

**СТРАТЕГИЯ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА  
В ЯРОСЛАВСКОЙ ОБЛАСТИ  
2017-2025**

# СТРАТЕГИЯ КАК ИНСТРУМЕНТ ОБЩЕСТВЕННОГО УЧАСТИЯ



## РАЗРАБОТЧИКИ И ЭКСПЕРТЫ

В рамках стратегической сессии при разработке стратегии приняли участие представители Муниципальных Образования Ярославской области:

1. г. Ярославль
  2. г. Ростов – Великий
  3. г. Переславль – Залеский
  4. Рыбинский МР
  5. Мышкинский МР
  6. Углический МР
  7. Тутаевский МР
  8. Большесельский МР
  9. Брейтовский МР
1. Баканов Владимир Вячеславович - вице-президент по вопросам развития региональных продуктов и импортозамещения
  2. Желтов Артем Васильевич - Аналитик, специалист по долгосрочному прогнозированию, консультант по недвижимости, журналист
  3. Трунова Наталья Александровна - генеральный директор ООО "Институт «Ленгипрогор»
  4. Жданов Роман Игоревич - Руководитель проектов Департамента коммуникации и стратегии ГК «Ростех»
  5. Данилов Андрей Юрьевич - заведующий кафедрой регионоведения и туризма исторического факультета Ярославского государственного университета им. П.Г. Демидова
  6. Цапук Дмитрий Анатольевич - Доцент кафедры туризма и сервиса ЯГПУ им. К.Д. Ушинского
  7. Тутариков Андрей Владимирович - пресс-секретарь Межрегиональной профсоюзной организации «Газпром профсоюз», редактор сайта «Наш Брейтовский район»
  8. Смирнова Оксана Валерьевна - куратор проектов в социокультурной сфере
  9. Соловьева Марина Анатольевна - председатель Ассоциации специалистов в области сельского туризма Ярославской области
  10. Сазонов Сергей Вячеславович – заместитель директора ГМЗ «Ростовский кремль»
  11. Румянцев Олесь Анатольевич - Директор по развитию спорта и спортивного туризма центра водного спорта "Ветрено"
  12. Иванова Ирина Евгеньевна - руководитель «Центра регионального маркетинга» Ярославский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова
  13. Красникова Людмила Сергеевна - генеральный директор автономной некоммерческой организации "Творческое объединение ремесленников "Слобода"
  14. Юдашкин Дмитрий Алексеевич - советник руководителя Департамента инвестиционных проектов РАСПП, исполнительный директор INST GROUP

# Современное состояние развития туризма

- *Ярославской области нужны новые, более амбициозные цели*

# Текущая ситуация: где мы находимся?

## СИТУАЦИЯ: ВНУТРЕННИЕ РЕСУРСЫ

Наличие ресурсов (культурные, природные и др.)

Наличие потенциальных «флагманских» проектов и направлений

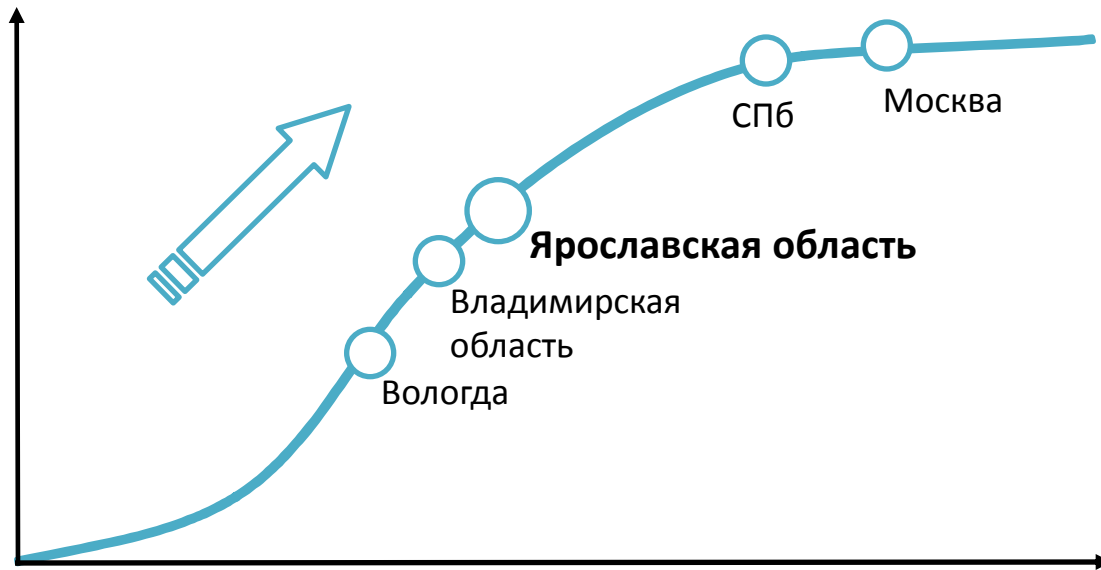
Категория	Ресурсы
Природные ресурсы	Волга, Рыбинское водохранилище, озера Плещеево и Неро, слабозаселенные территории вблизи мегаполисов.
Культурные ресурсы	«Земля городов». Богатейшее культурное наследие, ремесла, археологические объекты, исторические города. Богатейшие гастрономические ресурсы.
Рыночные ресурсы	Существующий турпоток, спрос на новые виды туризма, значительный поток деловых туристов, наличие ряда успешных туристических продуктов (круизы, городской туризм и т.д.).
Управленческие ресурсы	«Золотое кольцо». Сети внутрироссийского и международного взаимодействия в сфере культуры. Высокий уровень предпринимательской культуры

