

ТУРИСТИЧЕСКАЯ КОНЦЕПЦИЯ ГОРОДА (Проект)

Суздаль:

- **Центральная тема – изучение русской истории;**
- **Центр познавательного/образовательного туризма;**
- **Активный отдых + умные развлечения.**



Город - рекреационно-туристический кластер

Туризм рассматривается как один из главных (градообразующих) факторов развития города. Городами с доминирующей туристической функцией являются преимущественно приморские населенные пункты, горные лыжные базы, курорты, небольшие старые города или *города развлечений*. Такие города выделяются специфической пространственной системой, характерной структурой населения и трудоустройства, их специфика вытекает из того факта, что они возникли или развиваются с целью реализации туристических потребностей.

Главной целью создания кластера является обеспечение условий для круглогодичного туризма и отдыха посредством формирования **массива разнообразных конкурентоспособных туристских предложений** на основе развитой туристской инфраструктуры.

Под туристско-рекреационным кластером (для целей настоящей концепции) понимается комплекс взаимосвязанных объектов рекреационной и культурной направленности (объектов притяжения туристов, коллективных средств размещения, предприятий питания и сопутствующих сервисов), снабженных необходимой обеспечивающей инфраструктурой и локализованных на определенной территории.

Город - туристический кластер

Целевое позиционирование туристского кластера: Уникальная возможность соединить рекреацию (отдых, восстановление в экологической среде) с современными «городскими» развлечениями и познавательными программами. «Место, где отдыхаешь, открываешь мир, где никогда не скучно... », «Эко-город знаний и развлечений»

Целевой потребительский сегмент – жители Москвы, Рузского, Истринского и других близлежащих районов со средними и высокими доходами. Туристское предложение должно быть сформировано для всех категорий потребителей: от эконом- и бизнес - класса до класса «люкс». Основная направленность – семьи с детьми, школьники.

Зона притяжения – Москва, Московская область,.

Основные виды туризма: познавательный, культурный, развлекательный, рекреационный, активные виды отдыха (спортивный), эко-агро-туризм, образовательный, медицинский, религиозный, в небольшой части – деловой.

Максимальная рекреационная емкость –2 миллиона посетителей в год.

Среднее время пребывания туриста - основной поток - 2-3 дня (1-2 ночи) (туризм выходного дня), с развитием образовательной и медицинской составляющих - 7-10 дней.

Основные виды туризма



Требования к туристическому кластеру

- универсальность - условия для разнообразных видов спорта, отдыха, развлечений, привлекающие широкий спектр пользователей;
- комплексность – пакет разнообразных услуг дополняют друг друга в различные сезоны;
- всесезонность - комплекс сооружений всесезонного характера.

Туристический город должен быть рассчитан на массовую аудиторию посетителей, соответственно, он должен предоставлять **много разноформатных предложений** – фактически это должна быть многофункциональная досуговая площадка, рассчитанная на привлечение всех возрастных групп туристов и работающая практически в круглогодичном режиме. Необходимо создать несколько многофункциональных центров активности и отдыха для различных аудиторий.

Чем разнообразнее перечень развлечений, которые предлагает город развлечений, тем большей популярностью он будет пользоваться у населения. Действует принцип синергии, когда несколько видов развлечений, рассчитанных на разную аудиторию, объединены в одном проекте и сообща повышают его успешность. В многофункциональной развлекательной зоне очень важно подобрать сочетание развлечений так, чтобы они не соперничали друг с другом, а создавали удачный сбалансированный микс.

В туристических частях города необходимо зонирование и симбиоз открытых и закрытых рекреационных зон. Это позволит эксплуатировать туризм круглый год и повысит экономическую эффективность проекта в целом. Взаимная сбалансированность объектов туркластера обеспечит его круглогодичное функционирование и максимально эффективное использование всех возможностей.

Основные аттракторы - мотивирующие ядра, являющиеся целями поездки большинства/основного потока туристов

1. Туристический центр/«историческое ядро» – часть города, район туристической активности, который представляет особый предмет интереса туристов и служащий в целях рецепции туристического движения.
2. Тематический парк, посвященный русской истории формата «умные развлечения».

Возможные дополнительные аттракторы

1. Религиозный туризм - храмы/монастыри, религиозный парк/музей Библии
2. Агротуризм – эко-ферма.
3. Активные виды отдыха – экстрим-парк, инфраструктура для современных велосипедных видов спорта (трасса для кросс-кантри, парк с трюковой инфраструктурой), сооружения для зимних видов спорта (каток, ...), конно-спортивный комплекс
4. Рекреация (отдых и восстановление) – SPA-отели, центр водных развлечений.
5. Медицинский туризм - реабилитационная клиника.

