Этап 1

Исследование пространственного
и социально-экономического
развития, комплексное исследование
туристического потенциала

Разработка федеральной туристической межрегиональной схемы территориально-пространственного планирования макрорегиона «Большое Золотое кольцо»



ВЭБ РФ | ПРОГОРОД

РОСТУРИЗМ

STRELKA KB

Территория рассмотрения



Большая площадь покрытия

371 тыс. км² площадь территории

57% ЦФО

9 регионов

Густонаселенная урбанизированная территория

213 городов

45 чел./км² плотность населения

Источники: Данные Росреестра (2020) и Минкульта России (2020).

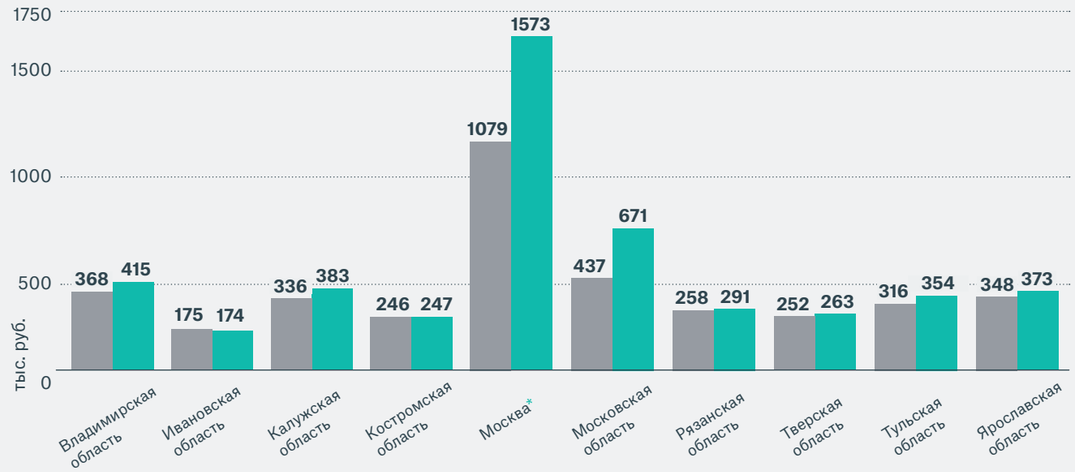
0 50 км 200 км

ВЭБ РФ | ПРОГОРОД РОСТУРИЗМ STRELKA KB

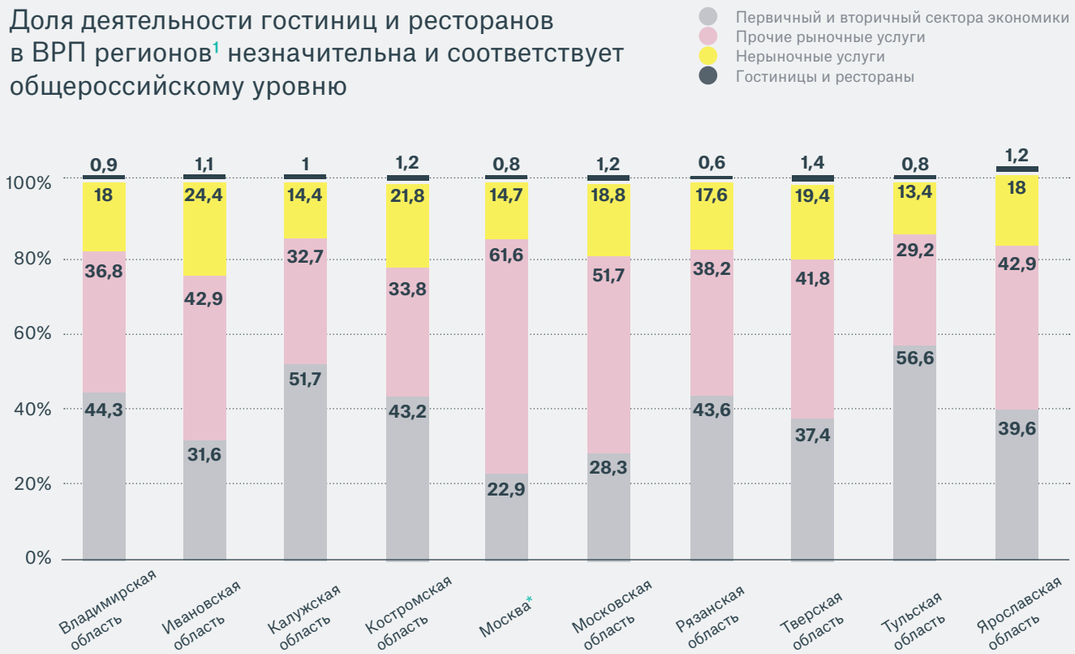
1. Анализ социально-экономического развития

Экономическое развитие регионов БЗК

Средний валовой региональный продукт (ВРП)[1] на душу населения регионов Большого Золотого кольца (в ценах 2015 года) ниже общероссийского уровня, однако выше показателя Центрального Федерального округа (ЦФО). В течение 5 лет показатель вырос у 8 из 9 рассматриваемых регионов.



Доля деятельности гостиниц и ресторанов в ВРП регионов[1] незначительна и соответствует общероссийскому уровню



Средний ВРП на душу населения в ценах 2015 года[1]

по 9 регионам

352 тыс. руб.

Россия

656 тыс. руб.

ЦФО без Москвы

328 тыс. руб.

Доля деятельности гостиниц и ресторанов в структуре ВРП[1]

по 9 регионам

1%

Россия

1%

1. Источник: Составлено по данным Росстат, 2021.
2. «Деятельность гостиниц и предприятий общественного питания», сокращенно для графиков — гостиницы и рестораны. Данная категория лучше прочих представленных там характеризует туристскую сферу. Все остальные виды деятельности объединены в укрупненные группы, позволяющие нагляднее увидеть специализацию регионов.

* Москва указана для сравнения.

Вызовы и возможности

Туризм не является отраслью специализации БЗК, в регионах доминирует обрабатывающая промышленность и торговля. Однако туристическая отрасль обладает значительным мультипликативным эффектом, оказывая влияние на 53 смежные отрасли из 99 в соответствии с Концепцией Федеральной целевой программы «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2019–2025 годы)». На территории ЦФО на 1 рубль вклада туризма в ВРП приходится 4 рубля в смежных областях, например, пассажирские перевозки, торговля, страхование[2].

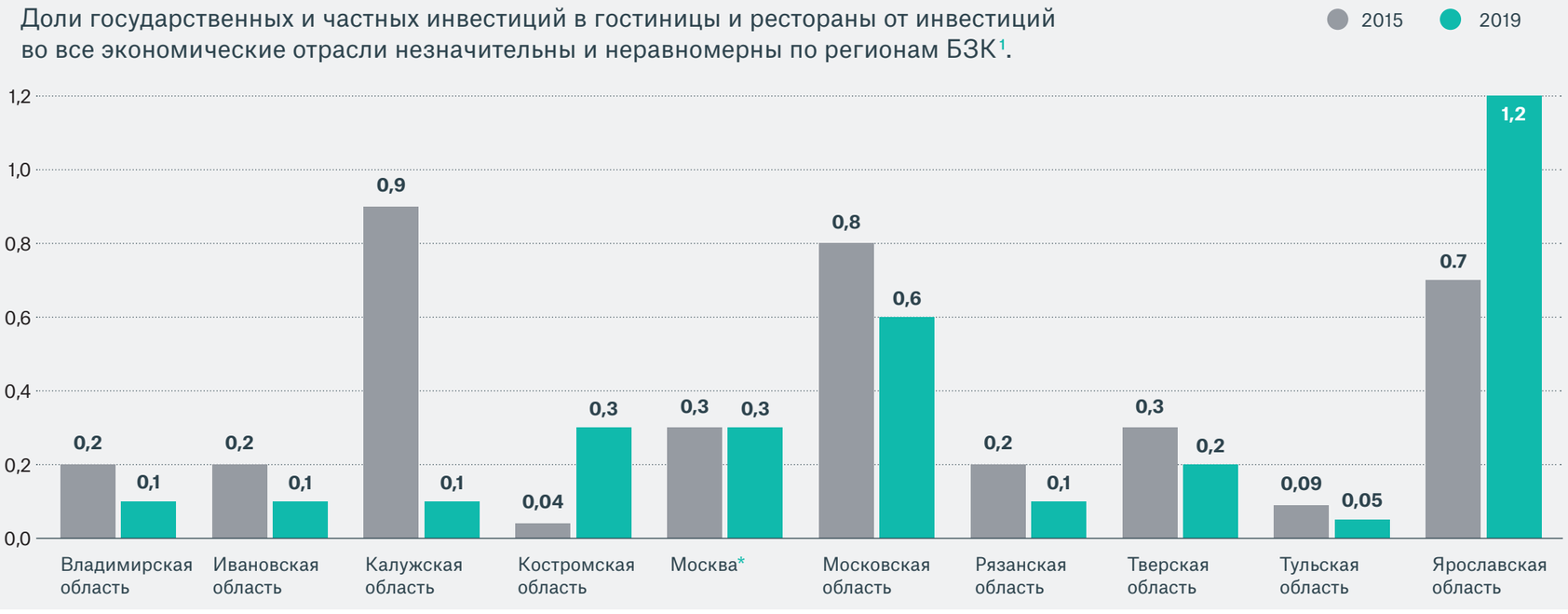
Структура ВРП всех регионов «индустриальная», выделяются только Московская область и Ивановская область, которые имеют пониженную долю промышленного производства вследствие более развитого сектора рыночных услуг в первом случае и значительного кризиса промышленности во втором случае.

Наиболее высокая доля деятельности гостиниц и ресторанов в структуре ВРП в Тверской области, что обусловлено не только и не столько развитием туристско-рекреационного комплекса, а общим низким уровнем социально-экономического развития, поэтому данный показатель оказался достаточно высоким.

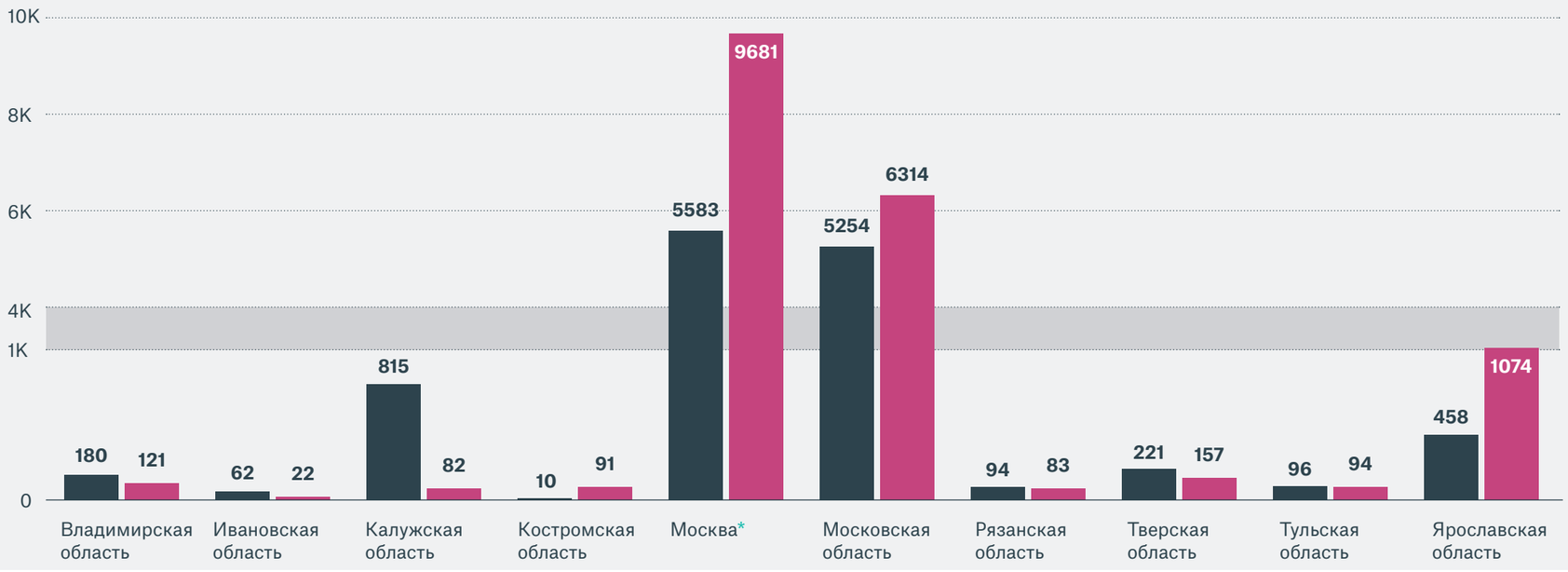
Вклад деятельности средств размещения и организаций общественного питания низок в Рязанской области. Он составляет 0,6% ВРП региона, что значительно ниже общероссийского роказателя и показателя по 9 регионам БЗК.

Инвестиционная активность регионов БЗК

Доли государственных и частных инвестиций в гостиницы и рестораны от инвестиций во все экономические отрасли незначительны и неравномерны по регионам БЗК[1].



Инвестиции в гостиницы и рестораны по регионам БЗК, млн руб.[1]



Вызовы и возможности

Объем инвестиций в туристско-рекреационную сферу регионов Большого Золотого кольца незначителен по сравнению с другими сферами.

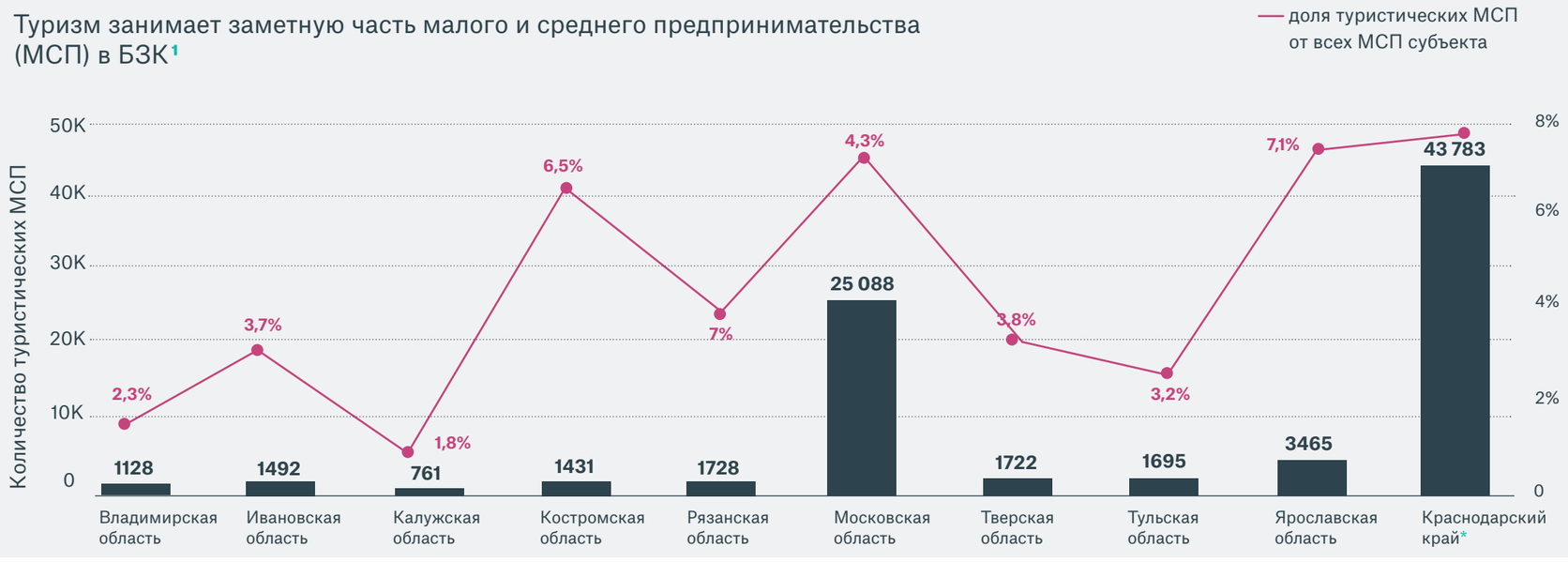
Положительная динамика с 2015 г. отмечается в Ярославской области (празднование 1000-летия Ярославля, ТРК), Владимирской (Культурная столица ЧМ-2018, ТРК) и Костромской областях (межрегиональные маршруты, приоритет в развитии туризма). В Калужской, Ивановской и Московской областях отмечается падение объемов инвестиций в туристско-рекреационную сферу. В связи с планируемым празднованием 1000-летия Суздаля во Владимирской области также ожидается рост доли инвестиций в гостиницы и рестораны в краткосрочной перспективе.

По абсолютным показателям объем инвестиций в гостиницы и рестораны сопоставим по всем регионам БЗК кроме Московской и Ярославской областей, где в 2019 году он превышает средний показатель по остальным регионам в десятки раз.

1. Источник: Данные органов региональной статистики, 2021.
* Москва указана для сравнения.

Вклад туризма в развитие малого и среднего бизнеса

Туризм занимает заметную часть малого и среднего предпринимательства (МСП) в БЗК[1]



Средняя доля туристических МСП от общего объема МСП

по 9 регионам БЗК	Краснодарский край	Ярославская область	Московская область
3,4%	**7,6%**	**7,1%**	**7,0%**

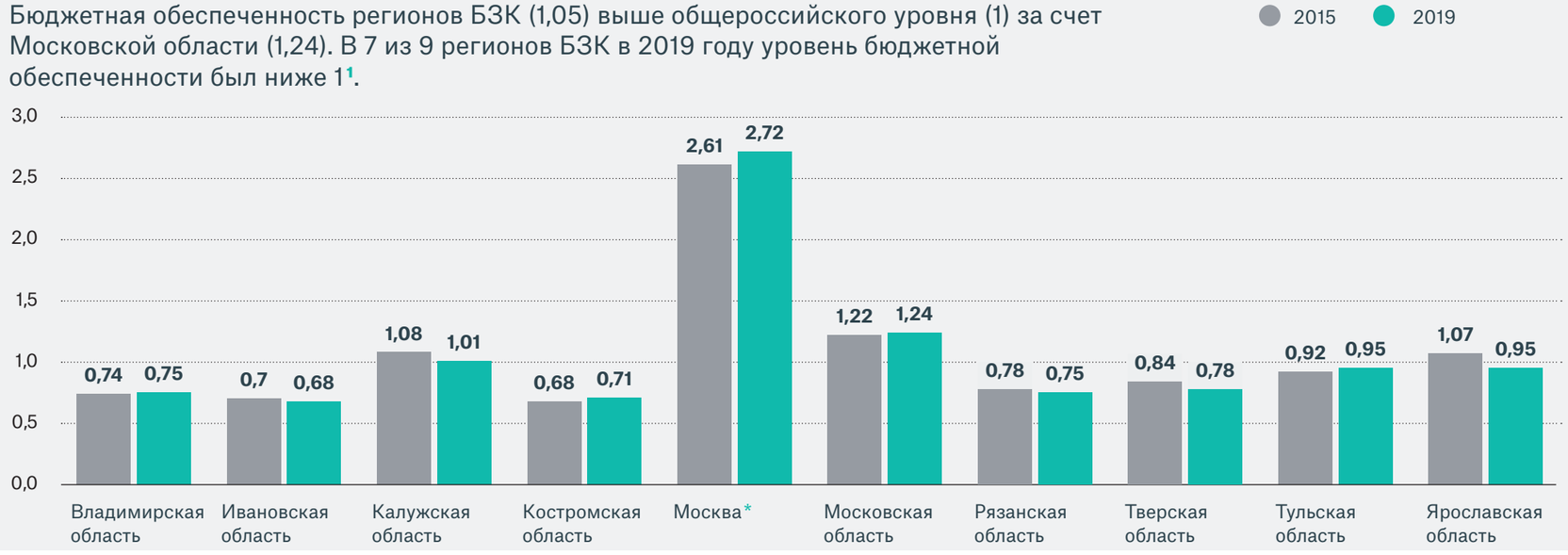
Вызовы и возможности

- Туризм традиционно занимает заметную долю от общего объема малых и средних предприятий, создавая рабочие места, включая индивидуальных предпринимателей и самозанятых.
- На текущий момент общее количество малых и средних предприятий в сфере туризма на территории БЗК ниже, чем в Краснодарском крае.

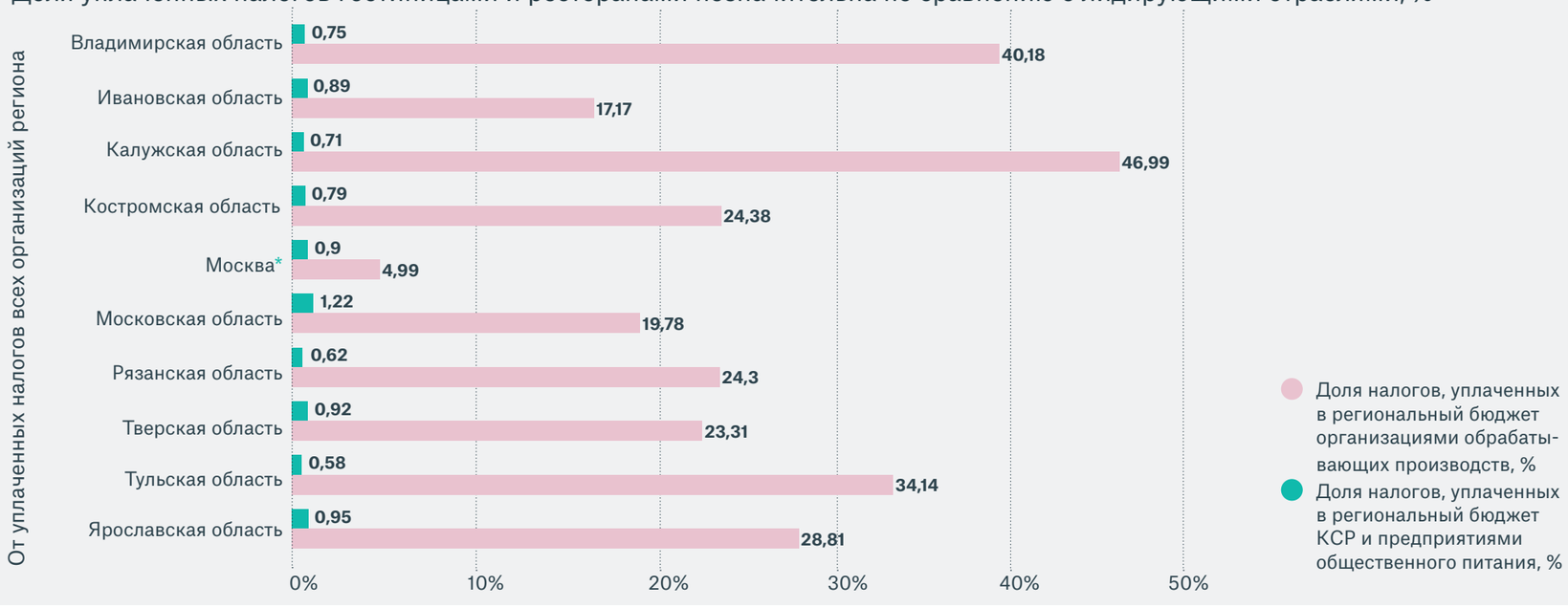
1. Источник: Составлено по данным Росстат, 2021.
* Краснодарский край указан для сравнения.

Бюджетная обеспеченность регионов и вклад туризма в налоговые поступления

Бюджетная обеспеченность регионов БЗК (1,05) выше общероссийского уровня (1) за счет Московской области (1,24). В 7 из 9 регионов БЗК в 2019 году уровень бюджетной обеспеченности был ниже 1[1].



Доля уплаченных налогов гостиницами и ресторанами незначительна по сравнению с лидирующими отраслями, %[2]



Вызовы и возможности

- Наименьшие значения бюджетной обеспеченности характерны для Ивановской (0,68) и Костромской (0,71) областей как для старопромышленных регионов.
- Исключая Московскую область, наибольшие значения у Калужской (1,01), Тульской (0,95) и Ярославской областей (0,95), т.к. в этих регионах хорошо развито промышленное производство.
- Доля налоговых поступлений от предприятий туристско-рекреационной сферы крайне мала.

  Лишь в одном регионе — в Московской области — показатель превышает 1%. Это происходит из-за невысоких показателей товарооборота компаний в сфере туризма, а также из-за распространенного серого сектора размещения. Владельцы частных домов и квартир сдают жилье туристам напрямую, не попадая под налогообложение и официальную статистику.

Средняя доля налогов от гостиниц и ресторанов, уплаченных в региональный бюджет

по 9 регионам	Россия
0,83%	0,82%

* Москва включена для сравнения.

1. Источник: Данные Министерства финансов России, 2020. На диаграмме представлено отношение бюджетной обеспеченности региона к среднему показателю по России за соответствующий год.
2. Источник: Данные ФНС, 2020.

Расселение жителей Большого золотого кольца

В регионах БЗК проживает 16,7 млн чел. (26,9% ЦФО) с незначительным приростом населения с 2015 г. (~100 тыс. человек). Население не превышает 1 млн человек лишь в Ивановской и Костромской областях[1].



Большинство населения живет в городах (77%) и размещено неравномерно по регионам. Самые высокие показатели плотности населения в Московской области из-за агломерационного эффекта столицы[1].



Вызовы и возможности

- Высокий уровень урбанизации является предпосылкой к повышенному спросу на рекреационный туризм и отдых выходного дня среди местных жителей.
- В крупнейших городах 9 областей проживает ~3,5 млн человек. Региональные центры являются значимыми туристскими дестинациями и транспортными узлами, а их население — потенциальным туристским потоком в соседние регионы.
- В структуре расселения на территории преобладают средние и малые исторические города, которые представляют наибольший туристический интерес для жителей мегаполисов и являются основным драйвером развития туризма.
- Низкая плотность населения при высокой доле земель лесного фонда в Костромской и Тверской областях обуславливает возможность развития проектов агро- и экологического туризма.

Население

городское	сельское
77%	**23%**

1. Источник: Данные органов региональной статистики, 2021.
* Москва включена для сравнения.

Расселение жителей Большого Золотого кольца по городам



Крупные города 250 тыс.–1 млн
Большие города 100 — 250 тыс.
Средние города 50 — 100 тыс.
Малые города < 50 тыс.

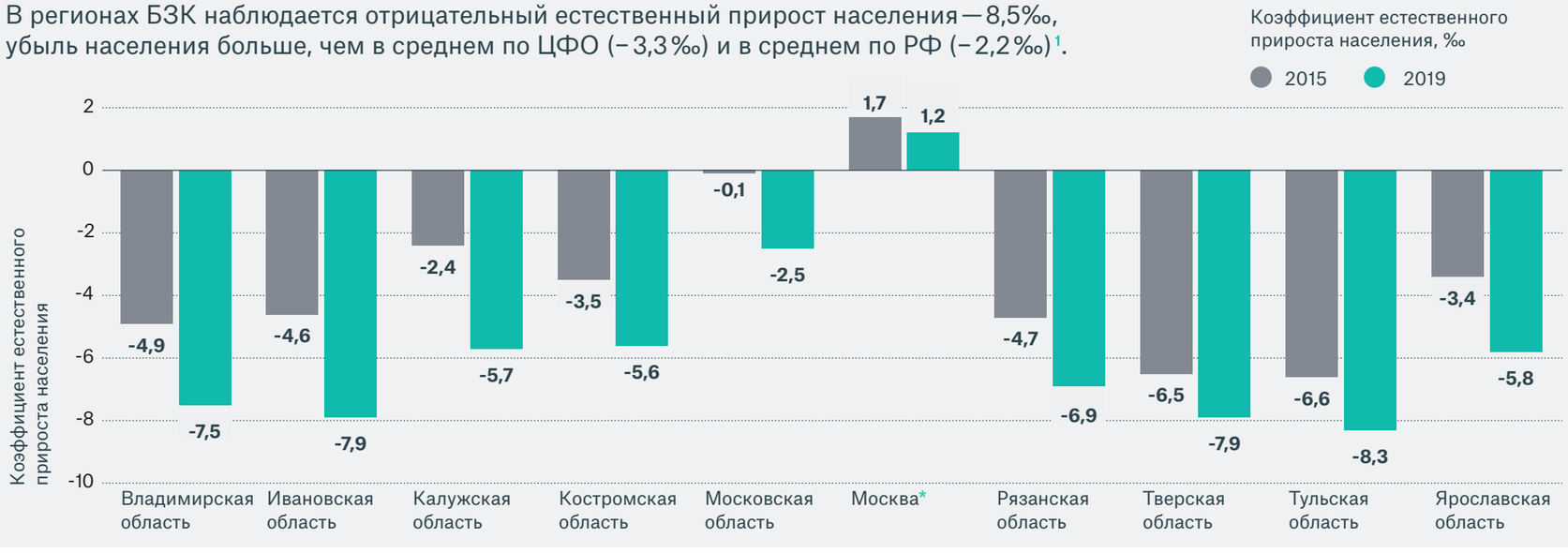
Исторические поселения:
Региональные
Федеральные
Территория рассмотрения
Основные направления ж/д
Автомагистрали

Источники: Данные Росреестра (2020) и Минкульта России (2020)

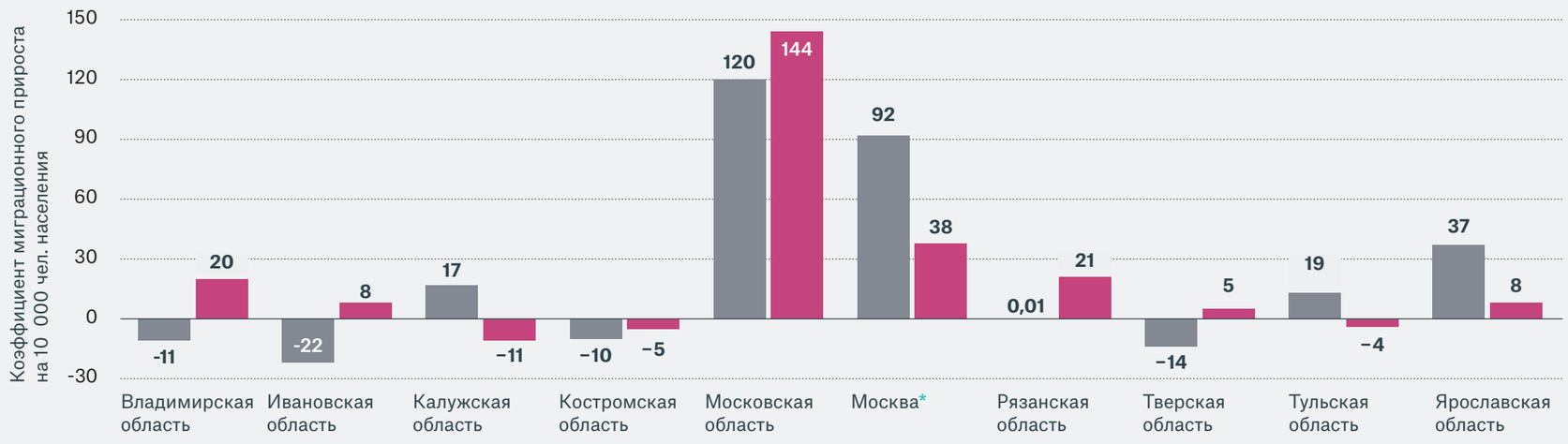
0 50 км 200 км

Естественная убыль населения и миграционный отток в большинстве регионов

В регионах БЗК наблюдается отрицательный естественный прирост населения — 8,5‰, убыль населения больше, чем в среднем по ЦФО (– 3,3 ‰) и в среднем по РФ (– 2,2 ‰)[1].



Коэффициент миграционного прироста в БЗК составляет 25,1 чел. на 10 тыс. населения, что существенно ниже, чем в ЦФО (47 чел. на 10 тыс. населения). В 2020 году, после введения ограничительных мер в связи с пандемией коронавирусной инфекции COVID-19, объемы миграционных перемещений заметно сократились. Так, средний коэффициент миграционного прироста в 2020 г. в Российской Федерации составляет 9, в Центральном федеральном округе — 14[1].



Вызовы и возможности

В долгосрочной перспективе отток и естественная убыль населения означают снижение численности молодого трудоспособного населения и влекут за собой дефицит трудовых ресурсов в индустрии туризма, а также необходимость переквалификации людей пожилого возраста в актуальные профессии.

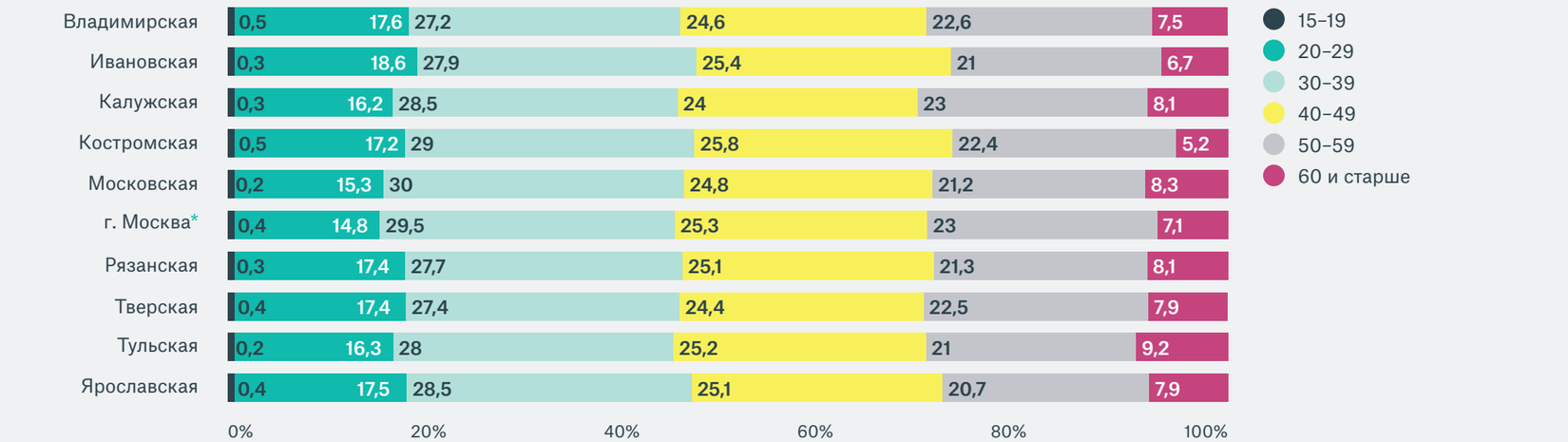
Общим демографическим трендом для регионов Большого Золотого кольца является естественная убыль населения — низкая рождаемость из-за оттока трудоспособного населения в Москву и Московскую область и высокая смертность из-за естественного старения населения.

Необходимы комплексные меры по улучшению качества жизни в нестоличных регионах России. Развитие туризма поможет созданию рабочих мест для людей разных возрастных групп и улучшению качества городской среды.

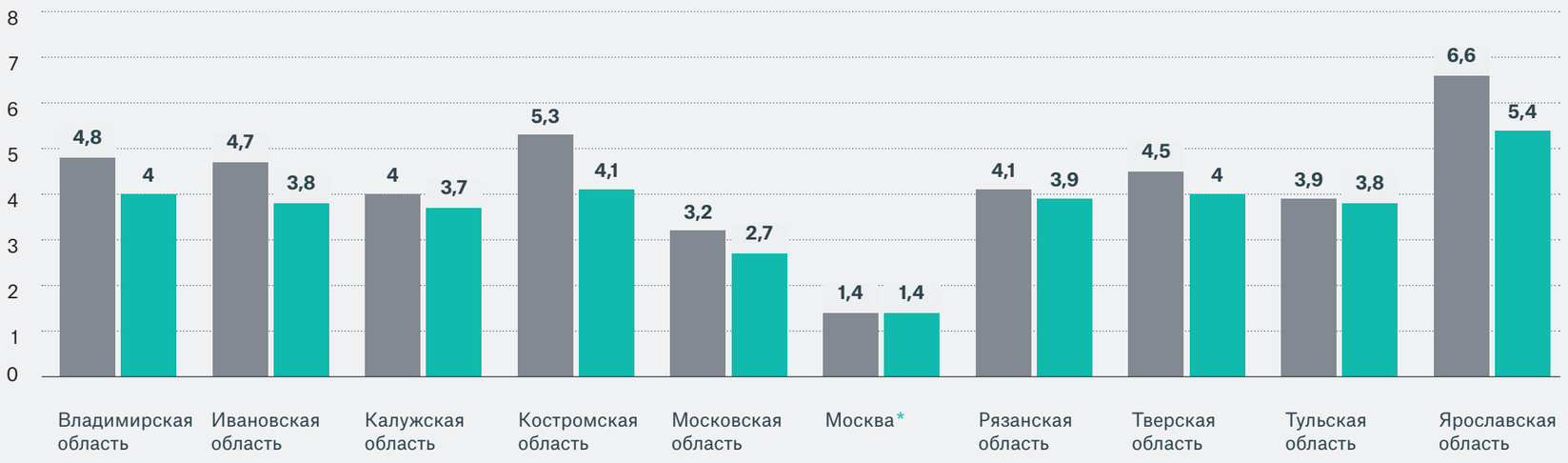
1. Источник: Данные органов региональной статистики, 2020.
* Москва указана для сравнения.

Типичное распределение занятости по возрастным группам и повышенный уровень безработицы

Занятое население представлено традиционными возрастными группами 30–39 лет и 40–49 лет. Подростки, как и люди пенсионного возраста, незначительно вовлечены в трудовую деятельность[1].



Уровень безработицы в регионах БЗК (4 %) в 2019 г. ниже общероссийского уровня (4,6 %) и выше уровня безработицы в ЦФО (2,9 %). Уровень безработицы в регионах БЗК увеличился на 0,4 % за последние 5 лет[1].



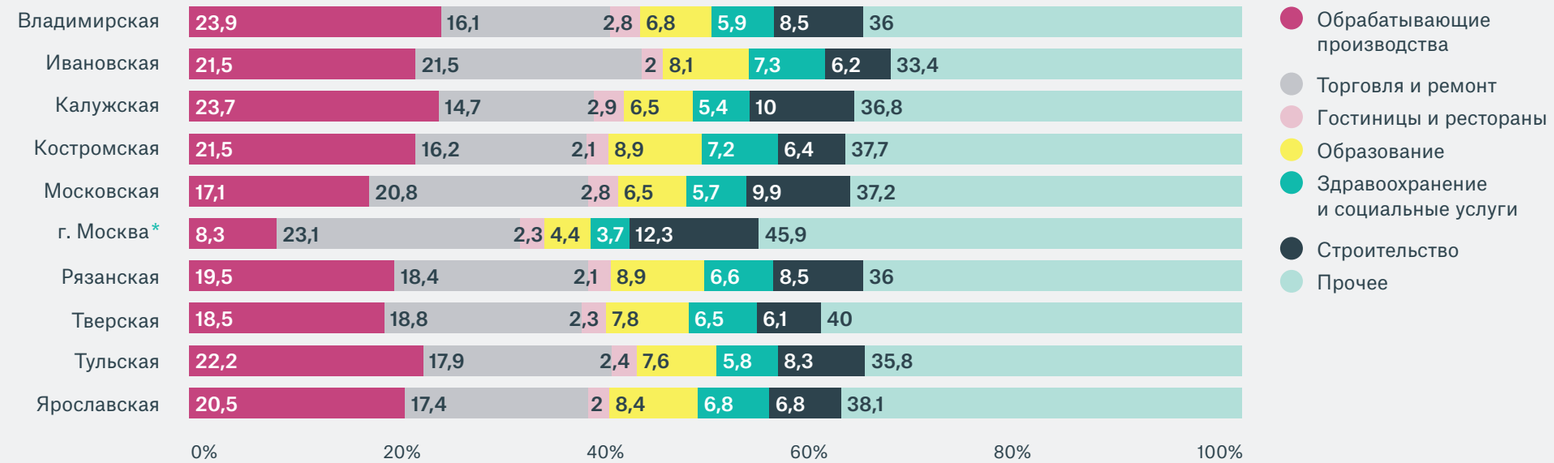
Вызовы и возможности

- Подростки и лица пенсионного возраста — трудовой резерв и могут привлекаться к оказанию туристско-рекреационных услуг в периоды повышенной нагрузки летом и в праздники при условии должного обучения и контроля.
- Высокий уровень безработицы влияет на общую экономическую ситуацию в регионах, на уровень благосостояния населения, а также свидетельствует о снижении покупательской способности и сокращении финансовых средств у населения для удовлетворения потребностей в отдыхе, туризме и рекреации в долгосрочной перспективе.

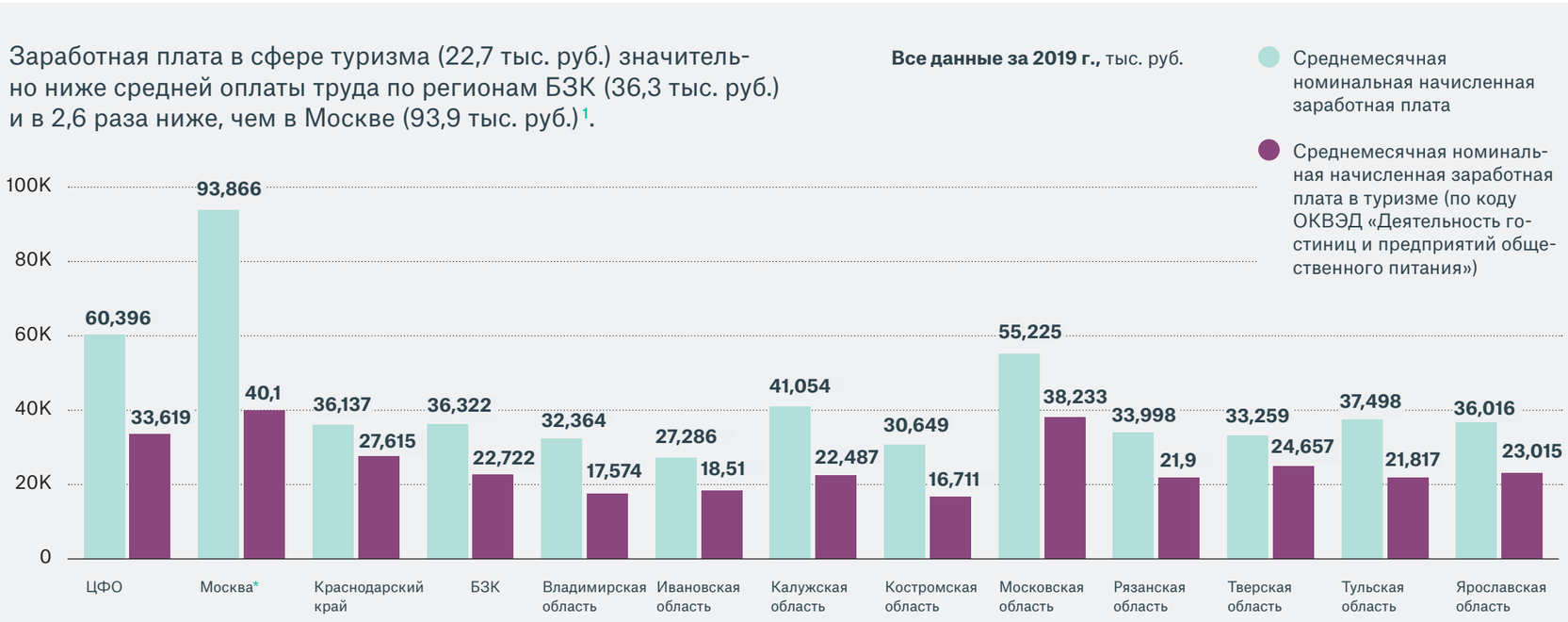
1. Источник: Данные органов региональной статистики, 2020.
* Москва указана для сравнения.

Традиционно небольшой уровень занятости в туризме, низкий уровень з/п

ТОП-3 сферы занятости населения в БЗК в 2019 году: обрабатывающие производства, торговля, ремонт и строительство. Туризм занимает незначительную часть — от 2 % до 2,9 %. Это описывает общероссийскую ситуацию — 2,4 % по ЦФО и 2,5 % по РФ[1].



Заработная плата в сфере туризма (22,7 тыс. руб.) значительно ниже средней оплаты труда по регионам БЗК (36,3 тыс. руб.) и в 2,6 раза ниже, чем в Москве (93,9 тыс. руб.)[1].



Вызовы и возможности

- Туризм имеет ограниченный потенциал стать заметной сферой занятости населения на уровне региона, но может стать драйвером занятости в отдельных муниципальных образованиях.

  Невысокий уровень занятости населения в туризме в БЗК (2,4 %) объясняется специализацией экономики регионов на промышленности и строительстве, значительно уступая наиболее туристическому региону России — Краснодарскому краю (4,5 %).

  Для увеличения доли занятых в туризме необходим кратный рост туристического потока и строительство новых объектов туристической инфраструктуры.

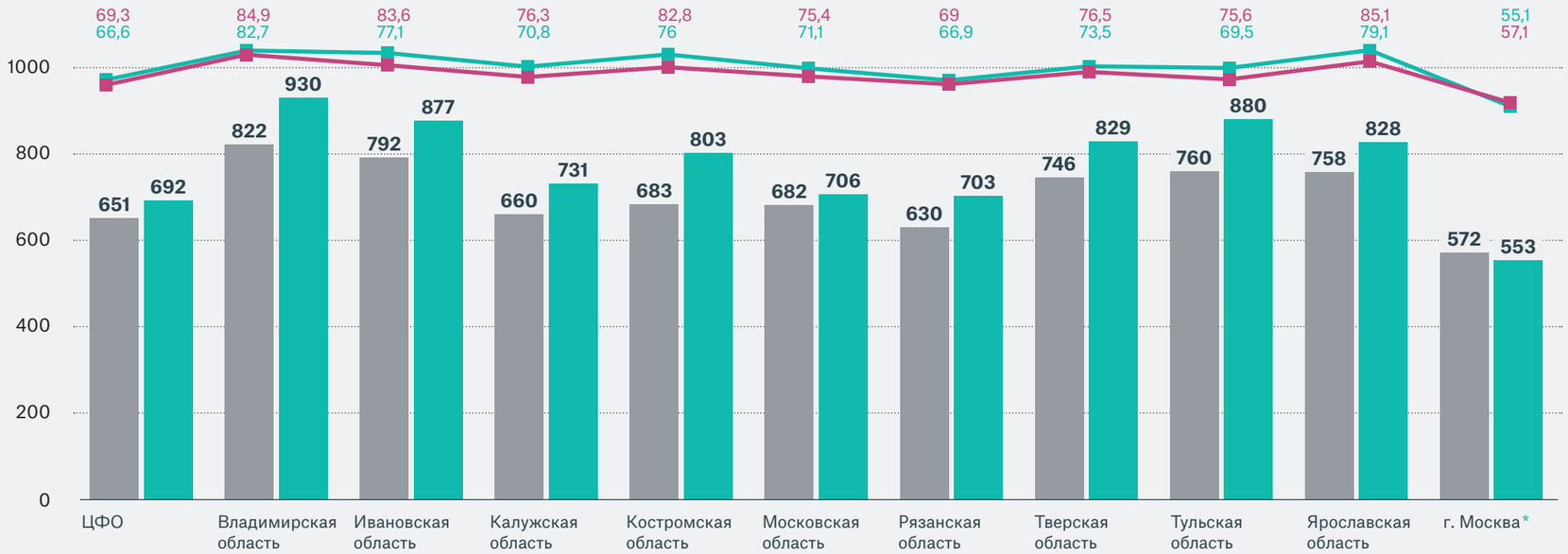
- Москва остается более привлекательным местом для жизни и работы и оттягивает на себя кадры в туризме. Средняя заработная плата в туризме в макрорегионе значительно ниже средней заработной платы по всем видам деятельности и заработной платы в туризме в Москве.

  Покупательная способность зарплат в туризме в БЗК (соотношение средней заработной платы и среднего уровня цен на категорию товаров, включенных в минимальный набор продовольственных и непродовольственных товаров и услуг) значительно ниже по сравнению с Москвой и Краснодарским краем — 1,5 покупательских корзин в БЗК против 1,7 в Москве и Краснодарском крае.

1. Источник: Данные органов региональной статистики, 2019.
* Москва указана для сравнения.

