

Приходько Дмитрий Аркадьевич



**ФОРМИРОВАНИЕ, СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ И
ПРОДВИЖЕНИЕ НОВЫХ ПРОГРАММ ПО
ПРИВЛЕЧЕНИЮ ТУРИСТИЧЕСКОГО ПОТОКА НА
ТЕРРИТОРИЮ ГОРОДА (ЗА ПЕРИОД 2014-2020 ГГ.)**



Цель: повышение конкурентоспособности туристского рынка Великого Новгорода, удовлетворяющего потребности российских и иностранных граждан в качественных туристских услугах

Задачи: развитие туристско-рекреационного комплекса Великого Новгорода; повышение качества туристских услуг; продвижение туристского продукта города на мировом и внутреннем туристских рынках.



Ожидаемые конечные результаты реализации проекта и показатели социально-экономической эффективности:

- ❖ создание сети более конкурентоспособных туристско-рекреационных объектов;
- ❖ активизирование развития малого и среднего бизнеса (рост инвестиций в основной капитал средств размещения и услуг развлечения (гостиницы, места для временного проживания, общественное питание и т.п.);
- ❖ удовлетворение потребностей различных категорий граждан Российской Федерации и иных государств в активном и полноценном отдыхе, укреплении здоровья, приобщении к культурным ценностям;
- ❖ повышение уровня занятости населения за счет создания дополнительных рабочих мест в сфере туризма;
- ❖ увеличение доходов бюджетной системы Великого Новгорода за счет увеличения объема производства услуг в отрасли;
- ❖ рост валового внутреннего продукта и улучшение платежного баланса города (рост численности иностранных граждан, размещенных в коллективных средствах размещения);

В настоящий момент **туризм является одним из важных** направлений оживления экономики, оказывая стимулирующее воздействие на развитие таких сфер экономической деятельности, как услуги коллективных средств размещения, транспорт, связь, торговля, производство сувенирной продукции, общественное питание, сельское хозяйство, строительство, а также выступает катализатором социально-экономического развития региона и города в частности.

Всемирная организация **«ЮНЕСКО» признает туризм** одним из главных факторов культурного и гуманитарного развития, способствующего сохранению мира и сближению народов путем ведения "диалога между культурами".



Великий Новгород обладает высоким туристско-рекреационным потенциалом, на его территории сосредоточены уникальные рекреационные ресурсы, объекты национального и мирового культурного и исторического наследия, проходят важные культурные события. В городе представлен широкий спектр потенциально привлекательных туристских объектов, но развитие, которых невозможно без создания всех видов базовой инфраструктуры. По этой причине туристский потенциал города используется далеко не в полной мере. Потенциально к 2020 году **Великий Новгород** может войти **в первую десятку самых популярных городов РФ**, посещаемых туристами.



Процесс формирования и развития индустрии туризма в качестве **значимой отрасли территориальной специализации** в настоящее время невозможен только за счет использования действующих рыночных механизмов без реальной поддержки и активного координирующего участия со стороны государства, являющегося катализатором формирования государственно-частного партнерства, предусматривающего эффективное взаимодействие всех органов власти, туристского бизнеса, научных и общественных организаций в реализации масштабных туристских проектов и программ, направленных на развитие туристской привлекательности регионов, увеличение внутреннего и въездного туристских потоков, повышение качества туристских продуктов.



Историко-культурное наследие Великого Новгорода является **важнейшим конкурентным преимуществом** туристской отрасли. На поездки с культурно-познавательными целями приходится около 20 процентов внутреннего турпотока страны. В связи с этим **ключевой позицией** сохранения и развития существующих туристских потоков служит историко-культурное наследие города.

Особый интерес для Великого Новгорода представляет **развитие делового туризма**. В настоящее время около 70 процентов общего объема поездок с деловыми целями приходится на Центральный и Северо-Западный федеральные округа. В то же время доля участия города в этой сфере туризма минимальна. Учитывая, выгодное расположение области и города, в частности, между федеральными столицами (Москва и Санкт-Петербург), имеющий срединное положение, то **создание кластера делового туризма** является потенциально выгодным и стратегически правильным решением.



Помимо приведенных видов туризма Новгородская область и Великий Новгород активно могут **принимать участие в формировании других видов туризма**, например, рекреационный (оздоровительный) туризм, спортивный туризм, научный туризм, детско-юношеский туризм, медицинский туризм, речной туризм, студенческий туризм.

Одним из важных направлений развития инфраструктуры туризма является создание цивилизованных условий для путешественников на автомобилях. Автопарк России последние годы растет на 2,2 - 2,8 млн. автомобилей в год, при этом придорожная инфраструктура развивается со значительным отставанием. Развитие придорожной инфраструктуры туристской направленности (например, гостиницы, кемпинги, стоянки) позволит привлечь туристов, в том числе из-за рубежа.