Развлекательный

туризм

Индустрия

досуга/развлечений

- В прогнозе развития туристских направлений, сделанном ВТО и представленном в исследовании «Tourism: 2020 Vision», определены самые перспективные направления и виды туризма XXI столетия. Наиболее популярными видами туризма к 2020 г. станут:
 - приключенческий,
 - экологический,
 - культурно-познавательный,
 - тематический (в том числе посещение тематических парков),
 - круизы.

ВТО прогнозирует, что время, которое люди будут выделять на свой отдых, будет сокращаться, особенно на основных рынках поставщиках туристов. Согласно исследованиям путешественники XXI в. будут «богаты деньгами, но бедны временем». В результате **они будут искать туристский продукт, включающий в себя максимум удовольствий в минимальный отрезок времени.**

- Туризм и индустрия развлечений/досуга переживают расцвет во всем мире. Согласно отчету Ассоциации тематических развлечений (TEA) по результатам работы парков развлечений и аквапарков мира, индустрия тематических развлечений уже в 2010 году прекрасно восстановилась после рецессии, тематические парки не только вернулись на докризисный уровень, но даже показали средний рост посещаемости.

Индустрия развлечения в России. Рынок тематических парков

- Даже в Москве и области нет современных развлекательных тематических парков с широким спектром услуг.
- В России слабо освоен формат крупных парков площадью более 20 га в из-за проблем долгосрочных инвестиций.
- Формат «удалённые парки на распутье» между небольшими населёнными пунктами, широко развивающийся за рубежом, в России практически отсутствует. Но в связи с обширной автомобилизацией населения и дороговизной земли вблизи крупных городов, такие парки начали проектироваться.
- В настоящее время российский рынок развлечений/тематических парков застрял в формате розничных продаж и не смог развиваться дальше ТРЦ. Такие компании, как Kosmik, Crazy Park, Fun City and Game Zona, привлекают до 40% посетителей торговых центров.
- В настоящее время все заявленные в Московской области проекты тематических парков находятся в стадии разработки концепций и поиска инвестиций.

Парки/центры развлечений

Тематический парк – это комплекс развлекательных объектов. Концепция тематических парков активно противопоставляется концепции обычных парков аттракционов. В тематических парках взрослые и дети легко усваивают новую информацию об окружающем мире и истории цивилизации за счет того, что этот процесс происходит в интерактивной среде.

Потребительская аудитория тематических парков весьма обширна, ее составляют все слои населения: взрослые и дети, пожилые люди и подростки.

Основное отличие развлекательных парков от развлекательных центров – масштабность подобных проектов. Специализированный развлекательный проект направлен на узкую аудиторию, и чтобы быть востребованным, он должен быть или профессиональным, или элитарным. Если же проект рассчитан на массовую аудиторию, то он должен предоставлять много разноформатных развлечений.

Целевая аудитория также определяется спецификой парка: детский, спортивный, курортный и т. д. Оптимальным с точки зрения минимизации рисков считается парк для семейного отдыха, ориентированный на детскую аудиторию и их родителей.

Эксперты единодушно предрекают финансовый успех в России таким проектам, как развлекательные парки, хотя и с некоторыми оговорками.

Все успешные американские, европейские и азиатские парки находятся в управлении профессиональных операторов, которые отвечают за их рентабельность.

Площадь парков развлечений

Площадь развлекательных парков сильно варьируется в зависимости от тематики.

По размерам занимаемой территории парки делятся на:

- малые - до 30 га,
- средние - от 30 до 100 га,
- большие - от 100 до 300 га,
- крупные - более 300 га.

Обычно это территория, занимающая от 40 га.

Открытая площадка парка должна рассчитываться исходя минимум из 10 кв. м на одного посетителя. Если девелопер планирует посещаемость в 10 тыс. человек в день, то открытая часть парка должна занимать не менее 10 га.

Коммерческая эффективность парков развлечений

Масштабный парк развлечений требует существенных капиталовложений, при этом срок окупаемости у проектов развлекательных и тематических парков превышает средние показатели для более традиционного девелопмента и составляет от 10 до 15 лет. Эффект подобных проектов заключается в их масштабе, крупные парки требуют огромного туристического потока. Кроме этого, для решения проблемы сезонности необходимо строительство крытых развлекательных комплексов, что также ведет к существенному удорожанию проекта и не лучшим образом сказывается на сроках окупаемости.

Экономическая эффективность подобных проектов небольшого масштаба по мнению специалистов, достаточно высока, за исключением тех случаев, когда при их реализации применяются слишком дорогостоящие технологические решения (как пример – расположенный в торговом центре Дубая горнолыжный спуск).