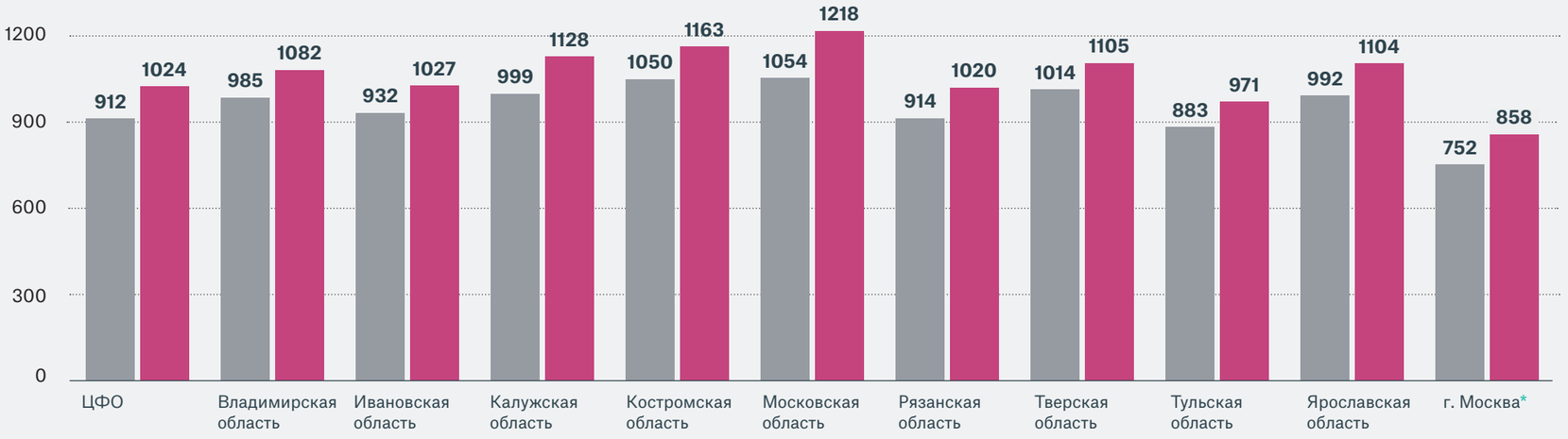
Развитие социальной сферы. Образование

В регионах БЗК наблюдается рост охвата и обеспеченности детей дошкольным образованием[1].



- Обеспеченность детей дошкольного возраста местами в организациях дошкольного образования, мест на 1000 детей, 2015
- Обеспеченность детей дошкольного возраста местами в организациях дошкольного образования, мест на 1000 детей, 2020
- Валовой коэффициент охвата дошкольным образованием, в процентах от численности детей в возрасте 1–6 лет, %, 2015
- Валовой коэффициент охвата дошкольным образованием, в процентах от численности детей в возрасте 1–6 лет, %, 2020

Численность обучающихся по программам общего образования выросла во всех регионах БЗК. Наибольший показатель характерен для Московской области[1].



- Численность обучающихся по образовательным программам общего образования на 10 000 чел. населения, 2016
- Численность обучающихся по образовательным программам общего образования на 10 000 чел. населения, 2020

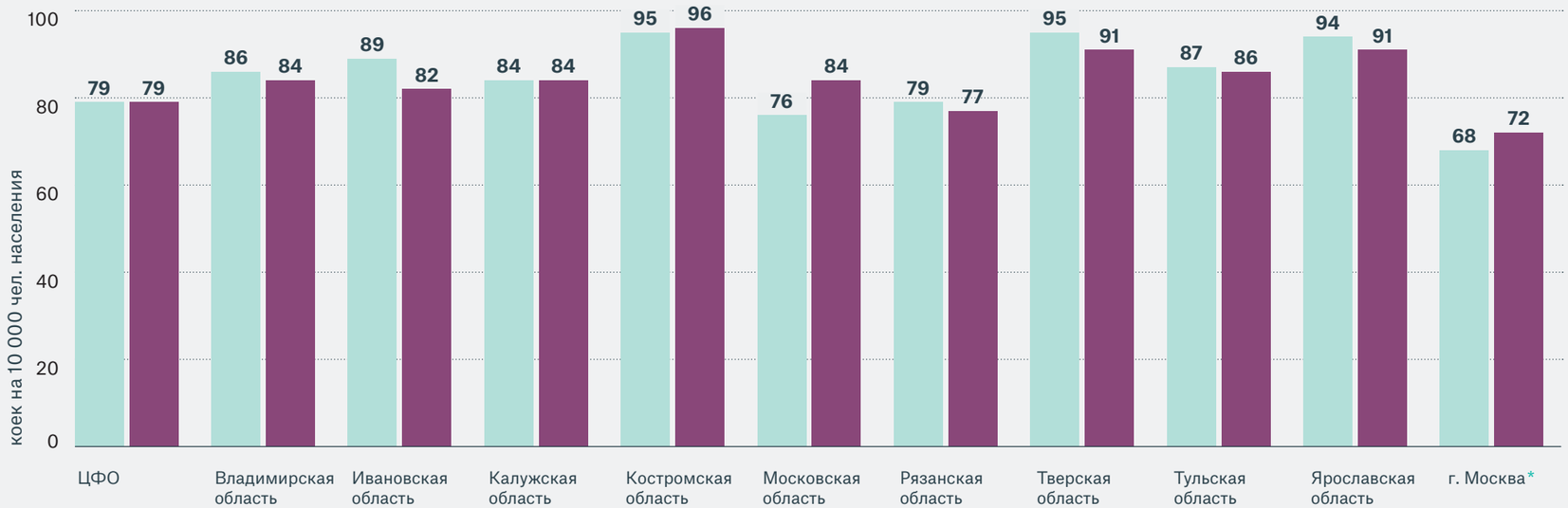
Вызовы и возможности

Валовой коэффициент охвата детей дошкольным образованием в регионах БЗК (78,8%) выше уровня ЦФО (69,3%) и Москвы (55,1%). Обеспеченность детей дошкольного возраста местами в образовательных организациях в регионах БЗК (784) также выше уровня ЦФО (692) и уровня Москвы (553).

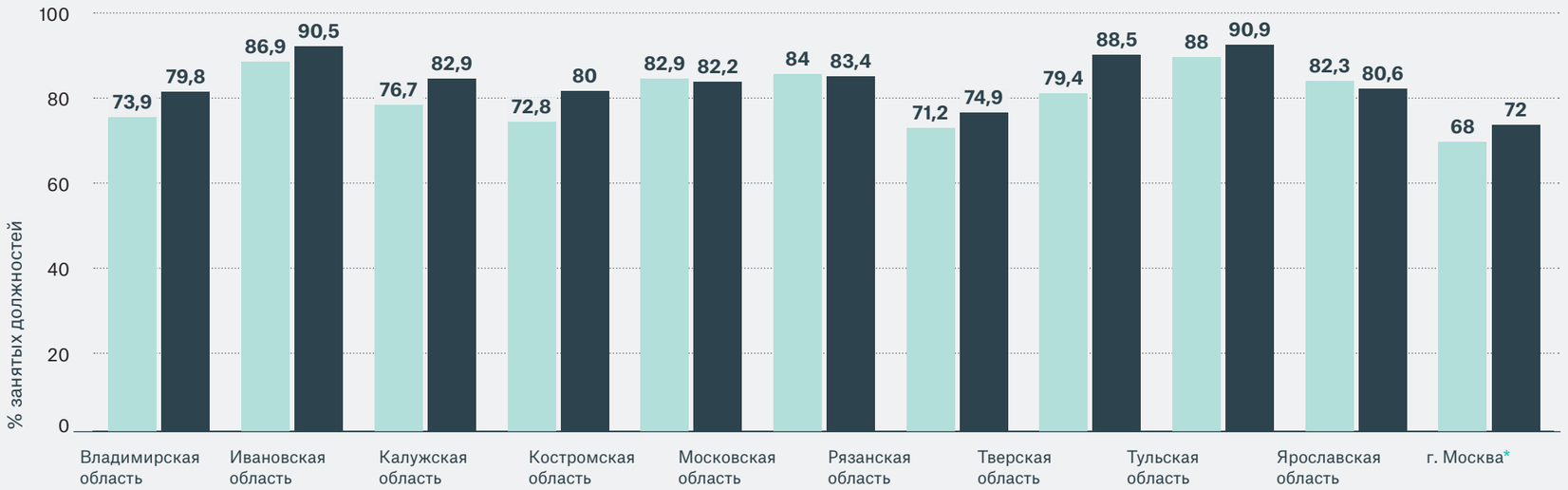
1. Источник: Данные органов региональной статистики, 2021.
* Москва указана для сравнения.

Развитие социальной сферы. Здравоохранение

Показатель обеспеченности населения больничными койками в макрорегионе (86 коек на 10 тыс. чел. населения) выше, чем в ЦФО (79) и Москве (72)[1].



Укомплектованность медицинских организаций врачами в регионах БЗК ниже, чем укомплектованность средним медицинским персоналом.
Наилучшие показатели укомплектованности в Ивановской и Ярославской областях.



Вызовы и возможности

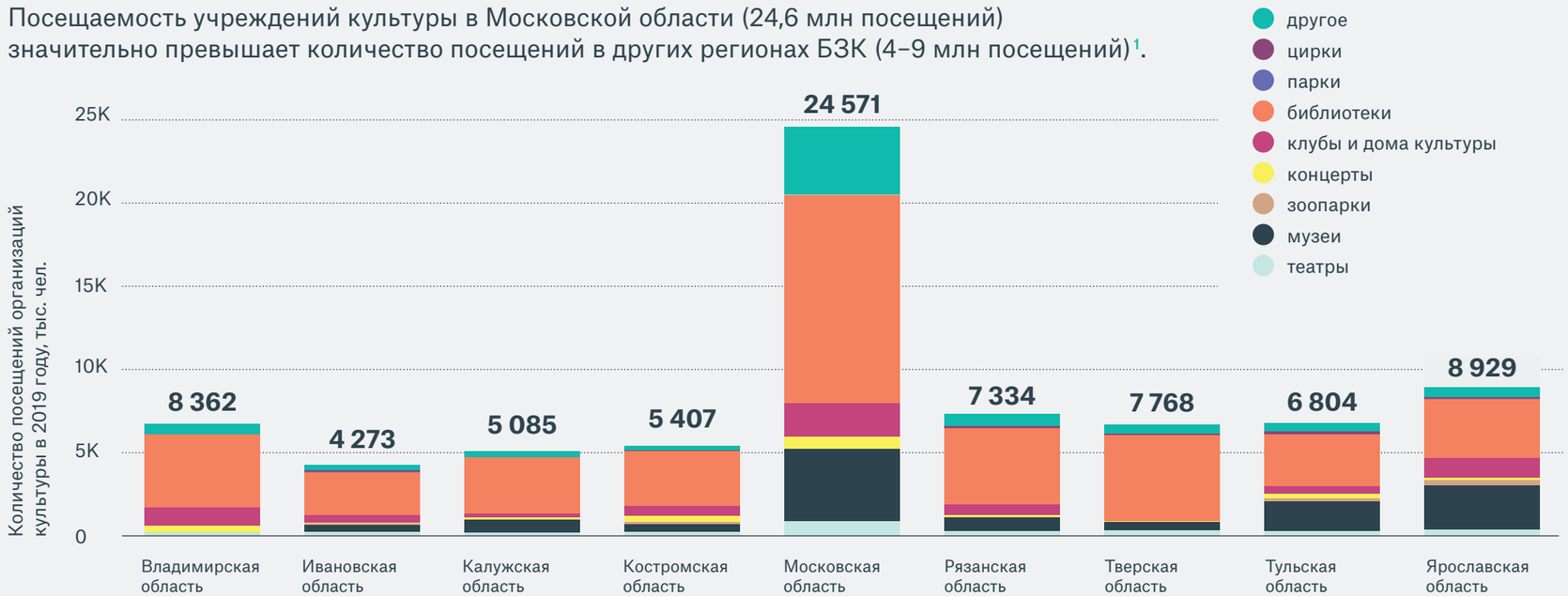
- Изменение структуры медицинских организаций — уменьшение количества больниц и увеличение количества поликлиник и фельдшерско-акушерских пунктов — объясняется проведением реформы здравоохранения, целью которой является оптимизация существующей системы здравоохранения. Однако с 2015 года обеспеченность населения больничными койками снизилась в 6 из 9 регионов БЗК.

- Во всех регионах БЗК отмечается недостаток как врачей, так и среднего медицинского персонала. Укомплектованность врачами (79,5%) и средним медицинским персоналом (83,7%) в макрорегионе ниже общероссийского уровня 81,1% и 85% соответственно.

1. Источник: Данные органов региональной статистики, 2021.
* Москва указана для сравнения.

Развитие социальной сферы. Культура и спорт

Посещаемость учреждений культуры в Московской области (24,6 млн посещений) значительно превышает количество посещений в других регионах БЗК (4–9 млн посещений)[1].



Самый высокий уровень обеспеченности граждан спортивными сооружениями в Калужской области значительно превышает общероссийский уровень (57,3%). В среднем показатель в макрорегионе (58,2%) превышает общероссийский уровень (57,3%)[1].



Вызовы и возможности

- Среди учреждений культуры во всех регионах по посещаемости преобладают библиотеки (показатель включает в себя культурно-массовые мероприятия, проводимые в них). Самая низкая посещаемость в парках, поскольку данный показатель является самым сложным для оценки.
- Московская область характеризуется самым низким показателем обеспеченности спортивными сооружениями — в 3 раза ниже, чем в Калужской области.

1. Источник: Данные органов региональной статистики, 2021.
* Москва указана для сравнения.

Государственная поддержка туризма: региональный уровень

Регион	Региональный орган исполнительной власти, ответственный за развитие туризма	Наличие стратегии социально-экономического развития / выделение туризма как одного из приоритетных направлений развития	Региональные стратегии развития туризма
Владимирская область	Министерство предпринимательства и туризма Владимирской области	●●	
Ивановская область	Департамент культуры и туризма Ивановской области	●●	
Калужская область	Министерство культуры и туризма Калужской области	●●	●
Костромская область	Департамент экономического развития Костромской области	●●	●[1]
Московская область	Комитет по туризму Московской области	●●	●
Рязанская область	Министерство экономического развития Рязанской области	●●	●
Тверская область	Министерство туризма Тверской области	●●	
Тульская область	Комитет Тульской области по развитию туризма	●●[3]	●
Ярославская область	Департамент туризма Ярославской области	●●	●[2]

● Социально-экономические стратегии
● Наличие информации о развитии туристической отрасли в стратегии

1. Концепция развития туризма Костромской области на период до 2024 года.
2. Стратегия разработана, но еще не принята.
3. Вместо стратегии социально-экономического развития в регионе действует Указ Губернатора Тульской области от 11 июля 2016 г. № 102 (ред. от 12.10.2021) «Об утверждении Основных направлений деятельности правительства Тульской области на период до 2026 года».

Вызовы и возможности

- Стратегии социально-экономического развития имеются у 8 субъектов. Все существующие стратегии так или иначе затрагивают развитие туристической отрасли регионов. В Тульской области действует альтернативный документ[3].

  В основе стратегических документов социально-экономического развития регионов — кластерный подход в управлении туризмом, реализация мер по привлечению инвестиций и поддержке малого и среднего бизнеса.

- В Костромской, Рязанской, Калужской, Тульской и Московской областях имеются стратегические документы в сфере туризма. Их наличие обеспечивает согласованную работу региональных и муниципальных властей. В Ярославской области стратегия разработана, но еще не принята.

  Основной акцент в Тульской области — создание конкурентоспособных туристских кластеров, при этом в настоящее время наибольшей популярностью пользуются культурно-познавательный, гастрономический, промышленный, экологический, детский, социальный, сельский, деловой туризм.

- В Костромской области — акцент на увеличении социальной и экономической роли туризма в развитии региона. В Московской области — развитие и продвижение новых маршрутов.

- Обособленные региональные органы исполнительной власти в сфере туризма представлены в Московской, Тверской, Тульской и Ярославской областях, что свидетельствует о заинтересованности на государственном уровне в развитии туризма.

Государственная поддержка туризма: региональный уровень

Область	Наименование государственной программы	Наименование НПА
Владимирская область	Государственная программа Владимирской области «Развитие туризма во Владимирской области»	Постановление Администрации Владимирской области от 29 января 2021 г. (с изменениями на 3 августа 2021 г.) № 40
Ивановская область	Государственная программа Ивановской области «Развитие культуры и туризма в Ивановской области»	Постановление Правительства Ивановской области от 6 декабря 2017 г. (с изменениями на 15 декабря 2021 г.) № 455-п
Калужская область	Государственная программа Калужской области «Развитие туризма в Калужской области»	Постановление Правительства Калужской области от 26 февраля 2019 г. (с изменениями на 15 февраля 2021 г.) № 122
Костромская область	Государственная программа Костромской области «Экономическое развитие Костромской области»	Постановление администрации Костромской области от 18 августа 2015 года № 301-а «Об утверждении государственной программы Костромской области «Экономическое развитие Костромской области»
Московская область	Государственная программа Московской области «Культура и туризм Подмосковья» на 2023-2027 годы	Постановление Правительства Московской области от 23.08.2013 № 654/33 «Об утверждении государственной программы Московской области «Культура Подмосковья»
Рязанская область	Государственная программа Рязанской области «Экономическое развитие»	Постановление правительства Рязанской области от 29 октября 2014 г. (с изменениями на 24 января 2023 г.) № 306
Тверская область	Государственная программа Тверской области «Развитие туристской индустрии в Тверской области» на 2018–2024 гг.	Постановление Правительства Тверской области от 29 декабря 2017 г. № 465-пп
Тульская область	Государственная программа Тульской области «Развитие культуры и туризма Тульской области»	Постановление Правительства Тульской области от 4 марта 2019 г. № 75
Ярославская область	Государственная программа Ярославской области «Развитие туризма и отдыха в Ярославской области» на 2021–2025 гг.	Постановление Правительства Ярославской области от 28 января 2021 г. (с изменениями на 4 февраля 2022 г.) № 24-п

Вызовы и возможности

- Мероприятия по развитию туризма заложены в программные документы развития туризма всех 9 регионов Большого Золотого кольца.

  Целевые установки и задачи исполнения программы определяются особенностями регионов:
  •• Ключевые цели реализации государственной программы Тульской области — повышение туристического потенциала, создание благоприятных условий для привлечения инвестиций в экономику и развития внутреннего и въездного туризма.
  •• Развитие и популяризации туризма на территориях регионов — ключевая цель реализации программ Калужской, Владимирской, Рязанской, Тверской, Ивановской, Ярославской, Костромской областей. Например, в Рязанской области решается вопрос поддержки субъектов МСП в сфере туризма в форме предоставления региональной грантовой поддержки на создание объектов туристского показа, экскурсионных программ с использованием цифровых технологий.
  •• Повышение конкурентоспособности туристского рынка области, удовлетворяющего потребности российских и иностранных граждан в качественных туристских услугах, — основной акцент во Владимирской области.

- В программах предполагается поддержка туристских инвестиционных проектов в форме бюджетного инвестирования из областного бюджета бюджетам муниципальных образований на исполнение мероприятий по созданию благоприятных условий по развитию туризма, оказание грантовой поддержки общественных инициатив, направленных на развитие туризма.

Межрегиональные соглашения

2018

Подписано соглашение о сотрудничестве между АО «Корпорация развития Ярославской области» и ассоциацией экономического взаимодействия субъектов РФ **«Союз развития туризма в РФ»**[1]

2020

Подписано соглашение о сотрудничестве между администрацией Владимирской области и комитетом по туризму города Москвы[2]

2021

На Международном форуме-выставке «Отдых» Москва, Республика Татарстан, Владимирская и Нижегородская области, Чувашская Республика подписали соглашение о сотрудничестве в сфере развития туризма. Оно будет реализовываться в рамках проекта создания **федеральной автомобильной трассы М-12**[3].

На Петербургском международном экономическом форуме ПМЭФ **Московская и Калужская области** заключили соглашение о сотрудничестве в туристической отрасли[4].

Туризм.РФ и Губернатор Тульской области подписали соглашение о совместном развитии туристической инфраструктуры региона. Согласно документу, стороны в ближайшее время начнут работу по мастер-планированию туристических территорий и привлечению инвесторов. Также планируется обеспечить двукратный рост турпотока к 2030 году до 2 млн человек[5].

В рамках ПМЭФ было заключено Соглашение о сотрудничестве по развитию межрегионального проекта **«Большое Золотое кольцо»** между Владимирской, Ивановской, Калужской, Костромской, Московской, Рязанской, Тверской, Тульской и Ярославской областями и Федеральным агентством по туризму[6].

2022

На туристической выставке MITT **Тульская и Калужская области** подписали соглашение о сотрудничестве. Одним из первых совместных проектов должен стать **речной маршрут «Калуга—Поленово»**[7].

Соглашение между Правительством Ярославской области и Акционерным обществом «Корпорация Туризм.РФ» о долгосрочном взаимодействии по реализации инвестиционных проектов в сфере туризма на территориях расположенных вдоль береговой линии реки Волги, Рыбинского водохранилища и Плещеева озера[8].

Соглашение между Правительством Рязанской области и Акционерным обществом «Корпорация Туризм.РФ» о совместной подготовке и реализации мастер-планов развития туристских территорий Рязанской области в Спасском районе и в п. Остров г. Рязани[9].

1. Департамент туризма Ярославской области // https://www.yarregion.ru/depts/tourism/tmpPages/news.aspx?newsID=1089
2. Официальный туристический портал Владимирской области // http://vladimirtravel.ru/news/168/22985/
3. Известия Татарстана // http://www.tatarnews.ru/shortnews/22989
4. Правительство Московской области // https://mosreg.ru/sobytiya/novosti/news-submoscow/andrei-vorobev-podpisal-ryad-soglashenii-na-peterburgskom-mezhdunarodnom-ekonomicheskom-forume
5. Туризм. РФ // https://www.туризм.рф/news/korporatsiya-turizm-rf-podpisala-soglashenie-o-sotrudnichestve-s-pravitelstvom-tulskoy-oblasti/
6. Администрация Владимирской области // https://avo.ru/-/vladimirskaa-oblast-sovmestno-s-rosturizmom-i-regionami-centra-rossii-budet-razvivat-turisticeskij-marsrut-bol-soe-zolotoe-kol-co
7. Тульская служба новостей // https://www.tsn24.ru/tulskaya-i-kaluzhskaya-oblasti-podpisali-soglashenie-o-sotrudnichestve-v-sfere-turizma/
8. Туризм.РФ // https://www.xn--g1abnnjg.xn--p1ai/news/korporatsiya-turizm-rf-podpisala-soglashenie-o-sotrudnichestve-s-pravitelstvom-tulskoy-oblasti/?special=Y
9. В соответствии с информацией от Рязанской области.

Региональные меры поддержки предприятий в сфере туризма

В регионах сформированы меры поддержки предприятий малого и среднего бизнеса. Для увеличения числа инвестиционных проектов предусмотрены финансовая, организационная, информационная, имущественная и прочие виды поддержки.

Общие меры поддержки

1. **Финансовая поддержка:**
   - займы специализированных фондов для крупных проектов;
   - льготный лизинг;
   - микрозаймы, кредитование;
   - поручительство.

2. **Налоговые льготы:**
   - налоговые каникулы (0 % в течение 2 календарных лет);
   - пониженные налоговые ставки;
   - патентная система налогообложения.

3. **Поддержка экспорта** (финансовая и нефинансовая поддержка, позволяющая увеличить географию поставок и расширить бизнес-участие в международных выставках, юридическое и лингвистическое сопровождение, логистическая поддержка).

4. **Имущественная поддержка.**
   Передача органами государственной власти, органами местного самоуправления государственного или муниципального имущества во владение и (или) в пользование на долгосрочной основе (в том числе на льготных условиях).

5. **МФЦ для бизнеса** (центры консультации предпринимателей в целях развития малого и среднего бизнеса).

6. **Консультации, обучение:**
   - создание условий для подготовки кадров или их дополнительного профессионального образования;
   - учебно-методическая и научно-методическая помощь субъектам малого и среднего предпринимательства;
   - оказание консультационной поддержки субъектам малого и среднего предпринимательства организациями инфраструктуры консультационной поддержки или компенсация затрат на оплату консультационных услуг.

Уникальные меры поддержки

Московская область

- Губернаторская программа поддержки бизнеса по возмещению затрат при строительстве новых гостиниц (2017 г.);
- Предприниматели, строящие гостиницы в Московской области, получают 15 % компенсации от стоимости затрат на объекты инженерной и дорожной инфраструктуры. Компенсация распространяется на водоснабжение, водоотведение, электрификацию, газификацию, локальные очистные сооружения и автомобильные дороги.

Ивановская область

Программа субсидирования по гранту «Агротуризм» сельскохозяйственным производителям — малым и микропредприятиям (исключение — ЛПХ) на реализацию проектов развития сельского туризма[6].

Калужская область

- Программа предоставления субсидий на возмещение части фактически произведенных затрат на развитие материально-технической базы субъектам аграрного туризма[1];
- Программа предоставления субсидий юридическим лицам (за исключением публичных учреждений, некоммерческих организаций), индивидуальным предпринимателям, физическим лицам на возмещение части фактически произведенных затрат по оплате потребленной электрической энергии при предоставлении гостиничных услуг[2].

Костромская область

- Освобождение от уплаты налога на имущество организаций от 3 до 5 лет в зависимости от объема вложенных инвестиций, пониженная ставка по налогу на прибыль организаций, льготы по земельному налогу[6];
- Предоставление земельного участка, находящегося в государственной или муниципальной собственности, в аренду без проведения торгов для размещения объектов социально-культурного назначения, при условии вложения финансовых средств не менее 100 млн руб. с льготной ставкой в размере 1,5 % кадастровой стоимости земельных участков в пределах срока строительства объектов[7];
- Строительство (реконструкция) объектов инфраструктуры, необходимых для реализации инвестиционного проекта, за счет средств областного бюджета[8].

Тверская область

Программа предоставления субсидий из областного бюджета Тверской области юридическим лицам и индивидуальным предпринимателям на финансовое обеспечение затрат на создание объектов туристского показа и туристской инфраструктуры, субсидии туроператорским организациям на возмещение части затрат, субсидии на приобретение автобусов туристического класса[3].

Тульская область

Программа предоставления субсидий на финансовое обеспечение части затрат, связанных с проведением классификации гостиниц и иных средств размещения. При этом номерной фонд гостиницы или иного средства размещения должен составлять менее 50 номеров. Субсидии юридическим лицам и индивидуальным предпринимателям, осуществляющим деятельность в сферах оказания услуг общественного питания или гостиничных услуг, на финансовое возмещение части затрат по оплате потребленной электрической энергии.

Субсидии в целях возмещения затрат по уплате процентов по кредитам, которые образуются у получателей по кредитам, взятым с целью пополнения оборотных средств и (или) на финансирование текущей деятельности организации, и (или) взятым с целью реализации инвестиционного проекта на одну или несколько целей — строительство, ремонт, приобретение транспорта, оборудования и недвижимости, рефинансирование кредитов в сторонних банках, лизинговых компаниях.

Ярославская область

Программа предоставления субсидий из областного бюджета[5]:

- на строительство (реконструкцию) объектов обеспечивающей инфраструктуры с длительным сроком окупаемости, входящих в состав инвестиционных проектов по созданию туристских кластеров;
- на реализацию лучших событийных проектов;
- юридическим лицам и индивидуальным предпринимателям (за исключением некоммерческих организаций) на поддержку проектов, направленных на развитие инфраструктуры туризма;
- юридическим лицам и индивидуальным предпринимателям (за исключением некоммерческих организаций) на поддержку проектов, направленных на создание модульных некапитальных средств размещения;
- на реализацию мероприятий по созданию условий для развития инфраструктуры досуга и отдыха;
- на строительство (реконструкцию) объектов обеспечивающей инфраструктуры с длительным сроком окупаемости, входящих в состав инвестиционных проектов создания туристско-рекреационных кластеров.

Владимирская область[9]

Программа предоставления субсидий из областного бюджета юридическим лицам и индивидуальным предпринимателям на финансовое обеспечение затрат на:

- создание модульных некапитальных средств размещения;
- организацию и проведение событийных мероприятий в низкий сезон;
- обустройство пляжей и создание туристических маршрутов;
- общественные и предпринимательские инициативы по развитию инфраструктуры туризма.

Рязанская область[10]

- поддержка предприятий в сфере туризма в виде предоставления грантов юридическим лицам и индивидуальным предпринимателям на создание объектов туристского показа в части проведения ремонта, реконструкции, рсставрации, закупки экспонатов, оборудования для экспозиции, а также на разработку экскурсионных программ с использованием цифровых технологий;
- субсидии юридическим лицам и индивидуальным предпринимателям на возмещение части затрат по собирательной группировке видов экономической деятельности «Туризм» в границах территорий исторических поселений федерального значения

1. Постановление Правительства Калужской области от 29.10.2014 № 634 «Об утверждении Положения о порядке предоставления субсидий на развитие материально-технической базы субъектам аграрного туризма в рамках государственной программы Калужской области "Развитие туризма в Калужской области"».
2. Постановление Правительства Калужской области от 26.02.2019 № 122 «Об утверждении государственной программы Калужской области "Развитие туризма в Калужской области"».
3. Постановление Правительства Тверской области от 29.12.2017 № 465-пп «О государственной программе Тверской области "Развитие туристской индустрии в Тверской области" на 2018–2024 гг.».
4. Постановления Правительства Ярославской области от 28.01.2021 № 24-п «Об утверждении государственной программы Ярославской области "Развитие туризма и отдыха в Ярославской области" на 2021–2025 гг.».
5. Об утверждении Государственной программы развития сельского хозяйства и регулирования рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия на 2013–2020 гг.
6. Закон Костромской области от 09.07.2019 № 578-6-ЗКО «О внесении изменений в Закон Костромской области "О налоге на имущество организаций на территории Костромской области"» (принят Костромской областной Думой 05.07.2019).
7. Закон Костромской области от 12.07.2016 № 122-6-ЗКО.
8. Закон Костромской области от 26.06.2013 № 379-5-ЗКО.
9. Постановление Администрации Владимирской области от 29.01.2021 (с изменениями на 03.08.2021) № 40.
10. Постановление Правительства Рязанской области от 25.08.2020 № 210 «Об утверждении Порядка предоставления грантов в форме субсидий юридическим лицам (за исключением государственных (муниципальных) учреждений) и индивидуальным предпринимателям на финансовое обеспечение затрат по реализации проектов по созданию объектов туристского показа, экскурсионных программ с использованием цифровых технологий».

Территории особого социально-экономического режима (1/2)

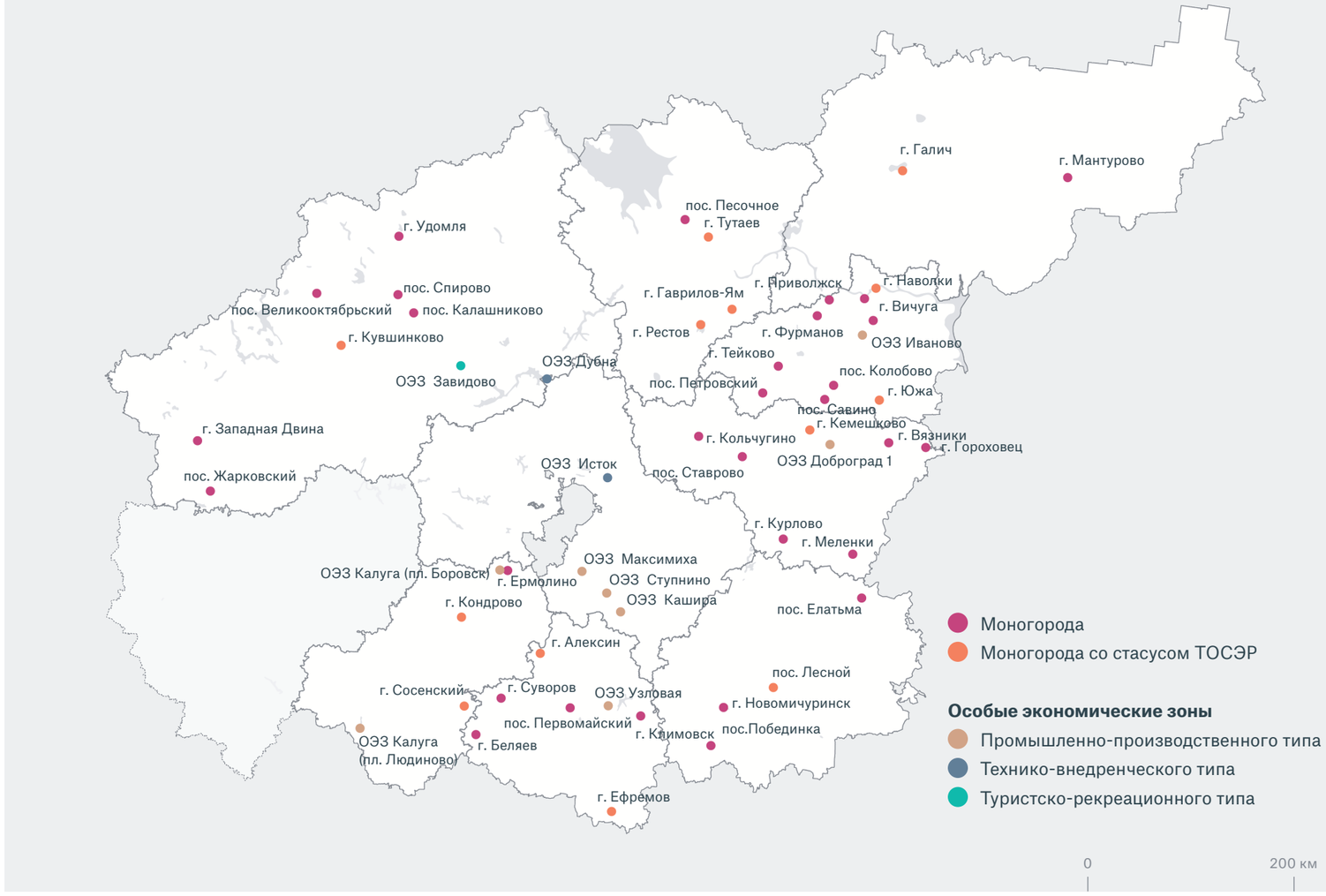
Особые экономические зоны

- Все инвесторы ОЭЗ пользуются набором льгот, гарантированных законодательством. Для резидентов ОЭЗ установлена пониженная ставка налога на прибыль, подлежащего зачислению в бюджет субъекта Российской Федерации, в размере от 0 до 13,5%.
- Инвесторы получают право не платить налог на имущество организации с момента постановки имущества на учет.
- Инвесторы ОЭЗ освобождаются от уплаты налога на землю.
- Налоговые каникулы, предоставленные органами государственной власти на региональном уровне, длятся: на имущество — 10 лет, на землю — 5 лет. Российская Федерация гарантирует инвесторам ОЭЗ защиту от неблагоприятных изменений в налоговом законодательстве.
- На территории БЗК существует одна ОЭЗ туристско-рекреационного типа «Завидово» [1] в Тверской области, целью которой является привлечение частных инвестиций и создание комплексного всесезонного курорта мирового уровня, специализирующегося на семейном, въездном и деловом туризме, а также на дальнейшем развитии туристской сферы Тверской области.

Территории опережающего социально-экономического развития (среди приоритетных видов деятельности не выделяется туризм)[2].

- Налог на прибыль — до 5% (первые 5 лет), от 10% (следующие периоды).
- Налог на имущество — 0% (первые 5 лет, следующий период — 1,1%).
- Налог на землю — 0% первые 3 года.
- Взносы во внебюджетные фонды — 7,6% (на весь период, если статус резидента получен в первые три года).

Схема моногородов и особых экономических зон[1]



Список ТОСЭР:

Ивановская	«Южа» 2018 г., «Наволоки» 2018 г.
Владимирская	«Камешково» 2018 г.
Калужская	«Сосенский» 2017 г., Кондрово, 2020 г.
Костромская	Моногород «Галич» 2019 г.
Рязанская	«Лесной» 2017 г.

Тверская	«Кувшикново» 2020 г.
Тульская	Моногород «Ефремов» 2018 г., Моногород «Алексин» 2019 г.
Ярославская	«Тутаев» 2017 г., Моногород «Ростов» 2018 г., Гаврилов-Ям 2018 г.
В Московской области нет ТОСЭР и моногородов	

1. Источник: Министерство экономического развития Российской Федерации (ОЭЗ), информация по моногородам представлена на следующем слайде.
2. Федеральный закон «О территориях опережающего социально-экономического развития в Российской Федерации» от 29.12.2014 №473-ФЗ (последняя редакция).

Территории особого социально-экономического режима (2/2)

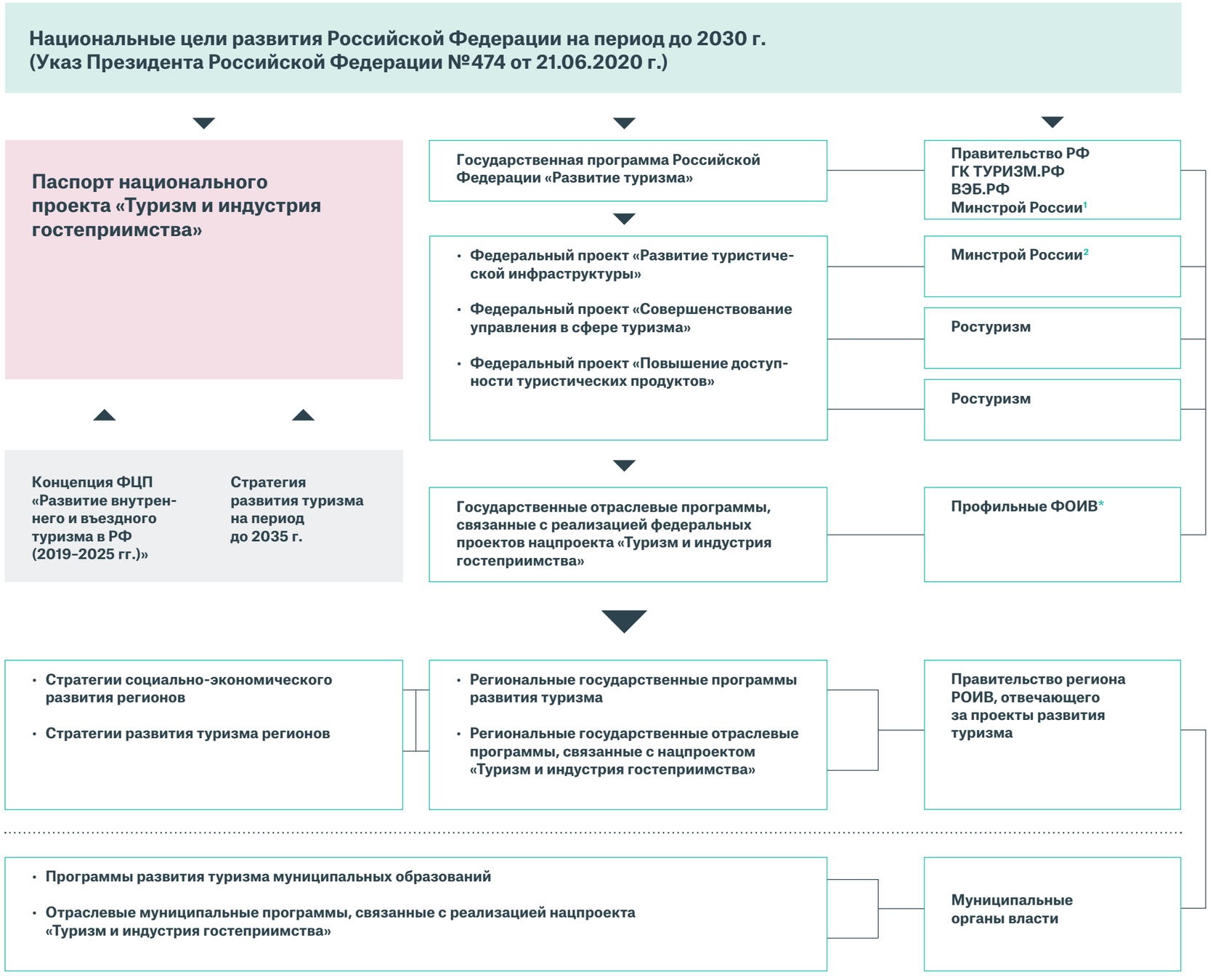
Моногорода[1]

- Займы лизинговым компаниям от 5 до 250 млн рублей на срок до 15 лет под 0 % годовых;
- Займы на концессионные, ГЧП и МЧП-проекты — от 25 млн до 1 млрд рублей со ставкой от 0 до 5 % годовых;
- Займы индивидуальным предпринимателям для реализации инвестпроектов;
- Софинансирование строительства и реконструкции объектов социальной инфраструктуры.

Ивановская	Владимирская	Калужская	Костромская	Рязанская	Тверская	Тульская	Ярославская
пос. Каменка (2014 г., 31,8 км²)	**г. Гороховец,** (2014 г. 14,8 км2)	**г. Сосенский** (2018 г., 4,12 км²)	**г. Галич** (2019 г., 16,5 км²)	**пос. Побединка**	**пос. Великооктябрьский** (2014 г., 2,45 км²)	**г. Алексин** (2014 г., 38 км²)	**пос. Песочное** (2020 г., 5,94 км²)
пос. Савино (2014 г., 6,1 км²)	**г. Камешково** (2018 г. 8,37 км2)	**г. Кондрово** (2014 г., 19 км²)	**г. Мантурово** (2016 г., 16 км²)	**пос. Елатьма**	**г. Кувшиново** (2014 г., 14 км²)	**г. Ефремов** (2014 г., 21,8 км²)	**г. Гаврилов-Ям** (2020 г., 11 км²)
г. Южа (2018 г., 143 км²)	**г. Курлово** (2014 г., 6,14 км²)	**г. Ермолино** (2020 г., 7,42 км²)		**пос. Лесной**	**пос. Жарковский** (2014 г., 7,28 км²)	**г. Кимовск** (2020 г., 17,3 км²)	**г. Ростов** (2020 г., 32 км²)
г. Наволоки (2014 г., 95 км²)	**г. Меленки** (2014 г., 10,9 км²)			**г. Новомичуринск**	**пос. Спирово** (2020 г., 8 км²)	**г. Белев** (2020 г., 8,58 км²)	**г. Тутаев** (2020 г., 25,2 км²)
пос. Колобово (2014 г., 60,9 км²)	**г. Вязники** (2014 г., 37 км²)				**г. Западная Двина** (2020 г., 28,6 км²)	**пос. Первомайский** (2014 г., 118,9 км²)	
г. Вичуга (2014 г., 30 км²)	**г. Кольчугино** (2014 г., 31 км²)				**пос. Калашниково** (2020 г., 18 км²)	**г. Суворов** (2020 г., 25,6 км²)	
г. Приволжск (2014 г., 16 км²)	**пос. Ставрово** (2019 г.)				**г. Удомля**		
г. Фурманов (2014 г., 15,6 км²)							
г. Тейково (2014 г., 26,8 км²)							
пос. Петровский							

1. Постановление Правительства РФ от 22 июня 2015 г. N 614 «Об особенностях создания территорий опережающего социально-экономического развития на территориях монопрофильных муниципальных образований Российской Федерации (моногородов). Перечень моногородов утверждён распоряжением Правительства от 29 июля 2014 года №1398-р (в редакции распоряжения Правительства от 16 апреля 2015 года №668-р).

Система стратегического планирования и управления в сфере туризма в Российской Федерации



Государственные цели развития туризма

Комплексное развитие внутреннего и въездного туризма за счет создания условий для формирования и продвижения качественного и конкурентоспособного туристского продукта на внутреннем и международном туристских рынках, усиление социальной роли туризма и обеспечение доступности туристских услуг, отдыха и оздоровления для граждан.

- Число туристских поездок повысить более чем в 3 раза;
- Число въездных туристских поездок иностранных граждан увеличить более чем в 8 раз;
- Объем экспорта услуг по статье «Поездки» увеличить с 2,85 млрд до 28,6 млрд долл.;
- Среднюю численность работников туриндустрии увеличить с 1,66 млн до 4,96 млн чел.;
- Количество номеров в классифицированных средствах размещения увеличить с 755 тыс. до 948 тыс. единиц.

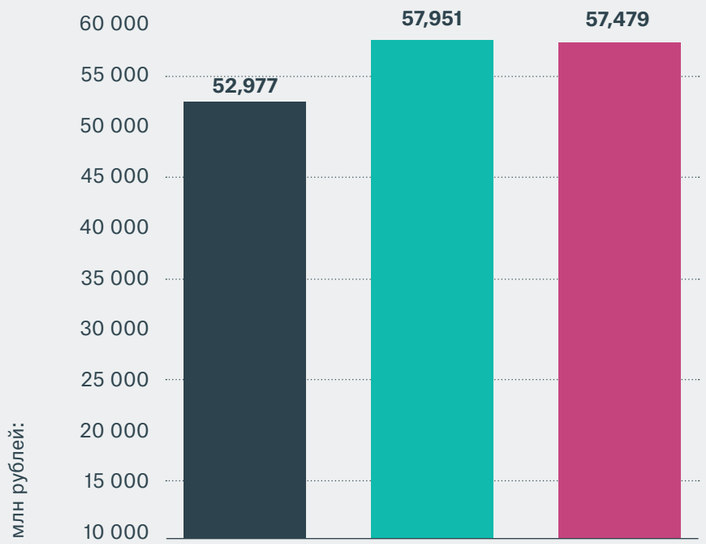
1. В рамках Государственной программы «Развитие туризма» Минстрой РФ отвечает за достижение результатов «Создана инженерная и транспортная инфраструктура на территории субъектов Российской Федерации в целях развития туристских кластеров».
2. В рамках Федерального проекта «Развитие туристической инфраструктуры» Минстрой РФ отвечает за достижение результатов «Обеспечена реализация инвестиционных проектов и разработка мастер-планов развития туристских территорий в рамках предоставления бюджетных инвестиций АО «Корпорация Туризм.РФ. В частности в таких мероприятиях участвуют Ярославская и Тверская области, входящие в состав Большого Золотого кольца.
3. Минприроды, Минстрой, Минэкономразвития, Минцифры, Минтранс, Минпросвещения, Минкультуры, Минвосток, МИД Россииит пр.

Государственная поддержка туризма (1/3)

Госпрограмма «Развитие туризма»

- Льготное кредитование строительства и модернизации коллективных средств размещения и иных объектов туристской инфраструктуры;
- Продвижение туристских продуктов;
- Совершенствование законодательства Российской Федерации;
- Софинансирование строительства (реконструкции) объектов обеспечивающей инфраструктуры с длительным сроком окупаемости;
- Внедрение комплексного подхода к развитию туристской макротерритории через концепцию территориального планирования;
- Концентрация ресурсов и мер господдержки на развитии туристских макротерриторий для повышения их инвестиционной привлекательности и улучшения условий для вложения в туристский бизнес;
- Выделение всего 12 макротерриторий, в том числе Большое Золотое кольцо.

Бюджетные ассигнования по госпрограмме «Развитие туризма»[1]



Стратегия развития туризма на период до 2035 г.

- Комплексное развитие внутреннего и въездного туризма;
- Создание условий для формирования и продвижения качественного и конкурентоспособного туристского продукта;
- Усиление социальной роли туризма и обеспечение доступности туристских услуг, отдыха и оздоровления;
- Развитие магистральной инфраструктуры, транспорта, туристской и обеспечивающей инфраструктуры;
- Развитие кадров и образования;
- Стимулирование и формирование устойчивого спроса на турпродукт;
- Совершенствование нормативной правовой базы;
- Приоритетные виды туризма: детский, культурно-познавательный, горнолыжный, круизный, экологический и деловой;
- Для регионов Большого Золотого кольца в приоритете: детский, культурно-познавательный, деловой, экологический;
- Развитие круизного туризма — также актуально для Ивановской, Костромской, Ярославской и Тверской областей.

1 В соответствии с ФЗ от 06.12.2021 №390 «О федеральном бюджете на 2022 г. и на плановый период 2023 и 2024 гг.».