- Новые города – претенденты на включение в «Золотое кольцо»
- Развитие водного туризма на Волге.
- Линейка крупных событий
- Локальная гастрономия
- Традиционная и современная культура
- ТРК «Золотое кольцо» и «Ярославское взморье», Ярославский зоопарк
- Линейка инвестиционных проектов

Ярославская область обладает широкими возможностями и может претендовать на **федеральный уровень**.

**Ярославская область –  
«большая рыба в маленьком пруду»**

# Основные этапы развития региональных рынков туризма



## I этап

Неразвитая инфраструктура (объекты и события советского типа), достопримечательности локального уровня, низкокачественная сувенирная продукция (эконом-сегмент).  
Основной драйвер – «случайные» посетители из регионов, слабый внутренний туризм.

## II этап

Появление форматных объектов (сетевые отели, общепит и пр.), появление специализированных сувенирных магазинов, достопримечательности странового масштаба.  
Основной драйвер – внутренний (региональный) туризм, ближе к концу этапа – въездной туризм (страновой).

## III этап

Мощный брэнд, новые форматы – «уникальный продукт», возникновение специализированных life-style и fashion центров, достопримечательности международного масштаба.  
Основной драйвер – въездной туризм и иностранный туризм, ближе к концу этапа – трансфер компетенций в иные сферы (сувенирная продукция в потребит.рынки и пр.)

- Существующая туристическая инфраструктура и предложение «Золотого кольца» не вечны.
- В течение следующих 10 лет в Ярославль, а после - в другие города региона, придут все современные форматы туризма.
- Усиление конкуренции со стороны регионов со схожими ресурсами и продуктами
- «Петля с положительной обратной связью»: туристы из мегаполисов создают новые рынки и стандарты, и сами же их потребляют.
- Для работы с международным туризмом придется заниматься международным маркетингом

# Стратегия: основные вызовы

## СТРАТЕГИЧЕСКИЙ ВЫБОР

### Инерционный сценарий

- Существующие объекты и предложения
- Конкуренция с аналогичными регионами
- Опора на существующий культурный туризм
- Ярославская область = «Золотое кольцо»
- К 2025 – сдача позиций более активным регионам

### Прорывной сценарий

- Конкуренция с «высшей лигой»
- Новые локомотивы развития: городской и водный туризм
- Расширение турпредложения
- Международные стандарты качества
- Глобальный маркетинг