В рамках проекта предусмотрено выделение следующих логических этапов выполнения работ, упорядоченных по времени их реализации:

I этап (2014)- подготовительный этап, предусматривающий проведение работ по изучению и оценке туристского потенциала Великого Новгорода с точки зрения перспектив развития различных видов туризма и выработку подходов к развитию туристской инфраструктуры, учитывающих специфику географического положения и климатических условий региона, а также различия в уровне финансовой обеспеченности субъектов Российской Федерации.

II этап (2015 - 2016 годы) - этап пилотного внедрения, предусматривающий проведение работ по созданию отдельных, наиболее важных и значимых объектов современных туристских комплексов, перечень которых будет определен в рамках разработки проекта, за счет реализации адресных инвестиционных проектов, направленных, в том числе на развитие коммунальной, энергетической и транспортной инфраструктуры Великого Новгорода.

III этап (2016 - 2020 годы) - этап тиражирования, предусматривающий создание обширной региональной сети туристских объектов, отвечающих мировым стандартам и способных значительно повысить конкурентоспособность рынка туристских услуг города.

В рамках сформулированных задач проекта выделяются следующие основные функциональные направления реализации мероприятий:

1) Создание современных туристско-рекреационных комплексов на территории города;

2) Повышение качества туристских услуг;

3) Продвижение туристского продукта Великого Новгорода на мировом и внутреннем туристских рынках;



Основные направления деятельности по укреплению позиций туриндустрии Великого Новгорода на внутреннем и зарубежном рынках:

- 1) Решение проблемы неразвитости гостиничной инфраструктуры города;*
- 2) Решение проблемы недостаточно благоприятной транспортной системы сообщения;*
- 3) Решение проблемы отсутствие ярко выраженного бренда и маркетинга города;*
- 4) Развитие взаимосвязей с сотрудниками кафедры географии, страноведения и туризма Новгородского государственного университета имени Ярослава Мудрого;*
- 5) Развитие услуг туристических фирм Великого Новгорода, направленных на внутренний рынок;*
- 6) Формирование новых событийных мероприятий;*
- 7) Информатизация туризма и туристических объектов города;*
- 8) Перенацелить отдел города туризма для работы на население Великого Новгорода;*



Предварительная оценка ожидаемой эффективности и результативности предлагаемого варианта решения проблемы:

Увеличение внутренних и въездных турпотоков будет осуществляться за счет:

- 1) создания новых туристских объектов, маршрутов и брендов, формирования современных востребованных туристских продуктов и расширения перечня туристских услуг;
- 2) обеспечения доступности отдыха для широких слоев населения и привлекательности путешествий по России, как для россиян, так и для иностранных граждан; рекламных мероприятий некоммерческой направленности по продвижению новых туристских продуктов и курортно-рекреационных возможностей Великого Новгорода на мировом и внутреннем туристских рынках.

При конкурентоспособной цене и высоком качестве услуг внутренний туризм способен переориентировать российского потребителя и сформировать активный спрос на внутренний туристский продукт, создавая базу для роста поступлений в бюджет региона и муниципальных образований (Великий Новгород) и обеспечивая повышение занятости населения.



Создание дополнительных рабочих мест будет достигаться путем:

- 1) развития предпринимательской инициативы, включая создание предприятий малого и среднего бизнеса в туристической индустрии;
- 2) заполнения вакансий, обслуживающих вновь введенные и реконструированные объекты туристической индустрии;
- 3) введения новых специальностей и повышения престижности профессий в сфере туризма.

Для активизации и привлечения частных инвестиций в отрасль предполагается также **использовать механизм субсидирования процентных ставок** по кредитам и займам, привлеченным в российских кредитных организациях инвесторами в объекты туристско-рекреационного использования с длительным сроком окупаемости.

Наряду с экономическим эффектом реализация проекта позволит решить ряд важных социальных задач по удовлетворению потребностей различных категорий российских граждан в активном и полноценном отдыхе, укреплении здоровья, приобщении к культурным ценностям, а также задач по патриотическому воспитанию молодого поколения страны.

Слабые стороны проекта:

- 1) При планировании проекта не учитывалась реальная ситуация в финансово-бюджетной сфере на федеральном и региональном уровнях;
- 2) При планировании проекта не учитывалась реальная возможность ее реализации с использованием механизма государственно-частного партнерства и эффективного взаимодействия всех участников проекта;
- 3) Не рассчитаны размеры финансирования мероприятий проекта за счет средств федерального бюджета, средств бюджетов субъектов Российской Федерации и внебюджетных источников;
- 4) Точное прогнозирование и временное исполнение мероприятий проекта;
- 5) Трудности в реализации мероприятий по обеспечению широкомасштабной кампании, направленной на продвижение городского туристического продукта на внутреннем и мировом рынке;
- 6) Сроки реализации мероприятий, направленных на повышение престижности профессий в сфере туризма и привлечение квалифицированных специалистов в отрасль.