Государственная поддержка туризма (2/3)

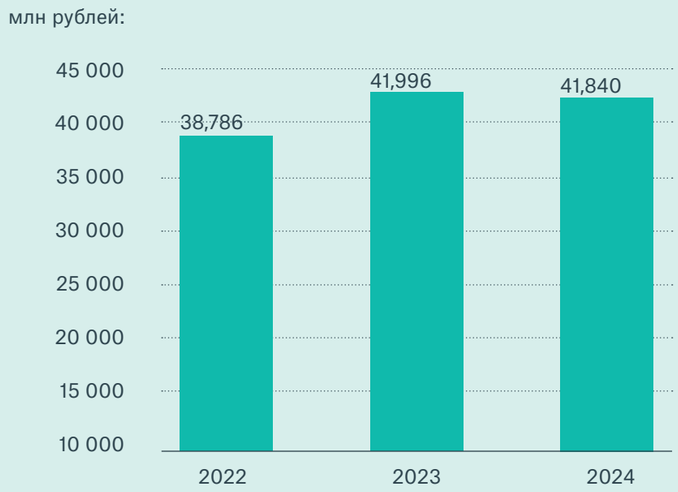
Национальный проект «Туризм и индустрия гостеприимства»

Федеральный проект «Повышение доступности туристических продуктов»

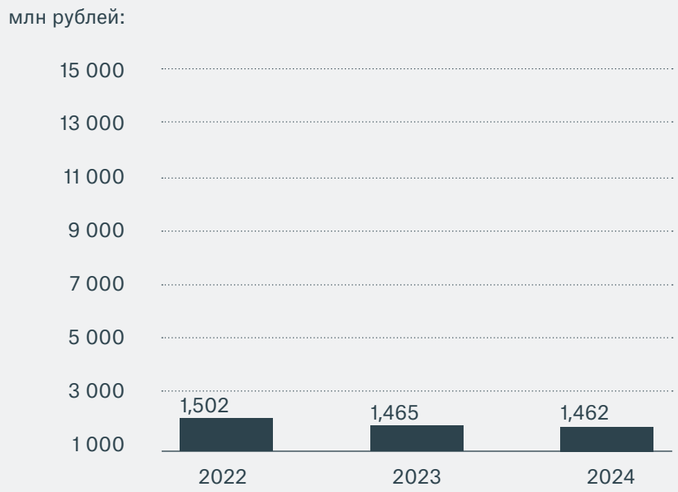
Федеральный проект «Совершенствование управления в сфере туризма»

Федеральный проект «Развитие туристической инфраструктуры»

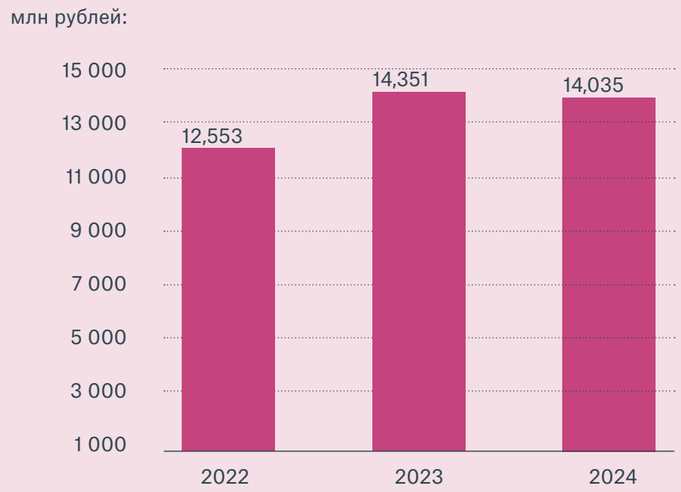
Объемы государственных бюджетных ассигнований в 2022 г. и на плановый период 2023 и 2024 гг.[1]



Основные мероприятия
- мастер-планирование;
- проектирование туристского кода городских центров;
- развитие комплексных территорий;
- создание круглогодичного спроса на турпродукт;
- обновление коллективных средств размещения.



Основные мероприятия
- формирование кадрового потенциала;
- развитие образования в туризме;
- повышение квалификации персонала, госслужащих;
- создание бизнес-инкубаторов и акселераторов;
- развитие волонтерства.



Основные мероприятия
- повышение доступности и популяризация туризма для детей школьного возраста;
- «туристский кешбек»;
- продвижение национальных туристских информационных порталов;
- разработка цифровых туристских сервисов.

1. В соответствии с Федеральным законом от 06.12.2021 №390-ФЗ «О федеральном бюджете на 2022 г. и на плановый период 2023 и 2024 гг.».

Государственная поддержка туризма (3/3)

Грантовая поддержка проектов в сфере туризма

Субсидии на осуществление грантовой поддержки общественных инициатив от Ростуризма[1]

На развитие внутреннего и въездного туризма

- получатели: ЮЛ, ИП
- MAX сумма гранта: 3 млн руб.
- объем софинансирования получаталей не менее 30%
- MAX сумма гранта, полученного регионом: 91,2 млн руб. (2022)

На создание модульных некапитальных средств размещения

- получатели: ЮЛ, ИП
- MAX сумма гранта: 3,5 млн руб.
- объем софинансирования получаталей не менее 30%
- MAX сумма гранта, полученного регионом: 41,2 млн руб. (2022)

На обустройство пляжей на побережьях; формирование точек притяжения в сельской местности; поддержку национальных туристских маршрутов

- MAX сумма гранта: 9,3 млн руб.

«Туристический кэшбек»[2]

В августе 2020 г. Ростуризмом была запущена программа возврата части затрат на путешествие «Туристический кэшбек», новый этап которой завершился 15 апреля 2022 г.

Количество участников программы «Туристический кэшбек» в регионах Большого Золотого кольца



Целевые субсидии Минстроя России на строительство обеспечивающей инфраструктуры в целях развития туристских кластеров[3]

Планируется, что общий размер субсидий в 2022 году составит 2,4 млрд рублей, в 2023 и 2024 — по 10 млрд рублей. Поддержка предусматривает строительство дорог, сетей теплоснабжения, газоснабжения, энергоснабжения, водоснабжения и водоотведения, которые обеспечат функционирование туристических объектов, возводимых с участием акционерного общества «Корпорация Туризм.РФ».

Победители конкурса «Поддержка общественных и предпринимательских инициатив, направленных на развитие внутреннего и въездного туризма» от Федерального агентства по туризму[4]

Ивановская	• Глэмпинг-музей «Гусарская Стоянка» • Туристические маршруты Курортного парка города Плёс • Ивановский музей Невесты • Гид по Ивановской области
Московская	• Создание кемпинга «По дороге в Лавру» • Разработка авторских маршрутов по Западному Подмосковью с элементами погружения • Азы активного туризма в Москве • Создание туристско-рекреационного комплекса «Усадьба Гребнево» • Возведение второй очереди номерного фонда глэмпинга «Под небом Пестово» • Создание сети экопространств «Красная деревня» • Глэмпинг «Ок-река» • Строительство полномасштабного кемпинга «Патефонка» в г. Коломна, на территории бывшего завода Текстильмаш • ЭкоДеревушка
Калужская	• От монастырей до космических кораблей • Глэмпинг Pine River. Расширение номерного фонда • Поэтический хостел «Второе дыхание» в Тарусе • Фестивальная площадка/кемпинг «Головинка» • Глэмпинг «Угруан» • Туристско-рекреационный кластер «Жиздра»
Костромская	• Создание туристских маршрутов Костромского Кремля с использованием цифровых технологий
Рязанская	• Круглогодичный глэмпинг в Экопарке «Поляны»
Тверская	• Shiksha • Первый этап создания всесезонной сети туристских маршрутов Волговерховье • Приобретение двух модульных гостиничных домиков в целях увеличения номерного фонда Экоотеля «Барская Усадьба» • Глэмпинг «Волговерховье» • Велосреда в Старице
Тульская	• Расширение глэмпинга «Зеленая Тропа» • Модульная гостиница, глэмпинг • Атмосфера
Ярославская	• Историческая дорога «Ярославско-костромской луговой тракт» • Александров Стан • Глэмпинг-парк «Атмосфера» • Социальная деревня «Лесной Родник» • Создание глэмпинга на базе Центра водного спорта «Ветрено» • Мобильное приложение-путеводитель Золотое кольцо 2.0 • «Мышгород» кемпинг & центр ремесел

Владимирская область — единственный регион, не получивший грантовую поддержку туристских проектов. Лидерами по количеству победивших проектов являются: Московская (9), Ярославская (7), Калужская (6) и Тверская (5) области.

1. Приказ Федерального агентства по туризму от 18 марта 2022 года № 87-Пр-22.
2. Приказ Федерального агентства по туризму от 5 марта 2022 года № 64-Пр-22.
3. Постановление Правительства Российской Федерации от 19 февраля 2022 г. № 218.
4. По данным реестра проектов-победителей конкурса https://grant.tourism.gov.ru/

Государственное управление туризмом
Муниципальный уровень

Программы развития туризма муниципальных образований

Федеральный закон от 24.11.1996 г. №132-ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации»

К правам органов местного самоуправления по созданию благоприятных условий для развития туризма относятся:

- реализация мер по развитию приоритетных направлений развития туризма;
- содействие созданию благоприятных условий для беспрепятственного доступа туристов (экскурсантов) к туристским ресурсам;
- организация и проведение мероприятий в сфере туризма;
- содействие в создании и функционировании туристских информационных центров на территориях муниципальных образований;
- разработка, утверждение (одобрение) и реализация муниципальных программ развития туризма.

Федеральный закон от 06.10.2003 г. №131-ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации»

Муниципальные образования осуществляют свои права, не вытекающие из перечня вопросов местного значения и не переданные в порядке, предусмотренном для отдельных государственных полномочий, исключительно из собственных средств.

Наибольшее число муниципальных программ развития туризма реализуется в Ивановской области — в 9 из 21 муниципальных районов. Также по обеспеченности муниципальными программами выделяются Ярославская, Калужская и Московская области.

	Количество муниципальных образований, шт.	Количество муниципалитетов с программами развития туризма, шт.
Владимирская	31	6
Ивановская	21	9
Калужская	24	18
Костромская	24	8
Московская	35	34
Рязанская	25	6
Тверская	18	10
Тульская	19	1
Ярославская	19	8

Вызовы и возможности

1. **Муниципальные программы развития туризма реализуются не во всех муниципальных образованиях регионов Большого Золотого кольца.** Причиной может быть дефицит бюджета и отсутствие средств для реализации туристско-рекреационных проектов (ФЗ №131-ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации»).
2. **В муниципальных программах не прописаны конкретные действия по развитию туризма, содержание имеет общий характер.**

2. Социологическое исследование и партисипация

Посетители макрорегиона (туристы и экскурсанты)

Туристы и экскурсанты Большого Золотого кольца:

28,2 млн чел.
туристов и экскурсантов из России и из-за границы посетили макрорегион в 2021 г. [1, 2]

- **12,3** млн туристов — **3,9%** из-за рубежа
- **15,9** млн экскурсантов — **5,2%** из-за рубежа

Данные скорректированы на количество дачников и посетителей родственников и друзей, а также туристов и экскурсантов, которые посещали более 1 региона за поездку.

Поездки туристов и экскурсантов Большого Золотого кольца:

40,1 млн поездок
туристов и экскурсантов из России и из-за границы в макрорегион в 2021 г. [1, 2]

- **20,6** млн поездок туристов — **1,7** поездок/чел.
- **19,5** млн поездок экскурсантов — **1,2** поездок/чел.

- Около половины всех посетителей (туристов и экскурсантов) приходится на Московскую область. Турпоток регионов коррелирует с удаленностью от г. Москвы. Исключение — Тверская область (2-е место по количеству посетителей), которая расположена на популярном направлении Москва — Санкт-Петербург.
- Доля иностранцев среди посетителей БЗК составляет 4,6% и превышает значение по стране на 0,3% (4,3% в 2021 г. согласно Росстат). При этом, иностранных экскурсантов в БЗК в 2 раза больше, чем иностранных туристов.
- Доля туристов среди посетителей в регионах варьируется от 21 до 45%. Низкие значения могут означать, что регион не обладает достаточным количеством точек притяжения и развитой инфраструктурой, а также расположен рядом с другим, более привлекательным для продолжительной туристической поездки регионом.
- В среднем, на 2 посетителя приходится менее 2 поездок в БЗК в год (1,7 поездок для туристов, 1,2 — для экскурсантов). Наиболее высокие значения частоты посещаемости у Калужской области, наиболее низкие — в Костромской и Ивановской.

Посетители (туристы и экскурсанты из России и из-за рубежа) по 9 регионам БЗК, млн. чел., 2021 г. [1, 3]



Сумма посетителей по 9 регионам не равна количеству посетителей единого макрорегиона. 1 человек может посещать более 1 региона за поездку и учитывается в каждом из них

Доля (и количество) посетителей (туристов и экскурсантов) из-за рубежа по 9 регионам БЗК, 2021 г. [1, 3]



Доля туристов и экскурсантов (из России и из-за рубежа) среди посетителей по 9 регионам БЗК, 2021 г. [1, 3]



Среднее количество поездок на человека в год (туристов/экскурсантов, из России и из-за рубежа) по 9 регионам БЗК, 2021 г. [1, 3]



1. Расчет КБ Стрелка на основе данных мобильных операторов и данных соцопроса. Значения были сформированы на основе данных сотовых операторов по количеству посетителей региона и их поездок за 2021 год с последующей корректировкой на посетителей-дачников и посетителей друзей и родственников (их доля была определена по результатам соцопроса). Более подробно методика расчета описана в разделе «Приложение».
2. Данные по макрорегиону БЗК, как единой территории (не равны сумме значений по отдельным регионам ввиду того, что при расчете данных по макрорегиону исключалось дублирование данных: 1 посетитель, который ездил в 2 и более регионов за поездку, в данном случае учитывается 1 раз).
3. Данные по отдельным регионам БЗК (учитываются все посетители региона за год).

Источники посетителей единого макрорегиона БЗК (туристы и экскурсанты)

Источники туристов Большого Золотого кольца:

12,3 млн чел.

туристов из России и из-за границы посетили макрорегион в 2021г. [1, 2]

- **10,3 млн.** — внешние туристы (из регионов России)
- **1,5 млн.** — внутренние туристы (из регионов БЗК)
- **0,5 млн.** — туристы из-за рубежа

Источники экскурсантов Большого Золотого кольца:

15,9 млн чел.

экскурсантов из России и из-за границы посетили макрорегион в 2021г. [1, 2]

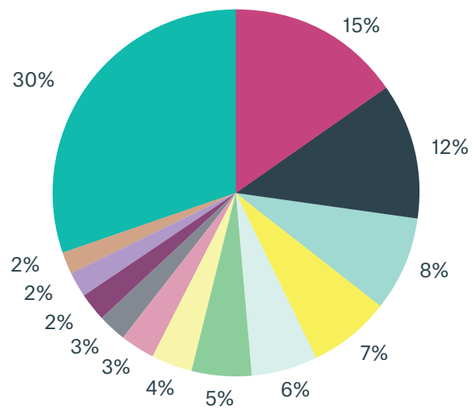
- **12,3 млн.** — внешние экскурсанты (из регионов России)
- **2,8 млн.** — внутренние экскурсанты (из регионов БЗК)
- **0,8 млн.** — экскурсанты из-за рубежа

Данные скорректированы на количество дачников и посетителей родственников и друзей, а также туристов и экскурсантов, которые посещали более 1 региона за поездку.

Туристы и экскурсанты из-за рубежа

В общей сложности регионы БЗК посещают жители более чем 160 стран. Среди иностранных посетителей наибольшую долю составляют жители соседних стран, а также стран Восточной Европы. Данные не учитывают трудовых мигрантов: методика подсчета количества туристов и экскурсантов учитывает местонахождение абонента в рабочие часы в течение месяца для исключения абонентов, которые находились вне домашнего региона, но на рабочем месте более чем половину рабочих часов.

Распределение доли посетителей БЗК (туристов и экскурсантов) по странам-источникам, 2021 г., % [2]

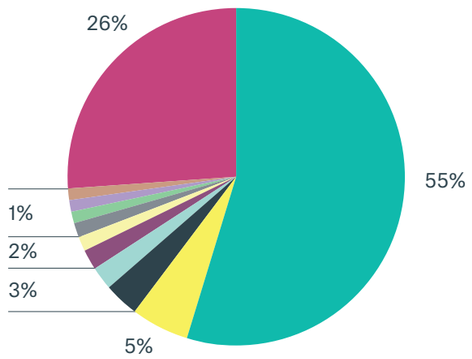


Внешние туристы и экскурсанты (из регионов россии)

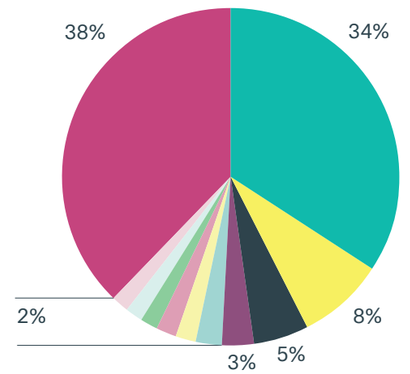
Основным источником турпотока является г. Москва, которая обеспечивает более половины аудитории туристов и треть — экскурсантов. У жителей Санкт-Петербурга в большей доступности присутствует сеть маршрутов «Серебряное ожерелье России», поэтому спрос на регионы Большого Золотого кольца не так высок, как у москвичей.

Что касается остальных регионов-лидеров по количеству посетителей, можно сделать вывод, что регионы БЗК популярны как среди соседних регионов (Нижегородская и Смоленская области), так и среди жителей южных регионов России (Ростовской области и Краснодарского края) и отдаленных северных регионов (Мурманская область).

Распределение доли туристов БЗК по регионам-источникам, 2021 г., % [1, 2]



Распределение доли экскурсантов БЗК по регионам-источникам, 2021 г., % [1, 2]

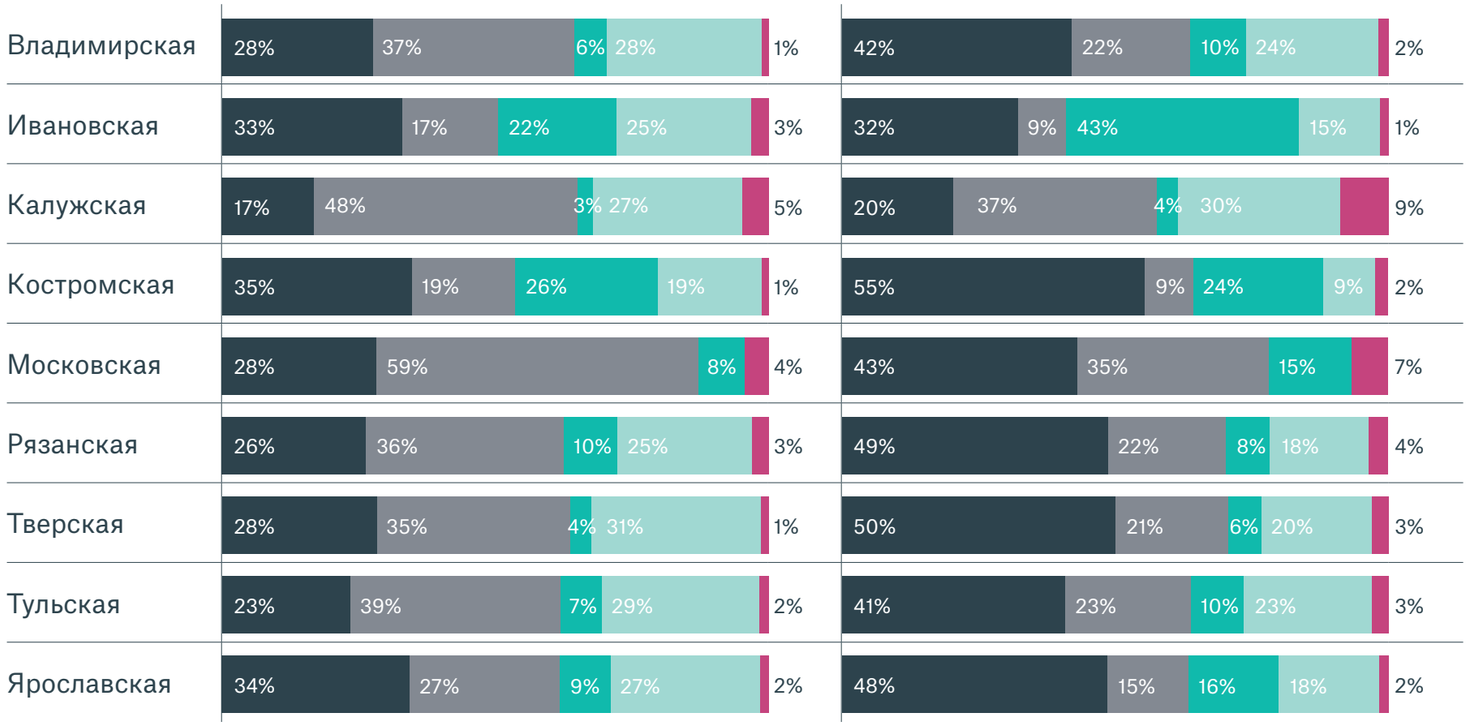


1. Расчет КБ Стрелка на основе данных мобильных операторов и данных соцопроса. Значения были сформированы на основе данных сотовых операторов по количеству посетителей региона и их поездок за 2021 год с последующей корректировкой на посетителей-дачников и посетителей друзей и родственников (их доля была определена по результатам соцопроса). Более подробно методика расчета описана в разделе «Приложение».
2. Данные по макрорегиону БЗК, как единой территории (не равны сумме значений по отдельным регионам ввиду того, что при расчете данных по макрорегиону исключалось дублирование данных: 1 посетитель, который ездил в 2 и более регионов за поездку, в данном случае учитывается 1 раз).
3. Ввиду того, что на территории Республики Крым и г. Севастополь не действуют российские сотовые операторы (и технически домашний регион у абонентов из этих регионов определяется как Украина), туристы и экскурсанты из этих регионов попадают в число посетителей из Украины.

Источники посетителей 9 регионов БЗК (туристы и экскурсанты)

Более трети аудитории посетителей БЗК составляют москвичи. При этом, наблюдаются различия по распределению доли внутренних/внешних посетителей между регионами БЗК: Ивановская и Костромская области, расположенные на удалении от г. Москвы, имеют наименьшую долю «внешних» туристов и экскурсантов.

Источники туристов в 9 регионах БЗК в 2021 г.[1, 2]



Источники экскурсантов в 9 регионах БЗК в 2021 г.[1, 2]

- Внешние посетители (из регионов России, кроме г. Москвы и регионов БЗК)
- Внешние посетители (из г. Москвы)
- Внутренние посетители из регионов БЗК (кроме Московской области)
- Внутренние посетители (из Московской области)
- Посетители из-за рубежа

г. Москва — основной донор турпотока в регионы БЗК

Наиболее привлекательные регионы для москвичей (% от всех посетителей-москвичей), 2021 г.[1, 2]

1. Расчет КБ Стрелка на основе данных мобильных операторов и данных соцопроса. Значения были сформированы на основе данных сотовых операторов по количеству посетителей региона и их поездок за 2021 год с последующей корректировкой на посетителей-дачников и посетителей друзей и родственников (их доля была определена по результатам соцопроса). Более подробно методика расчета описана в разделе «Приложение».
2. Данные по отдельным регионам БЗК (учитываются все посетители региона за год).

Портрет посетителя из России (туристы и экскурсанты)

Основное отличие аудитории туристов и экскурсантов — их платежеспособность (среди туристов больше людей с высокими доходами).

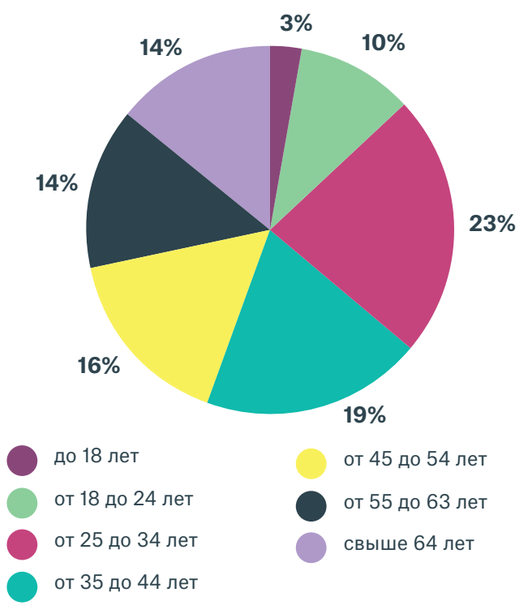
Туристы[1]

Наиболее распространенный портрет туриста в макрорегионе — **женщина 25-34 лет с доходом 30-50 тыс. рублей**. Наибольший средний чек среди регионов БЗК — в Тверской области, самый низкий — в Ивановской.

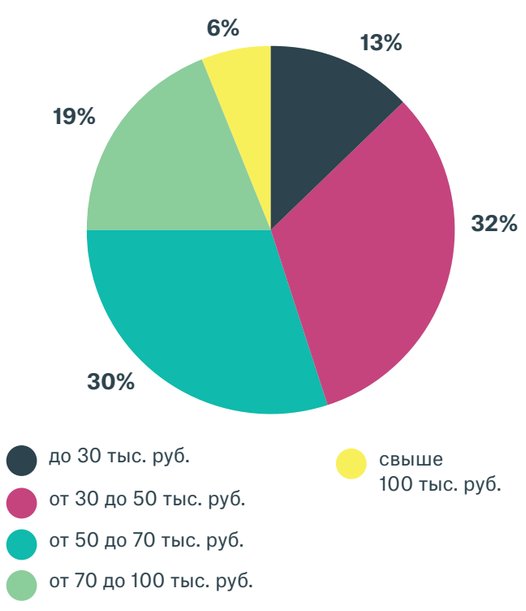
Распределение туристов по полу, 2021 г.



Распределение туристов по возрасту, 2021 г., %



Распределение туристов по доходу, 2021 г., %



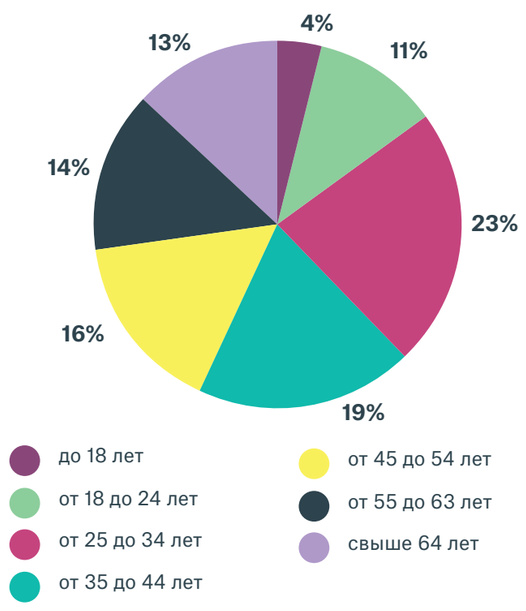
Экскурсанты[1]

Наиболее распространенный портрет туриста в макрорегионе (среди всех комбинаций параметров) — **женщина 25-34 лет с доходом 30-50 тыс. рублей**. Экскурсанты характеризуются большей долей женщин и более низкими доходами, нежели туристы (по возрасту серьезных отличий не наблюдается).

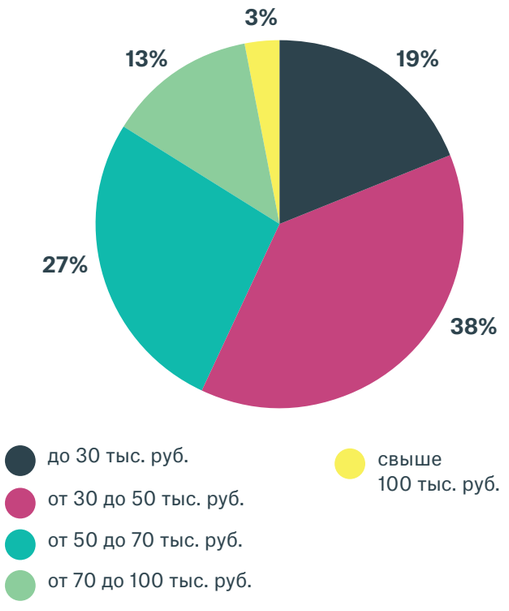
Распределение экскурсантов по полу, 2021 г.



Распределение экскурсантов по возрасту, 2021 г., %



Распределение экскурсантов по доходу, 2021 г., %



1. Расчет КБ Стрелка на основе данных мобильных операторов.

Исследование аудитории Большого Золотого кольца: социологический опрос

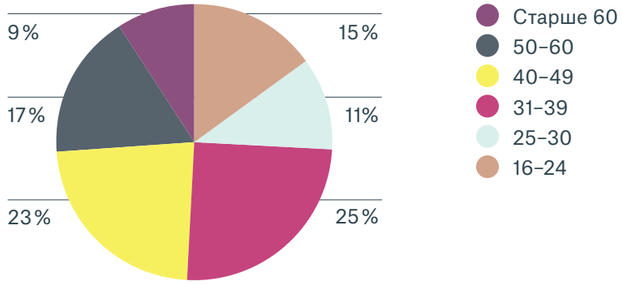
Методология исследования:

В рамках комплексного анализа было проведено социологическое исследование, проведенное методом онлайн-опроса. Респонденты от 16 лет и старше из трех групп потенциальных пользователей Большого Золотого кольца: местные жители, российские и иностранные туристы,—были опрошены на предмет отношения к регионам БЗК, ожиданий от развития туризма, сильных и слабых сторон регионов. Респондентам предлагалось перейти на страницу опроса посредством контекстной рекламы в интернете.

Размеры и особенности выборки:

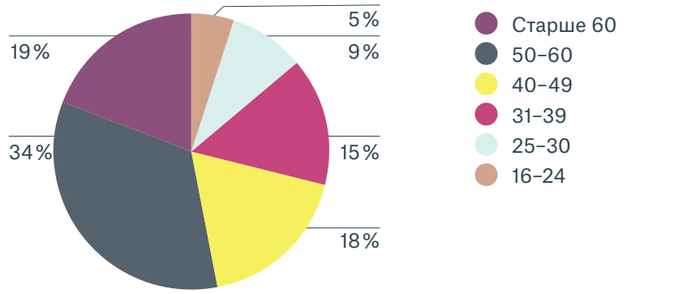
Российские туристы

1000 человек, постоянно проживаюих на территории Российской Федерации. Респонденты квотированы в соответствии с численностью населения федеральных округов



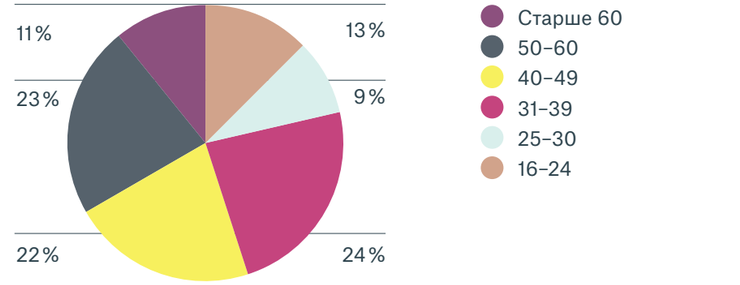
Иностранные туристы

100 человек, постоянно проживающих за рубежом и находящихся в данный момент в России с туристическими целями.



Местные жители

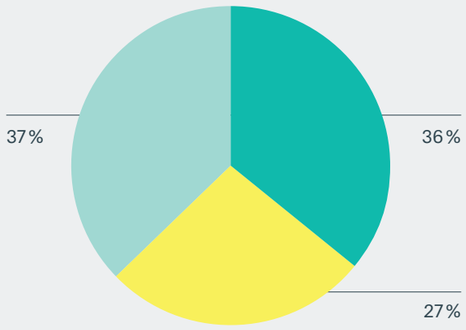
1000 человек, постоянно проживающих на территории регионов БЗК, отобранные в соответствии с распределением численности населения по регионам.



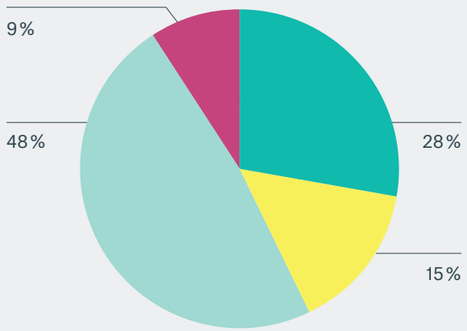
Территория БЗК—популярное направление среди россиян, особенно жителей ЦФО

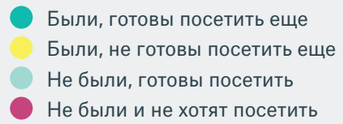
Посещали ли вы с туристической целью какие-либо из областей Большого Золотого Кольца за последние 5 лет?

Российские туристы



Иностранцы





Среди российских туристов жители Федеральных округов:



7 из 10
Российских туристов хотели бы посетить БЗК в первый или в очередной раз

каждый **5-ый**
посетитель БЗК—житель ЦФО

Вызовы и возможности

1. **Территория БЗК—популярный регион России с точки зрения туризма.**
   - 6 из 10 российских туристов были хотя бы в одной из областей Территории, 4 из 10 еще не были, но хотели бы туда съездить.
   - Туристов, которые не были ни в одной из областей и не хотели бы туда поехать, нет.

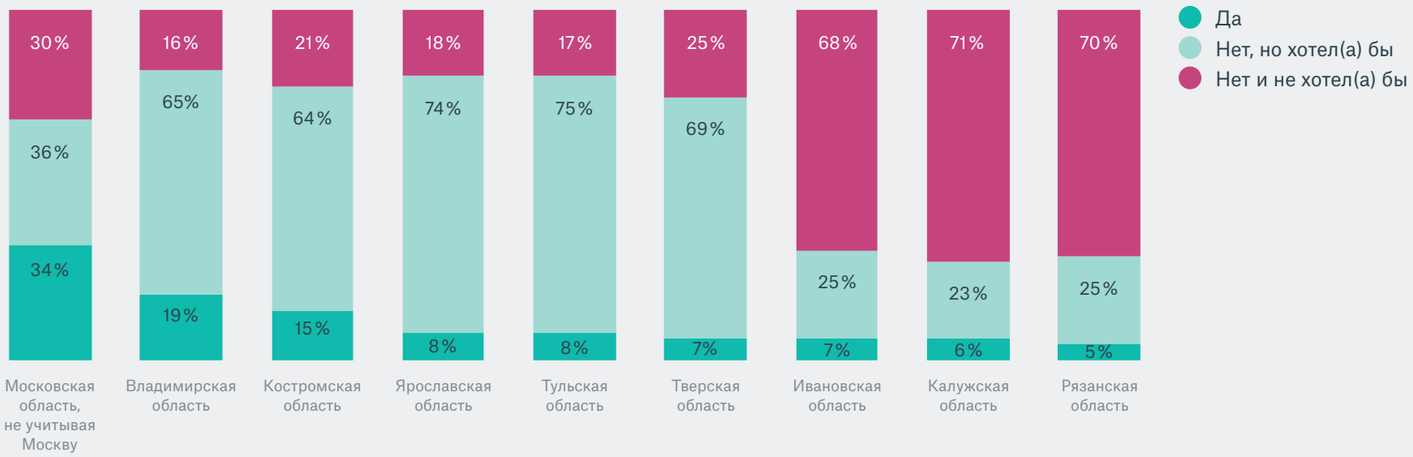
2. **Направление БЗК наиболее популярно среди туристов из ЦФО, среди которых почти все посетили хотя бы одну из областей макрорегиона.**
   - Более половины среди тех, кто уже посещал Территорию с туристическими целями, готовы к повторному посещению

База: 1000 (Российские туристы)/309/104/108/74/181/80/106/38 (ЦФО/СЗФО/ЮФО/СКФО/ПФО/УФО/СФО/ДВФО).

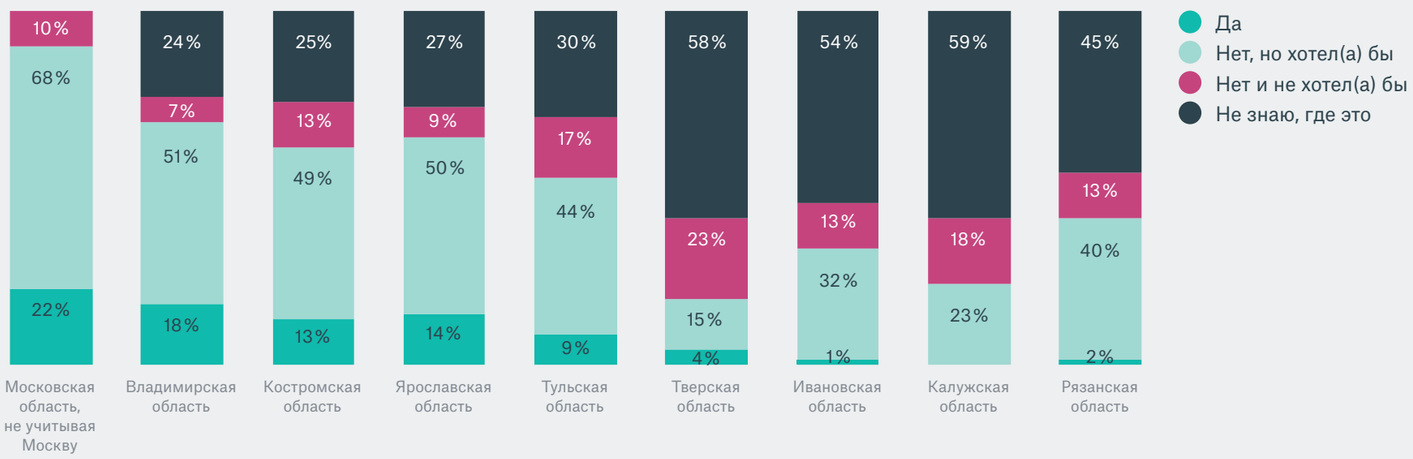
Большая часть регионов БЗК крайне привлекательны для российских и иностранных туристов

Посещали ли вы с туристической целью какие-либо из этих областей России за последние 5 лет?

Российские туристы



Иностранные туристы



в 3 раза
количество тех, кто никогда не был и не хотел бы посетить Калужскую, Ивановскую, Рязанскую и Тверскую области превышает среднее значение других областей

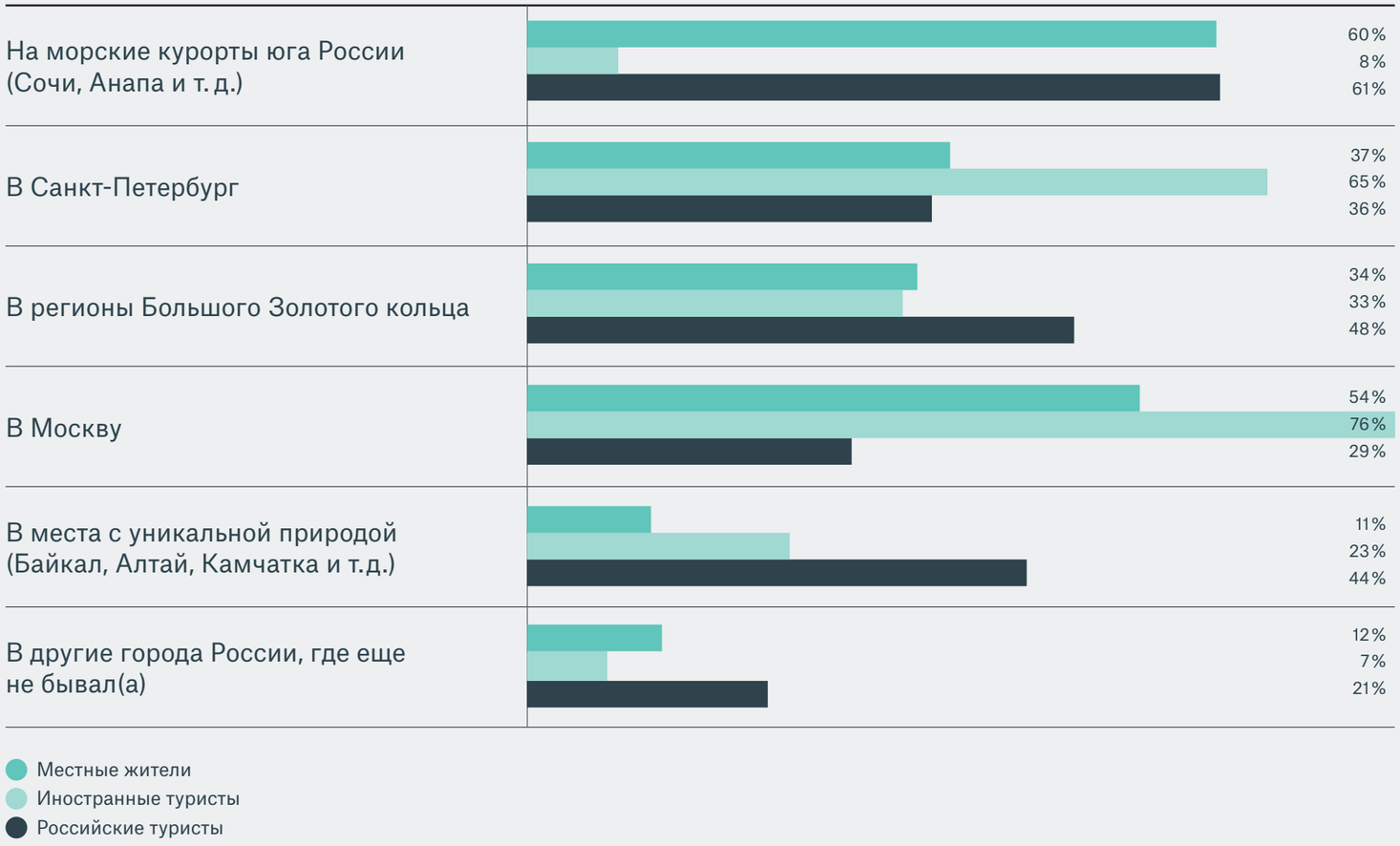
Вызовы и возможности

1. **Ивановская, Калужская, Рязанская и Тверская области требуют наибольшего внимания при разработке туристической и маркетинговой стратегий.**
   - Рейтинг областей среди иностранных туристов несущественно отличается от российского. Меньше всего российские туристы посещали и хотели бы посетить Ивановскую, Калужскую и Рязанскую области. Для иностранных туристов, помимо перечисленных областей, незнакомой оказалась Тверская область.
2. **Остальные области (Ярославская, Московская, Владимирская, Костромская, Тульская области) обладают высокой привлекательностью для посещения среди российских и иностранных туристов.**

База: 1000/100 (Все российские/иностранные туристы).

БЗК — направление №2 по России после юга для российских туристов и после столиц для иностранцев

Куда именно вы бы хотели поехать с туристическими целями по России?
(% респондентов)



каждый 3-ий
турист из всех групп респондентов хотел бы посетить один из городов Большого Золотого кольца

Вызовы и возможности

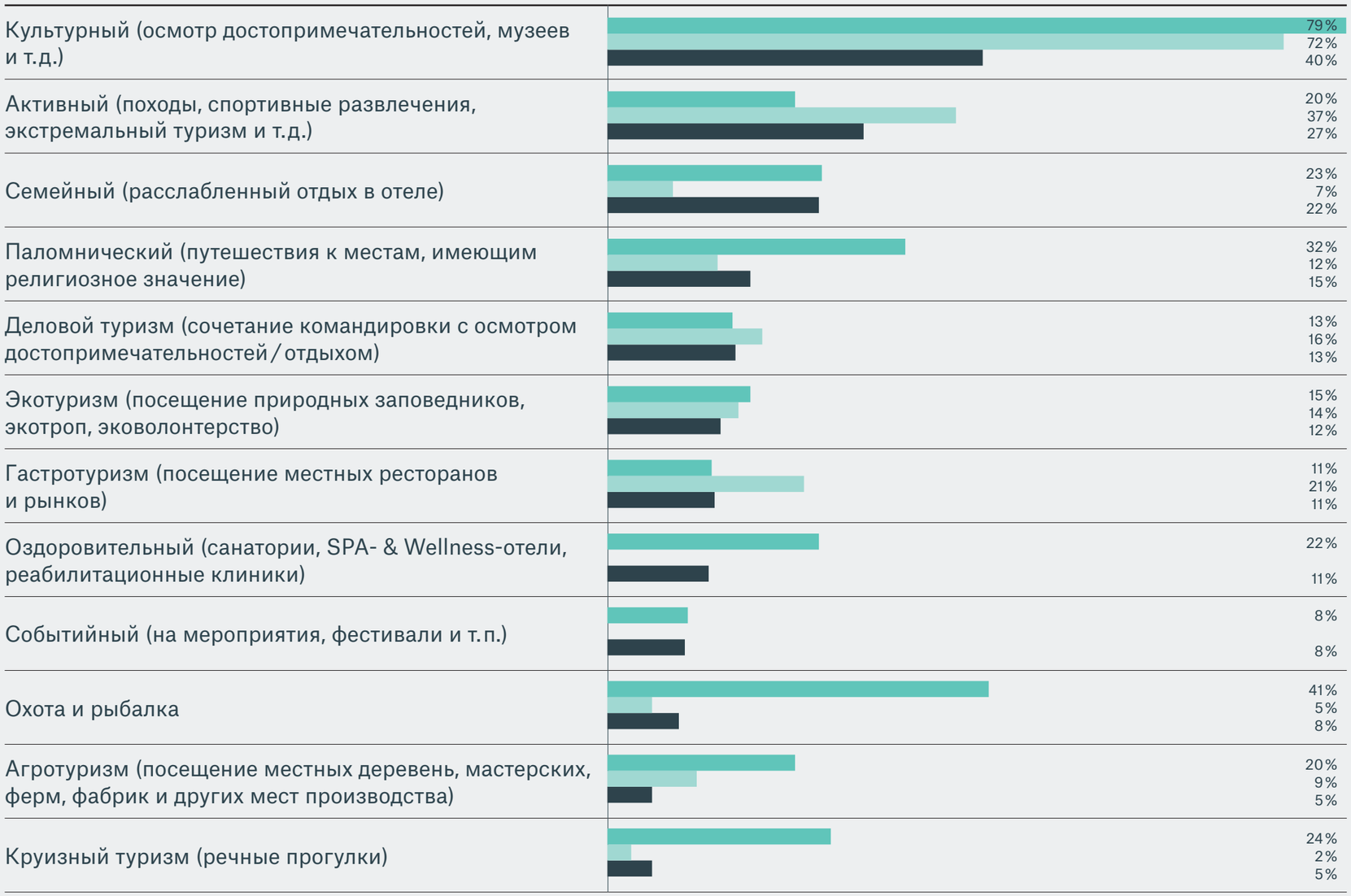
1. **Среди направлений туризма у российских туристов и местных жителей лидируют морские курорты.**
   Иностранные туристы чаще стремятся посетить столичные регионы.

2. **Направление БЗК занимает высокую позицию у туристов при выборе мест путешествий по России.**
   Около половины респондентов российских туристов и треть иностранных туристов хотели бы поехать в регионы БЗК.

База: 1000/100/1000 (Все Местные/Иностранцы/Российские туристы)

Наиболее популярный вид туризма в БЗК—культурный, наименее—круизный

Для туристов: к каким видам туризма наиболее близка ваша поездка в регионы БЗК?
Для местных: какие виды туризма и отдыха вам кажутся наиболее подходящими для Вашего региона?
(% респондентов)



72%
иностранных туристов путешествуют по БЗК для осмотра достопримечательностей

5%
российских туристов посещали БЗК с целью круизного туризма

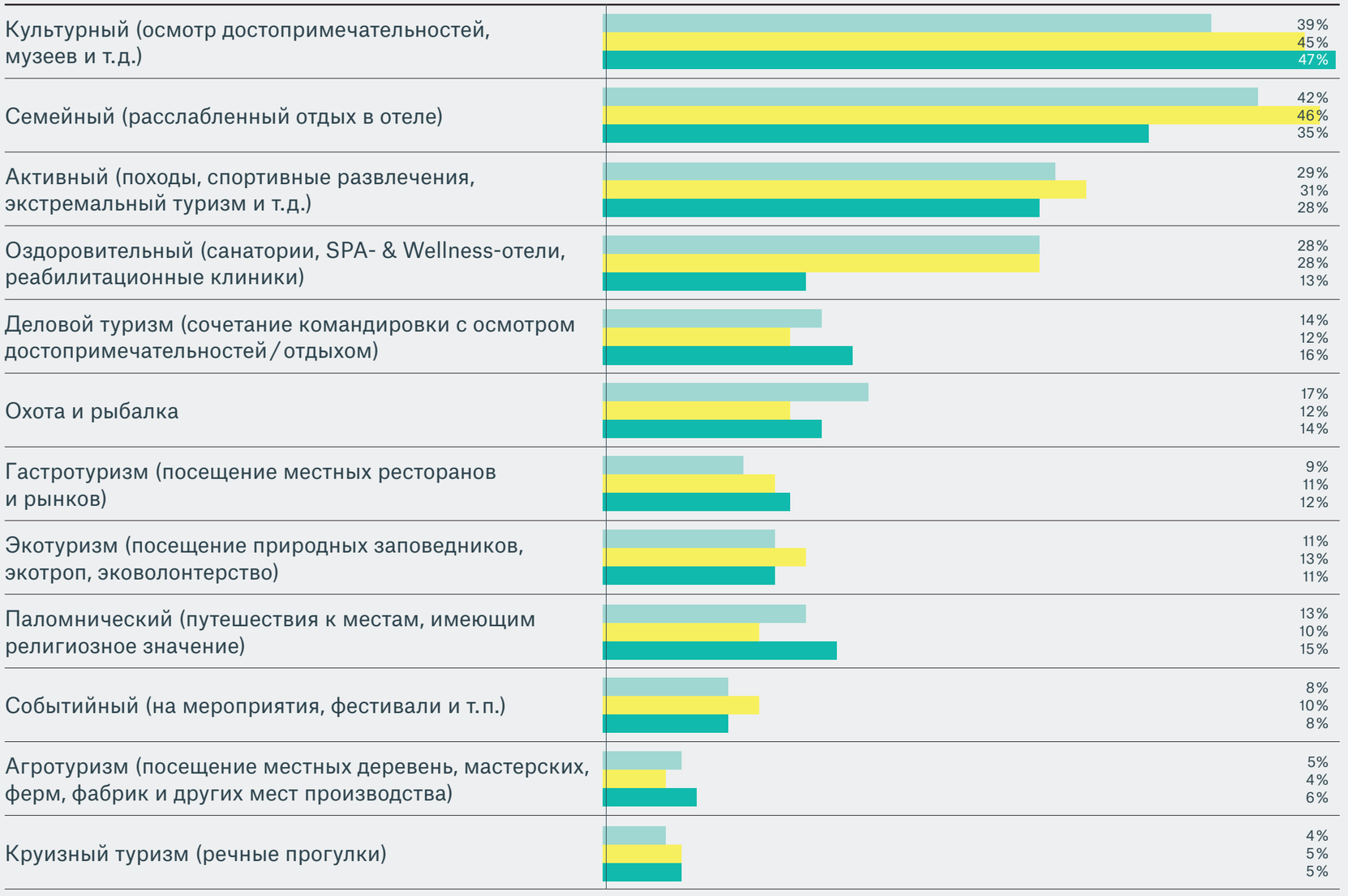
Вызовы и возможности

1. **Культурные достопримечательности—основной драйвер туризма и образа территории среди российских и международных туристов.**
   - Многие местные жители высоко оценивают потенциал своего региона с точки зрения охоты и рыбалки, а также паломнического туризма.
   - Иностранцы ассоциируют БЗК с активным и гастротуризмом.
2. **Несмотря на наличие рек, наименее ассоциируемый туризм с территорией БЗК—круизный.**
   - Это обуславливается слабым уровнем развития этого направления в России в целом.
   - В отличие от других групп, местные жители оптимистично настроены к развитию круизного туризма в своем регионе.