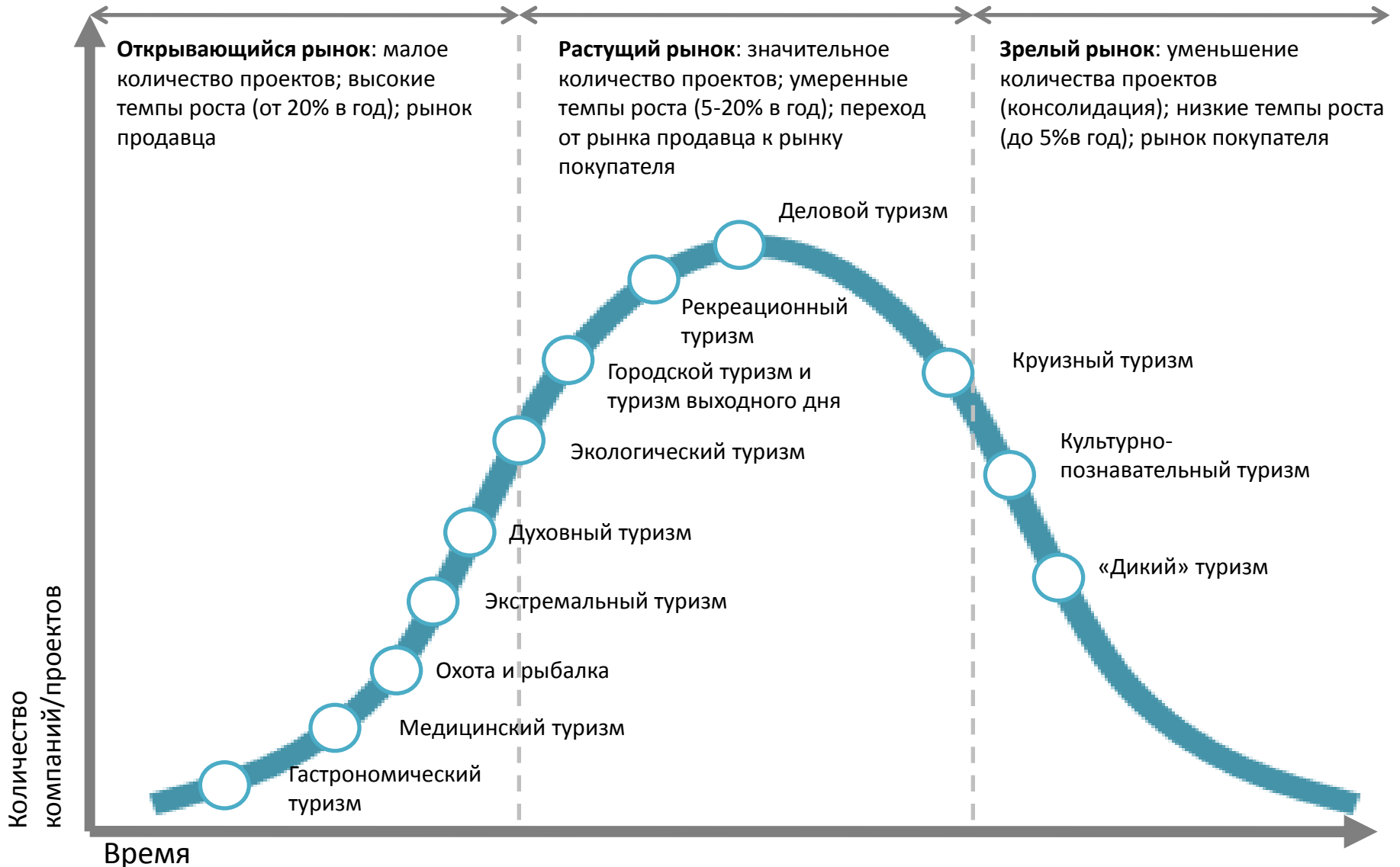
### Конкуренция с лидерами - 2025

- Культурные объекты мирового значения
- Консолидирующее лидерство в Золотом кольце
- Индивидуальные туристы из мегаполисов и из-за рубежа
- Новые объекты показа: города
- Современная логистика
- Современные форматы: городской туризм, центры загородного отдыха и т.п.
- Глобальные сервисы
- Глобальный маркетинг

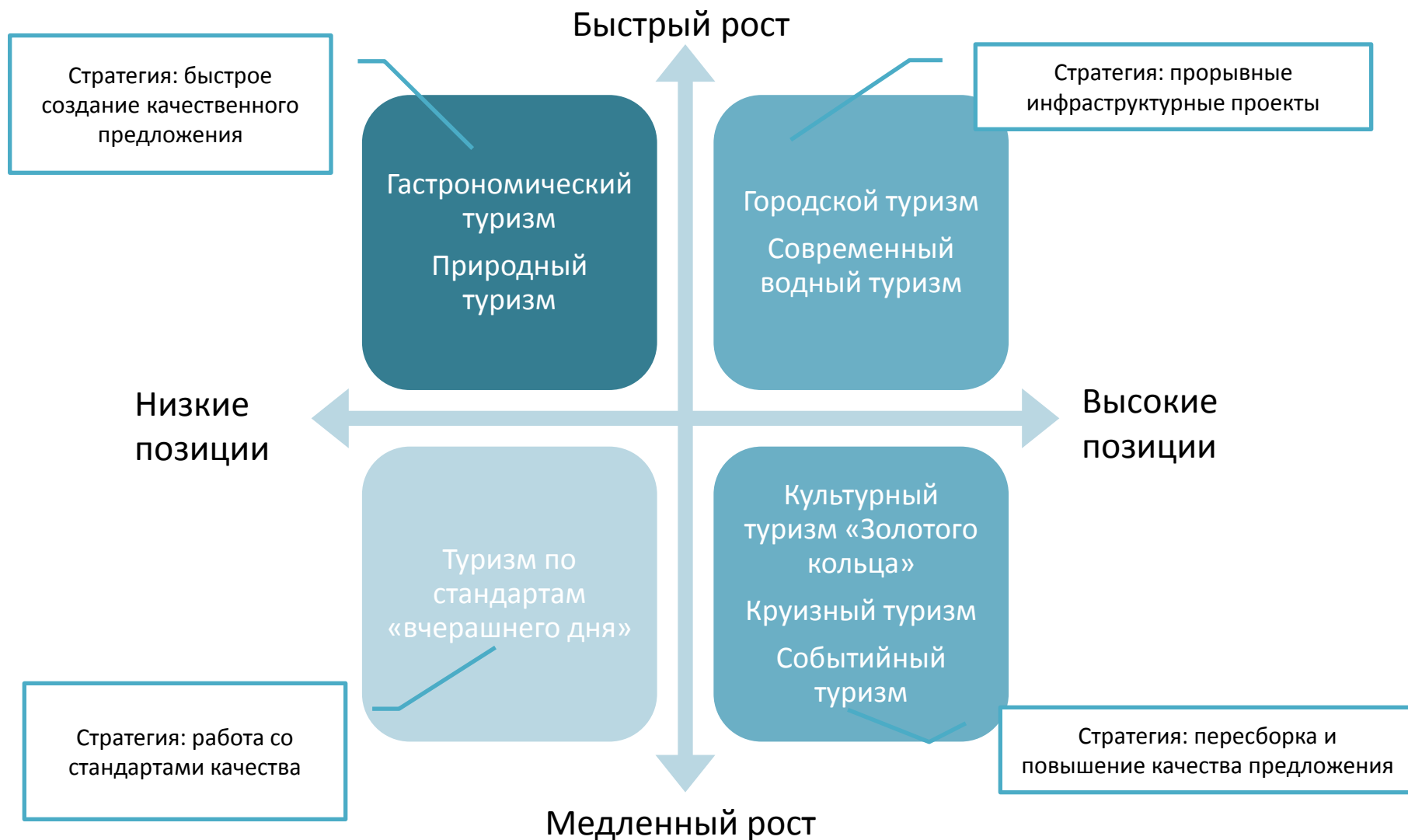
### Конкуренция с аналогичными регионами

