

В Ярославле прошел межрегиональный форум «Большое Золотое кольцо». 18 и 19 ноября его участники – представители девяти регионов – выработали общий подход к развитию проекта.

■ **Ольга СКРОБИНА**

Федеральный тренд

Проект «Большое Золотое кольцо» появился в этом году на Петербургском экономическом форуме. Тогда представители регионов, расположенных вокруг Москвы, подписали соглашение о создании макротерритории, объединяющей города с богатой историей. И вот теперь специалисты туротрасли собрались в Ярославле, чтобы приступить к выработке общих подходов к созданию Большого Золотого кольца.

– Есть общий подход к развитию якорных туристических брендов в рамках национального проекта «Туризм и индустрия гостеприимства». Этими брендами являются Большое Золотое кольцо, Алтай, Байкал, Дальний Восток, южные регионы, Русский Север и Арктика, то есть те, что в первую очередь привлекательны для туриста, – подчеркнула заместитель руководителя Федерального агентства по туризму Елена Лысенкова. – Сейчас нам крайне важно сформировать единый туристический продукт. Именно для этого в нацпроекте и заложены разработки туристических мастер-планов.

Если сотрудничество между регионами в экономике существует уже давно, то в туризме только набирает обороты. Елена Лысенкова подчеркнула: в ближайший год необходимо провести комплексное макрорегиональное мастер-планирование, которое покажет направления развития туризма, определит возможности для инвесторов, установит, как формируются новые туристические маршруты, какое влияние они оказывают на транспортную инфраструктуру – не только автомобильные дороги, но и веломаршруты, водные и железнодорожные маршруты. По словам специалистов, необходимо снять все «стыки» в путешествиях, чтобы, перемещаясь из одной области в другую, турист не видел инфраструктурной разницы и везде получал так называемое релевантное качество. Это касается и размещения, и питания, и уникального гастрономического опыта, который есть у каждого из регионов Золотого кольца.

« В рамках форума состоялась презентация мобильного приложения «Золотое кольцо 2.0», призванного стать помощником туристов, путешествующих по популярному маршруту. Новое приложение обеспечит пользователям возможность самостоятельного составления собственного путешествия в зависимости от заданных параметров – количества дней, бюджета, желаемых мест посещения и других услуг. Мобильный сервис объединяет более 250 объектов для показа, более сотни предприятий-партнеров, обеспечивающих автоматизированную продажу услуг через приложение.