База: 626/43/1000 (посетили хотя бы одну область российские туристы/иностранцы/все местные).

Туристы готовы ехать в БЗК за достопримечательностями, семейный и оздоровительный туризм требуют развития

Какие виды туризма вы предпочитаете? (% респондентов)



на 13 п.п.[1]
больше семейных туристов, не желающих возвращаться в регионы БЗК, чем тех, кто хотел бы приехать еще.

Вызовы и возможности

1. В социально-демографическом портрете нет существенных отличий между туристами, уже посетившими анализируемые регионы, и еще не посещавшими. Различие существует только в предпочитаемых видах туризма.

2. Туристы, не посещавшие БЗК и те, кто был, но не хотят вернуться, чаще предпочитают семейный и оздоровительный туризм, что может свидетельствовать о слабом развитии этих направлений. Работа с семейным и оздоровительным туризмом — возможность для территории.

3. Туристы готовы возвращаться за культурными достопримечательностями.
Половина туристов, кто был и хотели бы вернуться еще, предпочитают культурный туризм.

База: 361/265/374 (Посещали территорию, готовы посетить/посещали, не готовы посетить/не посещали)
1. п.п. - процентный пункт

БЗК — недорогая поездка на выходные для жителей ЦФО и дорогое удовольствие для остальных

С чем у вас ассоциируется поездка в регионы Большого Золотого кольца? (%)



в 2 раза
количество жителей ЦФО, считающих БЗК возможностью отдохнуть от города, превышает средневзвешенное значение

Вызовы и возможности

1. Туристы из ЦФО в большей степени считают поездку по БЗК приятным вариантом на выходные и недорогим способом сменить обстановку, чем туристы из других регионов.

2. Из-за удаленности все регионы, кроме ЦФО, и даже регионы вокруг ЦФО в большей степени сравнивают путешествие по БЗК с длинным путешествием за границу и неоправданно дорогим удовольствием.

3. **БЗК для туристов из ЦФО — возможность посмотреть достопримечательности, побыть на природе.**
Это обуславливается слабым уровнем развития этого направления в России в целом.

База: 309/104/108/74/181/80/106/38 (жители ЦФО/СЗФО/ЮФО/СКФО/ПФО/УФО/СФО/ДВФО)

Российские туристы: главное преимущество БЗК—культурное наследие, точки роста—туристическая инфраструктура и сервис

Какими определяющими факторами из этого списка вы обычно руководствуетесь, выбирая место будущего путешествия?
На ваш взгляд, какими преимуществами обладают эти области как туристическое направление?
(% респондентов)



База: 1000 (Все российские туристы).

Исходя из ответов респондентов на вопросы об их представлениях об идеальном путешествии и регионах БЗК, была составлена точечная диаграмма, разделенная на квартили линиями средневзвешенного значения.

Вызовы и возможности

1. Достопримечательности и культурное наследие являются наиболее важным фактором и преимуществом рассматриваемого направления, которое стоит делать основным Уникальными Торговым Предложением (УТП) региона. К ним же можно отнести приемлемую стоимость, однако этот показатель сильно зависит от региона происхождения туриста[2].

2. Качественный сервис, хорошие гостиницы, большой выбор кафе и ресторанов — важные факторы для выбора туристического направления, которые пока не так часто считают преимуществами региона.

1. УТП — уникальное торговое предложение
2. Более подробно вопрос отношения туристов к ценовой политике регионов рассотрен на слайде 126.

Иностранные туристы: главные преимущества БЗК — культурное наследие и стоимость, точки роста — туристическая инфраструктура

Какими определяющими факторами из этого списка вы обычно руководствуетесь, выбирая место будущего путешествия?

На ваш взгляд, какими преимуществами обладают эти области как туристическое направление? (% респондентов)



База: 100 (Все иностранные туристы)

Исходя из ответов респондентов на вопросы об их представлениях об идеальном путешествии и регионах БЗК, была составлена точечная диаграмма, разделенная на квартили линиями средневзвешенного значения.

Вызовы и возможности

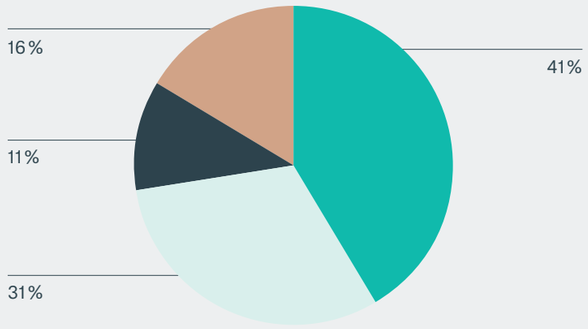
1. Для иностранных туристов достопримечательности, а также приемлемая стоимость являются важными факторами и преимуществом рассматриваемого направления, которые стоит делать основными УТП региона.

2. Хорошие гостиницы — важные факторы для выбора туристического направления, которые пока не так часто считают преимуществами региона.

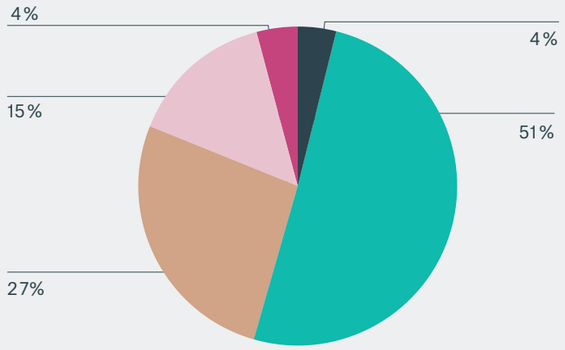
3. В отличие от российских туристов, иностранные туристы не обращают внимание на транспортную инфраструктуру, благоустройство или возможность самостоятельно добраться до достопримечательности. Важнее всего — факт наличия уникальной достопримечательности, культурной или природной.

Местные жители позитивно смотрят на развитие туризма в регионах БЗК

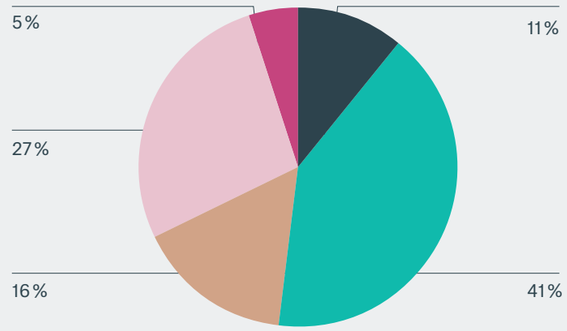
Считаете ли вы перспективным направлением экономического развития для вашего региона развитие сферы туризма и отдыха?

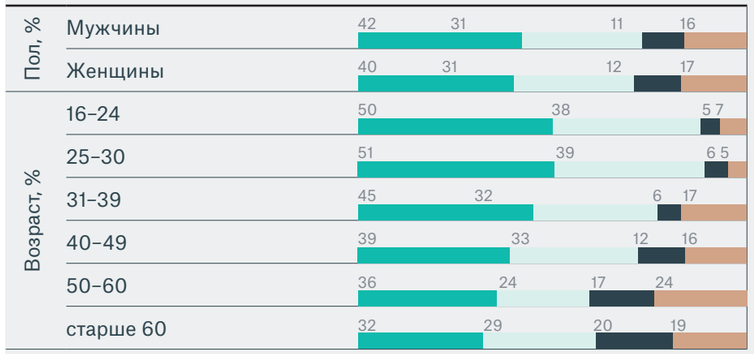


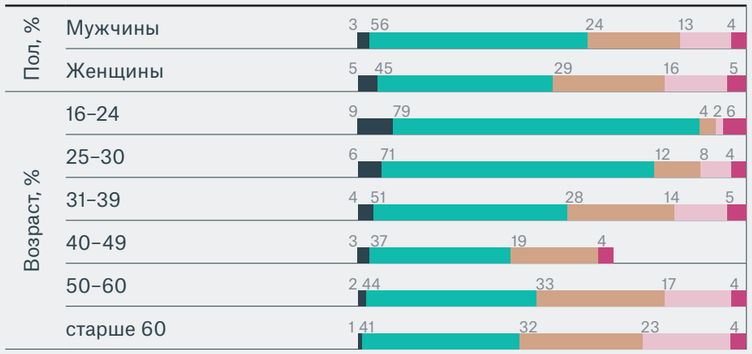
Как вы относитесь к туристам в своем городе/регионе?

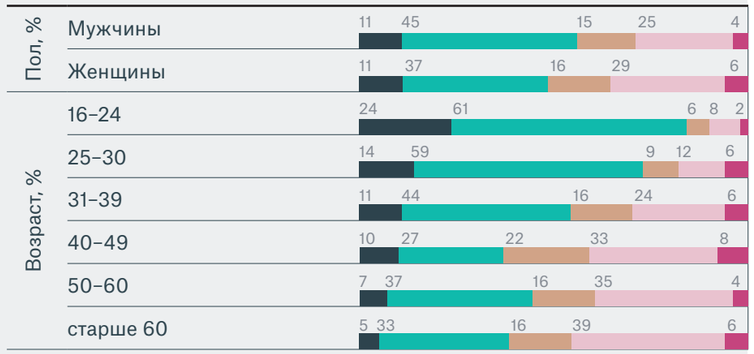


Как Вы относитесь к росту туристического потока в ваш регион?









- Считаю, что туризм может стать одной из ключевых отраслей экономики моего региона
- Считаю, что в моем регионе может развиваться локальный туризм, ориентированный на спрос со стороны местных жителей
- Туризм для моего региона не перспективен
- Затрудняюсь ответить

- Крайне положительно
- Скорее положительно
- Затрудняюсь ответить
- Скорее отрицательно
- Крайне отрицательно

- Крайне положительно
- Скорее положительно
- Затрудняюсь ответить
- Скорее отрицательно
- Крайне отрицательно

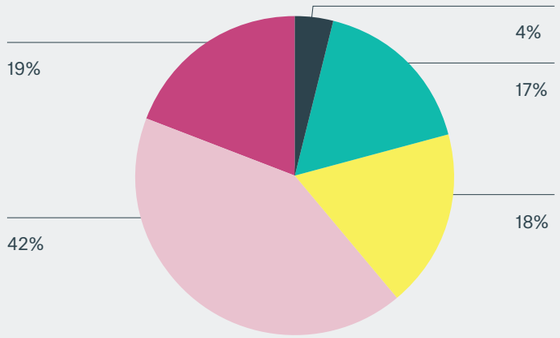
Вызовы и возможности

Развитие туризма, в том числе рост туристического потока, положительно воспринимается местными жителями как для привлечения посетителей из других регионов, так и для поездок самих жителей БЗК.

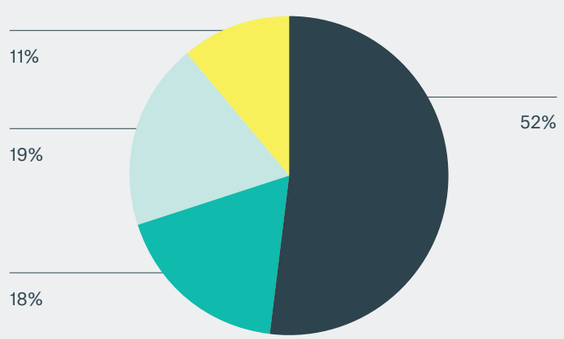
- 72% местных жителей позитивно оценивают туристические перспективы своего региона.
- Больше половины (55%) респондентов положительно относятся к туристам в своем городе/регионе.
- 52% положительно относятся к росту туристического потока в свой регион.

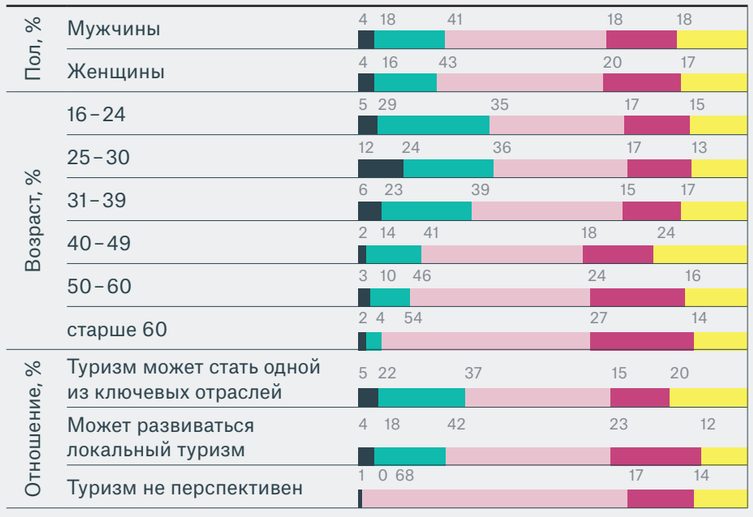
Местные жители готовы быть вовлеченными в туристическую индустрию в своем регионе

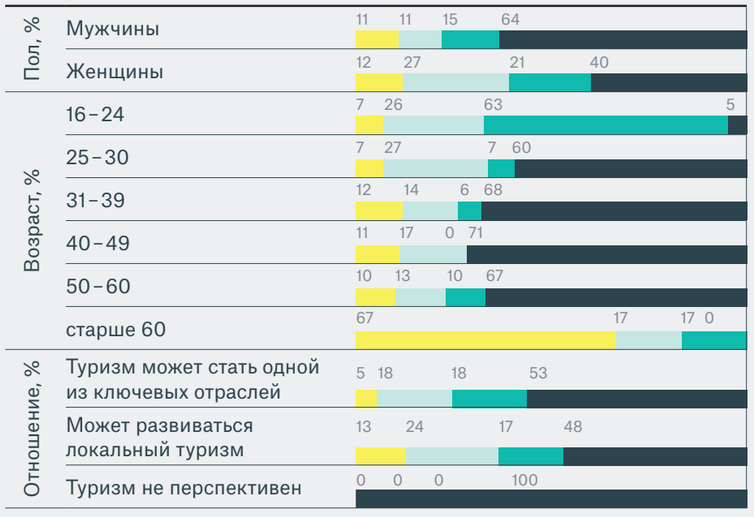
Готовы ли вы работать в туристической индустрии при условии ее развития в вашем регионе? (%)



Каким образом вы были бы готовы участвовать в туристической индустрии? (%)







- Возможно, в качестве основной работы
- Возможно, в качестве дополнительного заработка
- Затрудняюсь ответить
- Скорее нет
- Определенно нет

- Готов(а) открыть собственный бизнес, нацеленный на оказание услуг туристам
- Готов(а) производить продукцию для туристов
- Готов(а) пойти наемным сотрудником в фирму, занимающуюся обслуживанием туристов
- Затрудняюсь ответить

Вызовы и возможности

1. **Туризм больше рассматривается как возможность дополнительного заработка, вероятно, из-за сезонности работы.**
   4% жителей регионов БЗК готовы работать в туристической индустрии в качестве основной работы, что отражает официальную статистику, а 17% — в качестве подработки.

2. **Туризм интересен как собственный бизнес, а не в качестве наемной работы.**
   - Половина среди тех, кто готов работать в туризме, хотели бы открыть собственный бизнес, а еще 19% готовы производить/продавать продукцию для туристов.
   - Лишь 18% пойдут работать наемными сотрудниками.

База: 1000 (все местные жители) /210 (местные жители, выразившие готовность работать в туризме, при условии его развития).

Местные жители ожидают от туризма улучшения качества среды и развития сферы услуг, но опасаются роста цен

Какие положительные последствия, на ваш взгляд, может повлечь развитие туризма в вашем регионе?



Какие негативные последствия, на ваш взгляд, влечет развитие туризма в вашем регионе?



База: 1000 (Все местные жители)

Вызовы и возможности

1. **Больше всего тех, кто считает, что улучшение состояния достопримечательностей, развитие сферы услуг и транспортной инфраструктуры станут положительными последствиями развития туризма в их регионе.**
Только 5% отметили, что не ожидают никаких положительных последствий от развития туризма.

2. **Чаще всего в качестве негативных последствий развития туризма местные жители опасаются роста цен, в том числе на недвижимость и землю и перераспределение государственного бюджета в туристический сектор вместо социальной инфраструктуры.**
Почти четверть опрошенных не видят никаких негативных последствий.

Выводы

Сильные стороны

1. Территория БЗК — популярный регион России с точки зрения туризма. Половина российских туристов хотели бы поехать в регионы БЗК. Треть опрошенных иностранцев интересуется этой территорией.
2. Для жителей ЦФО — это устоявшееся направление на выходные, чтобы сменить обстановку.
3. В сознании туристов (как российских, так и зарубежных) БЗК связан с культурным туризмом, так же считают и местные жители. Иностранцы ассоциируют БЗК с активным и гастротуризмом.
4. Достопримечательности и культурное наследие являются наиболее важным фактором и преимуществом рассматриваемого направления как для российских туристов, так и иностранных. Его стоит делать основным УТП региона. Для иностранных туристов в основные УТП региона стоит включить приемлемую стоимость. Наличие организованных маршрутов и возможность для самостоятельного туризма — дополнительные, но существенно менее важные преимущества.
5. Более половины местных жителей позитивно оценивают туристические перспективы своего региона, в том числе выступают за локальный туризм, положительно относятся как к росту туристического потока, так и к туристам в своем городе/регионе.

Возможности

1. В соц-дем. портрете нет существенных отличий между туристами, уже посетившими рассматриваемые регионы и еще не посещавшими. Различие существует только в предпочитаемых видах туризма.
2. Туристы, пока не посещавшие БЗК, чаще всего предпочитают семейный расслабленный отдых в отеле и, вероятно, не рассчитывают найти его на территории БЗК, как и оздоровительный. Развитие данных видов отдыха на территории БЗК может дать серьезный толчок к росту турпотока. Потенциально всесезонный БЗК может составить конкуренцию популярному сезонному направлению на южные курорты России.
3. Местные жители высоко оценивают потенциал своего региона с точки зрения охоты и рыбалки, а также паломнического туризма и речных круизов.
4. Жители регионов БЗК готовы создавать предпринимательские инициативы или подрабатывать в сфере туризма. Они ожидают улучшения состояния достопримечательностей, развитие сферы услуг и транспортной инфраструктуры вследствие развития туризма в их регионе.

Слабые стороны

1. Большая часть иностранных туристов не знают о регионах БЗК. Иностранные туристы чаще стремятся посетить столичные регионы.
2. Почти половина российских туристов, в основном из удаленных от ЦФО регионов, ассоциирует этот регион с неоправданно дорогим удовольствием и поездкой, сравнимой с поездкой за границу. Территория в меньшей степени ассоциируется с природным и оздоровительным туризмом.
3. Основные болевые точки для российских туристов — это стоимость, качество сервиса и гостиничная инфраструктура, а также состояние объектов культурного наследия.

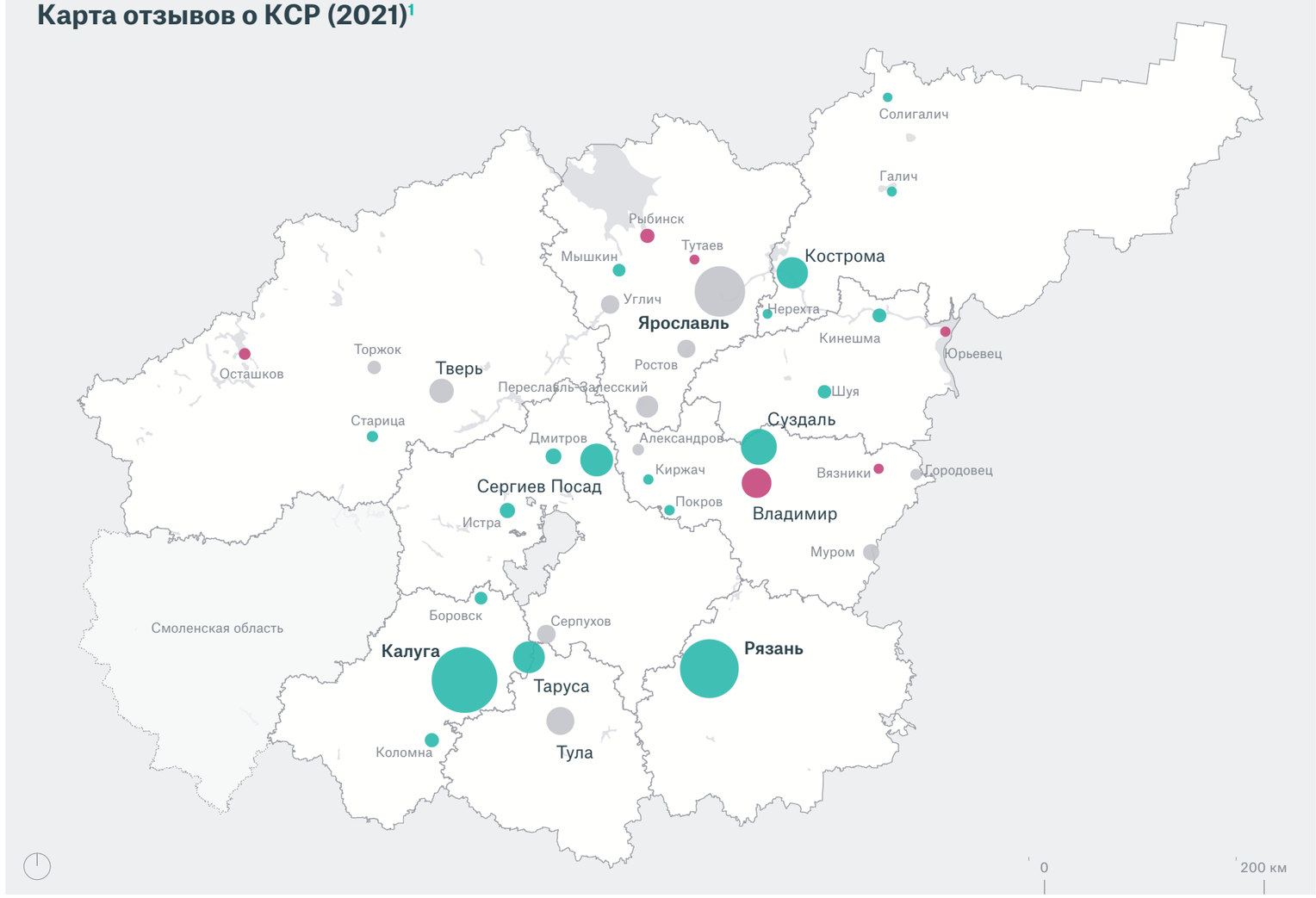
Угрозы

1. Большая часть российских туристов предпочитают Сочи, Анапу и другие морские курорты. Отсутствие сильного конкурентного преимущества на территории БЗК.
2. Чаще всего в качестве негативных последствий развития туризма местные жители опасаются роста цен, в том числе на недвижимость и землю, а также перераспределения государственного бюджета в туризм вместо социальной инфраструктуры.

Большое Золотое кольцо глазами туристов: социальные сети

В целом для аудитории БЗК характерен запрос на высокое качество сервиса и событийной программы. Достопримечательности, ожидаемо, являются наиболее обсуждаемой особенностью региона

Карта отзывов о КСР (2021)[1]



Тональность отзывов:

- Положительная (>80% положительных отзывов)
- Негативная[3] (>30% негативных отзывов)
- Нейтральная

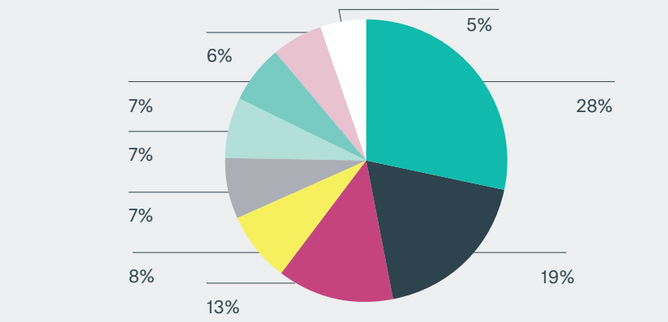
Количество отзывов о средствах размещения в городе

- 100
- 8 000
- 12 000

52 тыс.
проанализированных отзывов (за последние 12 месяцев)

743 тыс.
проанализированных комментариев в социальных сетях (за последние 12 месяцев)

Соотношение отзывов по областям в 2021 году, %



Упоминание тем в комментариях в 2021 году, %

Достопримечательности	65%
Услуги и торговля	39%
Событийная программа	24%
Места размещения	19%
С детьми	18%
Места отдыха и развлечения	4%
Экотуризм	2%

Источник: отзывы в социальных сетях, отзывы сервиса TripAdvisor.

1. Положительными признавались отзывы 4–5*, негативными — 1–3*.
2. Представлены результаты работы алгоритмов Natural Language Processing по выделению ключевых тем в отзывах пользователей. Средний показатель по регионам.
3. Причиной негативных отзывов может быть устаревший номерной фонд, что характерно для столиц регионов с советскими гостиницами и недостаток внимания к деталям, составляющим туристический опыт (локальная идентичность, сопутствующие сервисы)

Большое Золотое кольцо глазами туристов: потребности и запросы

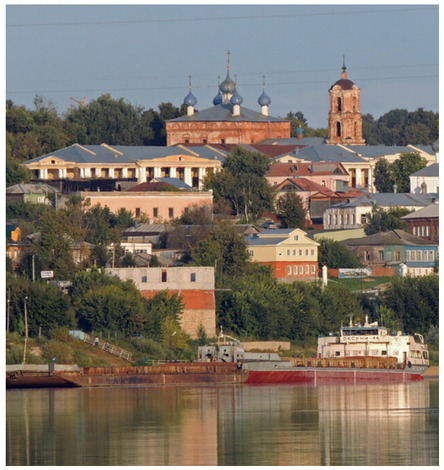
Рязанская область

Зачем приезжают в регион?

Рязанская область — **нишевый регион.** Здесь **востребованы такие виды туризма, как семейный, активный, групповой паломнический и индивидуальный медицинский,** устоявшийся образ региона — «**Россия в миниатюре**», который сформировался благодаря историческим особенностям.

Ключевые запросы пользователей:

- отдых на природе, средовой туризм в малоизвестных городах;
- новые впечатления, интерактивное взаимодействие с регионом, в т. ч. посредством профессиональных гидов.



Ярославская область

Зачем приезжают в регион?

Главными источниками привлекательности области являются **архитектурные достопримечательности**, однако заметен **тренд на пересмотр привычных маршрутов и программ пребывания: все больше пользователей посещает авторские музеи, ищет погружения в жизнь города**.

Ключевые запросы пользователей:

- высокое качество дорог, автобусного сообщения и водного транспорта;
- формирование локального гастрономического опыта;
- новые впечатления, интерактивное взаимодействие с регионом, в т. ч. посредством профессиональных гидов.



Источник: социальные сети, TripAdvisor

Костромская область

Зачем приезжают в регион?

Костромская область также интересна туристу в основном за счет своего **культурно-исторического наследия**. При этом туризм в области **сильно зависит от столицы региона** — Костромы. Массовый турист почти не путешествует за ее пределы. При этом **относительную популярность имеют поездки в «настоящую Россию»**, которая находится за пределами привычных костромских маршрутов.

Ключевые запросы пользователей:

- запрос на аутентичность среды;
- формирование локального гастрономического опыта;
- развитие водного транспорта и рекреационного ресурса водоемов.



Ивановская область

Зачем приезжают в регион?

Регион слабо развит в туристическом плане, **воспринимается как территория отдыха на природе и изучения аутентичных городков** и опыта переживания русской старины. Интерес к индустриальному и конструктивистскому наследию на данный момент является нишевым.

Ключевые запросы пользователей:

- развитие водного транспорта и рекреационного ресурса водоемов.
- развитие отдыха на природе для обеспеченных туристов;
- формирование локального гастрономического опыта.



Владимирская область

Зачем приезжают в регион?

Владимирская область — **регион туризма выходного дня**, сюда едут за максимальной перезагрузкой и всесторонним опытом за максимально короткий период времени. Основной ресурс региона — **историческая среда и ее стабильность**. Туристы стремятся насладиться аутентичностью природы и городов.

Ключевые запросы пользователей:

- новые впечатления, интерактивное взаимодействие с регионом, в т. ч. посредством профессиональных гидов;
- запрос на аутентичность среды.



Калужская область

Зачем приезжают в регион?

Калужская область также привлекает туристов выходного дня, предлагая два вида времяпровождения: **культурно-познавательный туризм (Калуга, Козельск) и велнес, а также отдых в комфортных условиях** на природе (Никола-Ленивец, Таруса). При этом у области **нет целостного образа в глазах туристов**.

Ключевые запросы пользователей:

- возможность попасть в музей или ресторан без записи;
- доступность инфраструктуры;
- новые впечатления, интерактивное взаимодействие с регионом, в т. ч. посредством профессиональных гидов.



Тульская область

Зачем приезжают в регион?

Ключевые потребители услуг области — **молодежь и семьи среднего возраста из Москвы и Московской области**, приезжающие **с целью осмотра музеев и получения гастрономических впечатлений**.

Ключевые запросы пользователей:

- новые впечатления, интерактивное взаимодействие с регионом, в т. ч. посредством профессиональных гидов;
- средства размещения высокого качества внутри городов;
- формирование локального гастрономического опыта.



Тверская область

Зачем приезжают в регион?

Регион уникален сочетанием **«петербургской культуры»** (театры, архитектура, кулинария), **«древнерусской культуры»** (православные храмы, монастыри) и **природных ресурсов**.
Существенную роль играет **расположение между двумя ключевыми источниками туризма** — Москвой и Санкт-Петербургом.

Ключевые запросы пользователей:

- высокое качество дорог, автобусного сообщения и водного транспорта;
- состояние среды и сервисов (дефицит и качество) разочаровывает туристов.



Московская область

Зачем приезжают в регион?

Основной поток — москвичи, прибывающие на краткосрочный отдых. **Ценится переключение с динамичного стиля жизни на «отдых в глубинке»**.
В туристических точках ценится **сочетание «туристичности»** (насыщенности сервисами, качественного благоустройства) **и «аутентичности»** (тишины, отсутствия толп туристов).

Ключевые запросы пользователей:

- отдых на природе, в том числе активный, взаимодействие с животными и посещение фотогеничных мест;
- насыщенные маршруты выходного дня;
- формирование локального гастрономического опыта.



Выводы

1. Ключевым достоинством региона признаны его культурно-исторические достопримечательности, однако в последнее время повсеместно наблюдается спрос на более интерактивное взаимодействие с регионом, его историей и провинциальной атмосферой. В качестве проводников таких новых впечатлений могут выступать экскурсоводы;
2. Часто упоминается запрос на гастрономический опыт: его развития ожидают туристы 6 регионов из 9;
3. Пользователи социальных сетей ценят регионы БЗК за первозданную природу и возможность отдохнуть от городской суеты.

Анализ аудитории БЗК: Краудсорсинговая платформа

Временной промежуток работы платформы: 14.02.2022–25.04.2022

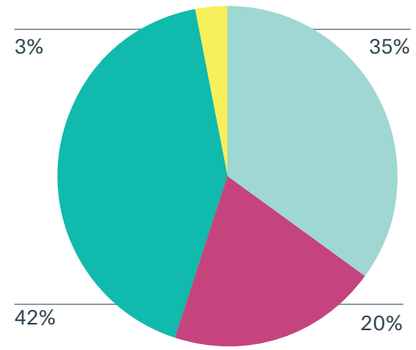
Соотношение идей пользователей по территориям



303 идеи имели привязку к региону

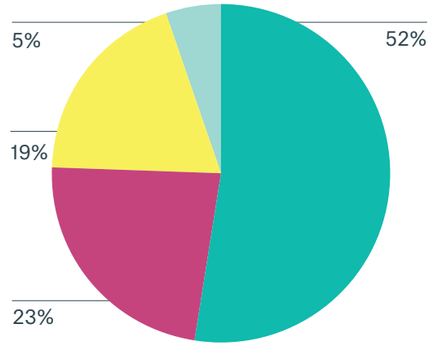
Социально-демографические характеристики авторов идей

Регион и статус



- Житель БЗК — работаю в сфере туризма
- Житель БЗК — не работаю в сфере туризма
- Турист — никогда не был в регионах БЗК
- Турист — был в регионах БЗК

География



- В пределах территории БЗК
- Санкт-Петербург
- Москва
- Другое

Результаты работы платформы

496
количество опубликованных идей

5462
количество пользователей, зашедших на сайт

312
количество авторов идей

3 мин. 44 сек.
среднее время, проведенное на сайте

14 февраля стартовал сбор идей пользователей по развитию туристического продукта регионов Большого Золотого кольца на онлайн-платформе «большое-золотое-кольцо.рф». Кампания сопровождалась информационной поддержкой в СМИ и социальных сетях. Оставить свою идею можно было, заполнив небольшую анкету с указанием региона проживания, статуса и возраста, а также одной из 12 категорий, к которым относится предложение. При желании пользователи могли разместить свои идеи на карте, чтобы отнести их к той или иной местности, а также проголосовать за идеи других пользователей. Итоги работы платформы были подведены 25 апреля.

Популярные категории:



ТОП-5 предложений:[1]

- Улучшить транспортную связность между городами БЗК за счет развития разных видов транспорта;
- Создать удобные пешеходные маршруты вблизи туристических достопримечательностей с понятной навигацией;
- Включать в маршруты отдаленные села и неочевидные достопримечательности ;
- Благоустроить набережные и территории вблизи ключевых туристических объектов;
- Развивать новые виды туризма, в том числе водный, спортивный, промышленный, велосипедный и др.

1. ТОП-5 предложений были выделены экспертно на основании наиболее часто упоминаемых тем внутри идей. Темы идей были определены автоматически с помощью nlp-алгоритмов topic-modelling. Окончательные результаты работы алгоритма будут представлены в итоговом отчёте по работе платформы после 25 апреля.

Вовлечение экспертного сообщества в работу над проектом



Групповая работа в Туле

Для привлечения профессионального делового и экспертного сообщества к разработке туристического мастер-плана было проведено 9 стратегических сессий в каждом из регионов Большого Золотого кольца.

Программа стратегической сессии включала в себя два дня совместной работы с ключевыми экспертами региона в области туризма и пространственного развития: первый день был посвящен обсуждению ключевых проблем туристической отрасли в регионе и проходил в формате глубинных интервью и круглого стола, второй день — генерации инфраструктурных и стратегических решений для озвученных проблем и проходил в формате групповой работы.

Все идеи и решения в отчете были озвучены участниками в процессе проведения стратегических сессий. Их целесообразность для достижения целей туристического мастер-плана БЗК будут оценены на следующих этапах.

103 чел.
участвовали в круглом столе с представителями бизнеса

51 чел.
был опрошен в рамках глубинных интервью

338 чел.
присутствовало во время групповой работы на стратегической сессии

Ключевые задачи вовлечения:

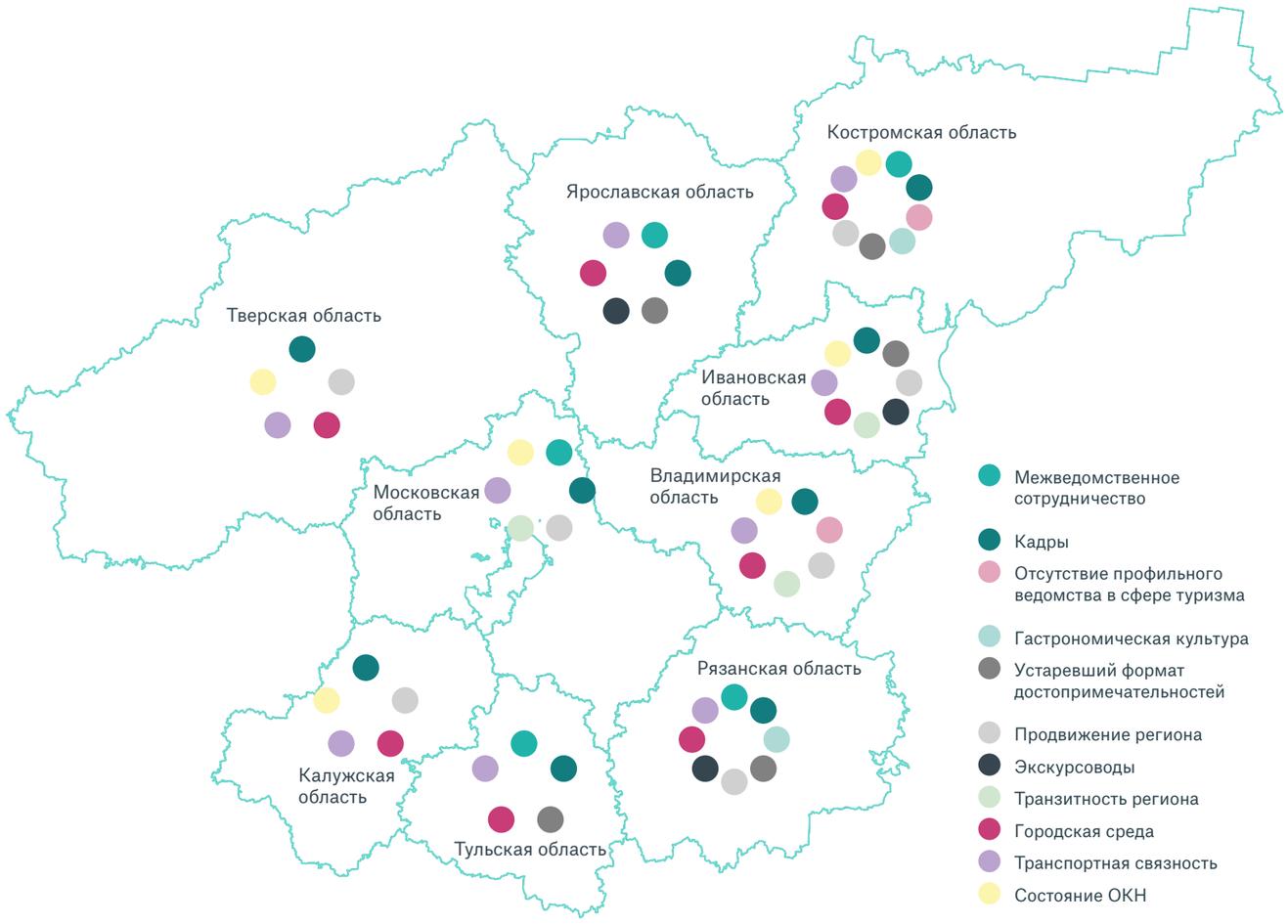
- определение вызовов и возможностей региона;
- определение областей для межрегионального сотрудничества;
- формирование перечня всесезонных курортов.

Участники стратегических сессий:

- представители туристических компаний, предлагающие услуги для туристов, посещающих регион;
- владельцы экскурсионных бюро и популярные экскурсоводы;
- представители популярных у туристов музеев и других учреждений культуры на территории региона;
- представители гостиниц и хостелов на территории области;
- представители санаториев, курортов, SPA-отелей на территории региона;
- представители ООПТ, занимающихся приемом туристов на территории региона;
- руководители факультетов / кафедр туризма в региональных вузах и ссузах;
- представители заведений общественного питания региона, систематически работающие с туристами;
- представители транспортных компаний, систематически осуществляющих перевозку туристов на территории региона.

Большое Золотое кольцо глазами экспертов: ключевые проблемы

Карта основных проблем, выделенных экспертным сообществом регионов:



В рамках проекта в каждом из регионов Большого Золотого кольца была проведена работа с экспертным сообществом: стратегические сессии, экспертные столы и глубинные интервью. В рамках стратегических сессий экспертам предлагалось разработать пул проблем туристической отрасли региона, а затем придумать решения этих проблем, включающие в себя системные и инфраструктурные меры.

Главными проблемами абсолютно всех регионов стали:

- нехватка квалифицированных кадров;
- низкое качество городской среды;
- недостаточно развитая транспортная инфраструктура.

Ключевые проблемы, названные экспертами:

- **Слабое межведомственное взаимодействие**

> «Есть билборд в Угличе. Для того чтобы на нем разместить рекламу, нужно дозвониться до вечно отсутствующего мужчины в департаменте в Ярославле. Это дозвон может длиться месяцами, потому что он, действительно, очень занятой мужчина… И с этим сталкиваются все»

- **Недостаточное качество образования, слабая практическая подготовка учащихся**

> «У нас четырехзвездочная гостиница, весь персонал, к сожалению, из других городов. Пытались, естественно, обучать местных жителей и даже руководителей, да, предпринимателей каких-то приглашали, но ничего не получилось, в общем, то же самое все. Катастрофа»

- **Плохое состояние городской среды, дорог, памятников и отсутствие инфраструктуры первой необходимости**

> «Другая важнейшая инфраструктурная проблема — это туалеты, которые тоже у нас в городе отсутствуют, то есть, они просто отсутствуют как класс, и мы тоже боремся с этим пять лет. Вот если вы спросите любого экскурсовода, туроператора, какие у вас проблемы, они скажут, две: парковки и туалеты»

- **Слабая маркетинговая поддержка туризма в регионе, отсутствие единого бренда региона**

> «У нас нет такого [инфопортала], я не могу сказать, что у нас есть какой-то один городской портал, который транслирует какие-то общие события и интересы в городе. То есть у нас даже источника нету, нету канала коммуникации, через который мы будем транслировать общий наш туристический потенциал области»

Решение проблем экспертным сообществом

Туристическая инфраструктура и сервис



Групповая работа в Ярославле

«Кадровая проблема огромная. Кадров очень мало. Тот же Плёс друг у друга “перекупает”, перенимает все время шеф-поваров и так далее, потому что их нет. С кадрами большая проблема, особенно в удаленных наших районах: Кинешма, Юрьевец. Ну, Кинешма — достаточно крупный город, и там много предприятий, есть работа. В Юрьевце работы нет вообще, поэтому город вымирающий, и все, кто мог, уехал, а кто остался, работают вахтовым методом в Москве охранниками»

«По Кремлю в соцсетях встретили [такой комментарий], что были в Рязани, вот мне прямо написали: “Я хочу нормальный санузел, где можно нормально помыть руки, а не тот ужас, который у вас в Кремле”. То есть все хорошо, все молодцы, а вот Кремль...»

В рамках блока туристической инфраструктуры и сервиса эксперты чаще всего отмечали **слабое межведомственное взаимодействие**, тормозящее развитие отрасли и **отсутствие системной работы по развитию туризма**, но главной проблемой всех регионов стала **нехватка профессиональных кадров в туристической индустрии**. Это связано как с низким престижем профессии, низкими зарплатами, так и с отсутствием желания у населения обучаться на соответствующих специальностях (бюджетные места по туристическим специальностям, как правило, отсутствуют). Стоит отметить, что многие эксперты, обсуждая туристическую инфраструктуру и сервис, упоминали и плохое качество городской инфраструктуры в целом.

Существуют и уникальные проблемы регионов, так Костромские эксперты высказали **запрос на развитие гастрономической культуры региона**, а Ивановские хотели бы развивать **интерактивность в туристических точках притяжения:** возможность напрямую взаимодействовать с историческим наследием и уникальной атмосферой региона**.**

Решения ключевых проблем, предложенные экспертами:

1. Слабое межведомственное взаимодействие

— сложно согласовать большие мероприятия, которые нуждаются в поддержке нескольких структур: перебрасывание ответственности между департаментами.

Системные решения:

— департамент туризма должен стать координационным органом: необходимо расширить функции департамента туризма, обеспечить его механизмами и ресурсами.

Предполагаемый исполнитель:

Правительства, Департаменты туризма регионов

2. Нехватка профессиональных кадров в туриндустрии региона

— нет образовательных площадок, доступных всем желающим, которые бы обучали современным навыкам и в современных форматах.

Инфраструктурные решения:

— создание открытых образовательных площадок;
— продвижение взаимодействия образования и бизнеса.

Предполагаемый исполнитель:

Министерства образования регионов, Правительства регионов

Системные решения:

— нормативно-правовые акты, закрепляющие аккредитацию персонала, работающего в сервисе.

Предполагаемый исполнитель:

Министерство культуры РФ, Федеральное агентство по туризму

3. Отсутствие системной работы по развитию туризма или контролирующего органа

— отсутствие аналитики по турпотоку;
— слабое культурное программирование;
— непрозрачные экономические показатели;
— нет методологического подхода к проектированию турпродуктов и т.д.

Инфраструктурные решения:

— концессия на развитие туризма
— разработка и внедрение метрик для подсчета экономических эффектов от туристической деятельности

Системные решения:

— введение туристического налога, который пойдет на развитие инфраструктуры в муниципалитетах.

Предполагаемый исполнитель:

Федеральное агентство по туризму, Правительства регионов

Решение проблем экспертным сообществом

Туристические достопримечательности и маршруты



Круглый стол в Рязани

«Человеку нужно приехать не просто куда-то, а для чего-то. Если он знает, что он поехал в город Иваново, и там идет фестиваль “Зеркало”, и там конкурсная программа, где показывают аргентинский фильм, который они никогда в жизни больше не увидят, они приедут. Но они приедут не только фильм смотреть, они еще и город посмотрят, они еще и в музей зайдут»

«Мы бы хотели, наверное, создать что-то такое уникальное, интересное. Потому что турист сейчас чуть-чуть другой, он уже готов к каким-то новым предложениям, к новым проектам. Конечно же, нам хотелось бы, чтобы туроператоры создали с нашей помощью, безусловно, какой-то необычный, современный [турпродукт], который привлек бы внимание»

В рамках блока туристических достопримечательностей и маршрутов эксперты также затронули тему кадров: популярным предложением является **аккредитация экскурсоводов. Причем разные регионы называют разные причины**: одним не хватает оригинальности, другим не нравятся непрофессиональные экскурсоводы, рассказывающие только городские легенды.

Среди экспертов сложилось мнение, что современному туристу требуется **качественно новый туристический продукт, обладающий «интерактивностью» и, в целом, более высоким классом обслуживания.**

Многими экспертами было высказано **недовольство в адрес местных маркетинговых кампаний в сфере туризма:** большинство отмечало их фактическое или видимое отсутствие, а некторые также отмечали **отсутствие охвата маркетинговыми инструментами соседних регионов Большого Золотого кольца.**

Уникальной особенностью для некторых регионов (Ивановская, Владимирская области) является **восприятие регионов как транзитных пунктов между двумя точками назначения.**

Решения ключевых проблем, предложенные экспертами:

1. Мало современных туристических продуктов: консерватизм в музейной и экскурсионной сфере

— не развиты местные музеи: программы экскурсий в музеях не меняются из года в год.

Инфраструктурные решения:

— разработка новых туристических продуктов на основании анализа существующих ресурсов;
— создание продукта для «нового туриста»;
— новые стандарты для персонала.

Предполагаемый исполнитель:

Региональные правительства и центры компетенций

Системные решения:

— дополнительная мотивация для муниципалитетов развивать туризм, в т.ч. финансовая.

Предполагаемый исполнитель:

Региональные правительства

2. Слабая маркетинговая кампания регионов

— нет понимания туристического продукта и целевых аудиторий, отсутствие бренда;
— устаревшие инструменты продвижения регионов.

Инфраструктурные решения:

— профессиональные маркетинговые исследования;
— улучшение позиционирования региона во внешней среде, в том числе внутри регионов БЗК;
— новая маркетинговая стратегия;
— работа с новыми маркетинговыми каналами;
— регулярное обновление информации о регионе.

Предполагаемый исполнитель:

Региональные правительства

3. Недостаток качественных экскурсоводов по всей области

— отсутствуют площадки для подготовки аккредитованных экскурсоводов, агрегаторы услуг частных экскурсоводов.

Инфраструктурные решения:

— открытые школы экскурсоводов, создание единой базы экскурсоводов;
— создание новых ТИЦ, на базе которых будут работать аккредитованные экскурсоводы и сувенирные магазины.