- Традиционные объекты показа: «одинаковые» соборы и монастыри
- Автобусные туры и турфирмы
- Культурный туризм по «Золотому кольцу»
- Сезонность и недозагруженность

# Рынки туризма: основа для выбора



# Рынки туризма: выбор стратегий





# Направления развития

- *Проекты для нового качества туризма*

# Стратегическая цель-2025

- **«8x5x8»** За **8 лет** войти в **пятерку** крупнейших туристических центров страны и принять **8 млн** туристов в год.
- **Задачи:**
  - **Повысить конкурентоспособность** за счет развития современных видов и форматов туризма
  - **Повысить доходы от туризма** за счет создания нового качества и высоких стандартов продуктов и услуг, а также современных подходов к инвестиционным проектам
  - **Снизить сезонность** за счет развития городского туризма, событийного туризма и современных объектов загородного отдыха
  - **Привлекать туристов из** России и стран мира за счет разработки и продвижения туристического бренда региона
  - **Выйти в лидеры** за счет управления межрегиональными проектами и инициативами
- **Показатели «высшей лиги»:**
  - Не менее **5 млн** туристов и экскурсантов в год
  - Не менее **3 млн** туристов, размещенных в КСР, в год

# Культурный туризм

## ТРЕНДЫ И ВОЗМОЖНОСТИ

### Тренды

- Повышение роли частной инициативы в освоении новых объектов туризма
- Индивидуальный выбор маршрута
- Личность, деятельность, атмосфера становится объектом внимания

### Общие моменты

- **Брендинг** Ярославской области
- Стратегия мягкого лидерства и общие стандарты развития «Золотого кольца»
- Повышение качества и новые стандарты сервиса
- Инфраструктура для **индивидуальных путешественников** – пешеходные маршруты, велосипедная инфраструктура, информация, навигация и т.п.

### Ярославль

- Оживление набережной,
- Ремесленная улица, Академия ремесел Золотого кольца,
- Историко-культурные кварталы
- **Городские парки и исторические объекты:** реставрация объектов благоустройство территории
- Центр авангарда и современного искусства «**Зеленая полоса**»

### Малые города

- **Переславль-Залесский:** благоустройство реки Трубеж, создание прогулочных зон в центре города, вынос трассы М8, переезд музея в центр, реконструкция автовокзала
- **Рыбинск:** программа подготовки объектов культурного наследия в исторической части города для инвесторов, новые объекты показа (музеи и т.п.)

# Золотое кольцо: зоны развития

## МЕЖРЕГИОНАЛЬНЫЙ ПРОЕКТ и СТРАТЕГИЯ КОНСОЛИДИРУЮЩЕГО ЛИДЕРСТВА

### Общие задачи

- ▶ Единый туристический продукт
- ▶ Единая продуктовая маркетинговая стратегия
- ▶ Общая стратегия продаж на глобальных рынках
- ▶ Единая система ТИЦ
- ▶ Консолидированный бюджет учредителей и участников НКО
- ▶ Единый стандарт обслуживания
- ▶ Единый фестивальный календарь
- ▶ Единая туристическая карта
- ▶ Единый информационный интернет-ресурс