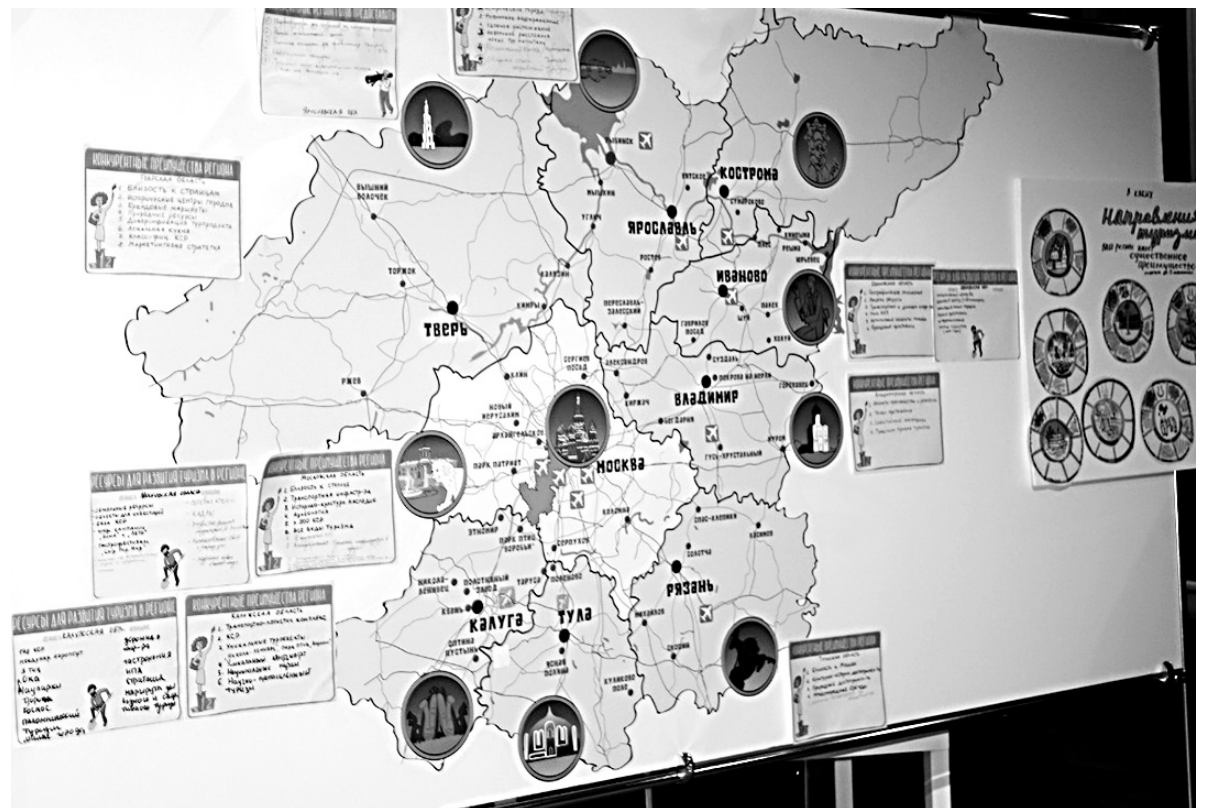
Чтоб не пропасть поодиночке

Кто чем богат

Главное слово прошедшего форума – «мастер-план». Это некая стратегия, общая для всех девяти регионов: Ярославского, Владимирского, Ивановского, Калужского, Костромского, Московского, Рязанского, Тверского и Тульского. На форуме сделали первые шаги к созданию этого мастер-плана. Большую часть форума шла практическая работа. Сначала каждый из девяти регионов в презентации рассказал о своих главных достоинствах и о тех барьерах, которые препятствуют развитию туризма.

– Пандемия в первую волну сказала на заполняемости гостиниц, – отметил и.о. заместителя председателя правительства Ярославской области Роман Колесов. – Сейчас мы видим восстановление туристического потока. Приезжают туристы в города, входящие в Золотое кольцо России: Ярославль, Ростов, Переславль-Залесский, Углич. Также мы продвигаем Рыбинск, не входящий в Золотое кольцо. У нас огромная плотность объектов культурного наследия. Сейчас мы занимаемся развитием Ростова как духовного центра России.

Роман Колесов добавил, что сотрудничество с регионами, входящими в Большое Золотое кольцо, – это стратегическая линия Ярославской области. По его словам, необходимы качественные предложения в мастер-план,



которые дадут импульс для развития всех регионов. При этом основной упор необходимо делать на межрегиональное сотрудничество.

После презентаций группы переформировали с учетом того, чтобы в каждой оказались представители всех девяти регионов. Началась работа по конкретным направлениям. Во второй день форума идеи были представлены на суд экспертов.

Первые шаги

И.о. директора областного департамента туризма Владимир Лысенко в качестве резюме двухдневной работы по отдельным секциям выделил несколько основных тезисов, которые должны лечь в основу мастер-плана. Это комплексное развитие территорий, импульс к развитию малых городов, помощь в поиске уникальности того или иного насе-

ленного пункта, создание единой комфортной среды, улучшение туристического сервиса, взаимное продвижение регионов.

Все участники форума в качестве главного барьера, препятствующего развитию туротрасли, назвали ненадлежащее состояние дорог. Второе препятствие, общее для всех регионов, – недостаток профессиональных кадров, в том числе владеющих иностранными языками. Третий барьер – это отсутствие общего бренда.

Последний и определили одним из приоритетных в создании мастер-плана. Однако каким должен быть этот общий бренд, еще предстоит решить. На форуме каждый из регионов без труда называл, куда может отправиться любитель промышленного туризма, гастрономии или народных промыслов. Но вот как из этих «пазлов» создать целостную картину, пока неясно.

Плюс цифровизация

На форуме состоялись два важных события, касающиеся новых технологий в туротрасли. Первое – это подписание соглашения, которое предусматривает анализ большого массива данных. Проводить этот анализ будут студенты, преподаватели, научные сотрудники ЯрГУ с применением современных технологий.

Сами данные собрали оператор сотовой связи и один из банков. Теперь эксперты будут исследовать так называемый цифровой профиль, оценивать туристический потенциал определенных локаций региона, достаточность инфраструктуры для путешественников.

– Мы ставим цель создать инструмент качественного и

количественного анализа туристических потоков на территории Ярославской области, – рассказал Владимир Лысенко. – Итогом работы станет понимание предпочтений туристов, что позволит нам сформулировать актуальные задачи по развитию регионального туристического рынка, создать эффективную систему принятия управленческих решений, масштабировать ее на все Золотое кольцо России.

Сопоставление данных из разных источников, корректирующих и дополняющих друг друга, позволит понять, где необходимо строить дополнительные гостиницы или точки общественного питания, где сделать акцент на развитии инфраструктуры для туристов с детьми и как направить турпотоки в интересные, но нераскрученные места Ярославской области. ■