Системные решения:

— нормативно-правовая база, закрепляющая деятельность экскурсовода;
— программы аккредитации и аттестации экскурсоводов.

Предполагаемый исполнитель:

Региональные правительства и центры компетенций

Решение проблем экспертным сообществом

Городская среда и транспорт



Групповая работа во Владимире

«У бизнеса и у муниципалитета есть одна общая проблема — отсутствие возможностей за счет федеральных каких-то или областных средств ремонтировать объекты культурного наследия, а также создавать для этого проектно-сметную документацию. Никаких средств поддержки нет, но хотелось бы в очередной раз просмотреть этот вопрос»

«Приглашали несколько раз на инспекционную прогулку по городу, проводили нашим пешеходным маршрутом, показывали, где у нас туристы ломают ноги, где неудобные лестницы, где им некуда выкинуть [мусор в] урну, где они не могут сходить в туалет. Этого не хватает, благоустройства не хватает, хороших прогулочных зон»

Ключевая проблема регионов Большого Золотого кольца в сфере благоустройства и транспорта — **большое количество объектов культурного наследия, нуждающихся в реставрации**. Одна из причин такого состояния главных мест притяжения туристов макрорегиона — сложная бюрократическая система, отпугивающая инвесторов.

Проблема связности регионов БЗК как внутри себя, так и между собой также выделялась большинством экспертов: в основном требуется **отладка системы общественного транспорта и ремонт дорог** для сокращения времени в пути от одной точки притяжения до другой. **Некоторые речные регионы (Ярославская область) заострили внимание на необходимости развития водного транспорта** как перспективного с точки зрения туризма.

В очередной раз была отмечена слабо развитая базовая городская и придорожная инфраструктура. **Наибольшее недовольство экспертов вызывает отсутствие в городах общественных туалетов.**

Решения ключевых проблем, предложенные экспертами:

1. Объекты культурного наследия в запущенном состоянии

— ни у муниципалитетов, ни у туристического бизнеса нет возможности реставрировать объекты культурного наследия — в результате города выглядят запущенно;
— сложно производить работы по благоустройству вблизи объектов культурного наследия (необходимы раскопки), из-за этого тормозится инфраструктурное развитие исторических центров городов;
— нормативно-правовые акты в области охраны памятников культурного наследия очень категоричные;
— мало внимания уделяется наследию советского периода: мозаичным панно, вывескам, зданиям.

Инфраструктурные решения:

— определение ключевых объектов, представляющих туристический интерес;
— разработка турпродуктов, включающих эти объекты.

Предполагаемый исполнитель:

Региональные правительства

Системные решения:

— федеральные субсидии на проектно-сметную документацию и исследования, необходимые для реставрации;
— послабления в нормативно-правовые документы по части работы с ОКН.

Предполагаемый исполнитель:

Правительство РФ

2. Отсутствие качественных логистических решений для туристов

— из-за отсутствия систем общественного транспорта сильно затрудняется передвижение туристов внутри региона;
— нереализованный водный потенциал;
— плохое качество дорог увеличивает время в пути как внутри регионов БЗК, так и между ними.

Инфраструктурные решения:

— обустройство комфортной сети общественного транспорта, в том числе туристического;
— развитие водного транспорта в речных регионах;
— запуск дополнительных маршрутов железнодорожного сообщения или увеличение количества подвижного состава для более регулярного сообщения;
— реконструкция старых и создание новых дорог регионального и федерального значения.

Предполагаемый исполнитель:

Региональные правительства и центры компетенций, федеральные транспортные операторы, органы местного самоуправления.

3. Слабо развита базовая городская и придорожная инфраструктура

— на региональных трассах, нет современных санитарных зон, заправок, кафе, парковочных пространств, стоянок для путешествующих в автодомах;
— та инфраструктура, которая есть, не отвечает запросу современного туриста.

Инфраструктурные решения:

— обновление существующих объектов придорожной и городской инфраструктуры и выделение земли под создание новых

Предполагаемый исполнитель:

Региональные центры компетенций

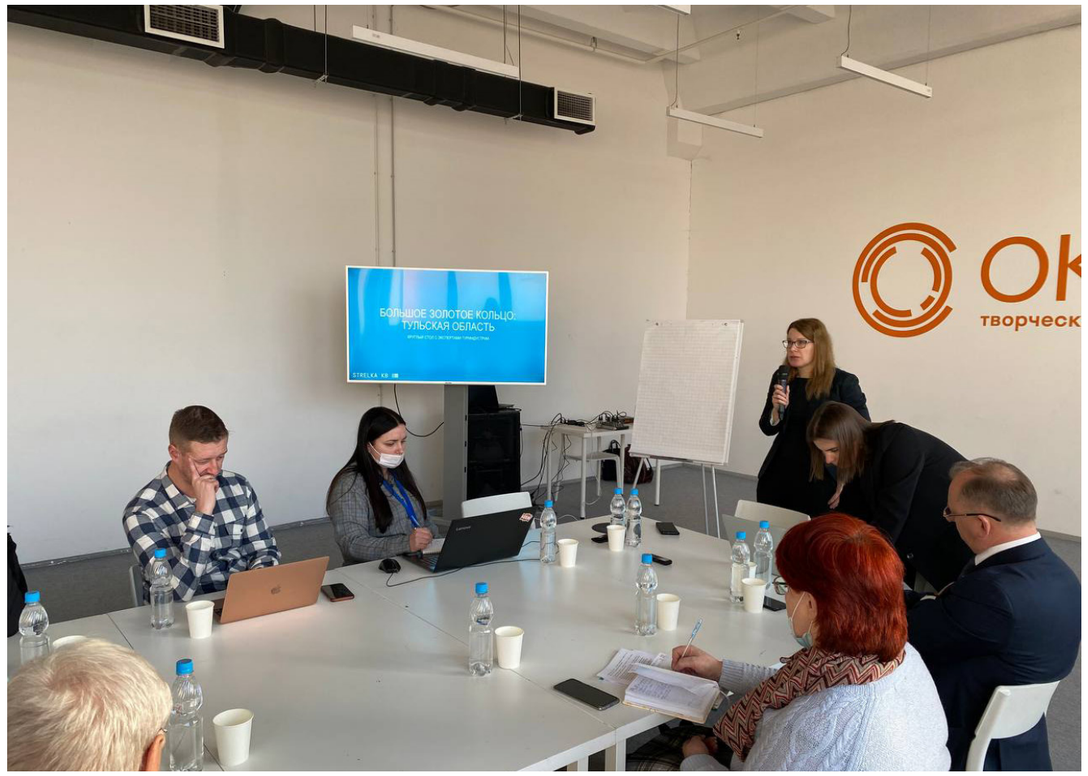
Системные решения:

— привлечение инвестиций и предпринимателей;
— разработка нормативной базы, программы поддержки и субсидирования.

Предполагаемый исполнитель:

Региональные центры компетенций

Ожидания от проекта Большого Золотого кольца и основные инвестиционные потребности



Круглый стол в Туле

Ключевые критерии успеха проекта, по мнению региональных экспертов:

- Наличие межрегиональных маршрутов внутри БЗК;
- Наличие маршрутов, сочетающих в себе разные виды общественного транспорта (ж/д, автобусный, водный, велосипедный);
- Увеличение инвестиционной привлекательности как всего БЗК, так и каждого региона в частности;
- Наличие совместных проектов между регионами БЗК, построенных на межведомственном и междисциплинарном сотрудничестве;
- «Бесшовность» путешествий по БЗК, в том числе для маломобильных групп и жителей территории БЗК.

Основные инвестиционные потребности и оценка уровня интереса инвесторов к туризму:

Опрошенные представители инвестиционных фондов, организаций развития и органов местного самоуправления **положительно высказываются об инвестиционном климате своих областей**. В сфере туризма, при этом, **преобладают инвестиционные проекты частных предпринимателей, создающих туристические продукты по собственной инициативе в качестве альтернативы основной деятельности.** Несмотря на то, что некоторые эксперты рассказывают о крупных частных проектах, создающихся без какой-либо поддержки со стороны государства (проект Костромского кремля), **механизмы государственно-частного партнерства** являются востребованными как по мнению представителей бизнеса, так и по мнению представителей власти и организаций развития.

Особенно часто запрос на введение новых механизмов ГЧП звучал в контексте реставрации объектов культурного наследия макрорегиона. Процедуру государственной экспертизы предлагается упростить, а льготы и преференции бизнесу, занимающемуся восстановлением объектов культурного наследия предлагается распространить на всей территории Большого Золотого кольца.

Повсеместными являются **инвестиции в создание гостиничной инфраструктуры,** ввиду отсутствия в регионе крупных сетевых игроков индустрии гостеприимства. В рамках подобных инициатив органы власти помогают бизнесу путем предоставления льгот на аренду земельных участков.

«Проект Зон Охраны, который в свою очередь не позволяет строить ничего без археологических изысканий, что нормально, когда ты понимаешь, что такое археологические изыскания, тебе закладывать это в свою смету, практически никто из инвесторов не понимает, что это такое. Есть мало людей, которые могут им это объяснить»

«Теперь в Центральном парке идет воссоздание Кремля, сейчас колокольня построена, восстановлен храм, росписи делают, полтора миллиарда рублей, это исключительно частное, ни рубля бюджетного там нет. Частные инвестиции одной компании»

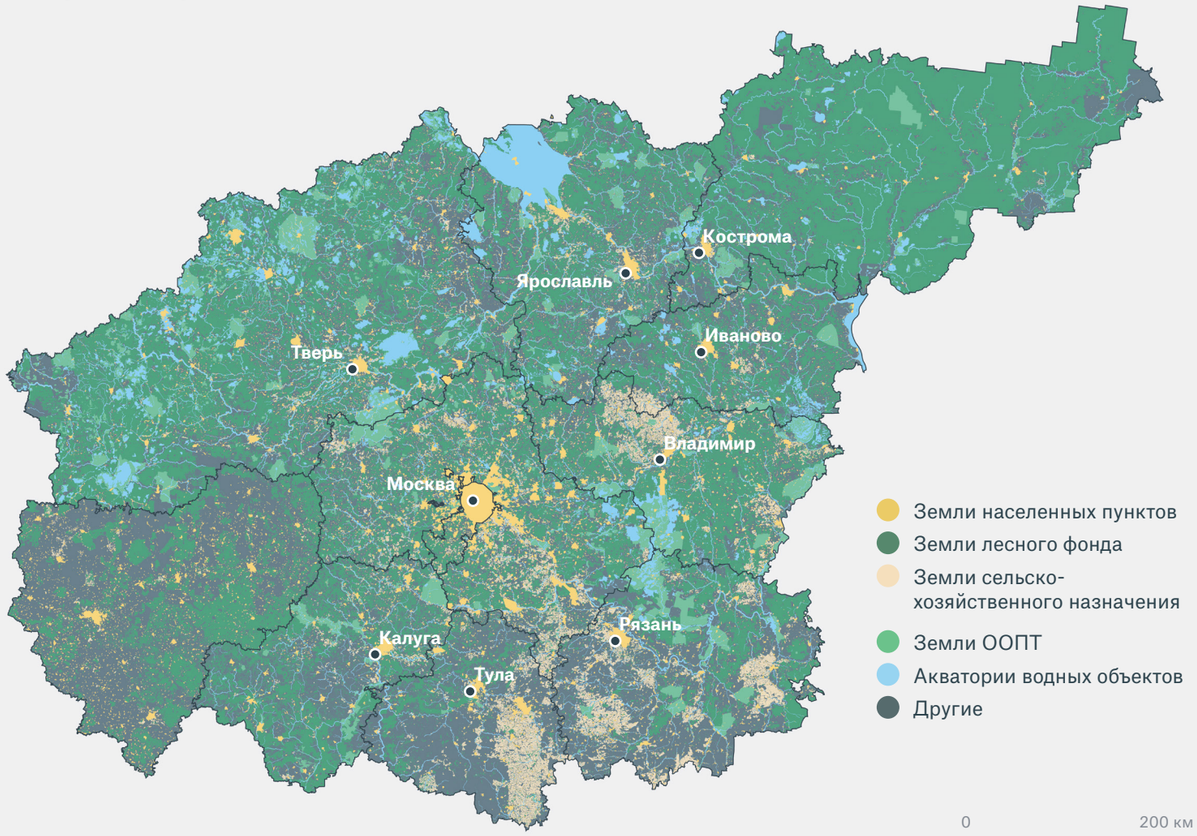
«Потому что все-таки инвестиции — это корпорации развития. Это Министерство экономического развития. И, к сожалению, вот до сегодняшнего момента, на мой взгляд, такой вот меж... коммуникации вот не было»

«Есть сервис специальный для бизнеса, это Центр поддержки предпринимателей и когда как бы есть хорошие субсидии, гранты, льготы, которых нет в других регионах однозначно, то есть у нас в этом плане большая работа ведется»

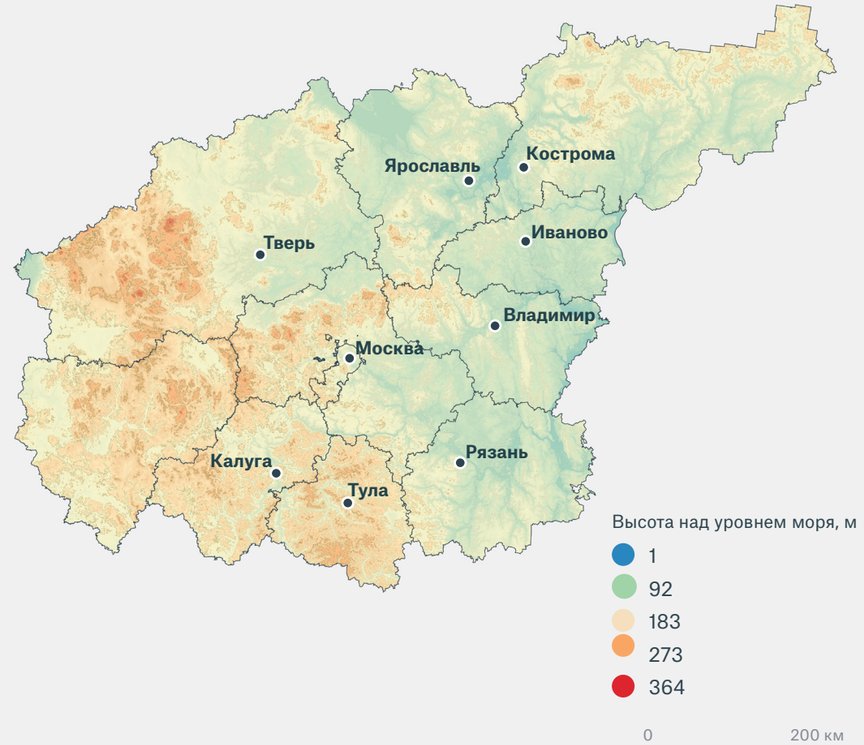
3. Пространственный анализ

Анализ пространственного потенциала

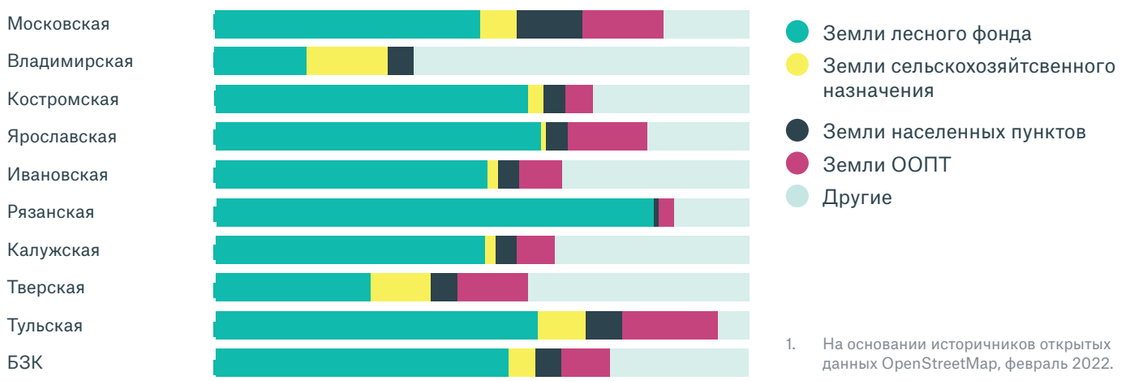
Схема существующего использования территории[1]



Топография



Баланс земель,[1] %



1. На основании историчников открытых данных OpenStreetMap, февраль 2022.

Большую часть исследуемой территории занимают лесные территории (81,34 %), сельскохозяйственные земли (7,27 %) и озелененные территории (парки, лесопарки на территории населенных пунктов — 6,33 %), что создает возможности для развития экологического и активного туризма на природе. Жилая застройка сконцентрирована в урбанизированных районах, преимущественно в региональных и муниципальных центрах.

Для территории характерен равнинный рельеф. Восточная часть расположена на Восточно-Европейской (Русской) равнине, что затрудняет развитие зимнего горнолыжного отдыха. Вместе с тем на Валдайской возвышенности (200–300 м, Тверская область) и Среднерусской возвышенности (200–250 м, Калужская и Тульская области) возможно развитие горнолыжного спорта для начинающих, а также бегового лыжного спорта.

Природно-экологическая ситуация

Типы особо охраняемых природных территорий (ООПТ)[1]

8%
исследуемой территории занимают ООПТ (38 552 км²)

5
государственных природных заповедников

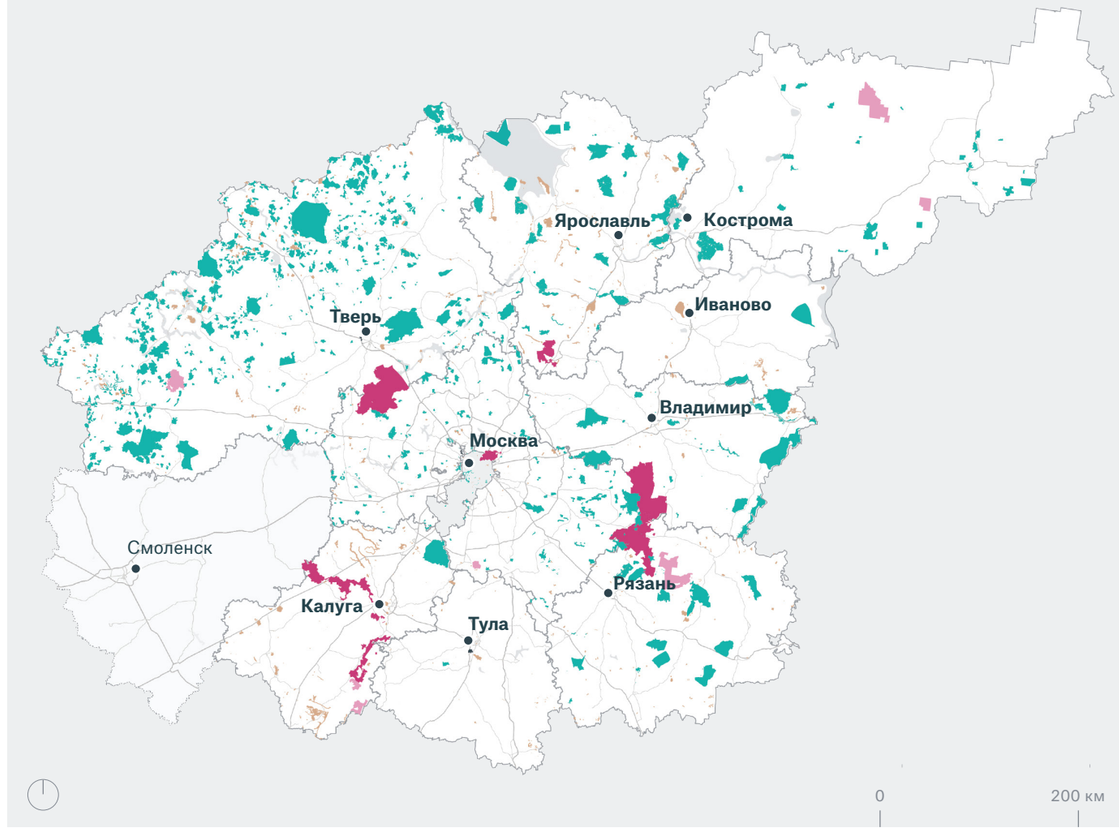
6
национальных парков

850
государственных природных заказников

976
памятников природы

77
иных типов ООПТ

Типы ООПТ согласно 33-ФЗ



— Границы областей
Государственный природный заказник
Государственный природный заповедник
Национальный парк
Памятник природы
Природный парк
Дендрологические парки и ботанические сады

Государственные природные заповедники, в том числе биосферные заповедники

В границах государственных природных заповедников природная среда сохраняется в естественном состоянии, а экономическая и иная деятельность полностью запрещается. Запрещается деятельность, противоречащая задачам заповедника. За посещение взимается плата. Пребывание на территории только при наличии разрешения (Калужские засеки, Кологривский лес).

Национальные парки

В границах национальных парков ограничивается экономическая деятельность в целях сохранения естественной природы. Запрещается любая деятельность, которая может нанести ущерб природным объектам, индивидуальное строительство и садоводство, строительство спортивных объектов, инженерной и транспортной инфраструктуры (Завидово, Мещера).

Природные парки

Режим использования устанавливается в зависимости от назначения зоны (экологическое, культурное, рекреационное). Запрещается деятельность влекущая к снижению ценности территории (Малиновая засека, Тверь заповедная).

Государственные природные заказники

В границах запрещается деятельность, противоречащая целям создания заказника. Может быть как полный запрет на посещение, так и свободное посещение. На территории, где проживают коренные народы, разрешено использование природных ресурсов (Ярославский, Рязанский).

Памятники природы

Применен режим особой охраны памятников природы. В границах запрещается всякая деятельность, влекущая за собой нарушение сохранности памятников природы (Калужский бор, озеро Киево).

Дендрологические парки и ботанические сады

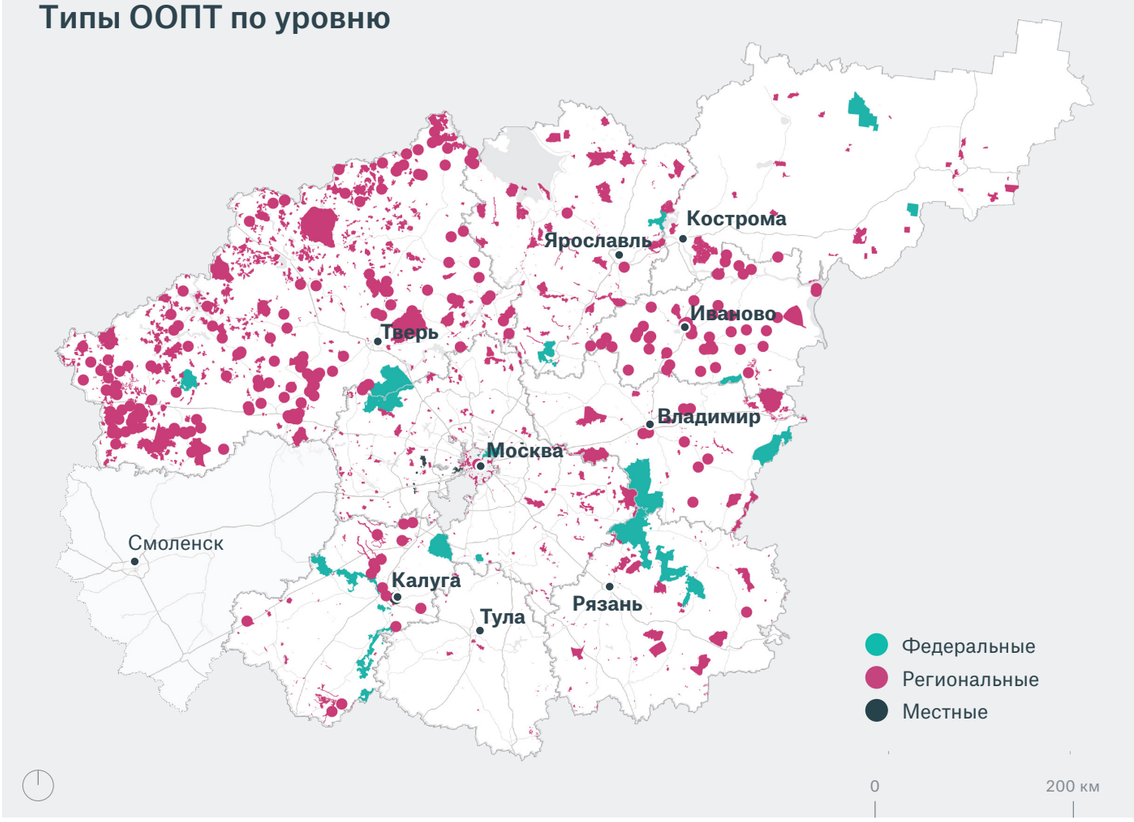
Запрещена деятельность, влекущая за собой нарушение сохранности флористических объектов, растительного мира и его разнообразия. Выделены экспозиционная, научно-экспериментальная и административная зоны с разным режимом использования (Ботанический сад Ярославского государственного педагогического университета им. К.Д. Ушинского).

1. Источник: №33-ФЗ «Об особо охраняемых природных территориях».

Природно-экологическая ситуация

Типы особо охраняемых природных территорий (ООПТ)[1]

Типы ООПТ по уровню



Площадь особо охраняемых природных территорий больше всего в Тверской области, что увеличивает потенциал области для развития экологического туризма. Большинство территорий имеют региональный статус. Меньше всего охраняемых озелененных территорий в Тульской области.

Количество ООПТ по категориям, шт.:

	Федеральные	Региональные	Местные
Московская	4	264	56
Калужская	5	152	0
Ивановская	1	76	0
Рязанская	5	146	0
Костромская	3	41	0
Владимирская	4	111	0
Ярославская	4	363	8
Тульская	0	55	0
Тверская	2	915	0

Доля территории занятой ООПТ по регионам, %[2]:

Московская	15,29
Тульская	0,4
Ивановская	5,45
Тверская	15,19
Ярославская	10,03
Костромская	3,49
Калужская	7,24
Рязанская	13,46
Владимирская	17,5

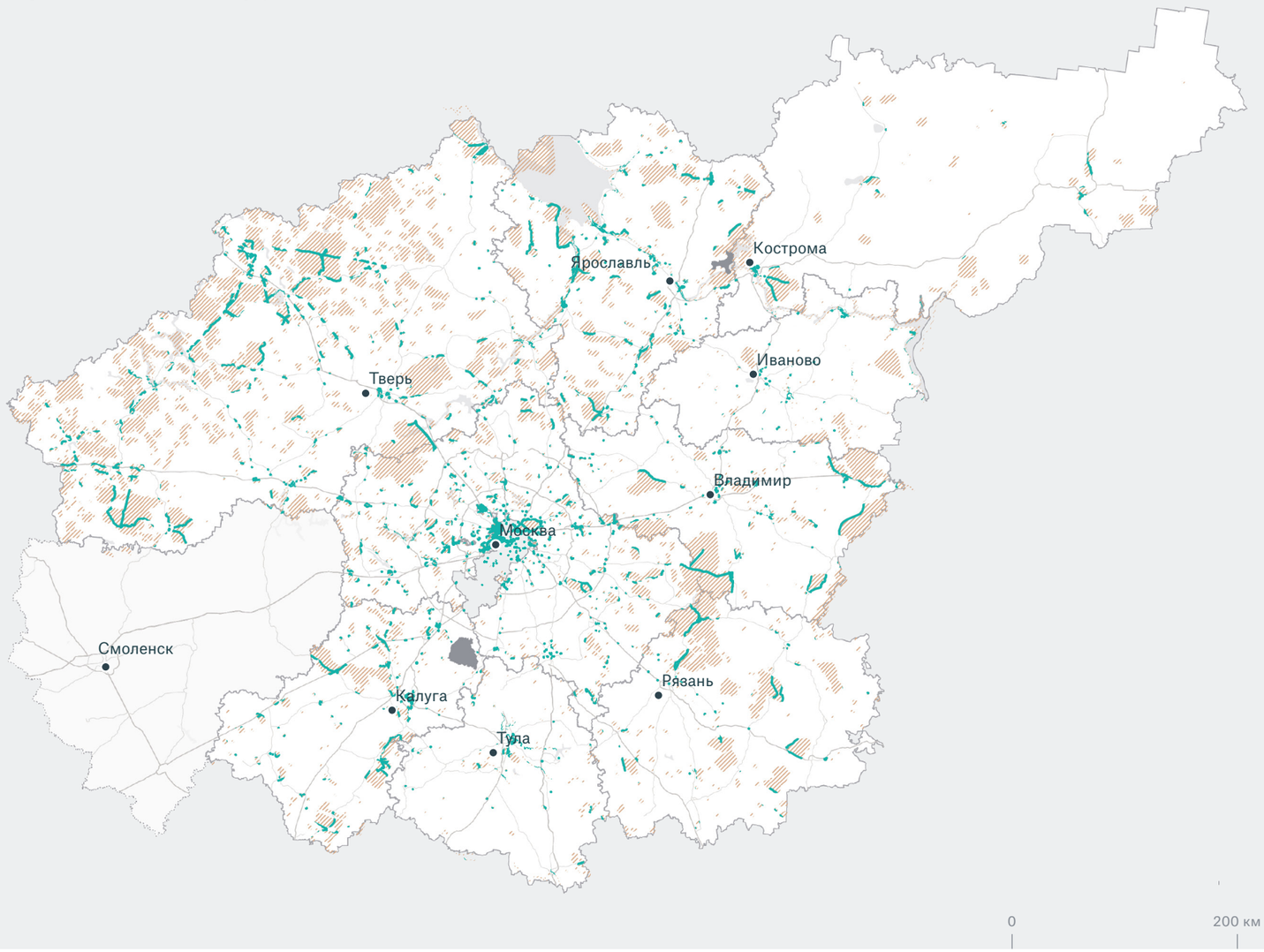
Площадь ООПТ по регионам, км²:

Московская	6792
Тульская	103
Ивановская	1180
Тверская	12 829
Ярославская	3654
Костромская	2103
Калужская	2159
Рязанская	5345
Владимирская	5101

1. Источник: Материалы информационного ресурса ФГБУ «ААНИИ» http://oopt.aari.ru/. Перечни особо охраняемых природных территорий по регионам.
2. ООПТ точечного характера без установленых границ в расчет не приняты.

Особо охраняемые природные территории
Рекреационная нагрузка

Рекреационная нагрузка на ООПТ



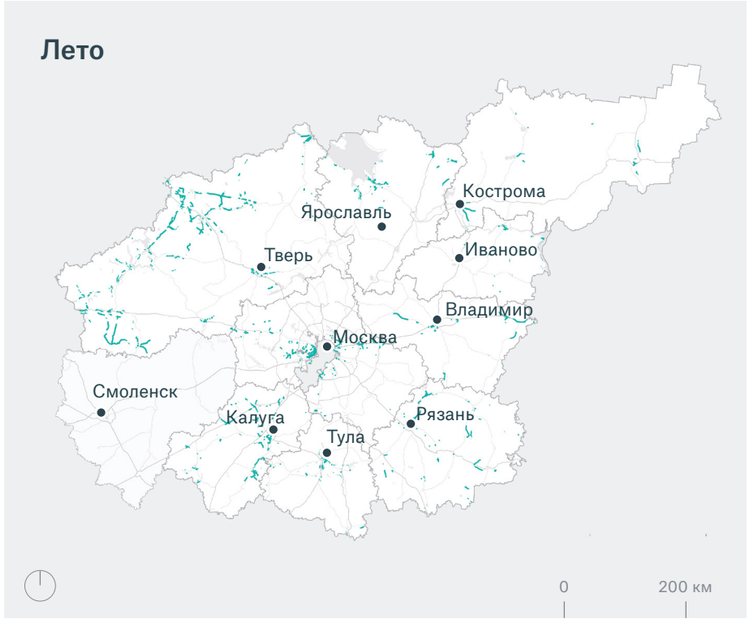
— Границы областей
Зона 1 — зона сильной нагрузки
Зона 2 — зона средней нагрузки
Зона 3 — зона слабой нагрузки

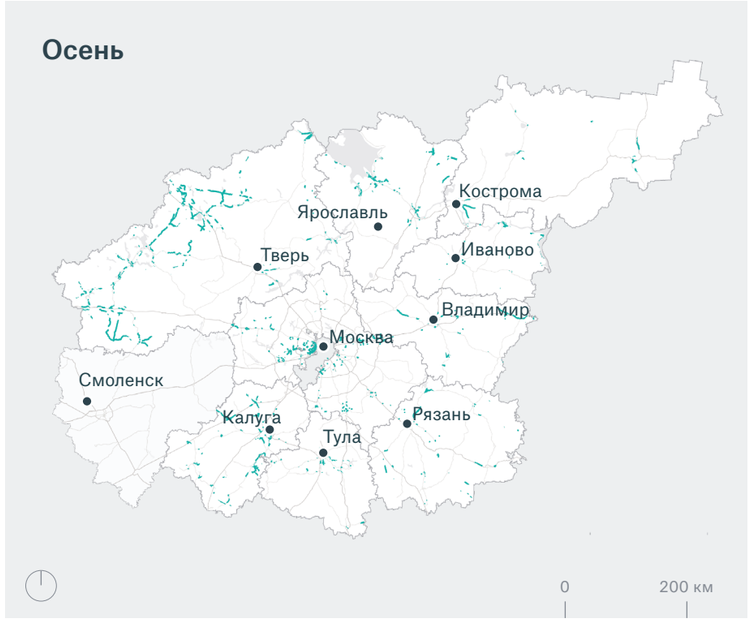
Для оценки рекреационной нагрузки (степени привлекательности природных территорий для туристов и отдыхающих) были выделены 3 зоны:

- Зона сильной нагрузки включает участки, где есть прямой доступ на автомобиле или они находятся рядом с железной дорогой;
- Зона средней нагрузки включает в себя ООПТ на которые возможен свободный доступ и точки притяжения природного характера. Такие зоны притягивают людей, но при этом, так как это не городские территории, эта нагрузка может привести к деградации экосистемы;
- Зоны слабой нагрузки включают в себя неурбанизированные территории с наличием на них растительного покрова, при этом не относящиеся к ООПТ и не имеющие на своей территории точек притяжения для туристов.

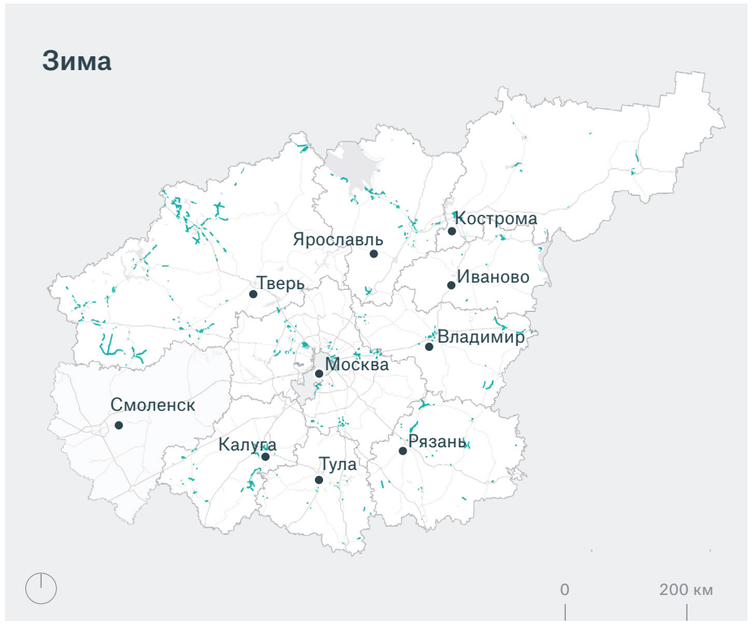
Особо охраняемые природные территории

Рекреационная нагрузка по сезонам









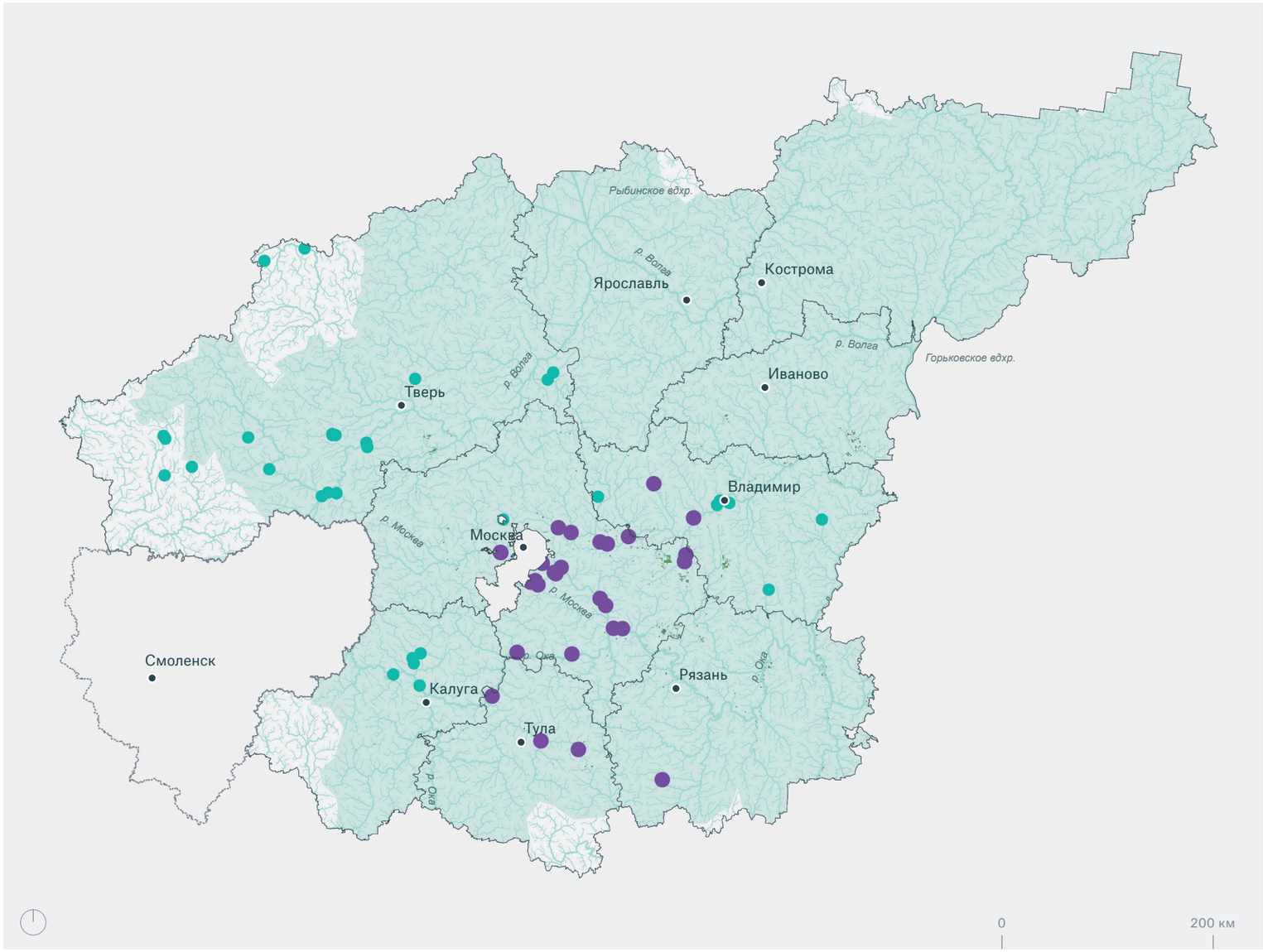
Для оценки сезонной рекреационной нагрузки зоны сильной рекреационной нагрузки были сопоставлены с территориями, на которых было сделано наибольшее количество фотографий в разные сезоны. Сами зоны с наибольшим количеством фотографий практически полностью соответствовали выделенным зонам сильной рекреационной нагрузки, что позволяет эффективно оценивать сезонную нагрузку именно на тех территориях, которые требуют максимального внимания.

Исходя из анализа информации, можно сделать вывод, что в холодный период рекреационная нагрузка во многом приходится на природные территории внутри городов, в то время как в теплый период она распределяется на удаленные от городов природные объекты.

При развитии туризма важно обратить внимание на доступность природных территорий в зимнее время и межсезонье, а также развивать зимнюю прогулочную и туристическую инфраструктуру.

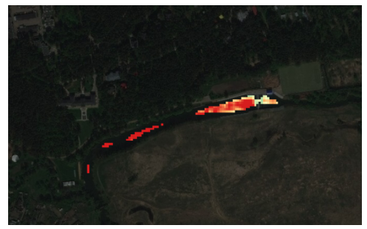
Зона сильной рекреационной нагрузки по сезонам

Гидрология и загрязнение вод

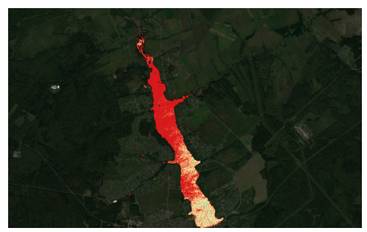


Большая часть территории БЗК в основном находится внутри территории водосборного бассейна Волги (примерно 90% территории) и частично на территориях бассейнов Невы, Днепра и Дона. Водно-болотные угодья крайне восприимчивы к загрязнению и требуют бережного подхода к их обустройству. На территории представлены разнообразные водные объекты, большая часть из которых загрязнена[1]. Наибольшее загрязнение зафиксировано в Московской, Тульской, Рязанской и Владимирской областях, реки имеют 5 класс загрязнения, экосистема в этих местах необратимо деградирует. Кроме того наблюдается «цветение» воды Плеещеева озера в Ярославской области из-за отсутствия системы водоотеведения[3].

Концентрация загрязнений в реках 5 класса[2]



река Рожайка



река Пекша



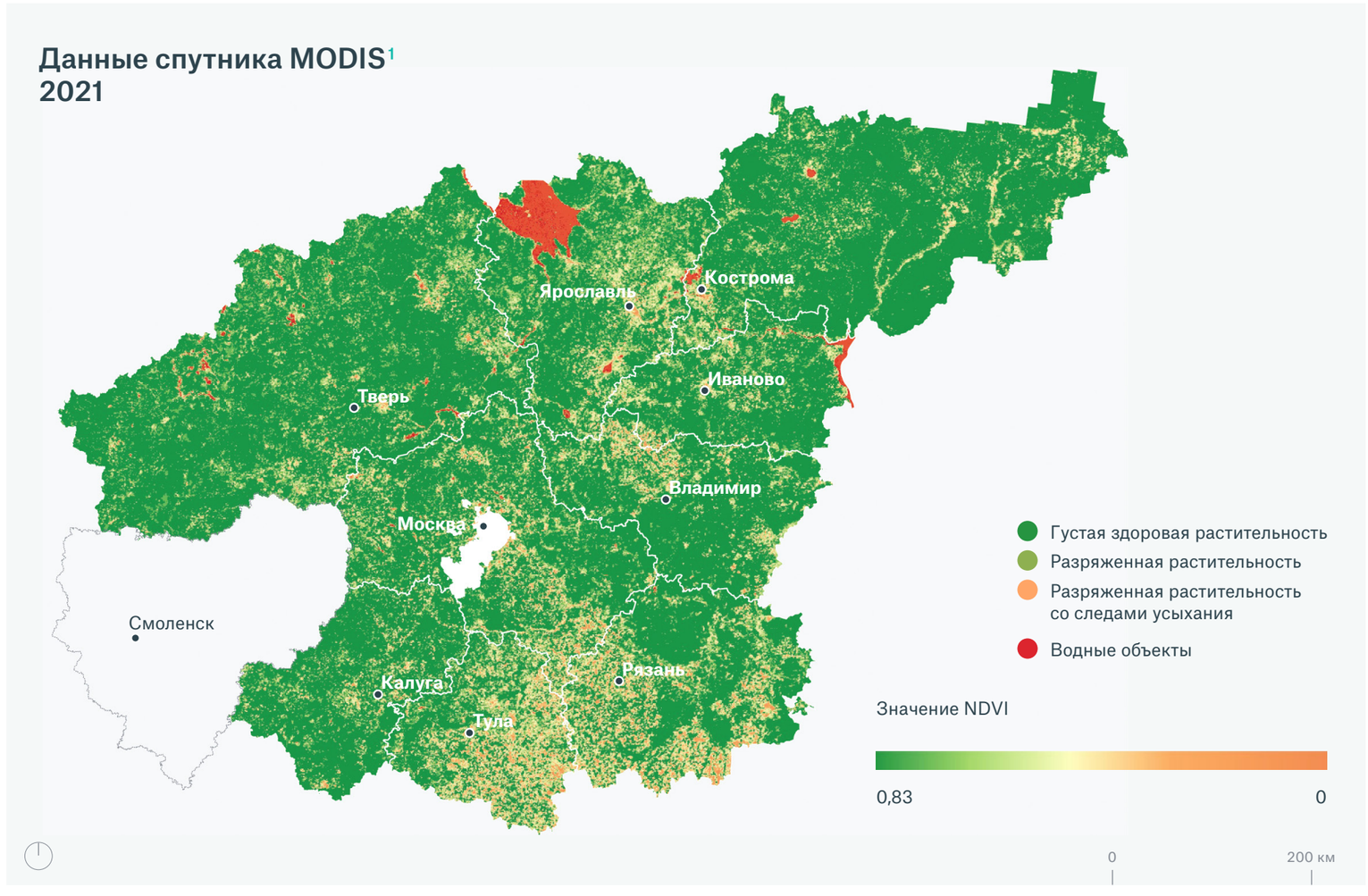
река Пахар

1. Источник: Аналитический обзор тенденций и динамики загрязнения окружающей среды Российской Федерации по данным многолетнего мониторинга Росгидромета, 2019.
2. Распределение загрязнения определялось с помощью спектрального анализа через количество растворенных в воде органических веществ. Питательные вещества для размножения бактерий приводят к цветению водоема. Красный цвет обозначает, что растворенной органики очень много, однако спектральный анализ снимков спутника позволяет получить только относительную величину.
3. На основании данных предоставленных Министерством природы

— Границы областей
Водные объекты
Водосборный бассейн реки Волги
Точки загрязнения 5 класса (экстремально грязная вода)[1]
Родники

Динамика NDVI и потеря лесного покрова

Значительные изменения в совокупной массе растительных организмов на территории макрорегиона не наблюдаются, однако потери лесного покрова имели место в Тверской, Костромской и Калужской областях. Вероятная причина — лесные и торфяные пожары, вырубка и болезни деревьев.

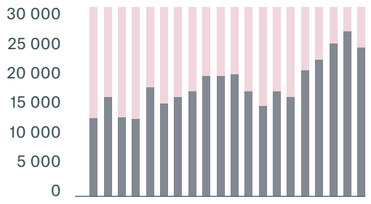


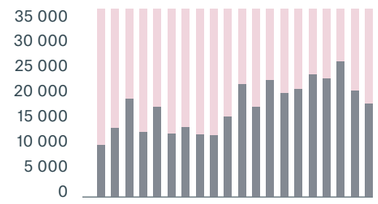
Потеря лесного покрова, га

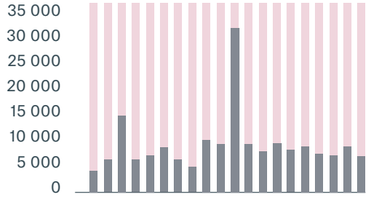


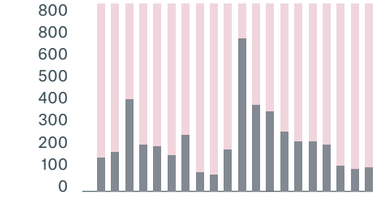


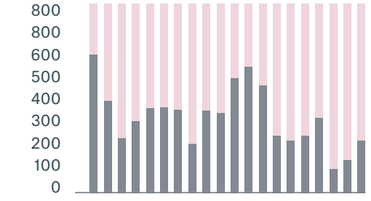


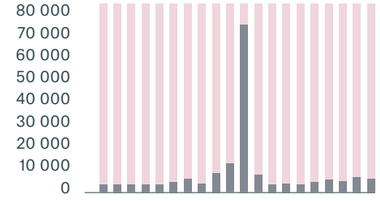












1. Индекс NDVI — дает представление о процессе фотосинтеза на территории на в определенный момент времени (месяц май). На количество растительных организмов влияют также климатические условия.

Инженерные коммуникации

Обращение с ТКО[1]

Вызовы и препятствия

1. Существующие полигоны захоронения ТКО в Тульской, Калужской и Костромская областях близки к исчерпанию своей проектной мощности в перспективе 1–2 лет, а по остальным регионам — в перспективе 5 лет, в случае сохранения динамики ежегодного увеличения объемов ТКО при отсутствии новых мощностей.
2. Низкий процент переработки и утилизации ТКО из-за недостатка имеющихся мощностей.
3. Медленное внедрение раздельного сбора и повторного использования мусора.
4. Вывод из обращения и рекультивация отработанных полигонов и несанкционированных свалок уменьшает текущую мощность работы с ТКО.