Поэтому строительство большого тематического парка можно считать инвестиционно-привлекательным с определенными допущениями. Во многом их инвестиционная привлекательность зависит от условия вхождения в проект, стоимости приобретения территории под развитие и прочие затраты.

Возведение развлекательных и тематических парков сопряжено с большими затратами на обеспечение инфраструктурной составляющей и последующее обслуживание территории (включая масштабные ландшафтные работы) и возведенных объектов.

Денежный поток в тематических парках будет формироваться из таких основных источников, как поступления от входных билетов; продажи сувениров; проката инвентаря; поступления от сдачи в аренду площадей под размещение предприятий торговли и услуг; поступлений от проведения шоу, концертов, конференций и других мероприятий. Существенную долю в прибыли может составить продажа рекламных возможностей для различных компаний (многие торговые марки используют тематические парки в качестве ресурса для размещения рекламы и продвижения своей продукции).

Мировая практика показывает, что территория развлекательных парков помимо развлекательной и парковой функций, которые менее доходны, должна быть дополнена также коммерческими назначениями, которые генерируют более высокую выручку. К числу таковых назначений относятся, прежде всего, торговая, а также гостиничная функции.

Требования к парку/центру развлечений в Суздале-Владимире (лучшее место – между Суздалем и Владимиром)

- **Центральная тема парка – русская история**, может быть разделен на несколько тематических областей, земель, или «пространств», или «времен». Можно не ограничиваться темой русской истории, а также взять зарубежную историю (по школьной программе).
- информационно-познавательно-развлекательный формат (edutainment (education + entertainment));
- формат, которого еще нет в России (хотя в России ничего нет));
- **новая интерактивная модель тематического парка, в котором новейшие технологии сочетаются с традиционными развлечениями;**
- рассчитан на массовую аудиторию для всех возрастных групп, особая категория – школьники, изучающие историю.

Чтобы вызвать массовый интерес у московских потребителей, ради удовлетворения которого они будут готовы отправиться в Суздаль и платить, место развлечений (достопримечательность) должно удовлетворять хотя бы одному из требований:

а) уникальность, б) масштабность, в) насыщенность/многообразие различных форматов развлечений.

**Все перечисленные ниже форматы парков развлечений
могут быть совмещены в той или иной конфигурации.**

Развлекательные парки формата edutainment (обучение через развлечение)

- В последние годы на смену обычным семейным развлекательным паркам приходят интерактивные семейные проекты - центры формата edutainment, совмещающие образование и развлечения для детей. Здесь в процессе игры посетители узнают что-то новое. Обычно это интерактивные экспозиции, где на все экспонаты можно не только смотреть, но и трогать их. Вариантов может быть множество, начиная от естественнонаучного музея, заканчивая театром. Детский развлекательно-образовательный центр — довольно новый и перспективный формат с огромным потенциалом развития на территории России.
- Площадь образовательно-развлекательных центров может варьироваться от 600 до нескольких тысяч кв. м, в зависимости от специфики проекта. Масштаб в большей степени зависит от плотности проживания целевой аудитории: в крупном жилом массиве будет вполне достаточно центра площадью 350–400 кв. м.
- После того, как центр завоевывает популярность, операторы разрабатывают систему франчайзинга.
- Бюджет тематических парков складывается за счет продажи билетов, сопутствующих услуг и поступлений спонсоров. В некоторых проектах спонсорские инвестиции составляют 35-55% общей стоимости. К сотрудничеству обычно привлекаются крупные профильные компании, заинтересованные в воспитании лояльных потребителей – банки, рестораны, авиаперевозчики, производители электроники. Так, спонсорами похожих западных проектов являются Sony, MacDonalds, HSBC, Raiffeisenbank, ENOC, Boeing и др.
- Входные билеты продаются на целый день, поэтому время посещения тематического парка ограничивается желанием посетителей. Обычно оно варьируется от двух часов до всего дня. Зачастую по билету посетитель может зайти на территорию только один раз.
- В России проекты в формате edutainment активно развиваются, но, как правило, как комPLEMENTАРНАЯ услуга в составе торгово-развлекательных центров.

Аналог - Тематический парк Puy du Fou (Франции, под Нантом)

Парк исторических аттракционов. Знаменитый культурно-развлекательный комплекс, посвященный истории Франции с древности до начала 20-го века. Один из четырех крупнейших тематических парков во Франции. В 2012 г. по версии Всемирной ассоциации парков культурный комплекс был признан лучшим парком мира.

