цифровом формате	
	5. Наличие цифровой инфраструктуры и сервисов (информационная доступность)	
	6. Соответствие инфраструктуры гостиниц и иных средств размещения для туристов (удобство и комфорт, независимо от «звездности» СР, соотв. ПП №1860 от 18.11.2020 г.)	

Параметры	Критерии	Баллы
Уровень качества сервиса и кадрового обеспечения (показатель Стратегии)	1. Широкий ассортимент предоставляемых услуг (наличие дополнительных услуг: сувенирная продукция, гастрономические сувениры, шопинг, досуг, и т.п.)	
	2. Наличие различных видов удобств для туристов (в том числе с ограниченными возможностями)	
	3. Высокое качество услуг (экскурсионные, услуги инструктора-проводника, питания, размещения, трансфера, мастер-классы, дегустационные сеты, прокат туристского снаряжения, доп. усл.)	
	4. Доброжелательность (в средствах размещения, на предприятиях общественного питания, в музеях, на объектах экскурсионных посещений, в магазинах, парикмахерских, в сувенирных лавках и т.п.)	
	5. Языковая подготовка работников в сфере туризма (экскурсоводы(гиды), инструкторы-проводники, менеджеры, администраторы)	
	6. Активное вовлечение бизнеса в формирование образовательных программ для туристской отрасли	
	7. Компетентность персонала: администраторов, экскурсоводов (гидов), инструкторов-проводников, мастеров, официантов и т.п.	

Параметры	Критерии	Баллы
Имидж туристско-экскурсионных объектов ТТ (показатель Стратегии)	1. Узнаваемость и востребованность туристских продуктов и брендов ТТ	
	2. Активное информирование туристов о рисках, об условиях обеспечения безопасности отдельных видов туризма, о состоянии окружающей среды ТТ, в том числе посредством цифровых платформ и сервисов	
	3. Благоприятное восприятие объектов показа и посещения	
	4. Внешнее восприятие и внутренняя атмосфера на объектах ТТ (эстетичность объектов, доброжелательность персонала)	
	5. Обеспеченность туристских объектов кадрами	
	6. Соответствие уровня квалификации персонала на туристских объектах	
	7. Наличие обратной связи с потребителями туристских	

МЕЖРЕГИОНАЛЬНЫЕ ТУРИСТСКИЕ МАРШРУТЫ СИБИРИ: В Хакасском Республиканском Национальном музее-заповеднике «КАЗАНОВКА»





ОРГАНИЗАЦИЯ ДОСУГА ГОСТЕЙ: МАСТЕР-КЛАСС ПО ИЗГОТОВЛЕНИЮ ТАЛГАНА



МТМ «СИБИРСКИЕ КАНИКУЛЫ»: ХАКАСИЯ, ЮГ КРАСНОЯРСКОГО КРАЯ, ТЫВА



МТМ «ПУТЕШЕСТВИЕ ИЗ КРАСНОЯРСКА К ЦЕНТРУ АЗИИ»