Перспективы

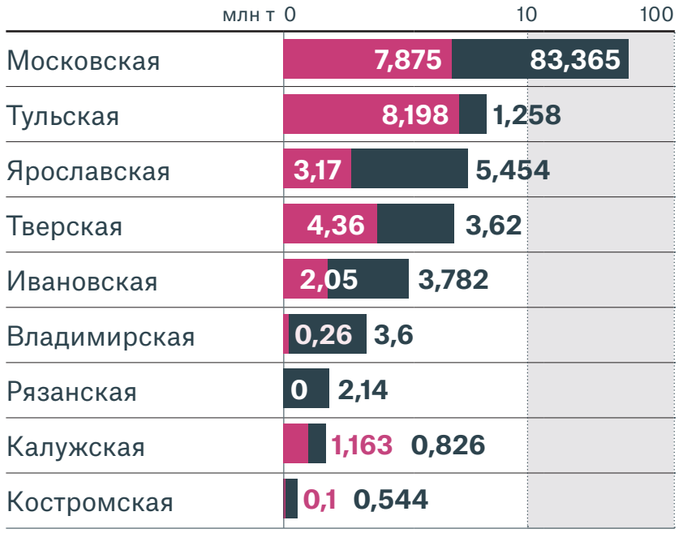
1. Выбраны региональные операторы (РО) по обращению с отходами, уже приступившие к оказанию услуг. Установлен единый тариф для региона по сбору, вывозу и захоронению ТКО.
2. Внедряются программы по раздельному сбору мусора.
3. Ведется или запланировано строительство больших мощностей по переработке, утилизации и захоронению ТКО. Наиболее крупные:
   Проект «РТ-Инвест» по строительству четырех мусоросжигательных заводов в МО;
   Мусороперерабатывающий комплекс «КПО Нева» мощностью 500 тыс. тонн/год (Московская область);
   Мусороперерабатывающий комплекс «КПО Восток» общей мощностью 1,2 млн тонн/год (Московская область);
   Экотехнопарк «Тула» — комплекс по переработке отходов мощностью до 480 тыс. тонн/год;
   Экотехнопарк «Рязанский» мощностью по обработке ТКО — 350 тысяч тонн/год.

1. Твердые коммунальные отходы.

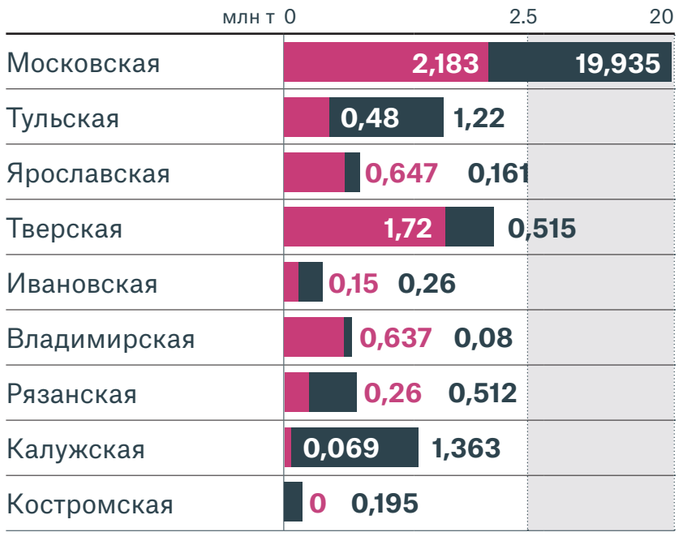
Источники:
Региональные программы в области обращения с ТКО; Электронные модели схем по размещению отходов; Государственный реестр объектов размещения отходов; Сайты региональных департаментов ЖКХ; Публикации в деловых сетевых изданиях по теме переработки ТКО: Ведомости и РБК.; Сайты региональных операторов по обращению с отходами.

Расчет мощностей обращения с ТКО осуществляется без учета туристической нагрузки. Существующие мощности с ростом туристического потока не справятся. В большинстве регионов отходы только складируются, но не обрабатываются и утилизируются.

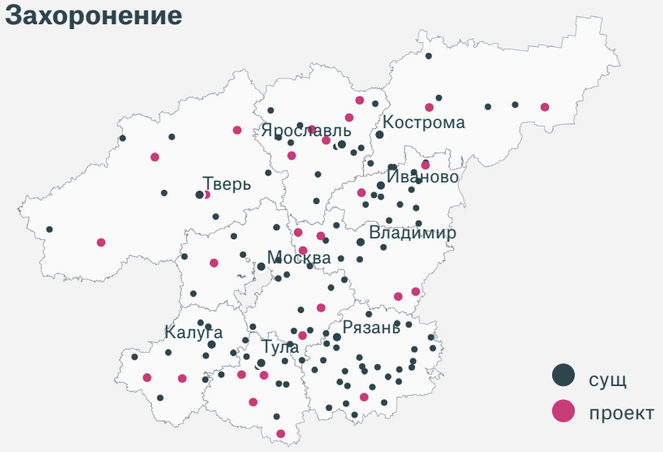
Мощность полигонов захоронения ТКО:



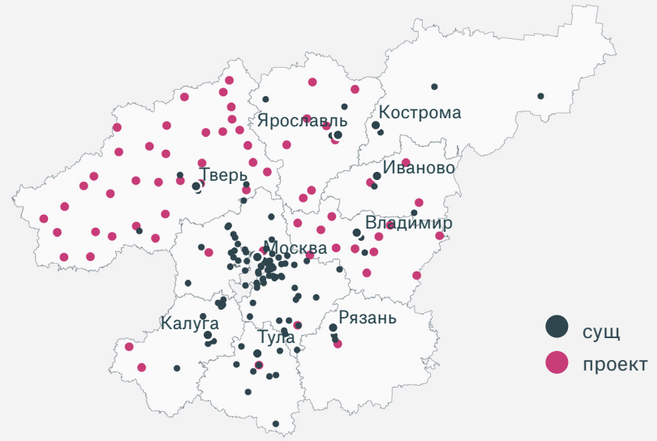
Мощность по обработке и утилизации ТКО:



Захоронение



Обработка

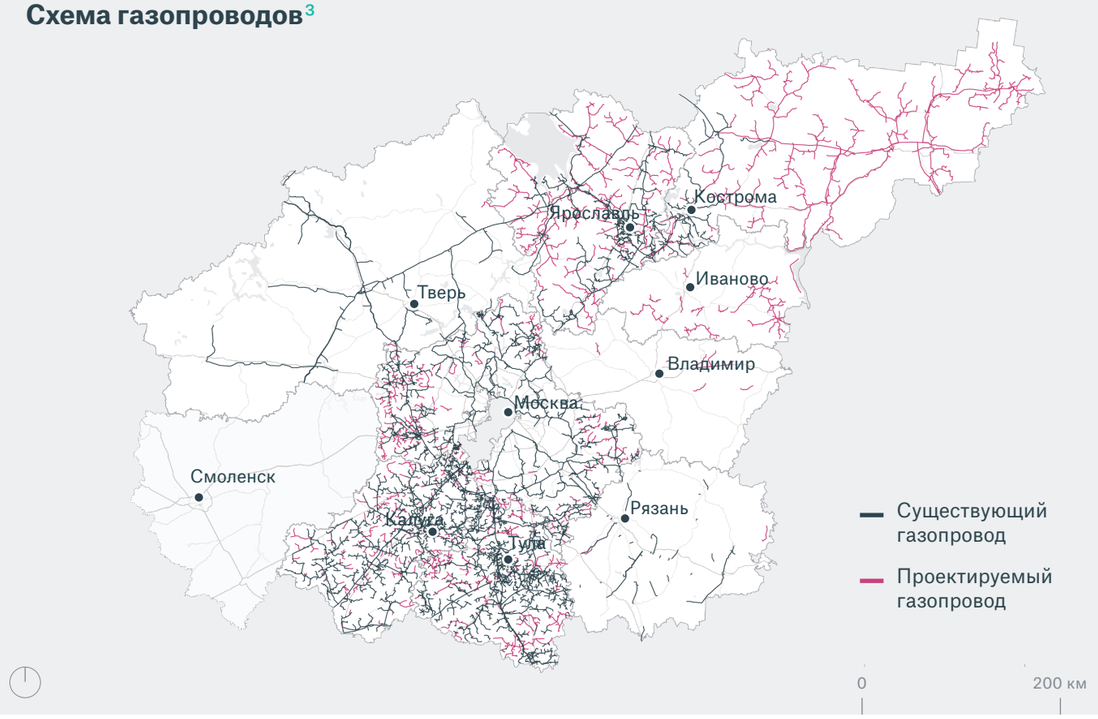


Утилизация



Инженерные коммуникации
Газоснабжение

Схема газопроводов[3]



Текущий уровень газификации



Перспективный уровень газификации



Создание туристической инфраструктуры на негазифицированной территории накладывает на предпринимателей дополнительные издержки по обеспечению территории газом. Создание инфраструктуры за счет региональных программ поддержки способствует росту предпринимательства.

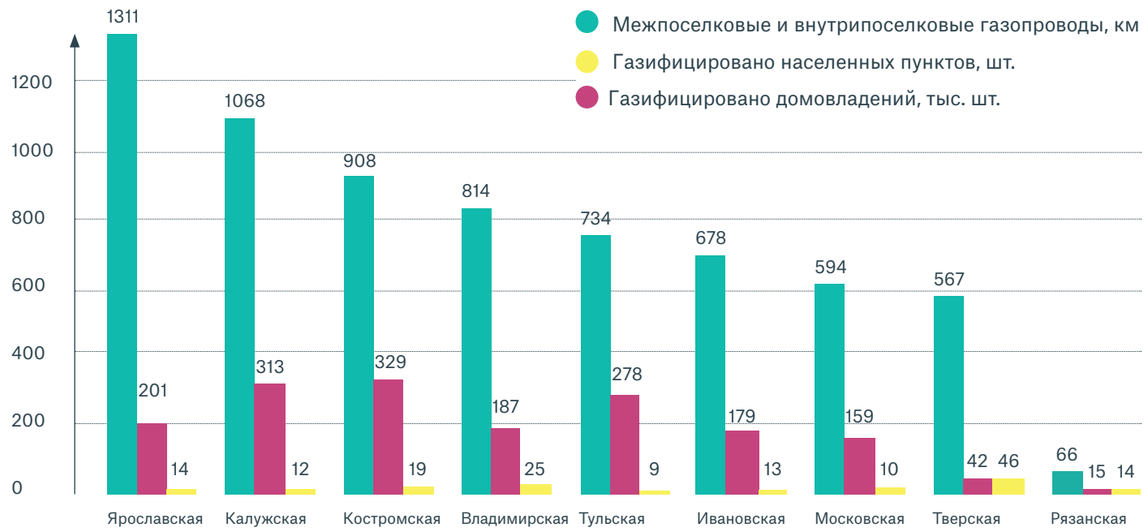
Проблемы

1. Недостаточная пропускная способность и износ магистральных газопроводов и ГРС.
2. Дефицит источников финансирования на уровнях регионов.
3. Длительная, дорогая и сложная процедура по подключению к сетям газоснабжения.
4. Слабая цифровизация процесса подключения.
5. Большое количество собственников сетей и трудности взаимодействия между ними.

Перспективы

1. Возможность развития благодаря федеральной программе «Газификация России» Правительства РФ и ПАО «Газпром», где целью является 100% газификация всех регионов РФ[1] — там, где это технически возможно и экономически целесообразно.
2. Наличие единого оператора газоснабжения (ПАО «Газпром»), что позволит решить проблему с дефицитом источников финансирования для нового строительства, в особенности, со строительством «последней мили».
3. Возможность проведения цифровизации систем газоснабжения.
4. Сокращение сроков и стоимости подключения к сетям газоснабжения.
5. Получение услуги по газификации через «единое окно».

Реализация программы газификации до 2025–2030 года

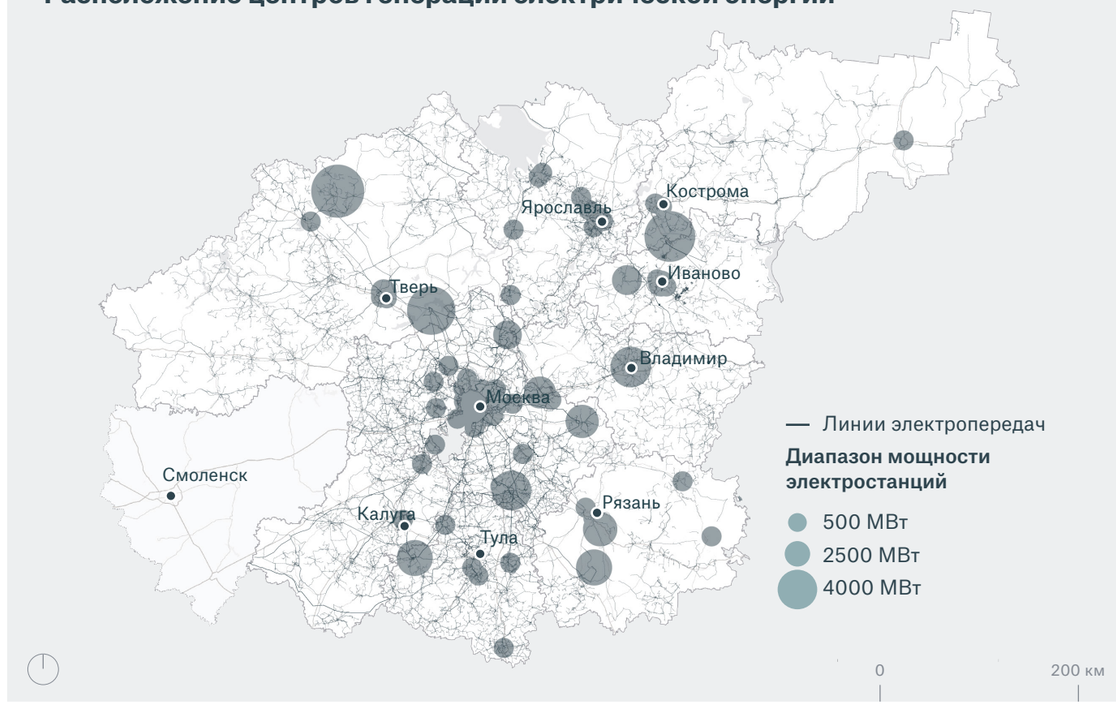


1. Федеральная программа «Газификация России» под руководством «Газпрома».
2. Программы развития газоснабжения и газификации с регионами (Газпром) на новый пятилетний период — 2021–2025 гг.
3. Согласно «Схемам территориального планирования регионов».

Инженерные коммуникации
Электроснабжение

Несмотря на проблемы износа и устаревшего оборудования, большая часть территории обеспечена электроэнергией. Отсутсвует электричество только на природных территориях, в удаленных и труднодоступных местах.

Расположение центров генерации электрической энергии



Доля линий электропередач в сети 110–35 кВ, отработавших нормативный срок[2]



Доля трансформаторов в сети 110–35 кВ, отработавших нормативный срок



1. Источник: Данные из ежегодного официального отчета Россетей.
2. Данные отсутсвуют по Тверской и Рязанской областям, официальные документы опубликованы без приложений.

Проблемы

1. Дефицит энергии по соотношению выработка / потребление и восполнение его за счет перетока через магистральные сети от поставщиков оптового рынка.
2. Низкий уровень автоматизации, цифровизации и обслуживания сети (в сравнении с зарубежными аналогами)[1].
3. Снижение надежности по причине высокого износа фонда распределительной сети. Нарастание объемов старения оборудования превышает темпы вывода его из работы и замены.
4. Применение устаревшего малоэффективного оборудования и потери в электрических сетях.

Перспективы

1. В каждом регионе разработана и утверждена схема и программа перспективного развития электроэнергетики, в соответствии с которой определяются наиболее приоритетные направления для инвестиций.
2. Одним из приоритетных направлений в инвестиционных программах межрегиональных сетевых компаний является увеличение уровня цифровизации и автоматизации.
3. Консолидации бесхозяйных объектов и сетей сторонних собственников в регионах у крупных распределительных компаний.

Доля реконструкции, нового строительства и переоснащения подстанций 110–35 кВ от общего количества, %

Московская, г. Москва	33,05
Тульская	17,61
Владимирская	15,38
Ивановская	12,14
Калужская	10,32
Ярославская	6,40
Костромская	3,03
Тверская	1,28

Выработка и потребление электроэнергии в регионах



Инженерные коммуникации
Водоснабжение

Большая часть территории обеспечена централизованной системой водоснабжения, несмотря на высокий износ сетей. Однако для туристической инфраструктуры наличие такого не является обязательным, возможно использование локальных источников-скважин.

Проблемы

1. В настоящее время износ сетей водоснабжения в целом по регионам Территории составляет порядка 50%.
2. Деградация системы жилищно-коммунального хозяйства нарастает, должны заменяться ежегодно не менее 5% труб с высоким износом, но меняется лишь 2%.
3. Несоответствие действующих коммунальных тарифов реальным потребностям в финансовых ресурсах, необходимых для модернизации коммунальной инфраструктуры.
4. Необходимы значительные финансовые ресурсы не только средств бюджетов всех уровней, но и частных инвестиций.
5. Непривлекательность для инвесторов систем и объектов коммунальной инфраструктуры в малых и средних городах с небольшим количеством потребителей.
6. Функцию снабжающих и эксплуатирующих организаций водопроводных сетей выполняют муниципальные предприятия. Крупные игроки рынка (ГК «Росводоканал», ОАО «Российские коммунальные системы», ОАО «Евразийский») не присутствуют.

Перспективы

1. С 2016 года предоставление государственной финансовой поддержки на реализацию проектов по модернизации систем и объектов коммунальной инфраструктуры с привлечением внебюджетных средств осуществляется централизованно — Фондом содействия реформированию жилищно-коммунального хозяйства (Фонд ЖКХ).
2. Отдельные мероприятия по модернизации очистных сооружений предприятий водопроводно-канализационного хозяйства, а также систем водоснабжения осуществляются в рамках реализации федерального проекта «Оздоровление Волги» в составе национального проекта «Экология», а также федерального проекта «Чистая вода», реализация которого с 2021 года осуществляется в рамках национального проекта «Жилье и городская среда».
3. Ожидается, что благодаря масштабной программе доля населения, обеспеченного качественной питьевой водой из систем централизованного водоснабжения, вырастет к 2024 году до 90,8%.
4. На достижение целей и задач по направлению «Чистая вода» в рамках нацпроекта «Экология», рассчитанного на шесть лет — с 2018 по 2024 год, выделено 245 млрд рублей, из которых 147 млрд рублей — средства из федерального бюджета.
5. Объемы выделяемых из федерального бюджета средств на модернизацию систем и объектов коммунальной инфраструктуры не соответствуют реальным потребностям в них.

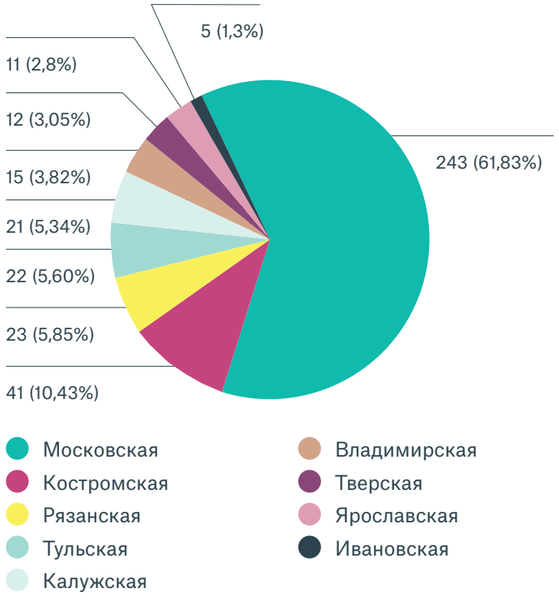
Доля источников и водопроводов, не отвечающих санитарным нормам и правилам, %

Ярославская	30,45
Владимирская	24,53
Московская	18,01
Калужская	16,49
Тульская	15,21
Тверская	8,97
Костромская	6,40
Рязанская	6,39
Ивановская	4,28

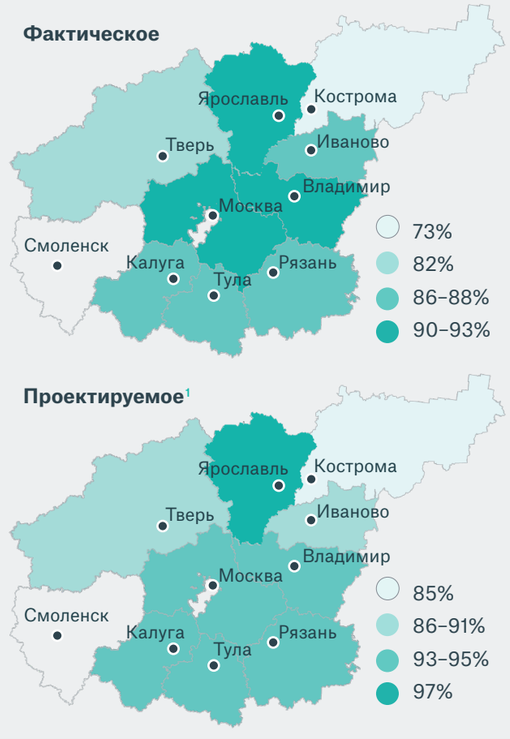
Доля уличной водопроводной сети, нуждающейся в замене, %

Калужская	52,45
Ивановская	50,73
Костромская	49,44
Рязанская	48,60
Тверская	47,85
Владимирская	44,53
Ярославская	43,79
Тульская	42,40
Московская	32,95

Новое строительство и реконструкция объектов, связанных с водоснабжением[1], шт.



Доля населения, обеспеченного качественной питьевой водой из системы централизованного водоснабжения, %



1. На 2024 г.
2. Источник: Данные Росстата // https://rosstat.gov.ru/.
3. Источник: Единая межведомственная информационно-статистическая система // https://www.fedstat.ru/.
4. Источник: Сайты региональных департаментов ЖКХ.
5. Региональные программы по модернизации и развитию объектов жилищно-коммунального хозяйства.

Инженерные коммуникации

Канализация[1,2,3,4]

Во всех исследуемых областях, за исключением Костромской, Тверской и Московской, большая часть сточных вод не очищается до нормативных значений, что приводит к кризису загрязнения окружающей среды.

Проблемы

1. Износ сетей канализации исследуемой территории составляет 48%.
2. Отсутствие на уровне субъектов Российской Федерации систематизированной объективной и достоверной информации о фактическом технико-экономическом состоянии объектов коммунальной инфраструктуры водоотведения.
3. Неудовлетворительное состояние очистных сооружений.
4. Доля загрязненных сточных вод в РФ в 2019 году составила 32,8% от суммарного показателя сброса всех сточных вод, почти 59% загрязнителей — канализации.

Перспективы

1. В соответствии со Стратегией экологической безопасности Российской Федерации на период до 2025 года строительство и модернизация очистных сооружений обозначены в качестве одного из приоритетных направлений в решении задачи по обеспечению экологической безопасности.
2. Отдельные мероприятия по модернизации очистных сооружений предприятий водопроводно-канализационного хозяйства, а также систем водоснабжения осуществляются в рамках реализации федерального проекта «Оздоровление Волги» в составе национального проекта «Экология», а также федерального проекта «Чистая вода», реализация которого с 2021 года осуществляется в рамках национального проекта «Жилье и городская среда».
3. Вместе с тем следует констатировать, что объемы выделяемых из федерального бюджета средств на модернизацию систем и объектов коммунальной инфраструктуры не соответствуют реальным потребностям в них.
4. Учитывая накопленные объемы ветхой коммунальной инфраструктуры, для решения проблемы по ее модернизации требуются значительные финансовые ресурсы и вложение не только средств бюджетов всех уровней, но и привлечение частных инвестиций в инфраструктурные проекты.

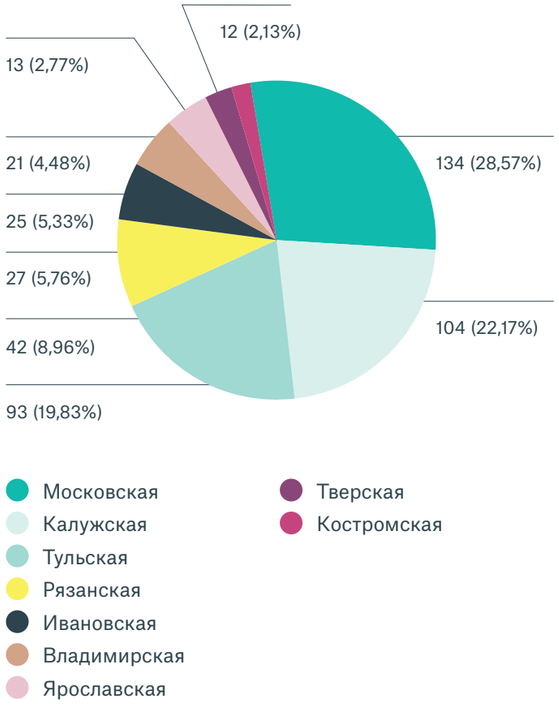
Доля сточных вод, очищенных до нормативных значений, в общем объеме сточных вод, пропущенных через очистные сооружения, %[4]



Плотность канализационных сетей, км/км²

Московская	0,551
Владимирская	0,093
Тульская	0,102
Тверская	0,029
Ярославская	0,067
Калужская	0,071
Рязанская	0,046
Ивановская	0,080
Костромская	0,017

Число аварий на канализационных сетях за 2020 год, шт.



Доля канализационной сети и главных коллекторов, нуждающихся в замене, %

Ярославская	54	49
Тульская	49	46
Московская	49	41
Калужская	49	52
Ивановская	48	31
Тверская	48	42
Владимирская	47	49
Рязанская	46	42
Костромская	41	39

Канализационные сети
Главные коллекторы

1. Согласно данным Министерства Природы.
2. Источник: Данные Росстата // https://rosstat.gov.ru/.
3. Источник: Единая межведомственная информационно-статистическая система // https://www.fedstat.ru/.
4. Сайты региональных департаментов ЖКХ.

Инженерные коммуникации

Теплоснабжение[1,2,3,4]

В туристических объектах чаще применяются системы индивидуального отопления, а также автономные системы. Для инфраструктуры, расположенной на удаленных природных территориях, рекомендуется применение альтернативных источников энергии.

Проблемы

1. За последние десятилетия наблюдается переход потребителей на использование индивидуальных систем отопления и ГВС и систем децентрализованного теплоснабжения с применением источников тепловой энергии малой мощности, количество которых с 2000 г. увеличилось более чем на 20%.
2. В настоящее время износ сетей теплоснабжения в целом по регионам Территории составляет порядка 40%, при этом деградация системы жилищно-коммунального хозяйства нарастает.
3. Работы по замене тепловых сетей в регионах Территории ведутся в «догоняющем режиме», то есть старение сетей происходит быстрее, чем их обновление и, как следствие происходящих процессов, отмечается увеличение доли потерь в общем объеме произведенной тепловой энергии.
4. Снижение используемой тепловой мощности, уход потребителей из системы центрального теплоснабжения и, как следствие, — снижение объемов поставляемой тепловой мощности стали причиной снижения инвестиционной привлекательности отрасли.

Перспективы

1. Министерство энергетики РФ разработало «Рейтинг эффективности теплоснабжения регионов», который публикуется ежегодно.
2. Одним из основных инструментов планирования и развития теплоснабжающих организаций в частности и отрасли в целом является разработка Схем теплоснабжения населенных пунктов. Наличие качественно разработанной Схемы теплоснабжения является залогом успешного и эффективного развития территории.
3. В регионах Территории присутствуют следующие крупные игроки рынка теплоснабжения, которые осуществляют значительные инвестиции в рамках концессионных соглашений: ПАО «Т Плюс», ПАО «Газпром» ГК «РГК».
4. На уровнях регионов действуют программы модернизации и развития объектов жилищно-коммунального хозяйства. Наметилась положительная динамика по отношению к предыдущим периодам, заменяется значительное количество тепловых сетей и источников систем теплоснабжения, снижается аварийность.
5. Лучше всего ситуация обстоит в регионах, где удалось привлечь частные инвестиции. Бюджетного финансирования недостаточно для модернизации и восстановления систем теплоснабжения.

Доля тепловых и паровых сетей, нуждающихся в замене, %

Костромская	45,27
Рязанская	44,29
Владимирская	41,61
Тверская	39,92
Тульская	36,07
Ярославская	35,21
Московская	17,41
Ивановская	15,77
Калужская	12,64

Рейтинг эффективности теплоснабжения регионов на 2020 год, %

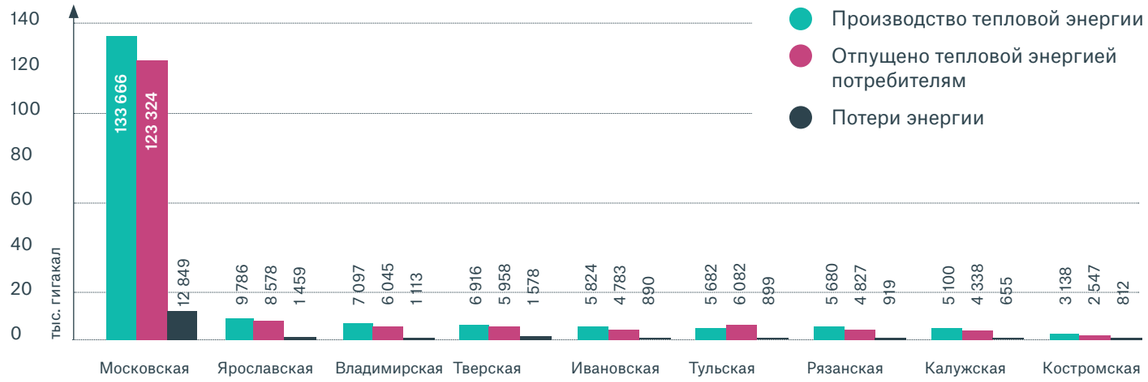


Число аварий на источниках теплоснабжения и на тепловых и паровых сетях в 2020 году, ед.

- Аварии на тепловых и паровых сетях
- Аварии на источниках теплоснабжения

Московская	506	555
Владимирская	65	69
Костромская	54	56
Ярославская	25	27
Ивановская	23	23
Рязанская	7	8
Калужская	6	8
Тверская	4	10
Тульская		4

Производство, отпуск и потери тепловой энергии за 2020 год, тыс. гКал



1. Источник: Данные Росстата // https://rosstat.gov.ru/.
2. Источник: Единая межведомственная информационно-статистическая система // https://www.fedstat.ru/.
3. Источник: Сайты региональных департаментов ЖКХ.
4. Региональные программы по модернизации и развитию объектов жилищно-коммунального хозяйства.

Транспортная инфраструктура
Водный транспорт

Рыбинское и Горьковское водохранилища имеют потенциал для развития яхтенного туризма. Потенциал для развития круизных маршрутов по рекам также имеют Ярославская, Ивановская и Костромская области. Существующая инфраструктура не позволяет раскрыть полноценно потенциал круизного туризма.

Проблемы

1. Значительная степень зависимости периода навигации от климатических условий. Судоходство имеет ярко выраженный сезонный характер, при этом в различных регионах круизная навигация составляет от 3 до 6 месяцев, что влияет на инвестиционную привлекательность бизнеса.
2. Влияние гидрометеорологических факторов (маловодность и обмеление русел рек, сгонно-нагонные и штормовые явления, ветер, туман, осадки).
3. Неприспособленность под нужды маломобильных групп населения.
4. Износ и недостаток гидротехнических сооружений. Узкие места в шлюзах ограничивают пропускную способность.
5. Недостаточно развита береговая инфраструктура — недостаток портов, причалов, отсутствие полноценной инфраструктуры обслуживания пассажиров.
6. Текущего бюджетного финансирования недостаточно для развития и поддержания инфраструктуры водного транспорта. Необходимо привлечение частного капитала, в том числе концессионных соглашений.

Перспективы

1. Высокий потенциал развития водного транспорта в регионах «Большого Золотого кольца» благодаря протяженности судоходных рек (3926 км).
2. Модернизация и строительство инфраструктуры круизного туризма благодаря ликвидации инфраструктурных ограничений внутренних водных путей.
3. Модернизация и развитие принимающих сервисов, таких как порты и привокзальные площади.
4. Приспособление круизной инфраструктуры под прием маломобильных категорий туристов.
5. Увеличение количества маршрутов благодаря применению пассажирских колесных судов.
6. Наличие крупных инфраструктурных проектов, таких как строительство речного порта в Конаковском районе на территории особой экономической зоны «Завидово», рассчитанного на 816 заходов судов в год и среднегодовой пассажиропоток 204 тысячи человек.

Схема объектов водного транспорта



Количество марин для малых судов, шт.[2]

Московская	34
Ярославская	14
Тверская	13
Костромская	6
Ивановская	3
Калужская	3
Рязанская	2
Владимирская	0
Тульская	0

Протяженность судоходных рек, км[1]



Протяженность рек потенциально судоходных при создании инфраструктуры (всего — 3926 км)

Протяженность рек, пригодных для круизных судов (всего — 2295 км)

1. Существующая протяженность судоходных рек соответствует данным Росстата и Росморречфлота, потенциально пригодные судоходные реки оценены с помощью геоинформационных систем.
2. Источник: Яндекс Карты.
3. Источник: Сайты региональных департаментов транспорта.

Транспортная инфраструктура

Автомобильный транспорт[1, 2, 3]

Состояние дорожной инфраструктуры и сервисов осложняет индивидуальные путешествия на автомобиле и туристических автобусах. Радиальные трассы перегружены, что создает сложности с осмотром объектов туристского показа, выполнением программы по маршруту, комфортным путешествием.

Проблемы

1. Слабость транспортной инфраструктуры, низкие качество и пропускная способность дорог регионального и местного значения, особенно дороги Ярославль — Иваново и Переславль — Юрьев-Польский (обе не являются частями Р-132[5]).
2. Недостаточность и высокая степень износа транспортных средств, используемых для перевозки туристов.
3. Проблемы логистики. Заторы на выездах из Москвы как фактор, влияющий на общее время путешествия.

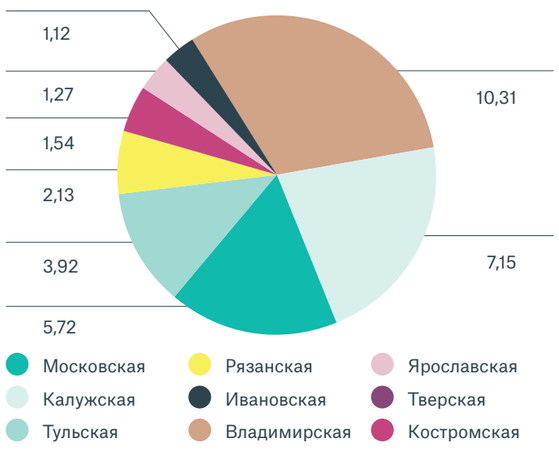
Перспективы

1. Улучшение связности с Владимирской и Ивановской областями за счет строительства скоростной автодороги М-12.
2. Минимизация транспортных заторов внутри населенных пунктов за счет реконструкции и строительства обходов населенных пунктов на магистральных дорогах (в частности М-5, обходы Рязани, Иваново, Костромы, Калуги, Александрова, Киржача, Новомосковска).
3. Улучшение показателей безопасности за счет приоритетной реализации программы «Безопасные и качественные дороги» в исследуемом регионе.

Плотность автомобильных дорог общего пользования с твердым покрытием
на 1000 км² территории

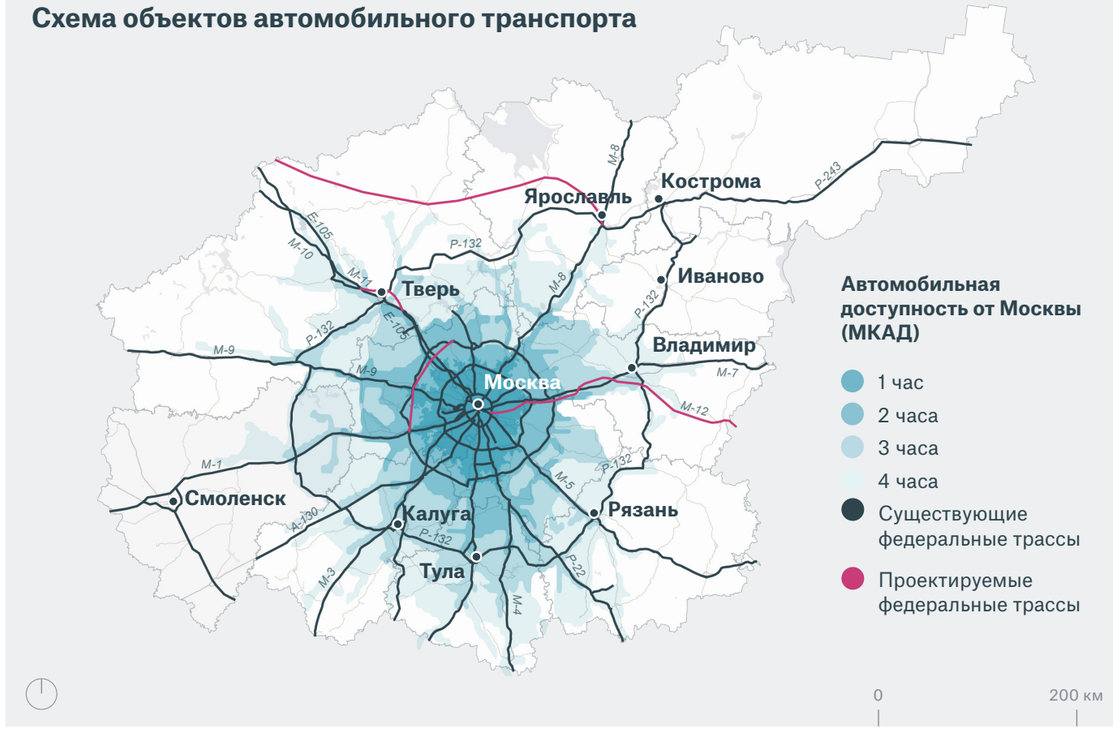


Доля автомобильных дорог федерального и регионального значения, работающего в режиме транспортных заторов, %



1. Источник: Данные Росстата https://rosstat.gov.ru/.
2. All-transport: расписания транспорта России и СНГ http://www.all-transport.info/.
3. Сайты региональных департаментов транспорта.
4. Статистический показатель согласно «Методике оценки состояния автомобильных дорог общего пользования».
5. Автодорога «Золотое кольцо».

Схема объектов автомобильного транспорта



Протяженность дорог федерального значения, км

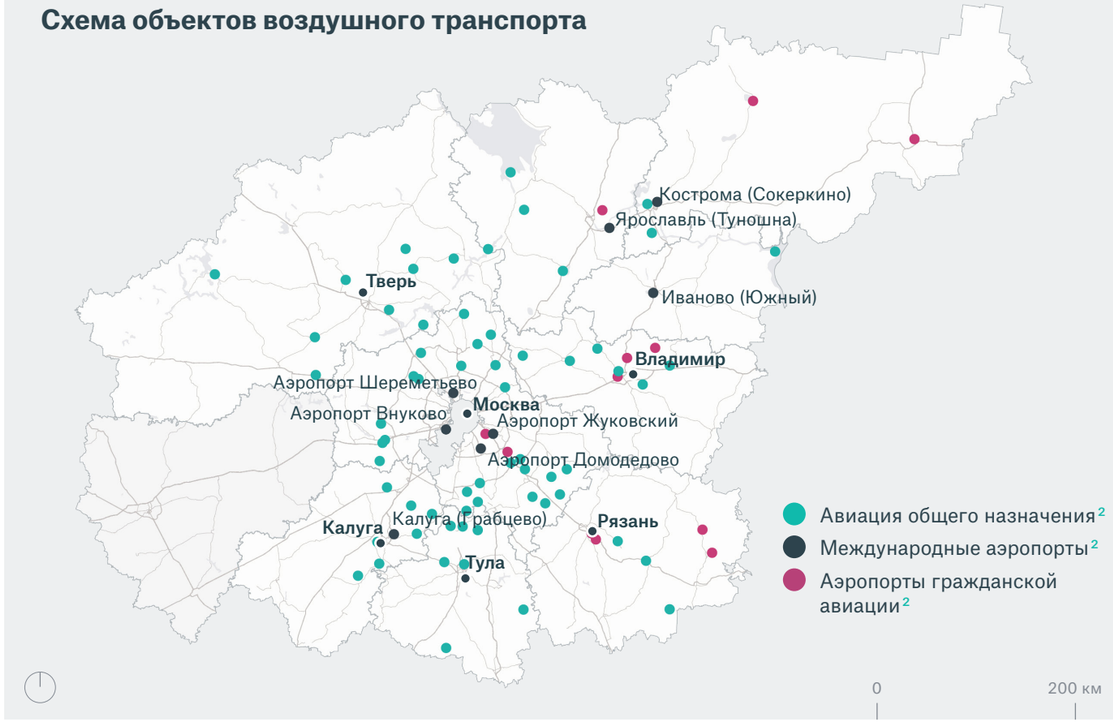


Доля автомобильных дорог, отвечающих нормативным требованиям, %[4]

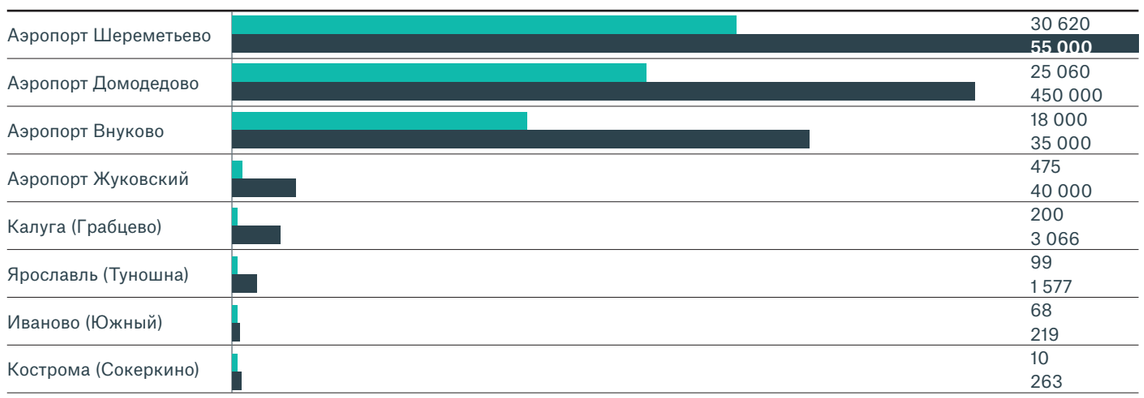


Транспортная инфраструктура
Воздушный транспорт[3]

Схема объектов воздушного транспорта



Использование пропускной способности аэропортов в 2021 году, тыс.[1]



1. Источник: Сайты аэропортов.
2. Яндекс карты.
3. Сборник Аэронавигационной Информаци http://www.caica.ru/common/AirInter/validaip/

Международные пассажирские аэропорты расположены только в Московской области. Отсутствие пассажирских аэропортов в региональных центрах ограничивает использование данного вида транспорта.

Проблемы

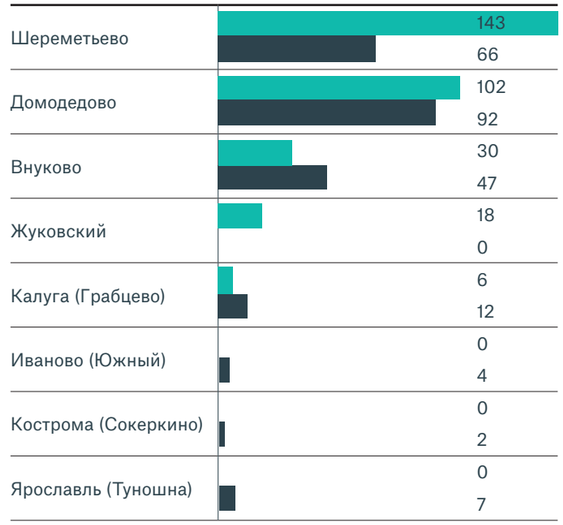
1. Коммерческие перевозки пассажиров малой авиацией между регионами отсутствуют, несмотря на наличие 38 действующих гражданских аэродромов малой авиации;
2. Отсутствует приемлемая для развития отрасли законодательная база;
3. Низкая рентабельность у межрегиональных и межмуниципальных перевозок из-за повышенных требований к аэродромам, квалификации и количеству персонала компании перевозчика и воздушным судам.

	Количество действующих гражданских аэродромов малой авиации	Количество аэропортов с регулярными коммерческими пассажирскими рейсами	Степень свободы воздушного пространства[3]
Московская	11	4	4
Ивановская	0	1	2
Калужская	5	1	4
Костромская	3	1	2
Ярославская	1	1	4
Владимирская	6	0	1
Рязанская	5	0	1
Тверская	5	0	1
Тульская	2	0	1
Всего	38	8	-

Перспективы

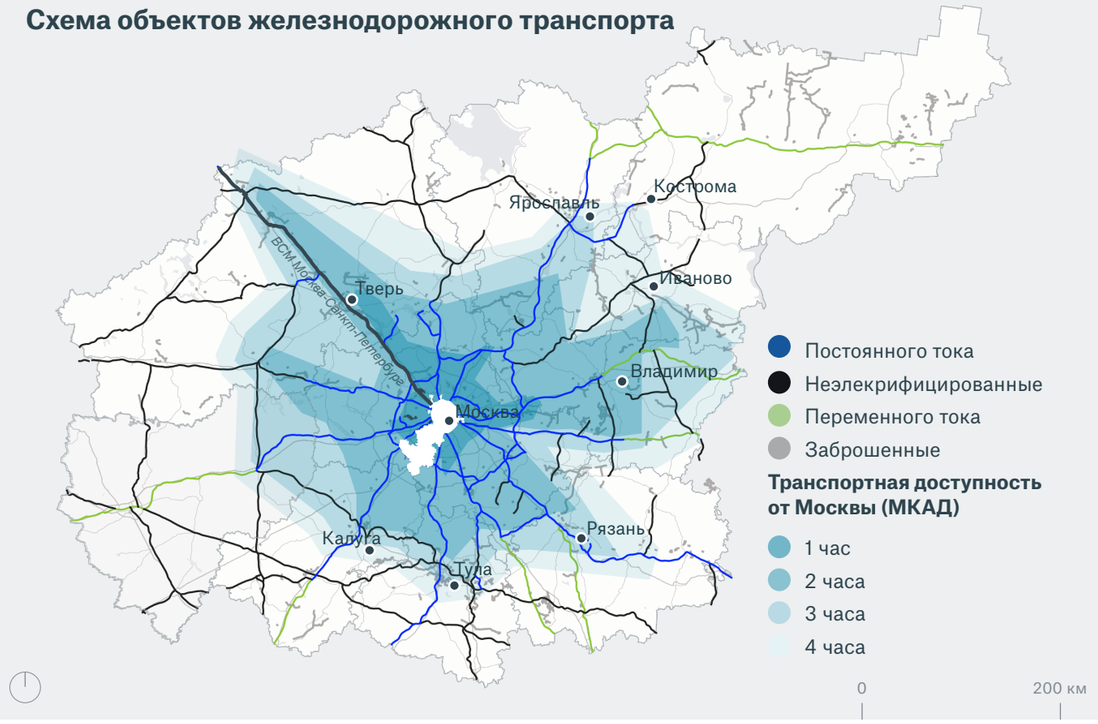
1. Планы по строительству новых аэропортов с регулярными коммерческими пассажирскими рейсами в регионах Большого Золотого кольца отсутствуют;
2. Имеются планы по увеличению мощности действующих аэропортов (Терминал Т2 аэропорта Домодедово, строительство грузового аэропорта для дальнемагистральных «кросс-полярных» авиалиний на базе заброшенного аэродрома Ефремово-Восточный в Тульской области, реконструкция аэропорта в Ярославской области);
3. Текущая степень загрузки имеющихся мощностей воздушного транспорта (максимальная степень использования пропускной способности составляет 49% в Московской области) свидетельствует о потенциале роста за счет увеличения использования имеющихся мощностей объектов и открытия дополнительных направлений перелетов.

Количество международных и внутренних направлений

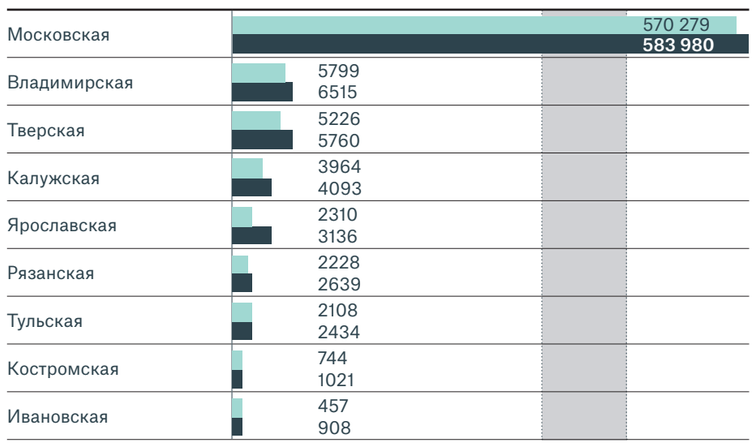


Транспортная инфраструктура
Железнодорожный транспорт[3]

Схема объектов железнодорожного транспорта



Суммарный пассажиропоток за 2019 год[2], тыс. чел.