### Задачи-2018

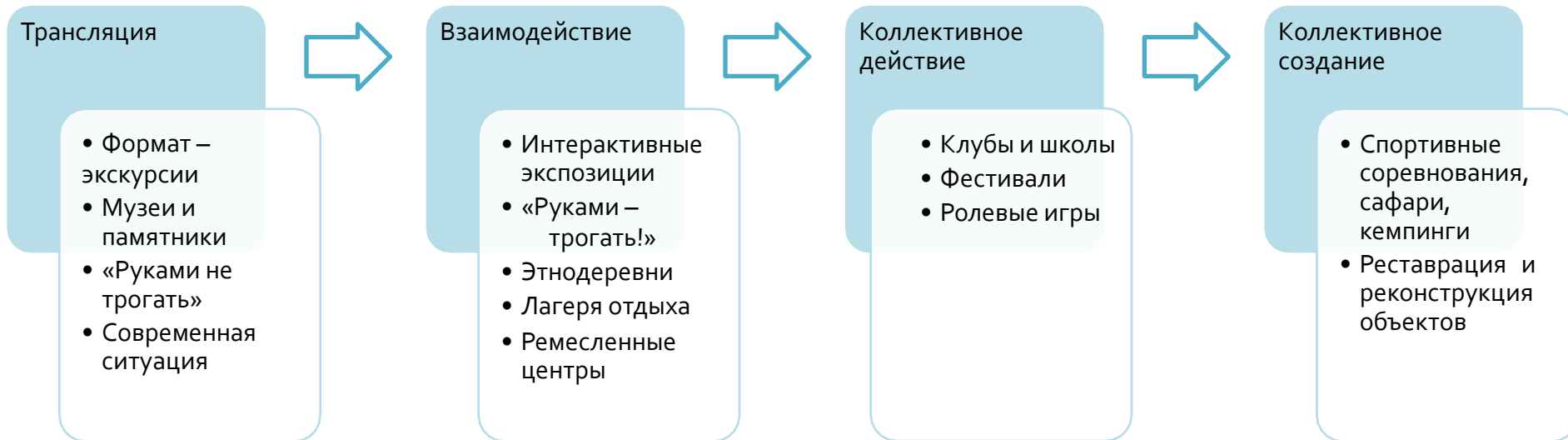
- ▶ Проектный офис «Золотое кольцо 2.0»
- ▶ Единая туристическая навигация
- ▶ Единый календарь событий
- ▶ Единый стандарт информационных материалов в ТИЦ
- ▶ Логотип, пилотная версии портала продвижения и продаж

### Показатели

- ▶ К 2022 – переход в ЯО к стандарту «туризма выходного дня»: три дня + две ночевки
- ▶ К 2022 г. – 5 млн. чел. в год.

# Золотое кольцо: зоны развития

## СЛЕДУЮЩИЙ ШАГ



### Стратегия:

- Развитие городов «Золотого кольца» как современных объектов городского туризма
- Развитие небольших историко-культурных аттракций рядом с ключевыми городами, в первую очередь за счет частных и общественных инициатив.
- «Золотое кольцо» как **национальный инфраструктурный стандарт** (стандарт качества услуг и состояния объектов показа)

# Городской туризм

## ТРЕНДЫ И ВОЗМОЖНОСТИ

### Мир и Россия: тренды

- ▶ Прогулки/передвижения по городу занимают от 40 до 70% активного времени пребывания в городе
- ▶ Рост количества поездок при сокращении времени единичного путешествия
- ▶ Растет рынок туризма выходного дня (зона 350-700 км от мегаполиса)
- ▶ Спрос на аутентичность: «жизнь между зданиями» как продукт
- ▶ Не больше 30% времени на посещение объектов культуры

### Ярославская область: возможности

- ▶ Снижение сезонности в туризме
- ▶ Монетизация прогулки: увеличение трат туристов в 3-5 раз
- ▶ Включение новых объектов и развитие городской среды
- ▶ Создание новых маршрутов (на 2-3 или 5-6 дней)
- ▶ Жители могут стать участниками развития туризма
- ▶ Развитие городской среды в радиусе 1,5-2 км (историческая часть).
- ▶ Уровень окупаемости - 70-100 проектов МСБ.
- ▶ Позиционирование по отношению к другим регионам

# Городской туризм: точки роста

Точка роста	В чем шаг развития	Основной тип проектов	Дни
Ярославль	<p>Перепозиционирование наследия как мирового достояния</p> <p>Переформатирование продукта под новые перспективные рынки (семейного туризма, молодежного туризма, китайский рынок)</p>	<p>Пешеходизация исторического центра.</p> <p>Развитие системы общественных пространств.</p> <p>Развитие коммерческих функций в центре, обеспечивающих его интенсивное использование.</p> <p>Создание новых объектов (комплексных музейно-развлекательных объектов и т.д.)</p> <p>Развитие «второй линии»: дворы и т.д.</p> <p>Городская скульптура и МАФ</p>	3-4
Мышкин, Углич	<p>Формирование уникального стиля городской среды (современность + аутентичность). Усиление гастрономического бренда (развитие дополнительных направлений)</p>	<p>Создание активной набережной в г.Углич и центральной части города. Развитие гастрономического бренда –сырной столицы России. Формирование зоны организованного девелопмента, направленного на летний отдых.</p>	1-2
Рыбинск	<p>Максимизация использования водных ресурсов в связке с исторической средой</p>	<p>Создание интерактивного музея рыбы, Редевелопмент набережной и центральной части;</p> <p>Развитие линейки продуктов, связанных с рыбой,</p> <p>Редевелопмент промышленных территорий под молодежный туризм (проведение мероприятий, квестов и тд)</p>	1-2