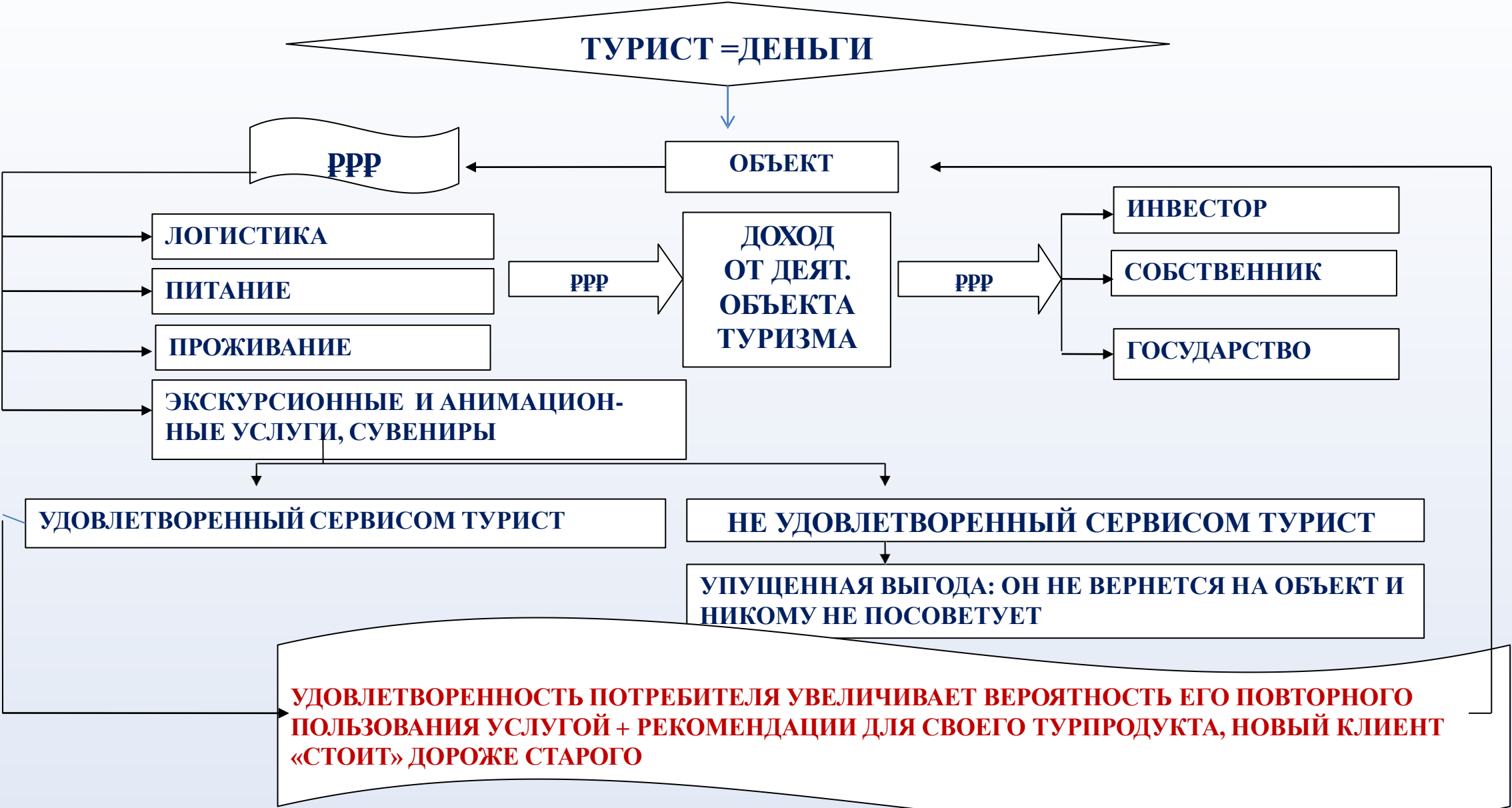
МТМ «СИБИРСКИЕ КАНИКУЛЫ»: ХАКАСИЯ, ЮГ КРАСНОЯРСКОГО КРАЯ, ТЫВА



В ЭТНОКОМПЛЕКСЕ «АЛДЫН-БУЛАГ» РЕСПУБЛИКИ ТЫВА



МОНЕТИЗАЦИЯ ТУРИСТСКОГО ПРОДУКТА



ПАРАМЕТРЫ И КРИТЕРИИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ



❖ СПОСОБНОСТЬ ОБЪЕКТА ЗАНЯТЬ
СВОЕ МЕСТО НА РЫНКЕ

❖ КАЧЕСТВЕННЫЙ ПРОДУКТ,
ОРИЕНТИРОВАННЫЙ НА РЫНОК
ТРУДА

❖ РАЗВИТАЯ ИНФРАСТРУКТУРА
❖ ОБЪЕКТА



СЕРВИС - ПОКАЗАТЕЛЬ КАЧЕСТВА ТУРПРОДУКТА



СТАНДАРТИЗАЦИЯ УСЛУГ В СЕЛЬСКОМ ТУРИЗМЕ – УСТАНОВЛЕНИЕ ПРАВИЛ И ХАРАКТЕРИСТИК ДЛЯ ДОБРОВОЛЬНОГО МНОГОКРАТНОГО ПОВТОРЕНИЯ В СФЕРЕ ПРОИЗВОДСТВА ТУРПРОДУКТА, УСЛУГ И ПОВЫШЕНИЯ ИХ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ



**ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ УСЛУГИ В СЕЛЬСКОМ ТУРИЗМЕ:
организация досуга, прокат техники, туристского снаряжения и инвентаря и т.п.**



УСЛУГИ В ГОСТЕВОМ ДОМЕ: мастер-классы по выпечке, приготовлению блюд национальной гастрономии, ремеслам



УСЛУГИ В ГОСТЕВОМ ДОМЕ: ПРОДУКТЫ ОТ ФЕРМЕРОВ



КАЧЕСТВЕННЫЙ СЕРВИС И БЕЗОПАСНОСТЬ - БАЗОВЫЕ ОРИЕНТИРЫ РАЗВИТИЯ ГОСТЕПРИИМСТВА В СЕЛЬСКОМ ТУРИЗМЕ



expertekb7@gmail.com

+7 912-24-311-09

САФОНОВА

Людмила Валентиновна,

к.п.н., доцент

эксперт государственной системы
классификации гостиниц, эксперт по сертификации
туристских услуг и услуг средств размещения, эксперт по
независимой оценке квалификаций персонала КСР