Регион	Детская железная дорога	Круизы, ретропоезда
Ивановская	–	+
Костромская	–	+
Московская	+	+
Тверская	–	+
Тульская	+	+
Ярославская	+	+
Владимирская	–	–
Калужская	–	–
Рязанская	–	+

1. Источник: Данные Росстата // https://rosstat.gov.ru/.
2. Статистика за 2019 год. Пассажиропоток на ж/д вокзалах России // https://www.zd-media.ru/statistika/stations-2019.htm.
3. https://www.rzd.ru/

До региональных центров из Москвы можно добраться за 2–4 часа. Однако для того, чтобы добраться до точек притяжения туристов используются альтернативные виды транспорта: автобусное сообщение и такси.

Проблемы

1. Железнодорожный транспорт есть во всех регионах «Большого Золотого кольца». Наибольшая доля пассажиропотока приходится на Московскую область (85 %);
2. Ивановская, Костромская и Ярославская области имеют низкую плотность сети железных дорог;
3. Высокая степень износа основных фондов подвижного состава, высокие издержки на текущее содержание и ремонт железнодорожного полотна;
4. Низкие качество и ассортимент услуг;
5. Низкая связность регоинов между собой.

Перспективы

1. Инвестиционные проекты, направленные на развитие железнодорожной инфраструктуры, в том числе на создание железнодорожных круизов, детских железных дорог и обеспечение потребности в развитых линиях железнодорожного транспорта, что увеличит связанность территории и повысит показатели комфорта для туристов;
2. Одним из инструментов повышения эффективности железнодорожного транспорта является развитие скоростных и высокоскоростных межрегиональных сообщений, призванных сблизить субъекты Российской Федерации, что позволит сократить время в пути;
3. Крупнейшим проектом в рамках развития будет строительство первой в России высокоскоростной пассажирской магистрали (ВСМ) Москва — Казань. ВСМ ускорит время в пути до туристических объектов во Владимирской области.

Плотность ж/д путей общего пользования[1],
км путей на 10 000 км² территории

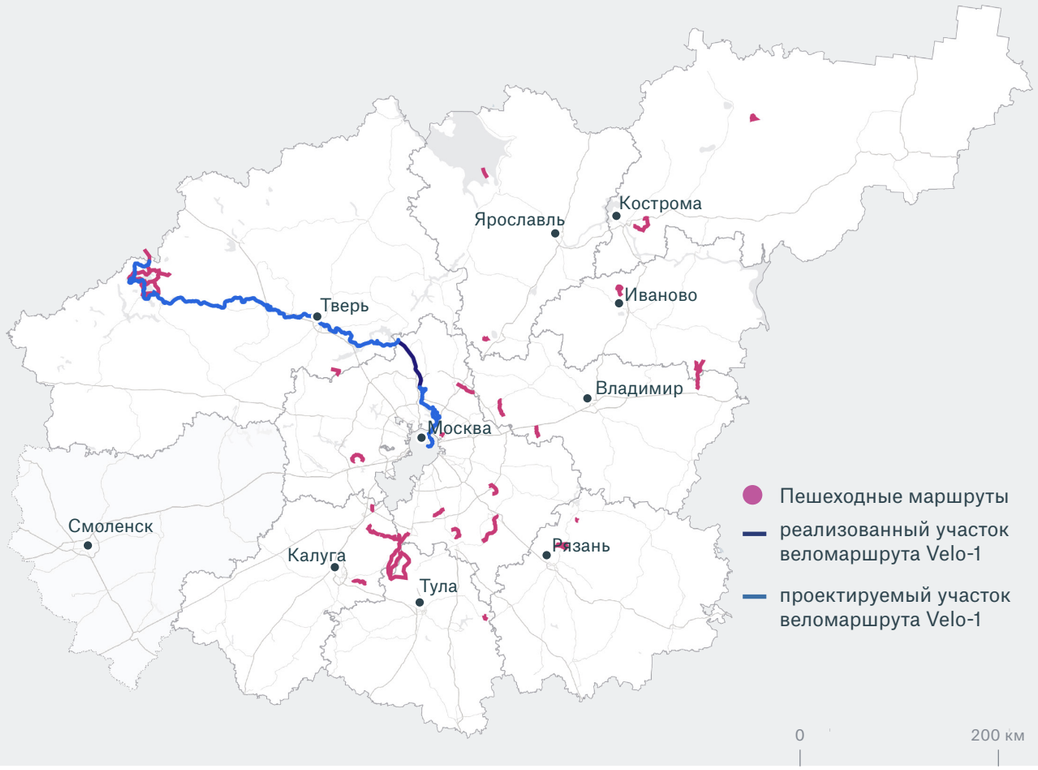


Протяженность ж/д общего пользования, км

Московская	2670,21
Тверская	1806,80
Тульская	941,64
Рязанская	940,70
Владимирская	920,48
Калужская	859,50
Ярославская	651,58
Костромская	642,11
Ивановская	344,70

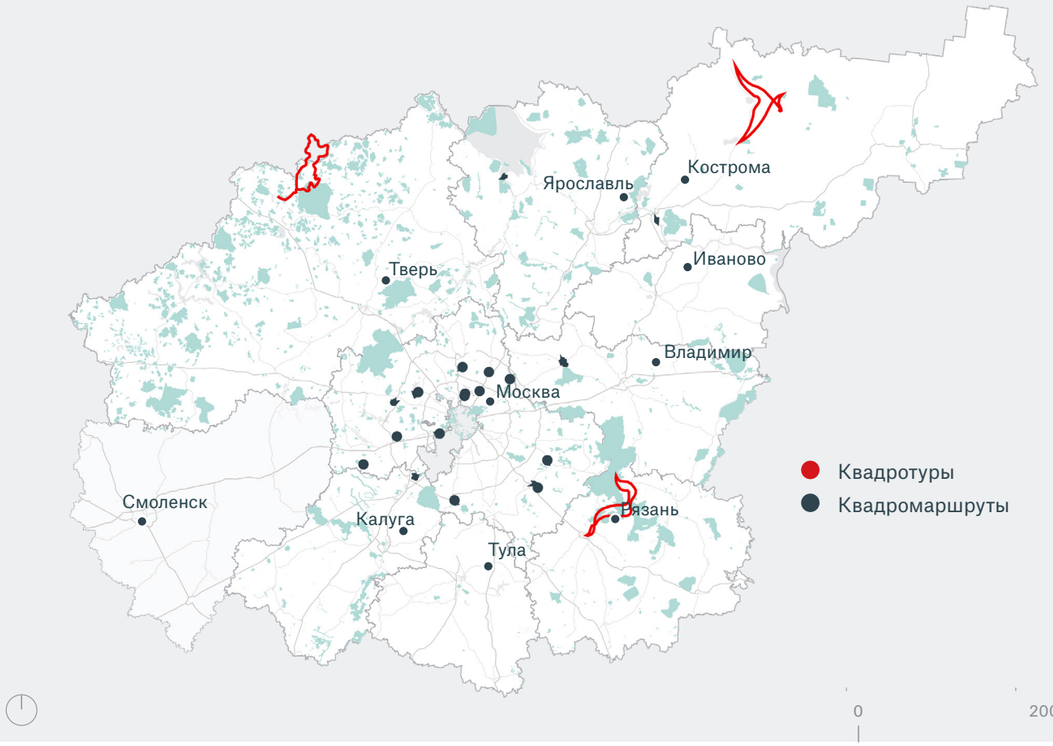
Транспортная инфраструктура
Микромобильность

Велосипедная инфраструктура



На данный момент на территории Большого Золотого кольца нет связанных межрегиональных веломаршрутов. Существующая инфраструктура имеет разрозненный характер и не связана в единую систему. В настоящее время реализован[1] первый участок межрегионального маршрута Velo-1 длиной 1000 км от г. Яхрома до г. Дубна. В ближайшее время планируется реализация дополнительных участков, проходящих по территории Московской и Тверской областей.

Пешеходная инфраструктура



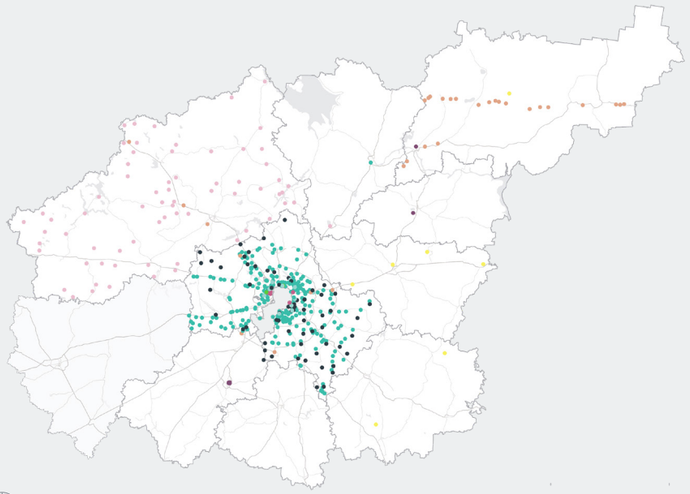
Маршруты на внедорожном транспорте — квадроциклах и снегоходах продолжительностью от получаса до нескольких часов проложены около расположены вблизи мест отдыха и пунктов их проката. Такие объекты расположены преимущественно на территории Московской области. В парках и природных территориях Рязанской и Тверской области, таких как Мещерский и около озера Селигер, посетителям предлагают туры большей продолжительности — от 2 до 4 дней. Кроме того, каждый год начиная с 2013 года проводится межрегиональный фестиваль внедорожных видов спорта «Июльская квадрожара» в селе Кольчугино. Предлагается маршрут вокруг Чухломских теремов, в Костромской области проводится Экспедиционный рейд «Полная Чухлома».

1. Источник: https://velo-1.com/.
2. Источник: http://www.park-meshera.ru; https://www.tourister.ru; https://www.vpoxod.ru.

Транспортная инфраструктура
Планы развития

На исследуемой территории были проанализированы планируемые к размещению объекты транспортной инфраструктуры.

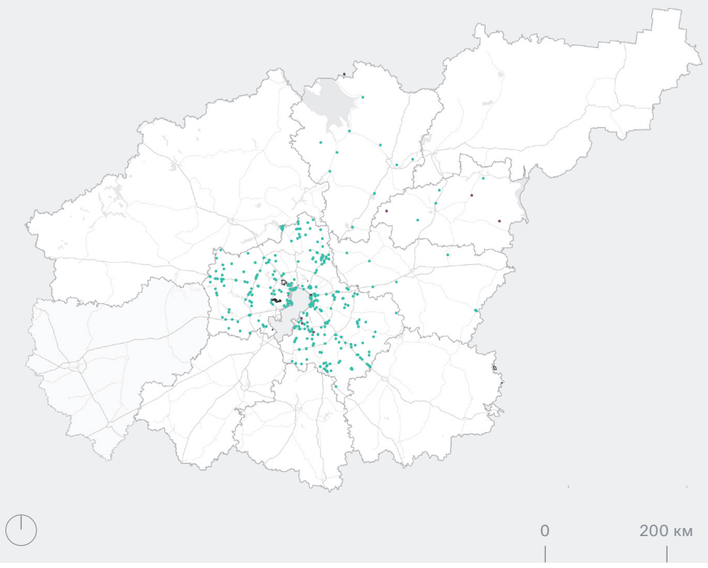
Объекты транспортного обслуживания



Из объектов транспортного обслуживания преобладают планируемые развязки в Московской области, посадочные площадки для средств авиации в Тверской области и железнодорожные станции в Костромской области. Последние обсуловлены развитием Северной железной дороги.

- Депо
- Развязка
- Аэропорт
- Посадочная площадка
- Вертодром
- Автостанция автовокзал
- Ж/д станция, ж/д вокзал

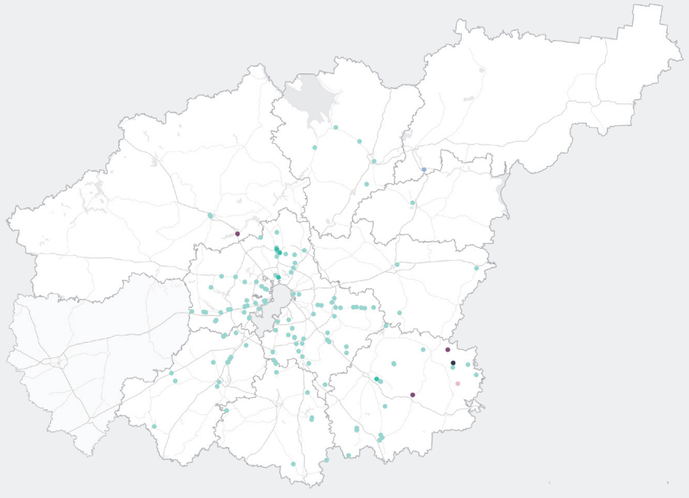
Объекты придорожного сервиса



Из объектов придорожного сервиса преобладают планируемые АЗС в Московской области, в небольшом количестве планируется разместить мотели в Московской, Костромской, Ярославской, Ивановской и Владимирской областях.

- АЗС
- Придорожный сервис

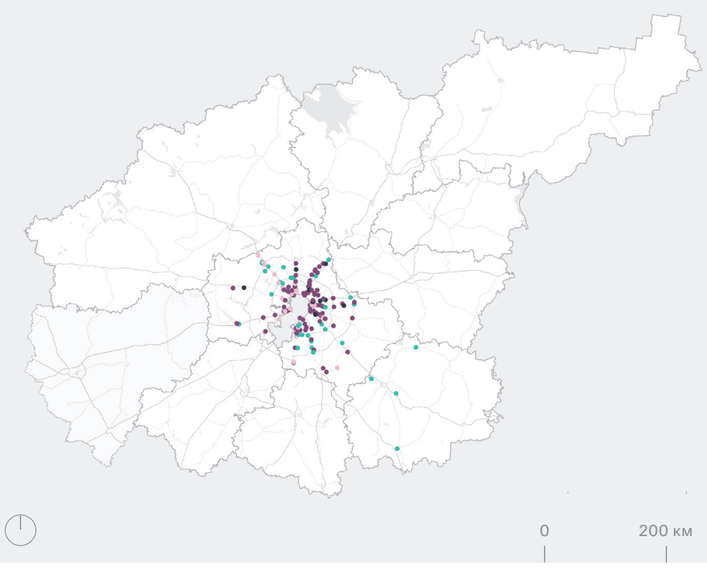
Объекты берегового сервиса



Из объектов берегового сервиса преобладают планируемые мостовые сооружения в Московской области. Также в небольшом количестве предлагаются к размещению новые речные порты, пристани и причалы, паромные переправы в границах БЗК.

- Мостовое сооружение
- Речной порт
- Пристань/причал
- Дамба
- Паромная переправа

Объекты логистического сервиса



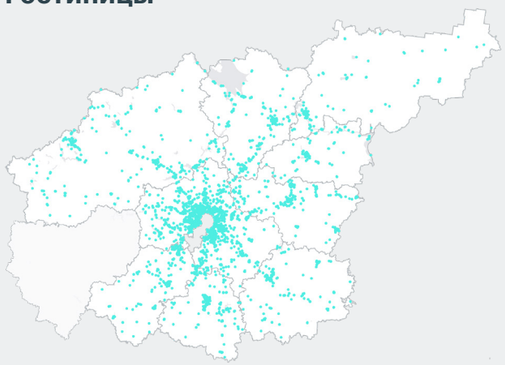
Из объектов логистического сервиса преобладают пересадочные узлы в Московской области, также в Рязанской области размещается несколько логистических центров.

- Логистический центр
- Пересадочный узел
- Пешеходный переход
- Автостоянка

Туристическая инфраструктура
Концентрация объектов размещения[1]

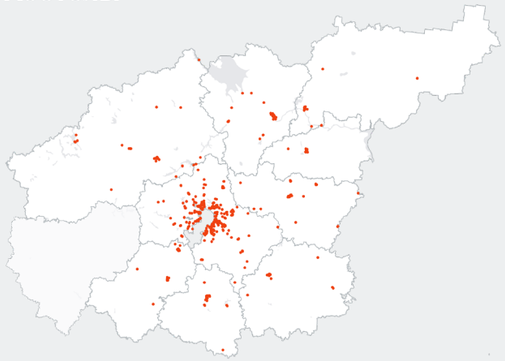
Гостиницы являются самым распространенным средством размещения. Больше всего объектов размещения сконцентрировано в Московской области. Меньше всего развиты Костромская и Ивановская области. За исключением крупных городов, наблюдается дефицит средств размещения, что не позволяет обеспечить туристический поток комфортными сервисами.

Гостиницы



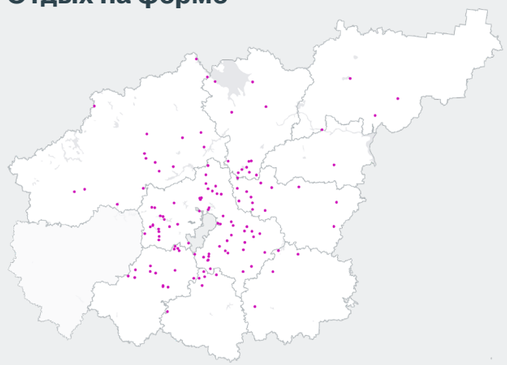
Больше всего гостиниц в Московской области. Меньше всего гостиниц в Костромской области. Гостиницы расположены в крупных городах, пригородах и около природных территорий.

Хостелы



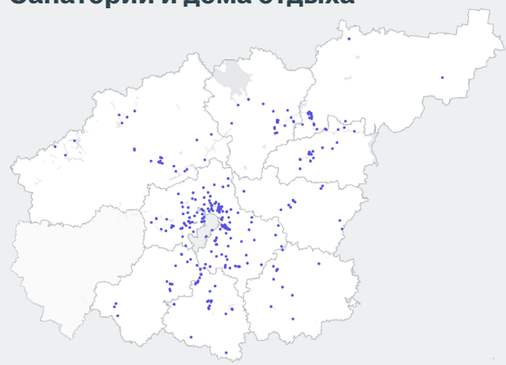
Хостелы расположены преимущественно в Московской области. Также присутствуют в Ярославской, Тверской, Владимирской и Рязанской областях.

Отдых на ферме



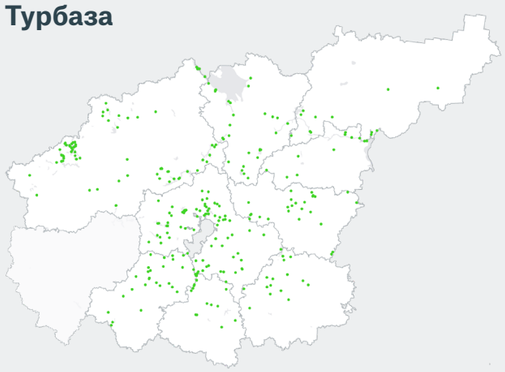
Отдых на ферме в формате агро- и сельского туризма наиболее развит в Московской области, однако в других областях появляются новые экофермы, подворья и объекты зоотерапии.

Санатории и дома отдыха



Санатории и профилактории по большей части советского периода сконцентрированы преимущественно в Московской области, по берегам крупных рек и озелененных территорий.

Турбаза



Турбазы наиболее распространены в Тверской и Московской областях. Меньше всего турбаз в Ивановской и Костромской областях.

Детский лагерь



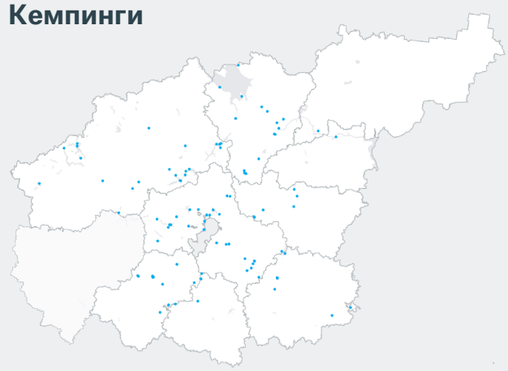
Больше всего лагерей в Московской области, также развиты во Владимирской и Ярославской. Меньше всего лагерей в Костромской области.

Горнолыжный комплекс



Больше всего горнолыжных комплексов в Московской области. Также имеются горнолыжные комплексы в Тверской, Тульской и Владимирской областях. Меньше всего в Костромской и Рязанской.

Кемпинги



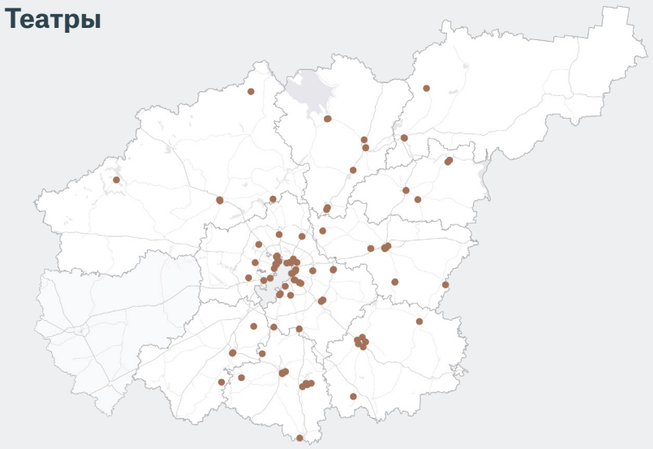
Больше всего кемпингов в Московской и Тверской областях. Также есть в Калужской, Рязанской и Ярославской областях. Меньше всего кемпингов в Ивановской и Костромской областях.

1. Источник: Openstreetmap, февраль 2022.

Туристическая инфраструктура
Концентрация сервисных объектов

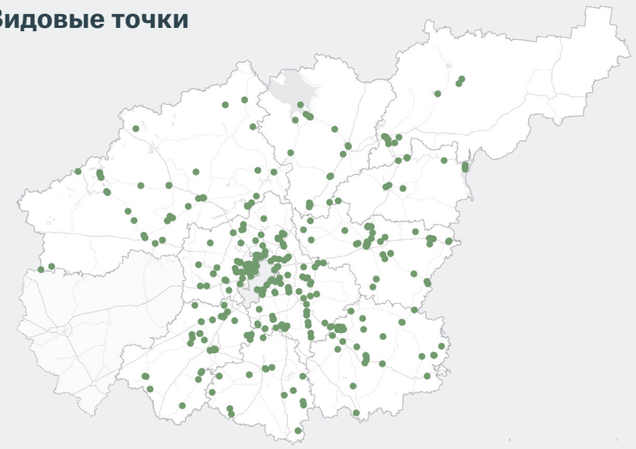
Кафе являются самым распространенным сервисным объектом. Больше всего объектов сконцентрировано в Московской области. Меньше всего развиты Костромская область, в остальных областях уровень объектов сервисного обслуживания распределен равномерно. Хуже всего макрорегион обеспечен театрами. Для развития туристической инфраструктуры нужно равномерно поднимать уровень обеспеченности всеми сервисами обслуживания.

Театры



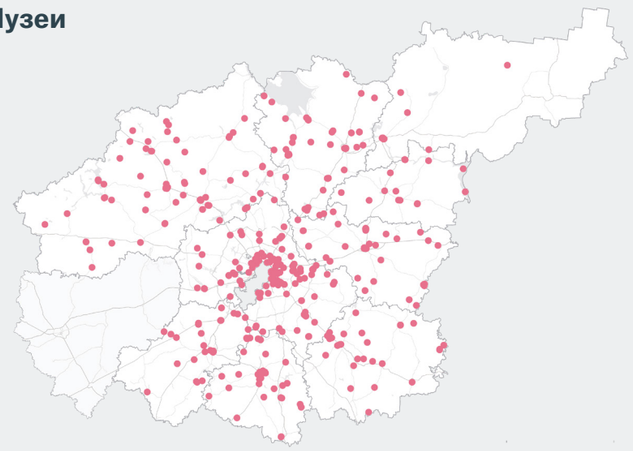
Больше всего театров в Московской области, меньше всего — в Костромской области. Театры расположены в крупных городах, а также в других областных центрах.

Видовые точки



Больше всего видовых точек в Московской области, меньше всего — в Костромской области. Видовые точки располагаются в исторических зонах центральной части городов, а также в выразительных природных участках местности.

Музеи



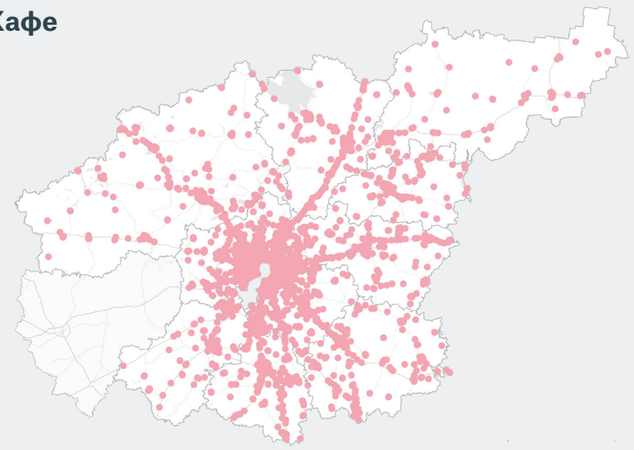
Больше всего музеев в Московской области, меньше всего — в Костромской области. Музеи расположены в административных центрах областей, а также в местах «исторической памяти».

Общественные туалеты



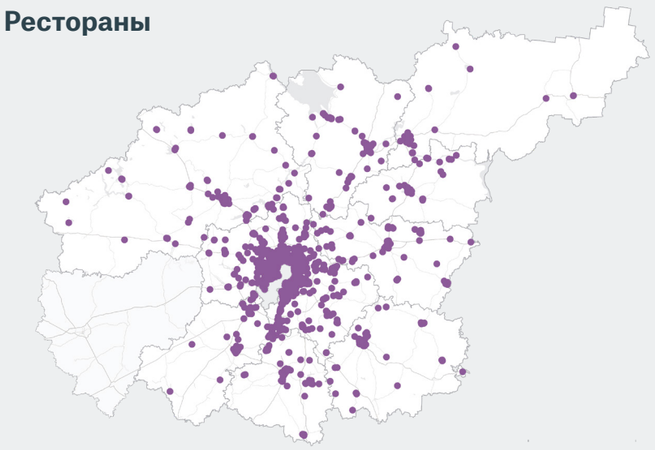
Больше всего общественных туалетов в Московской области, меньше всего — в Костромской, Ивановской, Тульской и Владимирской областях. Общественные туалеты расположены в крупных городах, пригородах и около крупных транспортных и торговых пунктов.

Кафе



Больше всего кафе в Московской области, меньше всего — в Костромской области. В остальных регионах уровень кафе в среднем варьируется от 300 до 600 объектов в области. Кафе преимущественно располагаются в центрах городов, вдоль региональных транспортных артерий.

Рестораны



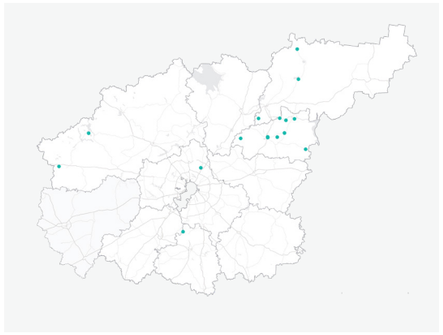
Больше всего ресторанов в Московской области, меньше всего — в Костромской области. Основное количество ресторанов располагается в центрах городов, а также на рекреационных территориях.

Объекты культурного наследия

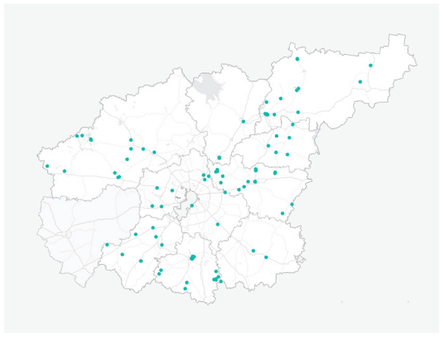
Виды согласно 73-ФЗ[1]

Достопримечательные места[2]

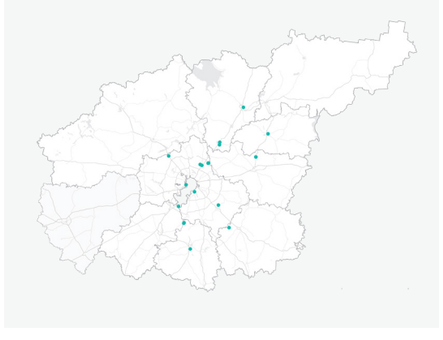
группы памятников, которые могут быть отнесены к градостроительным ансамблям; произведения ландшафтной архитектуры и садово-паркового искусства, некрополи; объекты археологического наследия.



20
объектов наследия архитектуры (градостроительства)



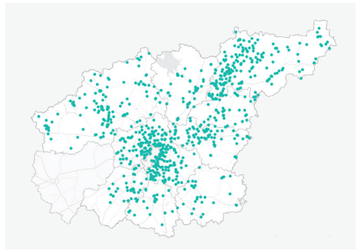
116
объектов исторического наследия



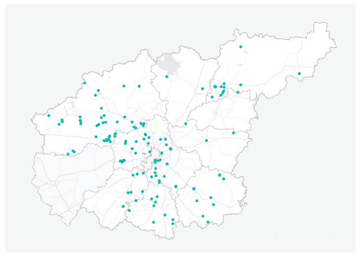
21
объект без категории

Ансамбли[2]

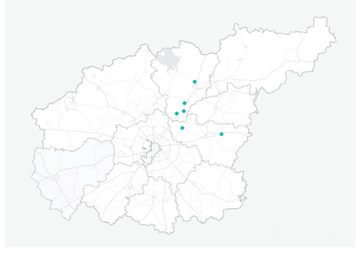
Группы памятников, произведения ландшафтной архитектуры и садово-паркового искусства, некрополи, объекты археологического наследия.



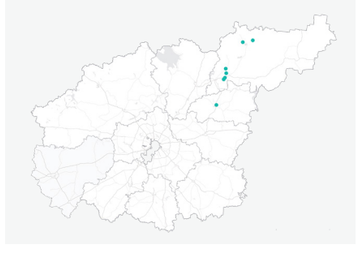
1635
объектов наследия архитектуры (градостроительства)



7
объектов исторического наследия



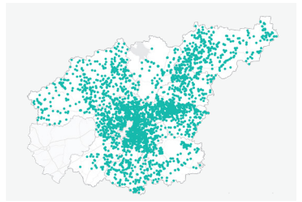
7
объектов археологического наследия



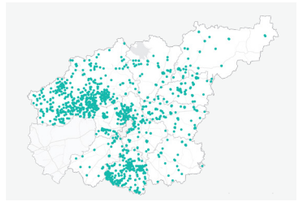
7
объектов культурного наследия

Памятники[2]

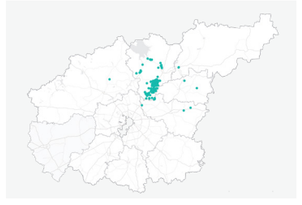
Отдельные постройки, здания и сооружения с исторически сложившимися территориями; мемориальные квартиры; мавзолеи, отдельные захоронения; произведения монументального искусства; объекты науки и техники, включая военные; объекты археологического наследия.



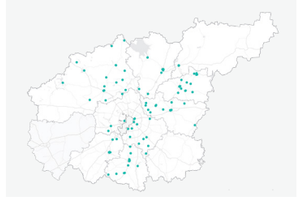
10 333
объекта наследия архитектуры (градостроительства)



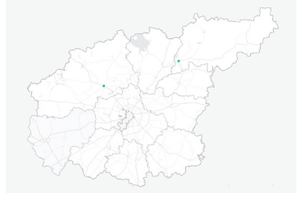
141
объект исторического наследия



190
объектов археологического наследия



141
объект культурного наследия



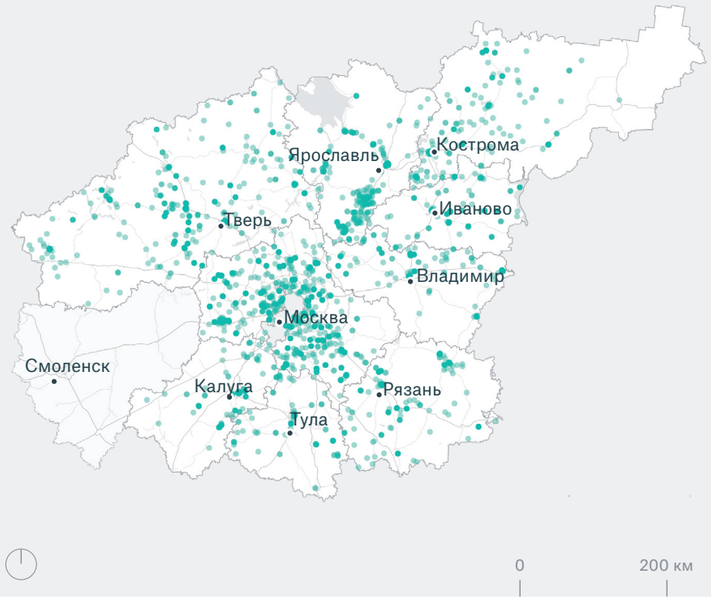
7
объектов наследия религии

1. Согласно Федеральному закону от 25.06.2002 №73-ФЗ.
2. Источник: Единый государственный реестр объектов культурного наследия Минкультуры России // https://opendata.mkrf.ru, данные на февраль 2022 г.

Объекты культурного наследия
Анализ концентрации по типам

Наибольшей концентрации объекты культурного наследия достигают в Московской, Костромской, Владимирской и Тверской областях. Большинство объектов имеют региональный статус. Объекты местного значения сконцентрированы в восточной части исследуемой территории — Ивановской и Владимирской областях.

Объекты федерального значения

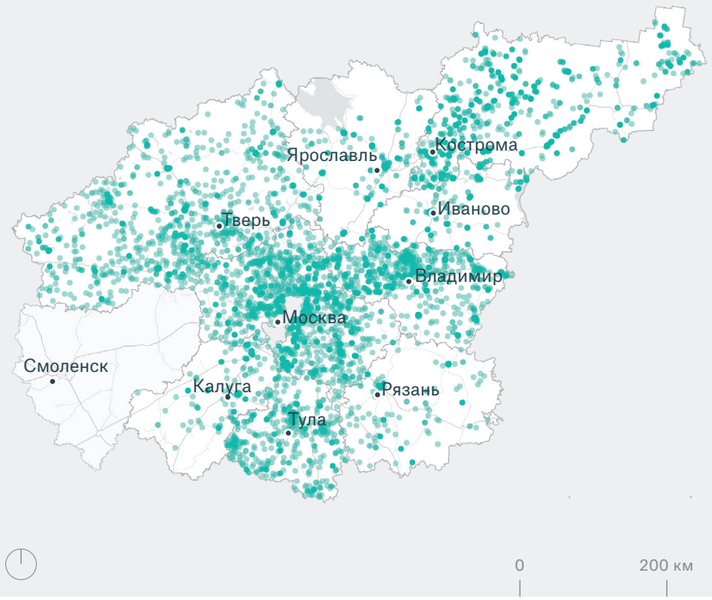


3853
объекта

Объекты ОКН местного значения преобладают в Московской области. В остальных областях объекты распределены равномерно.

Московская	**1301**
Владимирская	295
Костромская	337
Ярославская	473
Ивановская	163
Рязанская	219
Калужская	223
Тверская	677
Тульская	163

Объекты регионального значения

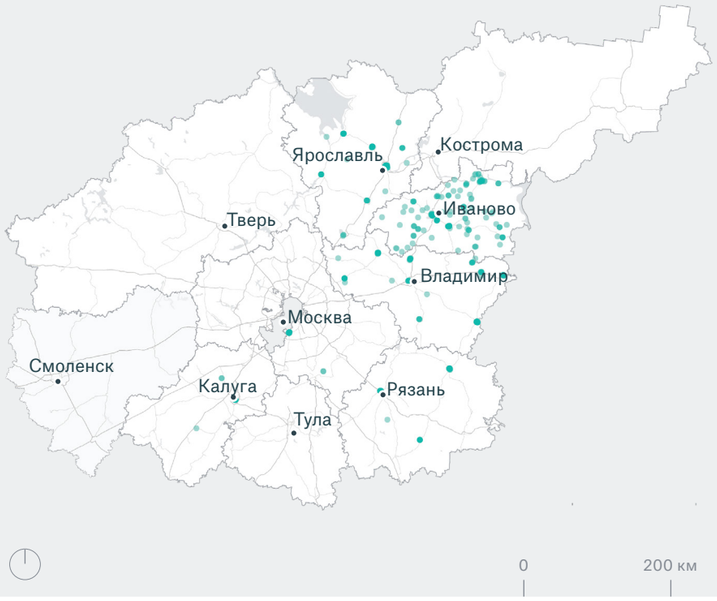


10 976
объектов

Объекты регионального значения преобладают в центральной части, особенно в Московской, Тверской, Владимирской и Тульской областях. Меньше всего в Ярославской и Калужской области.

Московская	2327
Владимирская	1937
Костромская	**2708**
Ярославская	508
Ивановская	293
Рязанская	341
Калужская	293
Тверская	1784
Тульская	834

Объекты местного значения



630
объектов

Объекты ОКН местного значения преобладают в Ивановской области. Отсутствует в Тверской, Тульской и Костромской областях.

Московская	17
Владимирская	**201**
Костромская	0
Ярославская	123
Ивановская	186
Рязанская	50
Калужская	53
Тверская	0
Тульская	0

Объекты культурного наследия
Особо ценные объекты и наследие ЮНЕСКО[1]

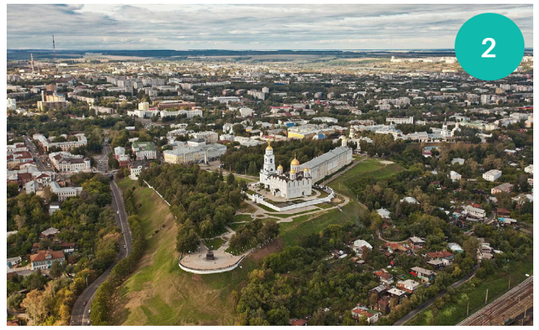
Наибольшее количество объектов располагается в Ярославской области, меньше в — Московской и Владимирской областях. Помимо объектов, внесенных в список ЮНЕСКО, были выделены особо ценные объекты культурного наследия и объекты «кандидаты» на внесение в перечень объектов ЮНЕСКО. Преобладающее количество объектов всех типов выявлено в Ярославской области.

Схема особо ценных объектов и наследия ЮНЕСКО





«Троице-Сергиева Лавра», г. Сергиев Посад



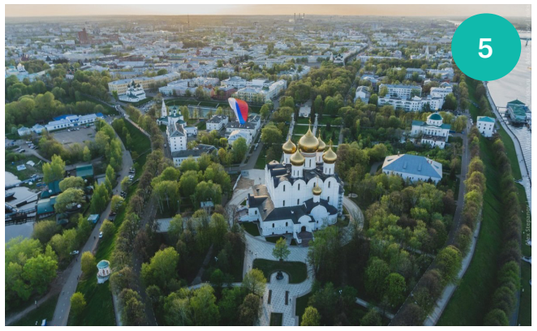
Исторический центр г. Владимир



«Церковь Покрова на Нерли», п. Боголюбово



«Ансамбль Покровского монастыря», г. Суздаль



«Исторический центр», г. Ярославль



«Церковь святой Параскевы Пятницы», г. Сергиев Посад

1. Источник: Единый государственный реестр объектов культурного наследия Минкультуры России — https://opendata.mkrf.ru, данные на февраль 2022 г

Объекты культурного наследия
Исторические поселения и памятники археологии

На исследуемой территории находится 43% всех исторических поселений РФ федерального значения. Выявление памятников археологии — длительный и трудоемкий процесс. В зависимости от региона работа с памятниками археологии ведется с разной интенсивностью. Больше всего объектов выявлено в Ярославской области.

Памятники археологии[1, 2]



- **197** памятников археологии

Объектами археологического наследия являются в том числе городища, курганы, грунтовые могильники, древние погребения, селища, стоянки, каменные изваяния, стелы, наскальные изображения, остатки древних укреплений, производств, каналов, судов, дорог, места совершения древних религиозных обрядов, отнесенные к объектам археологического наследия культурные слои. Археологическое наследие в настоящее время является малопривлекательным за счет отсутствия музейных фондов и активных раскопок, которые могли бы привлечь туристов.

1. Источник: Единый государственный реестр объектов культурного наследия Минкультуры России // https://opendata.mkrf.ru. Данные на февраль 2022 г.
2. Источник: Согласно «Схемам территориального планирования» регионов.
3. Приказ Министерства культуры Российской Федерации от 29 июля 2010 года №418/339 «Об утверждении перечня исторических поселений».
4. Согласно постановлениям, утвержденным региональными органами власти.

Исторические поселения[2]



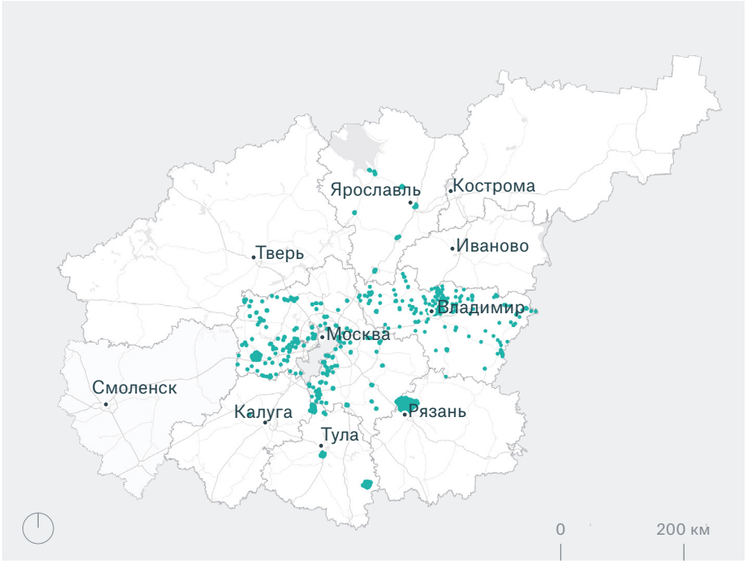
- **19** поселений федерального значения[3]
- **30** поселений регионального значения[4]

Историческое поселение — населенный пункт или его часть, в границах которого расположены объекты культурного наследия. Предметом охраны являются градоформирующие объекты, планировочная и объемно-пространственная структура, композиция и силуэт застройки. На территории исследуемых областей находится 19 из 45 исторических поселений федерального значения РФ. На этих территориях сконцентрированы главные туристические достопримечательности, которые создают бренд региона и генерируют поток туристов.

Ограничения градостроительной и рекреационной деятельности

Зоны охраны[1]

Необходимый состав зон охраны объектов культурного наследия определяется проектом. Подробный режим использования по каждому объекту закрепляется в отдельном постановлении.



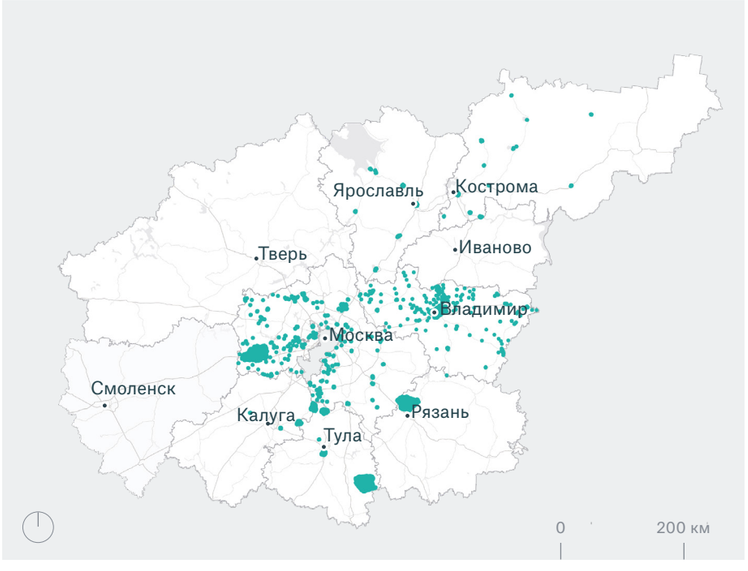
Территория объекта культурного наследия[2]

Территория[1], непосредственно занятая данным объектом культурного наследия и (или) связанная с ним исторически и функционально, являющаяся его неотъемлемой частью. Запрещаются строительство объектов капитального строительства и увеличение объемно-пространственных характеристик. При создании туристической инфраструктуры на территории такого объекта необходимо учитывать режим использования.



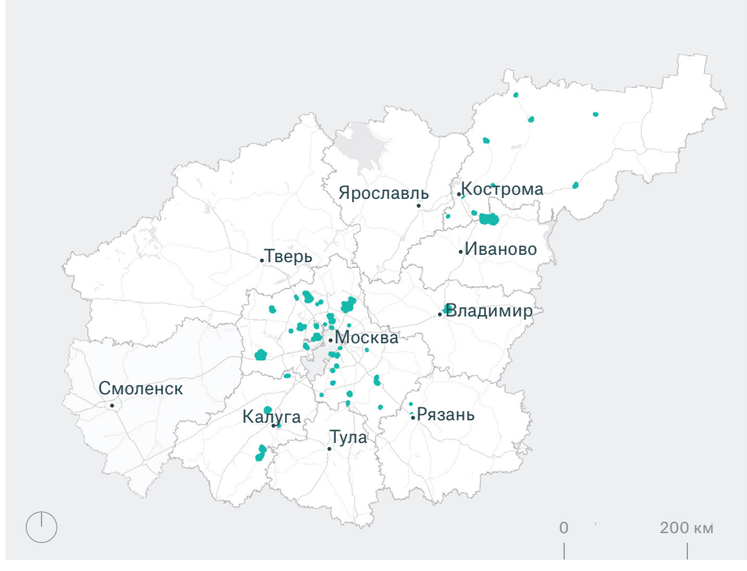
Зона регулирования застройки и хозяйственной деятельности[2]

Устанавливается постановлением после историко-культурной экспертизы. Режим использования ограничивает строительство и хозяйственную деятельность, определяются требования к реконструкции существующих зданий и сооружений. При создании туристической инфраструктуры на территории такого объекта необходимо учитывать режим использования.



Охранная зона объекта культурного наследия[2]

Устанавливается[1] постановлением после историко-культурной экспертизы. Режим использования ограничивает строительство и хозяйственную деятельность, определяются требования к реконструкции существующих зданий и сооружений. При создании туристической инфраструктуры на территории такого объекта необходимо учитывать режим использования.



Зоны охраняемого природного ландшафта[2]

Устанавливается постановлением после историко-культурной экспертизы. Режим использования запрещает или ограничивает хозяйственную деятельность, строительство и реконструкцию существующих зданий и сооружений в целях сохранения (регенерации) природного ландшафта, включая долины рек, водоемы, леса и открытые пространства, связанные композиционно с объектами культурного наследия.

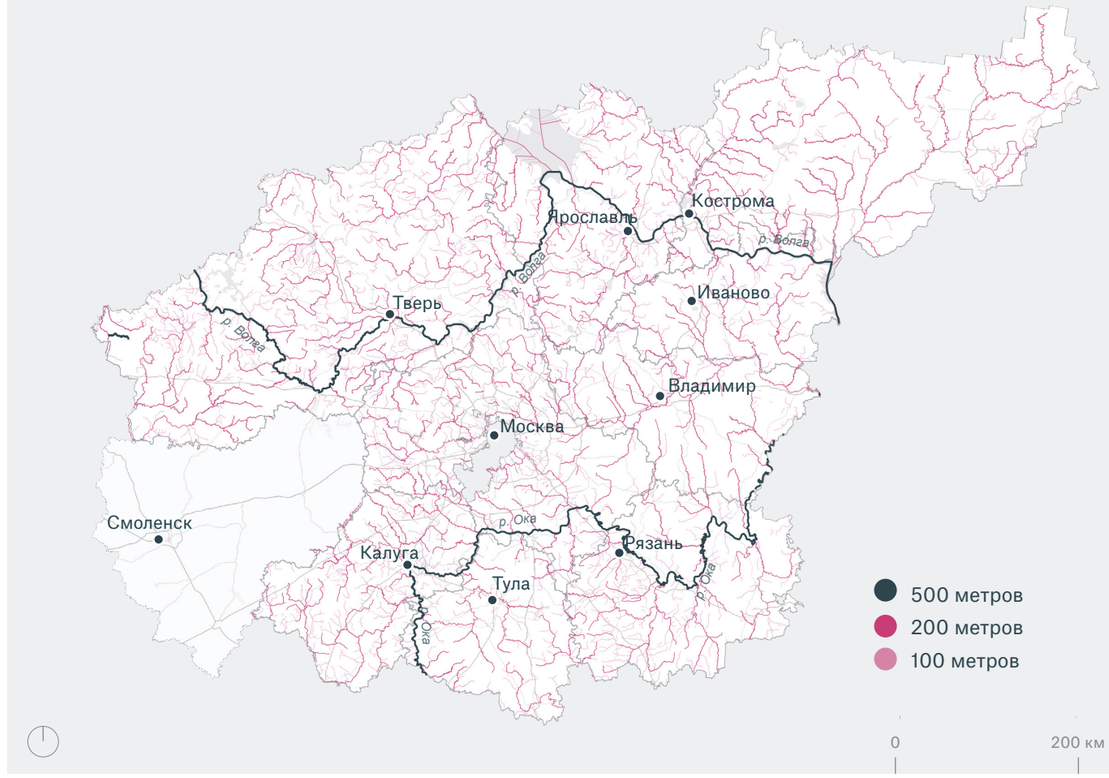
1. Источник: Статья 34. №73-ФЗ «Об объектах культурного наследия (памятниках истории и культуры) народов Российской Федерации».
2. Источник: Согласно «Схемам территориального планирования» регионов.