Основателем парка Пюи дю Фу был французский политик Филипп де Вилье. В 1977 году начались работы по восстановлению расположенного на холмах Ванде (Vendee) средневекового замка Puy du Fou, который в последствии стал местом проведения грандиозных исторических спектаклей. Постепенно парк разросся и занял площадь в 40 гектар. На его территории располагаются многочисленные деревушки и поселения, которые являются тщательно выполненной реконструкцией и принадлежат к разным историческим эпохам. Это не просто статичные декорации – здесь своей обычной жизнью живут простые ремесленники и благородные рыцари, богатые короли и бедные крестьяне.

Парк Puy du Fou состоит из нескольких отделений: экологического, исторического и парка развлечений.

Сегодня Парк Пюи дю Фу посещает ежегодно 1,5 миллиона человек, что делает его 4-м по посещаемости во Франции.

Официальный сайт:

<http://www.puydufou.com/fr/entre-les-spectacles?season=summer>



Подобный тематический парк в Суздале-Владимире должен:

- А) иметь намного больше **закрытых пространств** (к примеру, купольные технологии), чтобы быть всесезонным;
- Б) соответствовать самым **современным инженерным и развлекательным технологиям** – мультимедийные технологии, 3D инсталляции и т.п., чтобы соответствовать потребностям современных детей;
- В) иметь мощную **образовательную** составляющую - чтобы школьники в течение всего учебного года (особенно – зимой) могли изучать историю «вживую», соответственно, он должен охватывать разные исторические периоды.

Религиозный туризм

Религиозный туризм является составной частью современной индустрии туризма. Соборы, мечети, культовые музеи и духовные центры – это туристические объекты, которые пользуются все возрастающим спросом.

Религиозный туризм имеет две формы:

- а) паломничество;
- б) экскурсионно-познавательный туризм.

В территория Суздаля обладает ресурсами для развития всех видов религиозного туризма, но необходимо их развитие.

Паломнический туризм возможно развивать, устраивая привоз объектов паломничества (чудотворных икон, святых мощей и т.п.)

Для развития экскурсионно-познавательного религиозного туризма требуется создание аттракторов, которыми могут стать **религиозный тематический парк/музей Библии.**

Религиозный тематический парк

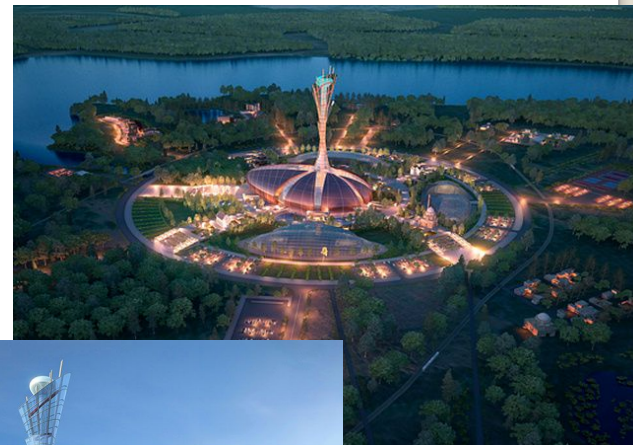
Парки с так называемой религиозной, набожной составляющей занимают отдельную нишу. В одних религиозная тематика едва прослеживается и скорее условна, в других приобщиться к вере можно в развлекательном формате.

Построены и парки с серьезным подходом – туда приходят для того, чтобы посетить храмы, церкви, прогуляться и войти в глубокую медитацию.

Идея реализации тематического квази-религиозного парка уже заявлена в Подмосковье. Культурно-просветительский комплекс «Парк народного единства и согласия» должен появиться на севере Подмосковья. Комплекс будет состоять из трех зон: просветительской, культурно-досуговой и коммерческой. В первой зоне будут построены церковь, синагога, мечеть, буддийский храм, экспо-центр, конгресс-холл, музей истории религии, военный музей, 3D-планетарий, комплексы "Космос", "Флора", "Фауна", "Лабиринт знаний".

Во второй зоне разместятся детский городок, площадки для спортивных игр, кинотеатр и концертный зал. На территории коммерческой зоны расположатся отели, рестораны, книжные и сувенирные магазины. Центральным элементом будущего парка станет МФК "Дом народов России". Архитектурный план проекта разработало израильское бюро Dmazo. Сейчас власти Подмосковья подбирают подходящую площадку. Возможно, парк построят на площади 250 гектаров в районе Ленинградского шоссе и Дмитровского района.