# Природный и водный туризм

## ТРЕНДЫ И ВОЗМОЖНОСТИ

### Ярославская область: возможности

- ▶ Инвестиционные проекты современных круглогодичных рекреационных комплексов
- ▶ Семейный отдых на природе
- ▶ Развитие прибрежных территорий и территорий остановок водных маршрутов: малые города на Волге как центры водного туризма
- ▶ Синергия ресурсов водного туризма и ресурсов прилегающих территорий
- ▶ Привлечение новых аудиторий: катера, яхтинг
- ▶ Высокая инвестиционная привлекательность проектов

### Атлас услуг водного туризма

- ▶ Описание основных городов и мест захода, в том числе – предоставляемых услуг
- ▶ Система стандартов предоставляемых услуг
- ▶ Система пакетного заказа и оплаты услуг. В том числе – посредством единой платежной пластиковой карты, с дополнительными скидками
- ▶ Подробная лоция
- ▶ Маркетинговая стратегия продвижения региона и Волги в черте ЯО как объекта современного водного туризма.

### Проекты (продолжение)

#### ▶ Эко – деревня

- ▶ **Расположение:** Глебовская с.п., Рыбинское водохранилище
- ▶ **Масштабы:** 3 года 50-150 млн руб
- ▶ **Услуги и объекты:** Домики, природная тропа, каскад прудов,

#### ▶ Экологический лагерь

- ▶ **Расположение:** Плещеево озеро
- ▶ **Масштаб:** 300 человек, 10 млн руб,
- ▶ **Услуги и объекты:** прокат инвентаря, питание, походы и экскурсии

#### ▶ Парк «ВЕТРЕНО»

- ▶ **Масштаб:** 120-200 млн рублей, 50 тыс человек в год.

#### ▶ Сеть веломаршрутов

- ▶ **Расположение:** Ярославский, Пошехонский, Ростовский МР, Мышкин
- ▶ **Услуги и объекты:** стоянки, стандарты, маршруты



# Событийный и деловой туризм

## ПРОЕКТЫ И ПОКАЗАТЕЛИ

**Мир и Россия: тренды** Рост делового туризма; Рост числа событий и конкуренции между ними; Появление новых технологий и способов информирования в событийном туризме; Появление культурной реконструкции (прикладное творчество) и военно- исторических реконструкций

### Проекты

#### ▶ «Календарь событий»

- ▶ Инфраструктура
- ▶ Организационно-ресурсное обеспечение
- ▶ Создание матрицы туристического события
- ▶ Выход тур. события на самокупаемость через 2-3-года
- ▶ Создание «лаборатории тур.событий»
- ▶ **Гостиница 5 звезд в Ярославле**
- ▶ **Фонд поддержки событийных мероприятий со стороны товаропроизводителей и инвесторов**
- ▶ **Лаборатория ТС – проектная площадка**
- ▶ База данных, эксперты, краш-тесты, спонсоры

#### Показатели - 2025

- ▶ 4 крупных события с посещаемостью не менее 15 тыс туристов
- ▶ 50 тысяч туристов в год
- ▶ Средний чек на площадке события – 500 руб. с человека
- ▶ Расходы туриста – 10 тысяч рублей на поездку
- ▶ Доход от событий – 1 млрд рублей в год

#### Ярославская область: возможности

Снижение сезонности за счет связки событий и городского туризма, а также развития делового туризма

Круглогодичная линейка Событий

Увеличение среднего чека и времени пребывания за счет качества услуг

# Локальная гастрономия, как стратегия повышения качества туристского предложения региона

## Мир и Россия

### ► Тренды

- ▶ Россия – страна натуральных продуктов и гастрономической экзотики.
- ▶ Локаворство и «органические» продукты
- ▶ Стандартизация предложения в мегаполисах
- ▶ Бурное развитие в городах от 600 т до 1 млн.

### ► Сегменты

- ▶ **Деловой туризм** – «деловой обед», сувениры
- ▶ **Городской туризм** – кафе и рестораны, мероприятия
- ▶ **Семейный туризм** – мастер-классы, экскурсии, сувениры

## Ярославская область: возможности

### ► Ресурсы и инфраструктура:

- ▶ Развитый сегмент HoReCa
- ▶ Рынки Ярославля и других городов
- ▶ Торговля на вокзалах
- ▶ Гастрономические события Масленица и «Пир на Волге»

### ► Региональные продукты:

- ▶ 25 перспективных продуктов
- ▶ 13 из них - крупные рынки и простота реализации

### Показатели – 2025:

- ▶ +3000 р. расходы на гастрономию на туриста
- ▶ 20 тысяч посетителей рынка Ярославля в день
- ▶ 10 упакованных региональных продуктов и гастробрендов

*Стратегическая цель: 3-5 производственных кластеров и объединения производителей на ближайшие 3 года*

# Локальная гастрономия, как стратегия повышения качества туристского предложения региона

## Общие моменты

- Пересборка Масленицы, «Пира на Волге» и Дня города
- Гастрономический путеводитель
- Выявление традиционных продуктов и рецептов через мероприятия
- Пакетные предложения для экскурсионных маршрутов, гастрономическая карта