<http://antimodern.ru/park-religions/>



Религиозный тематический парк. Прототипы

Парк The Holy Land Experience ("Опыт Святой Земли"), штат Флорида, США. Тематический парк-презентация, расположенный в городе Орlando, посвящен истории христианства. Это, по сути, религиозный "Disneyland". В парке воссозданы дворец Ирода, Крестный путь Христа, его гробница, ворота Иерусалима, городской рынок. Посетителям здесь показывают шоу и спектакли на библейские темы, одно из самых впечатляющих зрелищ – инсценировка распятия и воскрешения Иисуса. В некоторых сценах (например, в "Тайной вечере") можно даже поучаствовать. Кроме того, в парке есть так называемый "Скрипториум" – здание, где представлена коллекция старых Библий и другие любопытные экспонаты. Владельцы парка – компания Trinity Broadcasting Network – планируют также построить на его территории киностудию, чтобы снимать фильмы на религиозные темы.



Парк Tierra Santa ("Святая Земля") в Буэнос-Айресе, Аргентина. Еще один религиозный тематический парк – точная мини-копия Иерусалима – был построен в 2000 году на бывшем футбольном поле. Здесь воссозданы гора Голгофа и Стена плача, построены католический, иудейский и мусульманский храмы. Библейские сюжеты отражены во множестве скульптурных композиций, установленных в парке. Фигуры главных библейских персонажей – движущиеся, они приводятся в движение механизмами. Конечно, владельцы парка предусмотрели и культурную программу для посетителей – экскурсии и спектакли.



Современный Музей Библии (воссоздание событий) по типу парка The Holy Land Experience будет очень востребован в России и всячески поддержан РПЦ.

Религиозный тематический парк. Прототипы

Парк пяти религий в Лос-Анджелесе. Место для отдыха и медитации, которое часто называют "маленькой моделью рая". На его территории расположены натуральное озеро Шрайн с лебедями, утками и японскими карпами, сады с уникальными растениями, храм, а также площадка с пятью гранитными плитами, символизирующими мировые религии: христианство, буддизм, ислам, индуизм и иудаизм.

Парк Суойтиен (Suoi Tien) в Хошимине, Вьетнам. Этот необычный развлекательный парк находится в 20 километрах от Хошимина. Прямое отношение к религии здесь имеют действующий храм и огромные статуи Будды. Все остальное – развлечения: аквапарк, океанариум, аттракционы, крокодиловая ферма, пещера летучих мышей. Но оформлено все это в духе буддийских легенд и мифов.

Парк The Great Passion Play, город Юрика-Спрингс, штат Арканзас, США. Главное место в парке – открытый театр на 4 000 человек, где уже сорок лет проходят представления "Страсти Христовы". Кроме того, в парке можно посмотреть на огромную статую Христа и посетить выставку Библий.



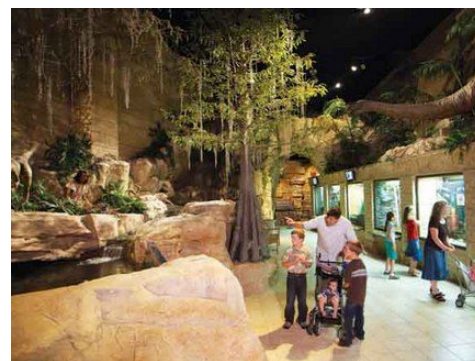
Музей креационизма

В США насчитывается более 20 музеев креационизма (теологическая и мировоззренческая концепция, согласно которой основные формы органического мира (жизнь), человечество, планета Земля, а также мир в целом, рассматриваются как непосредственно созданные Творцом или Богом). <http://creationwiki.org/ru/>

В 2007 г. в американском городе Цинциннати открылся первый в мире крупный музей креационизма. **На основе компьютерных технологий** в музее воссоздана альтернативная концепция истории Земли. По версии создателей музея, от сотворения мира прошло не более 10 тыс. лет. Это любопытный парк-музей, в котором сочетаются две тематики – археология и библейская история: сцены из Библии прекрасно соседствуют со скелетами доисторических животных, фигуры людей и динозавров запросто могут составлять одну композицию. Здесь также есть экспозиция археологических находок, планетарий, 3D-кинотеатр, ботанический сад, зоопарк, павильон естествознания, различные выставки. Основной опорой при создании музея стала Библия. В музее есть специальный раздел, посвящённый Всемирному потопу и Ноеву ковчегу. Теории Дарвина в музее посвящён отдельный раздел, и по мысли создателей, он полностью развенчивает современную эволюционную теорию происхождения человека.

Отношение к музею в обществе остаётся неоднозначным. Перед открытием музея 600 академиков подписали петицию с просьбой оградить детей от музея.

Подобный проект неприемлем в изначальном виде для России, но может дать много идей для создания Музея Библии.



Загородная рекреация – новый формат

Аналог - **Center Parcs,
Longleat Forest (Великобритания)**

Официальный сайт:

<http://www.centerparcs.co.uk/villages/longleat/index.jsp>



Экстрим-парк (Adventure Park)

Формат экстрим-парков (парков экстремальных видов спорта и развлечений) различной направленности активно развивается в Москве и Подмосковье и является очень востребованным. Состав комплекса, масштаб, архитектурный облик, бюджет могут быть различны и во многом зависят от географических условий.

В состав спортивно-развлекательной зоны экстрим-парка могут входить следующие комплексы с закрытой и открытой зонами, обеспечивающими всесезонность:

- скейт-парк, роллердром.
- батут-парк,
- скалодром,
- картодром,
- тайпарк (веревочный парк),
- парк водных развлечений и т.п.



Экстрим-парки

Самые необычные скалодромы в мире <http://www.novate.ru/blogs/041111/19238/>

Лучшие скейт-парки мира
<http://www.x-sport.info/scateboarding/luchshie-skejtparki-mira.html>

Батут -парки: Скайпарк (Эстония) <http://www.skypark.ee/rus/freejump> , Jumpcity (самый большой в Европе (Польша))
http://www.shopping-gdansk.ru/index.php/ru/razvlechenija/601-jumpcity-samyi-krupnyi-park-batutov-v-evrope?jsn_setmobile=no



Скалодром Extreme Edge (Новая Зеландия)

Официальный сайт:



Велосипедный парк (байк-парк)

Поскольку концепция нового города априори предполагает развитие велосипедного движения и создание развитой велоинфраструктуры, байк-парк в том или ином виде должен стать отдельным элементом спортивно-развлекательной инфраструктуры города. Также он может стать частью экстрим-парка.

За рубежом байк-парки представляют собой серьезно оборудованные места для катания на различных типах велосипедов. В живописной местности построены трассы разного уровня сложности - для скоростного спуска, фрирайда, кросс-кантри, ВМХ, трейла. Также есть треки не только для любителей экстрима, но и для массовых приятных прогулок на природе. Только на территории Франции более 60 велопарков.

Новый город не обладает необходимыми рельефами для создания маунтин-парка - трасс для фрирайда и даунхилла (скоростные спуски), требующих серьезных коммерческих вливаний, но идей по созданию специальных веломест, трасс для катания может быть множество (см. далее).

В России велоспорт пока только набирает популярность, этот вид организации активного отдыха только начинают осваивать: отдельные трассы работают в летнее время на базе горнолыжных курортов, начинают создаваться байк-парки. Российские райдеры ездят в Европу (Финляндия, Италия, Франция, Болгария). В Подмосковье байк-парк и инфраструктура для проведения соревнований отсутствует, в отличие, к примеру, от скейт-парков.

Возможно рассмотреть вариант создания инфраструктуры для проведения «профессиональных» соревнований различного уровня по некоторым экстремальным видам велоспорта.

[Сколько стоит байк-парк?](#)

[Байк-парки Европы](#)

Развитие спортивно-развлекательной велоинфраструктуры

1. Создание «велосипедного каркаса» с вкраплениями по всему городу различных элементов: небольших площадок, где будут установлены специальные предметы для исполнения трюков: перила, грани, трапеции и др., систем трамплинов и спусков для велосипедистов разных уровней и т.п.:



2. Площадка для различных видов велофристайла, в том числе флэтленда («танец на велосипеде»), дёрт джампинга (прыжки на велосипеде) и т.п. **Учитывая, что велофристайл является крайне зрелищным, он сам по себе будет являться фактором притяжения туристов-зрителей.**



Развитие спортивно-развлекательной велоинфраструктуры

3. Парк (трасса) для кросс-кантри и байкер-кросса (гонки по пересеченной местности) со свободным доступом. На сегодняшний день направление кросс-кантри становится очень популярно среди велосипедистов-любителей. Во многих городах проложены трассы (зачастую, самими велосипедистами) и проводятся регулярные соревнования.



4. Грунтовой парк для велосипедистов, когда все необходимые для выполнения трюков элементы создаются из земли и глины.



Медицинский туризм

Медицинский туризм – основной целью является получение медицинских услуг: операционное, медикаментозное и немедикаментозное лечение, реабилитация, профилактика.

Виды медицинского туризма:

- лечебный туризм (конкретные виды лечения),
- диагностический туризм (уточнение диагноза и обследование),
- оздоровительный туризм (профилактика заболеваний и укрепление здоровья),
- косметический туризм (улучшение внешнего вида).

Неизменно в качестве факторов спроса рассматриваются:

- возможность получения качественных медицинских услуг,
- сервис высокого стандарта,
- присутствие комфортабельных условий проживания.

Важным фактором считается также возможность хорошего отдыха, поэтому наличие живописной природы, морского побережья, гор, а также интересных и известных мест для посещения с экскурсиями представляются необходимыми для развития медицинского туризма.