## Ярославль

- «Гостевой сет» (пирог+сливянка) и «Ресторанный сет» (четыре блюда + напиток)
- Реконструкция городского рынка как многофункционального общественного пространства
- Торговые точки с локальной гастрономией на вокзалах в Ярославле и Рыбинске

## Малые города

- Локаворские рестораны: помощь с площадками
- Местные гастрономические сувениры: разработка, упаковка, брендинг
- Местные производители и продукты: поиск через мероприятия

## Негородские территории

- Проекты по формированию гастрономических кластеров
- Обучение ТИЦ и фермеров работе с гастрономическим туризмом
- Упаковка и брендинг фермерских продуктов

# Территориальные приоритеты

## Ярославль

Городская среда и городской туризм «большого города»

Новые продукты и проекты культурного туризма

Деловой и MICE-туризм

Событийный туризм

Инфраструктурные проекты: вокзал и аэропорт

Гастрономия

## Малые города

Развитие «Золотого кольца» и работа с наследием

Городская среда и городской туризм - «продажа тишины»

Велотуризм

Водный и круизный туризм

Инфраструктурные проекты водного туризма

Гастрономия

## Негородские территории

Природный и экологический туризм

Водный и круизный туризм

Треккинг, веломаршруты

Точечные инвестиционные проекты – современные, высокого класса

Гастрономические кластеры

# Три логики реализации проектов

## 1. Ликвидация проблем предыдущего этапа развития

- Ориентация на существующие рынки.
- Низкая отдача.
- Высокая стоимость за счет вложений в инфраструктуру
- Субъекты – государство и ГЧП
- Финансирование - программное

## 2. Решение задач нового этапа развития

- Ориентация на рынки с высокими темпами роста
- Современные форматы и стандарты
- Субъекты – коммерческие структуры
- Финансирование - инвестиции

## 3. «Опережающее» развитие

- Ориентация на перспективные рынки
- Проекты потребуют развернутых инфраструктур
- Затруднено обоснование инвестиционной привлекательности
- Субъект – общественные объединения
- Логика финансирования - венчурная

# Основные проекты развития

Направление/Логика	Ликвидация проблем предыдущего этапа	Решение задач нового этапа	Опережающее развитие
Культурный туризм	Создание инвестиционных паспортов объектов культурного наследия. Работа с городской средой.	Развитие историко-культурного туризма в Рыбинске, Тутаеве, Гаврилов-Яме. Академия ремесел	Центр авангарда и современного искусства. Центр дизайна по работе с культурным наследием
Событийный и деловой туризм	Создание «событийного календаря». Развитие продукта событийного туризма	Пересборка «Пира на Волге» и «Масленицы». Развитие MICE-туризма в Ярославле. Экономически эффективные мероприятия.	Новая линейка городских событий. Не менее одного глобального делового события в год
Водный туризм, круизный туризм и «Большая Волга»	Региональный стандарт обслуживания. Развитие яхтинга.	Карта услуг водного туризма. Комплекс «Ветрено».	Единый бренд. Общая инфраструктура (набор единых элементов в точках въезда и остановок)
Природный туризм. Рыболовно-охотничий туризм. Экотуризм. Сельский туризм	Сеть пешеходных и велосипедных маршрутов. Ремонт местных дорог.	Село Вятское. Этнодеревни. Национальный маркетинг территории. Рыболовные туры. СПА-курорты	Международное соревнование по ловле рыбы. Экологические тропы и маршруты.
Городской туризм	Создание привлекательной городской среды. Создание велосипедной инфраструктуры. Реконструкция ж/д вокзала Ярославль-Главный.	Пешеходные маршруты. Редевелопмент объектов. Развитие общественных пространств.	Дизайн-коды. Культурные проекты. Развитие городских сообществ. Серия художественных акций «ЗЕЛЕНАЯ ПОЛОСА»
Гастрономический туризм	Гастрономический путеводитель, атлас, карта. Обучение ТИЦ. Торговые точки.	Реконструкция рынка Ярославля. Гастрономический сет. Рестораны. Сувениры. Создание гастрономического кластера	Создание и продвижение региональных продуктов и брендов. Пакетные гастрономические предложения.

# Механизмы реализации

- *Кластеры, инструменты, решения*

# Механизмы развития инфраструктуры туризма

## ТРАНСПОРТНАЯ ИНФРАСТРУКТУРА

### **Ремонт и реконструкция дорог местного значения**

- Реконструкции дороги 1,5 км Ясенево-Петраково (прирост до 120 тыс. туристов)
- Реконструкции дороги 34 км Рыбинск-Глебово-Ларионов (прирост до 150 тыс. туристов)
- Создание новых участков «Рыбинского шоссе» (прирост до 300 тыс. туристов)

### **Развитие международного аэропорта Туношна**

- Реконструкция аэропорта и развитие новых маршрутов увеличит турпоток аэропорта до 30 тыс. чел. к 2020 году

### **Развитие железнодорожного сообщения**

- Развитие скоростного жд сообщения Москва-Ярославль.
- Электрифи участка Рыбинск-Ярославль сократит время пути до 50 мин.