Демографическая составляющая, как правило, соответствует пациентам в возрасте от 45-65 лет.

В мировой практике самый большой поток клиентов медицинского туризма во всех направлениях связан с **оздоровлением на курортах, лечением у стоматолога и проведением пластических операций**. Это уже сложившаяся практика сочетания отдыха с получением медицинских услуг, и доходный бизнес, постоянно пополняющийся новыми игроками, продвигающими свои услуги в условиях жесткой конкуренции за счет комплексного сервиса и ориентации на массового потребителя.

Восстановительная медицина

Агротуризм

В Европе данный бизнес уже давно и успешно развивается. В настоящее время на территории Европы насчитывается свыше 2 млн. «гостевых домиков» в деревне. Сейчас агротуризм в Западной Европе приносит порядка 15% от общего дохода туристической индустрии.

Интерес к нему обусловлен относительно небольшими затратами и близостью к природе по сравнению с другими видами отдыха.

Основные направления развития данного сегмента рынка:

- В основном, это гостевые дома, расположенные в экологически чистых районах, владельцы которых имеют небольшое домашнее хозяйство и предлагают своим постояльцам экологически чистую пищу. Они составляют подавляющее большинство всех предложений на рынке сельского туризма.
- Некоторые бизнесмены организуют агроусадьбы с нуля, обычно по примеру европейских стран. Примером может служить экоферма «Коновалово» <http://www.konovalovo.com/about/>, владелец которой построил свою ферму на пустом месте в экологически чистом районе Подмосковья. Хозяева предлагают остановиться в гостевом доме, отдохнуть, питаясь экологически чистыми продуктами, выращенными на собственной ферме. Помимо этого экоферма предлагает приобрести продукцию всем желающим с возможностью доставки на дом.
- Третий вариант – это фермеры, которые приглашают посетить собственные хозяйства для ознакомления с деревенским бытом, работой на ферме, домашними скотом. Многие приглашают на дегустации производимой продукции. Пока немногие могут предложить размещение туристам в гостевом доме, так как совместить два разных направления достаточно сложно, как материально, так и в плане организации.

Предложения подобного рода на туристическом рынке формируют крайне необходимую для горожан индустрию отдыха выходного дня.

Туристический кластер – городу (занятость)

Туризм существенно влияет на занятость населения. Но поскольку он охватывает множество разнообразных секторов экономики, точно оценить численность работников, занятых в этой сфере, сложно. Более того, реальную оценку затрудняет специфический характер труда и разнообразные связи между туристским сектором и другими секторами экономики. Однозначно можно отметить, что независимо от уровня развития страны туризм создает значительное количество рабочих мест, которое в *туризме растёт в 1,5 раза быстрее*, чем в любом другом секторе экономики.

Рабочие места в туристических средствах размещения вызывают **мультипликативный эффект занятости**, который проявляется в сфере торговли, банковских, страховых и других услуг, сопутствующих непосредственному обслуживанию туристов. Как показал опыт Швейцарии и Германии косвенный эффект занятости оценивается в 1,4 рабочих места, косвенно зависящих от туризма, на одного занятого непосредственно в туризме.

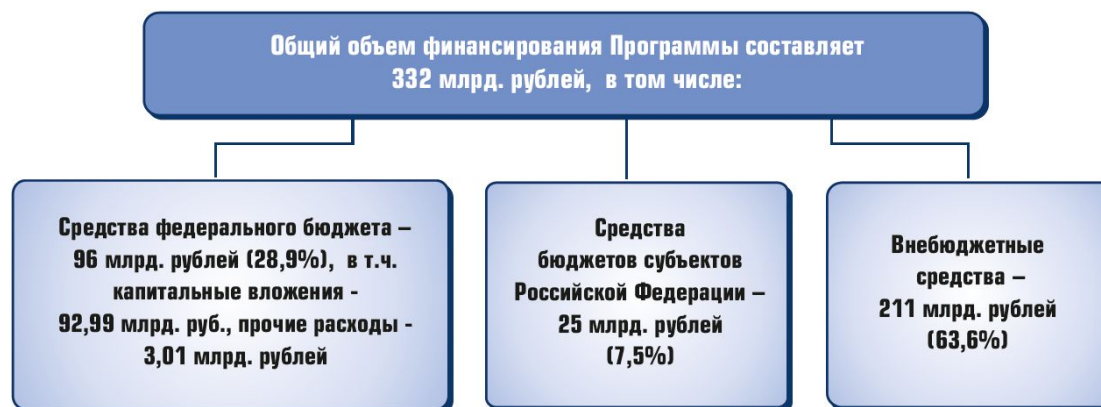
По расчетам швейцарского профессора Х. П. Шмидхаузера, *каждые 1000 мест в туристических средствах размещения создают в среднем 459 рабочих мест в сфере обслуживания* (две трети из них — в гостиничном хозяйстве и одна треть — в других сферах обслуживания). На каждые 100 рабочих мест в гостиничном хозяйстве приходится около 50 рабочих мест в таких областях, как услуги торговли — 11 мест, банковские и страховых услуг — 2, и пр. По данным ВТО, обслуживание одного иностранного туриста в стране его пребывания генерирует в совокупности около девяти рабочих мест.

Кроме того, косвенный эффект занятости от развития туризма возникает в связи с тем, что на рынок сферы туризма работают предприятия различных отраслей хозяйства, выпускающих товары для отдыха, спортивно-массового и культурного назначения. С развитием туристической индустрии всегда происходит оживление в таких секторах экономики, как транспорт, связь, строительство, торговля, сельское хозяйство, машиностроение, производство товаров народного потребления.

По нашим экспертным оценкам (ОАО «Гипрогор») по результатам анализа 15 туркластеров в России *на 1 место размещения приходится 0,74 рабочих мест только в сфере гостиниц и общественного питания*. Если говорить про все рабочие места (услуги, торговля, транспорт и прочее), то коэффициент составит – 1,64.

Государственная поддержка

ФЦП «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011-2018 гг.)»



Региональная поддержка

Долгосрочная целевая Программа Московской области «Формирование туристской инфраструктуры и развитие туризма в Московской области на 2013-2018 годы»



Инновационная цифровая культура: Digital-развлечения и робототехника

Это суперсовременные форматы развлечений, использующие компьютерные технологии. Базовый принцип – это интерактивность, то есть возможность взаимодействия человека с виртуальной средой в режиме реального времени: 3D - трёхмерное изображение, 4D - ощущение движения (чувствуете, что падаете, тормозите, трясётесь и т.д), 5D - ощущения человека (чувствуете запахи, ощущаете ветер, дождь, туман), 6D – виртуальное изображение, которым можно в некоторой мере руководить, тем самым влияя на сюжет фильма (симбиоз компьютерной игры и кино).

Масштабных интересных проектов в Москве нет, за исключением SEGA-парка в Авиа-парке по типу развлекательного парка Sega Republic в Дубае.

Развлекательные комплексы Транс-Форс

Санкт-Петербург, Новосибирск, Казань, Киев, Таганрог, Алма-Аты...

Рестораны с огромными экранами, которые позволяют окунуться в виртуальную реальность.

К примеру, Футуристический интерьер ресторана Транс-Форс стилизован под кают-компанию галактического лайнера. Огромные панорамные экраны, расположенные по периметру основного зала, и расположение столиков амфитеатром позволяют создать полное ощущение присутствия на борту космического корабля, который совершает головокружительное путешествие по красивейшим городам мира и бескрайним просторам открытого космоса.

Заказы в ресторане Транс-Форс осуществляются только через систему электронного меню. Для этого все столики в кают-компании оборудованы мониторами и пультами управления. При выборе блюд автоматически идет подсчет общей суммы заказа. После подтверждения ID-картой заказ отправляется прямо на кухню, а официант доставляет ваш заказ на стол по мере готовности.

Ежедневно в ресторане Транс-Форс проходят различные интерактивные программы и праздничные мероприятия: информационно-познавательные программы, виртуальные туристические экскурсии; вечерние развлекательные шоу-программы; детские спектакли и дни рождения.

Площадь комплекса «Транс-Форс - Планета Нептун» (ТРК «Планета Нептун», Санкт-Петербург), составляет около 330 м. кв. при расчете на 70 посадочных мест в **ресторане** и 30 мест в **баре**.

Инвестиции в создание комплекса составили порядка 9 млн. руб.

Официальный сайт: <http://www.trans-force.ru/restau>

В Москве формат представлен одним кафе

[http://trans-force.a5.ru/page/1324294699937/#/O ресторане](http://trans-force.a5.ru/page/1324294699937/#/O%20ресторане)





Образовательно-развлекательные комплексы транс-форс

Компания Транзас предлагает любопытные проекты:

- Интерактивный познавательно- досуговый комплекс-класс – современный мультимедийный комплекс с большим панорамным экраном, рассчитанный на 20-60 посетителей.

<http://www.transas.ru/products/Class?from=10032>

- «Аквариус» – 5D-комплекс со сферическим экраном, представляющий собой имитацию батискафа с прозрачным дном и рассчитанный на 16 посетителей.

<http://www.transas.ru/products/Aquarius?from=10032>

и другие <http://www.trans-force.ru/products/pegasus>

<http://www.transas.ru/Edutainment-facilities/Edutainment>