### **Реконструкция автовокзалов**

### **Реконструкция ЖД вокзалов**

### **Развитие набережных и причалов**

**Комплексное развитие  
туризма согласованное с  
развитием транспортной  
доступности региона**



# Механизмы развития инфраструктуры туризма

## ИНВЕСТИЦИОННЫЕ ПРОЕКТЫ

### • ТРК «Ярославия»

- Исторические центры городов Ярославль, Углич, Ростов, Тутаев, Рыбинск, Мышкин
- 8 инвестиционных проектов
- 4 проекта развития обеспечивающей инфраструктуры.
- Частные инвестиции: 8,6 млрд. руб.
- Государственные инвестиции: 3,4 млрд. руб.
- Срок реализации: 2018 – 2025 годы

### • ТРК «Золотое кольцо 2.0»

- Ярославская область, Переславский муниципальный район
- 8 инвестиционных проектов
- 4 проекта развития обеспечивающей инфраструктуры.
- Частные инвестиции: 7,9 млрд. руб.
- Государственные инвестиции: 3,4 млрд. руб.
- Срок реализации: 2018 – 2025 годы

### • Межрегиональный маршрут «Большая Волга»

- Вдоль реки Волги
- 8 инвестиционных проектов развития круизного туризма и активных видов водного туризма
- 4 проекта развития обеспечивающей инфраструктуры.
- Частные инвестиции: 7,9 млрд. руб.
- Государственные инвестиции: 3,4 млрд. руб.
- Срок реализации: 2018 – 2025 годы



**Реализация кластерной политики поддержки крупных проектов в туризме**

# Система управления реализацией стратегией

## ОСНОВНЫЕ МЕХАНИЗМЫ

- **Координационный совет по туризму**

Рассматривает все типы проектов/программ по развитию туризма.

- **Фонд развития туризма (венчурный)**

Обеспечивает появление новых проектов и продуктов в сфере туризма (по модели стартап-акселератора)

- **Конгресс-бюро**

- Основная задача – привлечение и организация деловых мероприятий в регионе

- Работа с доходностью инвестиций для всех типов клиентов мероприятий

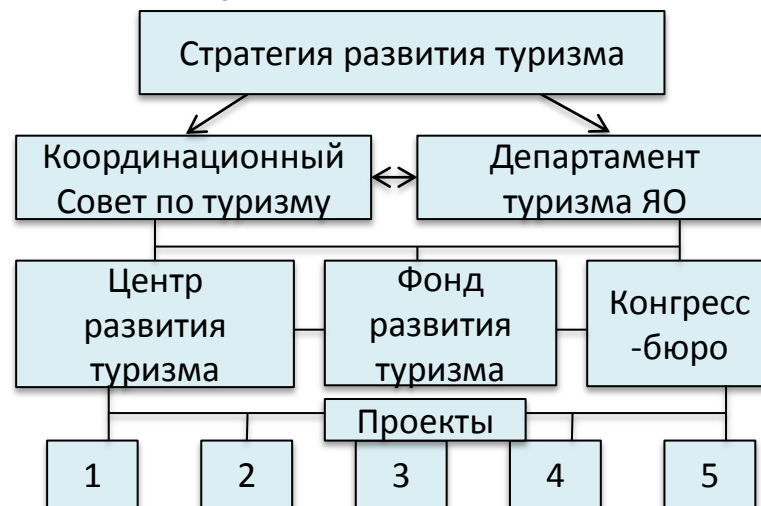
- **Региональный центр развития туризма (с функцией ТИЦ)**

- Интернет-маркетинг на туристских рынках
- информирование туристов уровня
- обновление региональных турпродуктов
- объединение местных ТИЦ

## КЛЮЧЕВЫЕ ЭФФЕКТЫ

- Количество реализованных проектов увеличивается на порядок
- Рост «инвестиционного портфеля» региона в туризме
- Учет интересов и привлечение всех заинтересованных стейкхолдеров
- Выход на современные международные тренды развития туризма

## ОРГАНИЗАЦИОННО-ПРАВОВОЕ РЕШЕНИЕ



# ЦЕЛЕВЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ: Не количество, а качество

Речь идет не только и не столько об экстенсивном росте туристического потока, сколько о принципиальном изменении качества этого потока за счет формирования нового предложения и выхода в «лидерскую» группу регионов. Основным предметом оценки является **качество туристического потока** и его **вклад в экономику региона**.

ПОКАЗАТЕЛИ	2017 (оценочно)	2025 (план)
Средние затраты одного туриста (руб. в день)	4 000	8 000
Количество возвращающихся туристов, % от общего турпотока	25%	40%
Количество иностранных туристов, тыс.чел.	120	200
Общее количество туристов ( в КСР/экскурсантов в %)	3,4 19/81	7,9 30/70
Количество занятых в туризме	6000	10 000
Количество занятых в смежных отраслях (общественное питание, гостиницы)	10 000	15 000
Объем инвестиций в отрасль (накопленным итогом)	-	Не менее 26 млрд.руб.