Ограничения градостроительной и рекреационной деятельности

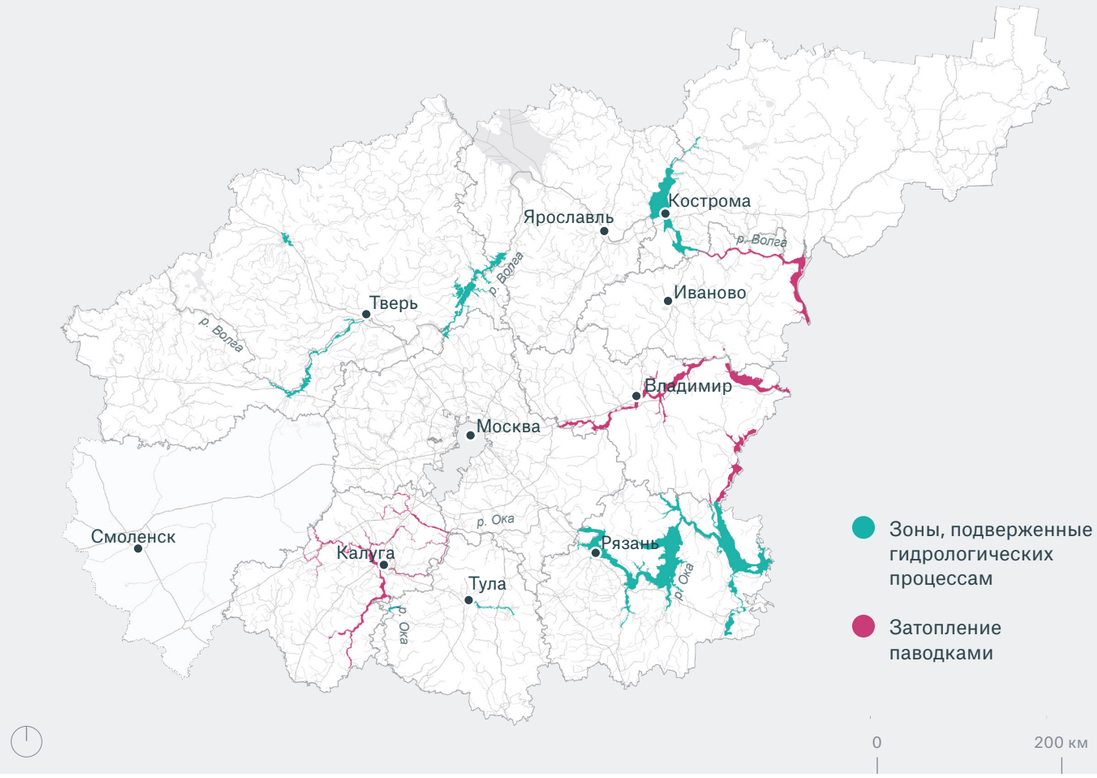
Охрана водных объектов

Водоохранные зоны часто проходят по территории существующих населенных пунктов. Ширина зоны в таком случае может быть уменьшена. Также значительная часть построенных капитальных объектов до установления зоны охраны продолжает существование. Зоны затопления паводками указаны не во всех документах территориального планирования.

Водоохранные зоны рек и ручьев[1]



Зоны затопления[2,3]



1. Согласно Статье 65 «Водоохранные зоны и прибрежные защитные полосы» Водного кодекса РФ от 03.06.2006 №74-ФЗ.
2. Согласно «Схемам территориального планирования» регионов.
3. Зоны затопления не несут ограничений для развития туристической инфраструктуры

В водоохранной зоне рек или ручьев устанавливается специальный режим хозяйственной и другой деятельности. Деятельность не должна приводить к загрязнению, засорению, заилению водного объекта, истощению его вод, но должна способствовать сохранению среды обитания объектов животного и растительного мира. Кроме водоохранной зоны по границе водного объекта устанавливается береговая полоса. В ней запрещены строительство частных домов и приватизация участков.

Московская	37
Владимирская	1495
Костромская	957
Ярославская	100
Ивановская	519
Рязанская	4235
Калужская	696
Тверская	845
Тульская	99

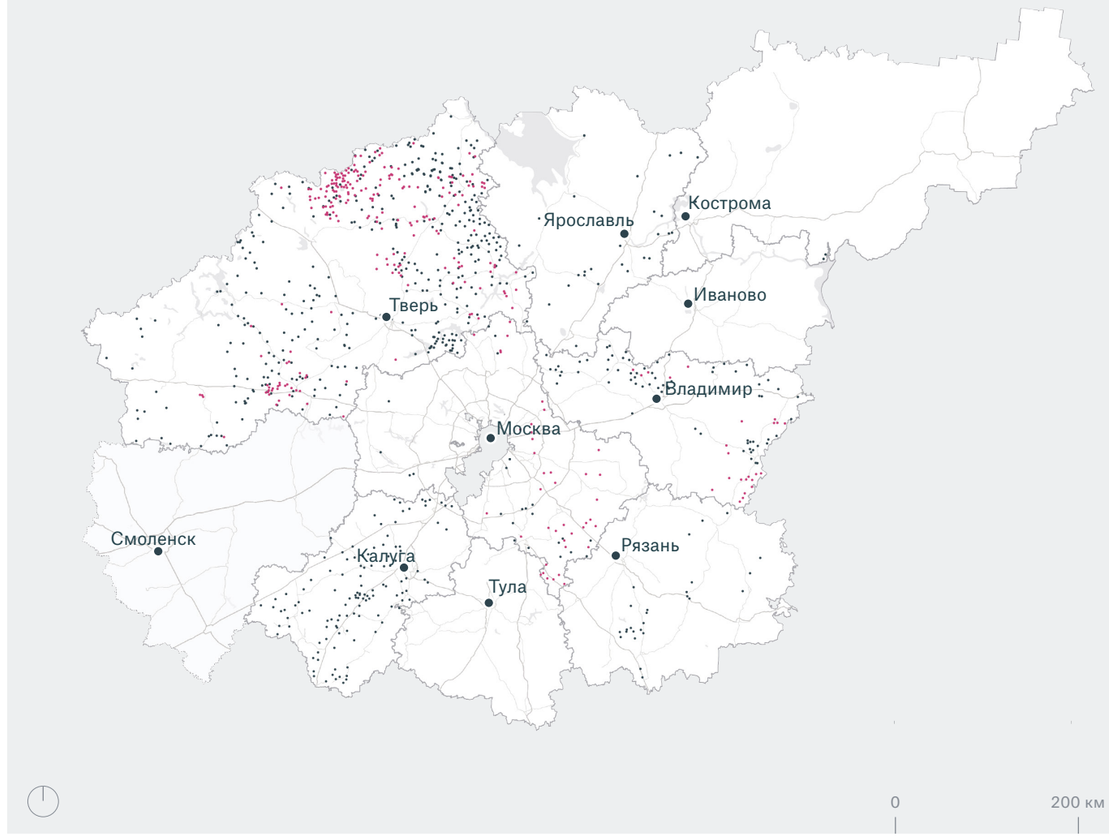
Зоны затопления устанавливаются решением Федерального агентства водных ресурсов. Подверженные затоплению территории требуют подготовки при строительстве — выполнения подсыпки до не затапливаемых в паводок отметок. Также рассмотрены зоны, подверженные гидрологическим процессам. При строительстве туристической инфраструктуры необходимо учитывать возможное затопление. Наиболее подвержены паводкам Калужская, Ивановская и Владимирская области.

Ограничения градостроительной и рекреационной деятельности

Санитарно-технические ограничения

Ликвидация скотомогильников в последние годы является актуальной проблемой. Ежегодно проводятся обследования территории на предмет их надлежащего содержания и контроля механизма утилизации.

Скотомогильники



Скотомогильник (биотермальная яма)

Сибиреязвенный скотомогильник

Больше всего скотомогильников в Калужской и Тверской областях. Проблемой является наличие бесхозных скотомогильников, которым необходима утилизация. В настоящее время Минсельхозом ведется работа по разработке правил ликвидации.
В соответствии с требованиями санитарно-эпидемиологических правил и нормативов ориентировочный размер санитарно-защитной зоны составляет от 500 до 1000 метров.
Скотомогильники (включая бесхозные и сибиреязвенные) должны быть обустроены, в том числе с организацией санитарно-защитных зон, в соответствии с требованиями действующего законодательства.

Тип	Расстояние, м
В ямах (I класс опасности)	1000
С биологическими камерами (II класс опасности)	500

Площадь скотомогильников по регионам, км²

Московская	192
Владимирская	276
Тульская	0
Тверская	1815
Ярославская	81
Калужская	363
Рязанская	78
Ивановская	0
Костромская	0

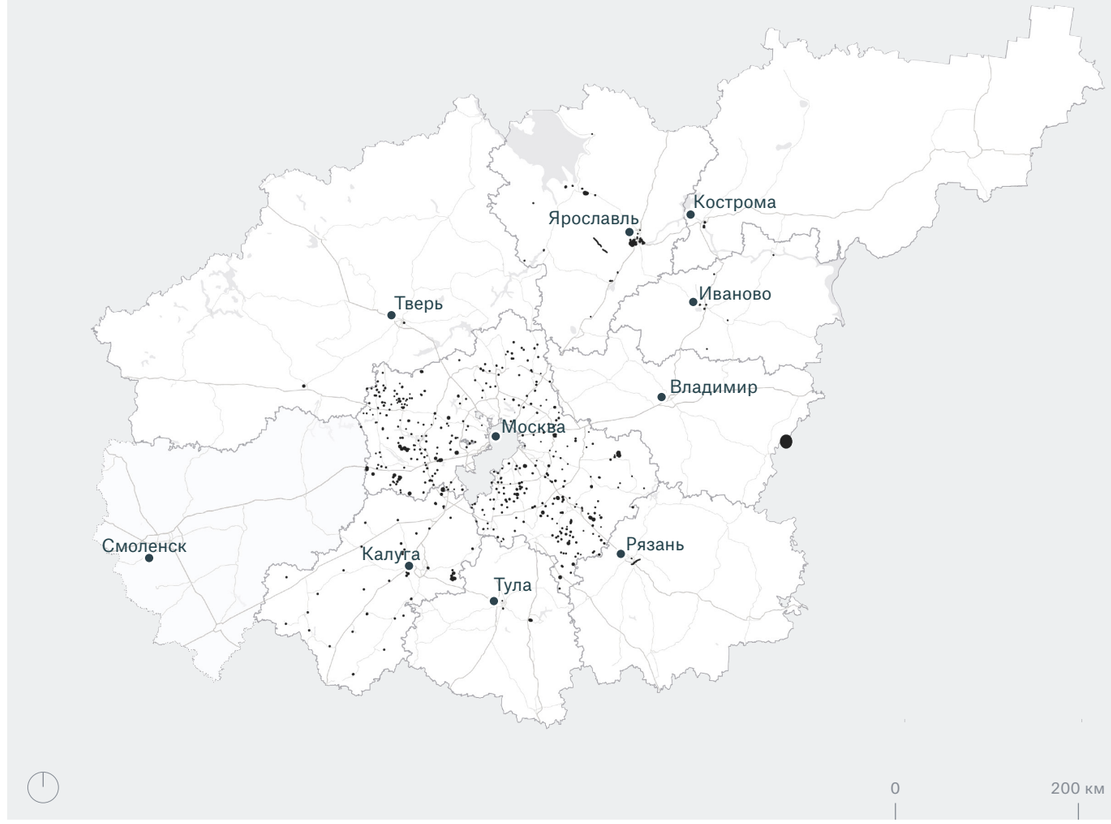
1. СанПиН 2.2.1/2.1.1.1200–03 «Санитарно-защитные зоны и санитарная классификация предприятий, сооружений и иных объектов».

Ограничения градостроительной и рекреационной деятельности

Санитарно-технические ограничения

Крупные промышленные предприятия высокого класса опасности располагаются преимущественно в пригородной зоне. Многие предприятия прекращают свою работу и ограничения градостроительной деятельности пересматриваются.

СЗЗ предприятий, сооружений и других объектов[1, 2]



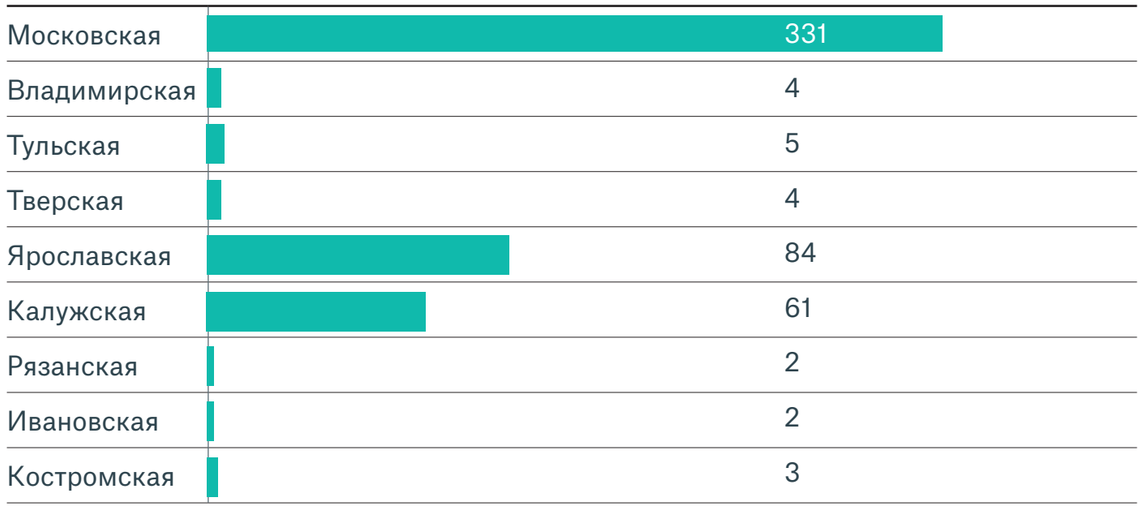
Санитарно-защитная зона предприятий

Санитарно-защитные зоны отделяют промышленные объекты от территории жилой застройки, лечебно-профилактических учреждений, зон отдыха, территорий садоводческих товариществ. В завимисомти от класса СЗЗ, в её границах не допускается размещать жилую застройку, ландшафтно-рекреационные зоны, зоны отдыха, территории курортов, санаториев и домов отдыха. Размер зоны зависит от класса опасности объекта в соответствии с проектом санитарно-защитной зоны в связи с расчетом ожидаемого загрязнения.

Нормативные радиусы СЗЗ

Тип	Радиус, м
I класс опасности	1 000
II класс опасности	500
III класс опасности	300
IV класс опасности	100
V класс опасности	50

Площадь скотомогильников по регионам, км²



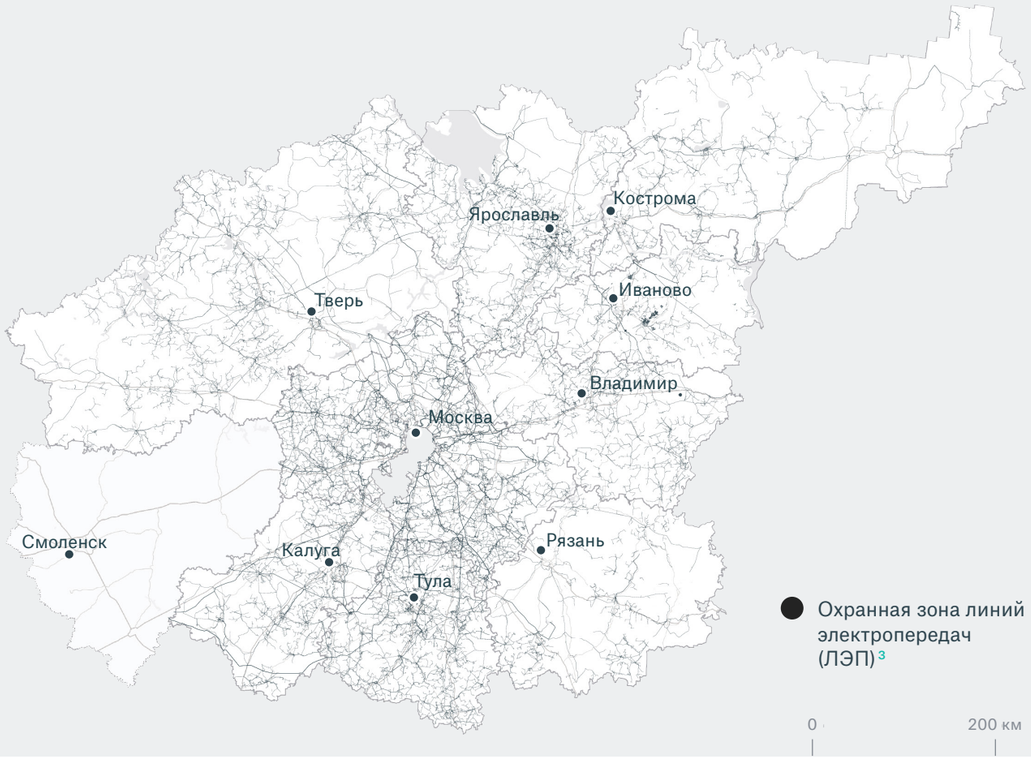
1. СанПиН 2.2.1/2.1.1.1200–03 «Санитарно-защитные зоны и санитарная классификация предприятий, сооружений и иных объектов».
2. Сведения приняты, согласно региональным СТП.

Ограничения градостроительной и рекреационной деятельности

Инженерные сети

Наиболее плотная сеть воздушных линий электропередач в Московской, Калужской и Тульской областях. Система газопроводов также наиболее развита в Московской области. Наличие охранной зоны коммуникаций не позволяет создавать на ее территории объекты туристической инфраструктуры.

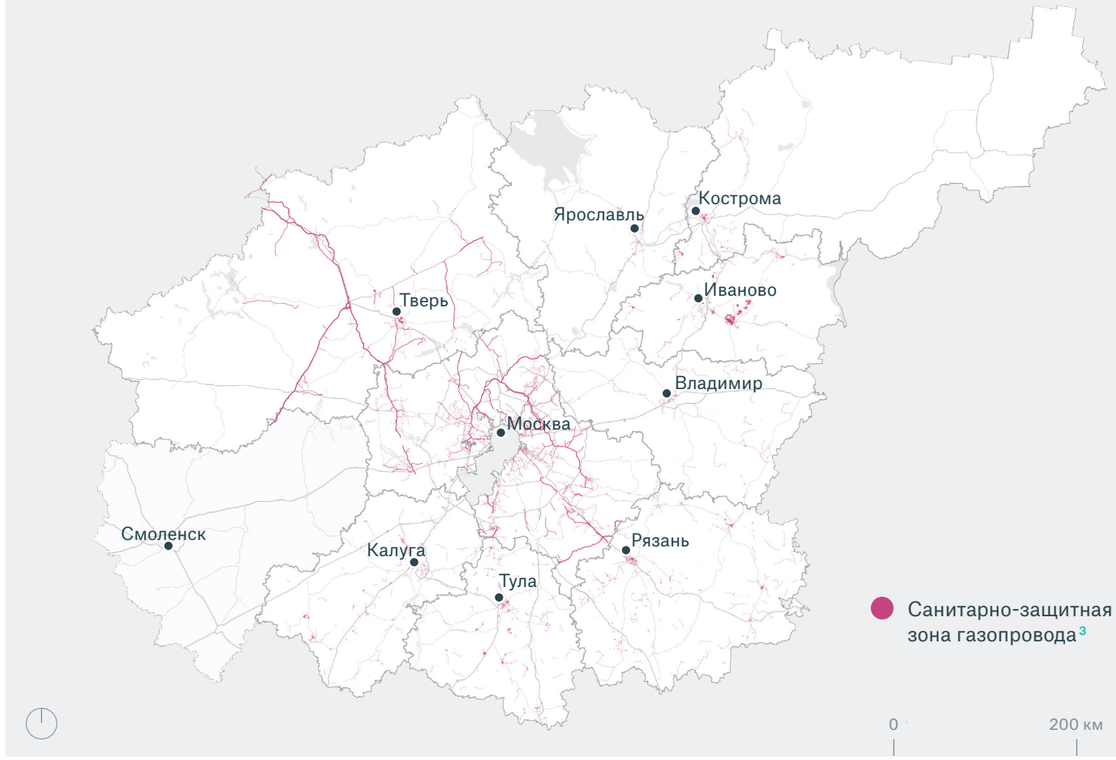
Охранные зоны воздушных линий электропередачи (ЛЭП)[1]



Для воздушных высоковольтных линий электропередачи охранная зона устанавливается по обе стороны от проекции на землю проводов. Это расстояние является минимально допустимым до ближайших жилых и производственных зданий и сооружений. Ширина зоны зависит от напряжения и составляет от 2 до 55 метров. В таких зонах туристическая деятельность ограничена.

Напряжение, кВ	Расстояние, м
до 1	2
1–20	10 (5 — в границах населенных пунктов)
35	15
110	20
150, 220	25
300, 500	30
750	40
1150	55

Охранные зоны газопровода[2]



Охранные зоны газораспределительных сетей устанавливаются вдоль трасс подземных и наружных газопроводов. Расстояние зависит от типа газопровода и типа местности, по которой он проходит. На участках в зоне охраны запрещено строить объекты жилищно-гражданского и производственного назначения и осуществлять другую хозяйственную деятельность. В таких зонах туристическая деятельность ограничена.

Тип	Расстояние, м
Наружный	2
Подземный из полиэтиленовых труб	2–3
Газорегуляторный пункт	10
Подводный переход через водные объекты	100
Межпоселковый	3

1. Постановление Правительства РФ от 24.02.2009 года №160 «О порядке установления охранных зон объектов электросетевого хозяйства и особых условий использования земельных участков, расположенных в границах таких зон».
2. Постановление Правительства РФ от 20 ноября 2000 г. №878 «Об утверждении Правил охраны газораспределительных сетей».
3. Источник: Кадастровые паспорта территорий, выгрузка 2016 года.

Ограничения градостроительной и рекреационной деятельности

Транспортная инфраструктура

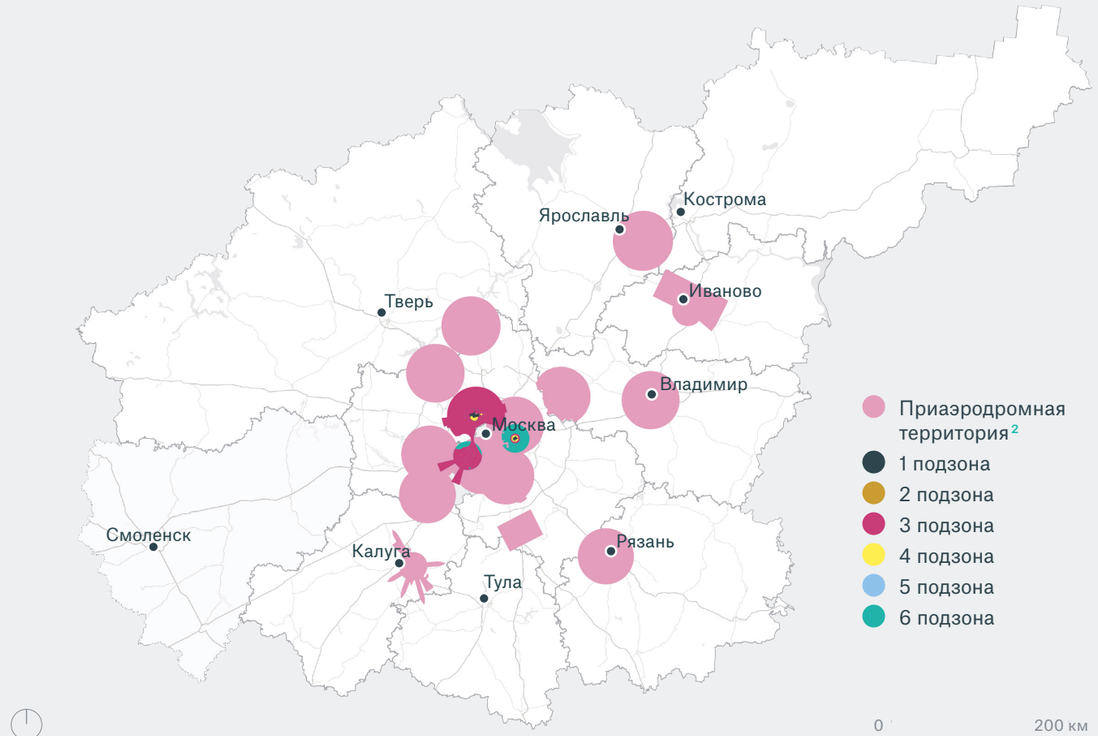
Полосы отвода железных дорог часто не учитываются в проектах межевания и планировки, при этом ограничения, предусмотренные в соответствии с Земельным кодексом РФ, продолжают действовать. Приаэродромные территории разделяются на 6 подзон, однако в градостроительной документации часто обозначаются одной общей зоной. При необходимости уточнения подзоны необходимо ознакомиться с дополнительными материалами.

Охранные зоны железной дороги[1]



Охранные зоны железных дорог устанавливаются Федеральным агентством железнодорожного транспорта в подверженных обвалам местах, в районах подвижных песков, вдоль поверхностных водных объектов. В границах охранных зон также запрещены строительство и другая хозяйственная деятельность, кроме необходимой для бесперебойной работы железной дороги.

Зоны аэропортов[3]



Приаэродромная территория накладывает ограничения туристической активности на территорию. Перечень ограничений использования участков включает запрет на строительство, реконструкцию и эксплуатацию отдельных видов капитальных объектов.
Подзоны 1 и 2 — запрет на размещение не связанных с авиаинфраструктурой объектов.
Подзона 3 — ограничение объектов по высоте.
Подзона 4 — запрет на объекты, создающие помехи.
Подзона 5 — запрет на опасные производственные объекты.
Подзона 6 — запрет на объекты, привлекающие птиц.

1. Постановление Правительства РФ от 12 октября 2006 г. №611 «О порядке установления и использования полос отвода и охранных зон железных дорог».
2. Воздушный кодекс РФ. Статья 47. Приаэродромная территория.
3. Источник: Схемы территориального планирования регионов, Постановление Правительства КО 114 от 15.02.2019 (Аэропорт Грабцево).

Документы территориального планирования и зонирования

В масштабе макрорегиона были проанализированы Схемы территориального планирования областей, Генеральные планы и Правила землепользования застройки региональных центров.

Градостроительный кодекс	• В части перечня документов, регулирующих территориальное зонирование и планирование исследуемых областей.		
Схемы территориального планирования регионов	• Схема территориального планирования Владимирской области, утвержденная согласно Постановлению Владимирской области №41 от 20.01.2012 г.; • Схема территориального планирования Ивановской области, утвержденная согласно Постановлению Правительства Ивановской области №255-п от 09.09.2009 г.; • Корректировка схемы территориального планирования Калужской области, утвержденная согласно Постановлению Правительства Калужской области №254-п от 30.04.2021 г.; • Схема территориального планирования Калужской области, утвержденная согласно Постановлению Правительства Калужской области №65 от 10 марта 2009 г.; • Схема территориального планирования Костромской области, утвержденная согласно постановлению Костромской области от 10.10.2011 г. №372-а; • Схема территориального планирования Московской области, утвержденная согласно Постановлению Московской области №230/8 от 25.03.2016 г.; • Схема территориального планирования Рязанской области, утвержденная на основании постановления правительства Рязанской области от 28.10.2009 г.	№ 301(с изменениями от 21.12.2020 г. №372); • Схема территориального планирования Тверской области, утвержденная на основании постановления правительства Тверской области от 25.12.2012 г. №806-пп; • Схема территориального планирования Тульской области; утвержденная на основании постановления правительства Тульской области от 04.04.2012 г. №126 • Схема территориального планирования Ярославской области, утвержденная на основании постановления правительства Ярославской области от 31.12.2014 г. №1435-п
Правила землепользования застройки региональных центров	• Правила землепользования и застройки муниципального образования «Город Владимир» от 07.10.2020 г.; • Правила землепользования и застройки города Иваново от 04.04.2022 г.; • Правила землепользования и застройки городского округа «Город Калуга» от 21.12.2021 г.; • Проект изменений в Правила землепользования и застройки города Костромы от 06.08.2021 г.; • Карта градостроительного зонирования ПЗЗ в городе Рязани от 11.10.2021 г.; • Правила землепользования и застройки от 20.01.2021 г.;	• Правила землепользования и застройки муниципального образования «Город Тула» от 24.02.2021 г.; • О внесении изменений в Программу комплексного развития социальной инфраструктуры города Ярославля от 30.09.2020 г.
Генеральные планы региональных центров	• О внесении изменений в Генеральный план муниципального образования (городской округ) «Город Владимир Владимирской области» от 18.10.2019 г.; • Генеральный план города Иваново от 04.04.2022 г.;	• Генеральный план городского округа «Город Калуга»; • Генеральный план городского округа «Город Кострома»; • Изменения в Генплан города Рязани от 02.06.2021 г.;	• Генеральный план города Твери от 10.07.2017 г.; • Генеральный план муниципального образования «Город Тула» от 23.12.2016 г.; • Генеральные планы городских округов от 02.11.2018 г.

Анализ действующих документов, определяющих особые условия использования территорий

Нормативная база накладывает ограничения на режим использования территории. При проектировании туристической инфраструктуры необходимо учитывать наличие зон с особыми условиями на рассматриваемой территории.

Земельный кодекс	• Правила о зонах с особыми условиями использования территорий (ЗОУИТ) изложены в главе 19 Земельного кодекса. В ЗК РФ нет отдельного определения, что такое зоны с особыми условиями использования территорий, но подробно расписаны виды, характеристики, назначение каждой из зон.
Зоны охраны и защиты объектов культурного наследия, памятников истории и культуры	• Источник: Статья 34. №73-ФЗ «Об объектах культурного наследия (памятниках истории и культуры) народов Российской Федерации».
Санитарно-защитные зоны	• Постановление Правительства РФ от 3 марта 2018 года N 222 «Об утверждении Правил установления санитарно-защитных зон и использования земельных участков, расположенных в границах санитарно-защитных зон»; • Постановление Правительства РФ от 24.02.2009 года №160 «О порядке установления охранных зон объектов электросетевого хозяйства и особых условий использования земельных участков, расположенных в границах таких зон».; • Постановление Правительства РФ от 20 ноября 2000 г. №878 «Об утверждении Правил охраны газораспределительных сетей». • СанПиН 2.2.1/2.1.1.1200–03 «Санитарно-защитные зоны и санитарная классификация предприятий, сооружений и иных объектов».
Водоохранные зоны	• Статье 65 «Водоохранные зоны и прибрежные защитные полосы» Водного кодекса РФ от 03.06.2006 №74-ФЗ.
Зоны санитарной охраны источников питьевого и хозяйственно-бытового водоснабжения	• О Порядке установления, изменения, прекращения зон санитарной охраны источников питьевого и хозяйственно-бытового водоснабжения • СанПиН 2.1.4.1110-02 «Зоны санитарной охраны источников водоснабжения и водопроводов питьевого назначения» • СП 2.1.4.2625-10 «Зоны санитарной охраны источников питьевого водоснабжения г. Москвы» • установление режима ЗСО регламентировано положениями статьи 43 Водного кодекса Российской Федерации и статьи 18 Федерального закона от 30.03.1999 № 52-ФЗ «О санитарно-эпидемиологическом благополучии населения»
Транспортная инфраструктура	• Воздушный кодекс РФ. Статья 47. Приаэродромная территория • Постановление Правительства РФ от 12 октября 2006 г. №611 «О порядке установления и использования полос отвода и охранных зон железных дорог».;

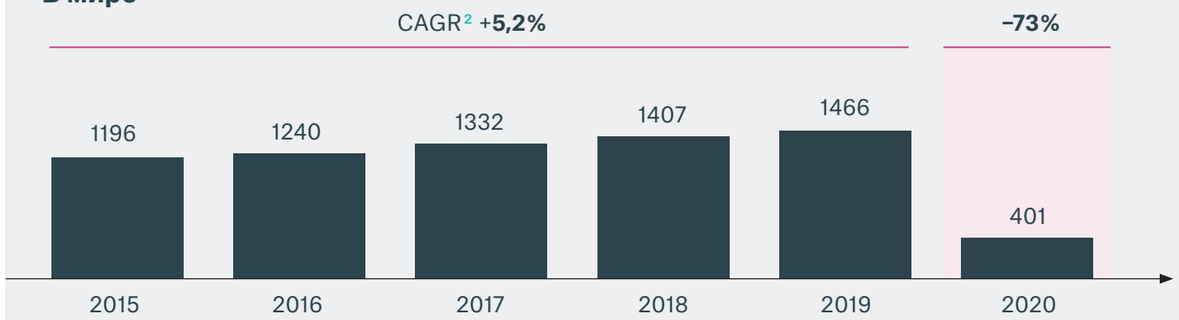
4. Анализ туристической отрасли

Изменения на туристском рынке за последние 5 лет в России и мире

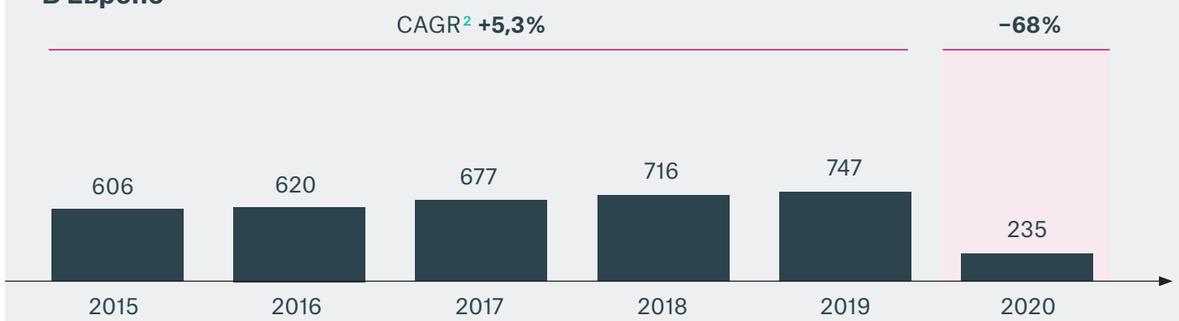
На мировом уровне рост въездного туризма был прерван пандемией коронавируса. В России аналогичная тенденция. Помимо этого, на фоне общемирового роста в 2015–2019 гг. в России уже наблюдалось снижение турпотока из-за рубежа.

Количество иностранных туристов в год, млн чел.[1]

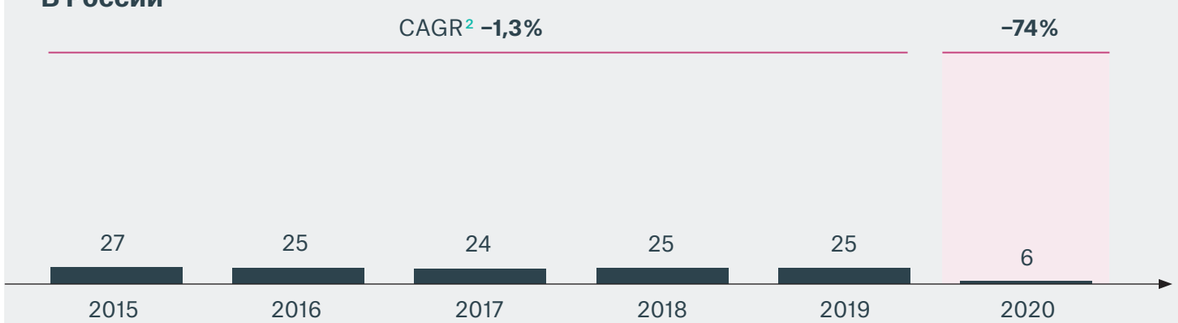
В мире



В Европе



В России



Динамика турпотока по странам[3]



Финляндия

Общий прирост: с 2,6 млн в 2015 году до 3,3 млн в 2019 году

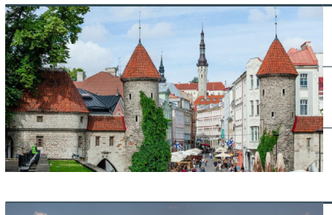
CAGR² **+3,5%**



Польша

Общий прирост: с 16,7 млн в 2015 году до 21,2 млн в 2019 году

CAGR² **+3,5%**



Прибалтика (Латвия, Литва, Эстония)

Общий прирост: с 7,1 млн в 2015 году до 8,1 млн в 2019 году

CAGR² **+1,9%**



Венгрия

Общий прирост: с 14,3 млн в 2015 году до 6,9 млн в 2019 году

CAGR² **+2,4%**



Чехия

Общий прирост: с 11,6 млн в 2015 году до 14,7 млн в 2019 году

CAGR² **+3,4%**



Швеция

Общий прирост — с 6,1 млн в 2015 году до 7,4 млн в 2019 году

CAGR² **+2,8%**

1. Источник: UNWTO Elibrary // http://www.e-unwto.org/
2. Compound annual growth rate — совокупный среднегодовой темп роста.
3. Для сравнения выбраны страны Центральной и Восточной Европы, по которым доступны сопоставимые данные.

Основные тенденции и направления для развития

До 2019 года мировой туризм развивался ускоренными темпами. С 2010 года число туристов стабильно росло, побивая рекорд за рекордом.

Пандемия серьезно ударила по туристической отрасли: к 2020 году международный туризм сократился более чем на 70 %.

В шести европейских регионах, отобранных для сравнения (Финляндии, Польше, Чехии, Прибалтике, Швеции и Венгрии), равно как и по всему миру, число иностранных туристов с 2015 по 2019 год стабильно росло, тогда как в России — падало.

Ключевые направления для развития проекта

1. В период с 2015 по 2019 год, то есть до начала пандемии, количество иностранных туристов в России снизилось, прежде всего в силу недостатка привлекательных туристических предложений и не проводившихся рекламных / маркетинговых кампаний. В целом национальный туристический бренд можно считать слабым. Соответственно, исследуемый регион должен сосредоточиться на разработке качественного туристского продукта, кампаниях по его продвижению и брендинге территории.

2. При разработке туристских продуктов, определении целевой аудитории и выборе стратегических выездных рынков важно учитывать глобальные тенденции развития туризма.

8 основных трендов, которые следует учитывать при развитии туризма на территории[1]:

1 Цифровые кочевники[2]

Пандемия стала стимулом для появления нового формата путешествий, когда, работая удаленно, человек способен перемещаться между странами

2 Цифровые технологии

Развитие технологий «умного туризма» на основе больших данных, искусственного интеллекта, дополненной реальности, чат-ботов

3 Быстро развивающиеся выездные рынки

Один из примеров — страны БРИКС (Бразилия, Индия, Китай). Уже в 2019 году жители этих стран совершили более 140 миллионов международных поездок

4 Миллениалы[3] как основная аудитория

Миллениалы составляют 30 % от общемирового населения, и их предпочтения имеют свою специфику

5 Изменения предпочтений туристов

Основные тенденции последних лет: популяризация туризма выходного дня, нишевой туризм, снижение количества повторных поездок

6 Экологичность и устойчивость

Стремление к экономической, социальной и экологической устойчивости (для улучшения «качества» турпотока и заботы об окружающей среде)

7 Туризм впечатлений

Набирают популярность необычные форматы туристского продукта, сочетающие в себе аутентичность территории и высокое качество сервиса

8 Забота о здоровье

Рекреационный и оздоровительный туризм набирает популярность в последние годы (бум велнес-туризма в доковидное время, потребность в восстановлении — в постковидное)

1. Тренды отобраны экспертами PKF (консалтинговое агентство в сфере туризма) на основании международной практики и анализа ключевых документов в сфере туризма.
2. Цифровые кочевники — особая социальная категория людей, которая использует цифровые телекоммуникационные технологии для выполнения своих профессиональных обязанностей и ведет мобильный образ жизни.
3. Миллениалы — это поколение людей, родившихся примерно с 1981 по 1996 год, встретивших новое тысячелетие в юном возрасте, характеризующееся прежде всего глубокой вовлеченностью в цифровые технологии.

Образование

Образование в туризме полного цикла есть во всех 9 регионах.

Укрупненная группа специальностей Федеральных государственных образовательных стандартов (ФГОС) 43.00.00 «Сервис и туризм»[1]

Структура профессионального образования

Среднее профессиональное образование (СПО)

Высшее профессиональное образование (ВО)

Послевузовское профессиональное образование

Дополнительное профессиональное образование (ДПО)

Вызовы и возможности

На территории всех рассматриваемых субъектов находятся образовательные учреждения, осуществляющие подготовку в сфере туризма и сервиса на уровнях СПО и ВО по всем доступным направлениям, а также проводятся программы повышения квалификации и программы профессиональной подготовки.

СПО по направлению «Сервис и туризм»

- 43.02.01 Организация обслуживания в общественном питании[2]
- 43.02.10 Туризм[3]
- 43.02.11 Гостиничный сервис[4]
- 43.02.14 Гостиничное дело[5]

ВО по направлению «Сервис и туризм»

- 43.03.02 Туризм (бакалавриат)[6]
- 43.03.01 Сервис (бакалавриат)[7]
- 43.03.03 Гостиничное дело (бакалавриат)[8]
- 43.04.02 Туризм (магистратура)[9]
- 43.04.01 Сервис (магистратура)[10]
- 43.04.03 Гостиничное дело (магистратура)[11]

ДПО

- Повышение квалификации: краткосрочные, длительные, тематические и проблемные семинары;
- Профессиональная переподготовка.

1. ФГОС // https://fgos.ru/
2. Приказ Министерства образования и науки от 7 мая 2014 г. №465 «Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 43.02.01 Организация обслуживания в общественном питании».
3. Приказ Министерства образования и науки от 7 мая 2014 г. №474 «Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 43.02.10 Туризм».
4. Приказ Министерства образования и науки от 7 мая 2014 г. №475 «Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 43.02.11 Гостиничный сервис».
5. Приказ Министерства образования и науки РФ от 9 декабря 2016 г. №1552 «Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 43.02.14 Гостиничное дело».
6. Приказ Министерства образования и науки РФ от 8 июня 2017 г. №516 «Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта высшего образования — бакалавриат по направлению подготовки 43.03.02 Туризм».
7. Приказ Минобрнауки России от 08.06.2017 №514 (ред. от 08.02.2021) «Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта высшего образования — бакалавриат по направлению подготовки 43.03.01 Сервис».
8. Приказ Минобрнауки России от 08.06.2017 №515 (ред. от 08.02.2021) «Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта высшего образования — бакалавриат по направлению подготовки 43.03.03 Гостиничное дело».
9. Приказ Министерства образования и науки РФ от 15 июня 2017 г. №556 «Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта высшего образования — магистратура по направлению подготовки 43.04.02 Туризм».
10. Приказ Министерства образования и науки РФ от 8 июня 2017 г. №518 «Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта высшего образования — магистратура по направлению подготовки 43.04.01 Сервис».
11. Приказ Минобрнауки России от 15.06.2017 №558 (ред. от 08.02.2021) «Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта высшего образования — магистратура по направлению подготовки 43.04.03 Гостиничное дело».

Образовательные программы и особенности кадрового ресурса туристских предприятий

Программы подготовки	Места работы
Среднее профессиональное образование	
43.02.01 Организация обслуживания в общественном питании	Бармен, Менеджер в общественном питании, Менеджер ресторана, Официант
43.02.10 Туризм	Гид-переводчик, Менеджер по туризму, Режиссер индивидуальных туров, Специалист по туризму, Экскурсовод
43.02.11 Гостиничный сервис	Администратор гостиницы, Менеджер гостиничного сервиса, Специалист по клиентскому сервису
43.02.14 Гостиничное дело	Администратор гостиницы, Менеджер гостиничного сервиса, Специалист по гостеприимству, Специалист по клиентскому сервису
Высшее образование	
43.03.02 Туризм (бакалавриат)	Аниматор, Гид-переводчик, Разработчик тур-навигаторов, Менеджер по туризму, Специалист по клиентскому сервису
43.03.01 Сервис (бакалавриат)	Режиссер индивидуальных туров, Специалист по клиентскому сервису, Специалист по санаторно-курортному делу, Администратор гостиницы, Менеджер космотуризма
43.03.03 Гостиничное дело (бакалавриат)	Администратор жилого комплекса, Бизнес-аналитик (специалист по бизнес-процессам), Менеджер по работе с клиентами, Менеджер гостиничного сервиса, Администратор гостиницы
43.04.02 Туризм (магистратура)	Бренд-менеджер пространств, территорий, Менеджер по организации мероприятий, Специалист (менеджер) по устойчивому развитию (ESG), Специалист по геобрендингу
43.04.01 Сервис (магистратура)	Event-менеджер (ивент-менеджер, менеджер развлечений), Агент по недвижимости, Девелопер, Агент коммерческий, Специалист по конгрессно-выставочной деятельности
43.04.03 Гостиничное дело (магистратура)	Менеджер по развитию, Менеджер по организации мероприятий, Ресторатор, Администратор гостиницы, Менеджер гостиничного сервиса

Вызовы и возможности

1. **Индустрия гостеприимства регионов БЗК является мощным генератором новых рабочих мест и характеризуется основными чертами, которые в дальнейшем определяют проблему кадрового дефицита, а именно:**
   - высокий уровень занятости женщин (объясняется преобладанием женского населения над мужским и тем, что индустрия гостеприимства как сфера услуг традиционно больше представлена женской частью населения);
   - высокая доля неквалифицированного персонала;
   - спрос на сезонный трудовой потенциал;
   - потребность в кадрах, имеющих среднее специальное образование.

2. **На территории регионов Большого Золотого кольца работа гидов и экскурсоводов не упорядочена. На сегодняшний день системная подготовка экскурсоводов не ведется. Большинство гидов и экскурсоводов не имеет профильного образования и может предоставлять некачественные экскурсионные услуги.**

В трех субъектах Большого Золотого кольца сформированы реестры экскурсоводов: в Московской области 178 экскурсоводов, в Тверской — 65, в Рязанской — 23. В других регионах реестры экскурсоводов отсутствуют[1].

С 1 июля 2022 года вводится обязательная периодическая (раз в 5 лет) аттестация экскурсоводов (гидов), гидов-переводчиков и инструкторов-проводников. Принятие нового закона может существенно сказаться на качестве предоставляемых услуг[2].

1. По данным Системы обмена туристской информацией.
2. Федеральный закон «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации в целях совершенствования правового регулирования деятельности экскурсоводов (гидов), гидов-переводчиков и инструкторов-проводников».

Взаимодействие с предприятиями туристского сектора

Форматы взаимодействия[1]

- **Производственные практики и стажировки**
- **Конференции**
- **Конкурсы**
- **Базовые кафедры компаний в вузах**
- **Бизнес-инкубаторы**
- **Подготовка выпускной квалификационной работы в виде стартапа**
- **Участие работодателей в днях карьеры**

● Реализуемые форматы взаимодействия
● В настоящий момент форматы не реализованы

Вызовы[1]

1 Низкая заинтересованность студентов в работе в регионах БЗК.

Высокая конкуренция гостиничных объектов в регионах БЗК с объектами на территории Краснодарского края и Турции. Студенты не заинтересованы в прохождении практики и работе на территории БЗК из-за невысоких зарплат.

2 Различие между образовательными стандартами и стандартами обслуживания в гостиницах.

Работодателям приходится значительно вкладываться в обучение сотрудников, поскольку теоретической подготовки студентов зачастую бывает недостаточно для работы.

3 Сессии студентов выпадают на высокий туристический сезон.

Высокий сезон, когда рабочая сила особенно востребована в предприятиях гостиничного сектора, часто совпадает со временем сдачи сессии и подготовки к экзаменам, в результате чего студенты делают выбор в пользу учебы.

4 Отсутствие стратегического планирования в части реализации новых проектов и численности выпускников учебных заведений.

Длительное несоответствие темпа выпуска специалистов туристической сферы и темпов ввода гостиничной инфраструктуры может усугубить существующий кадровый голод.

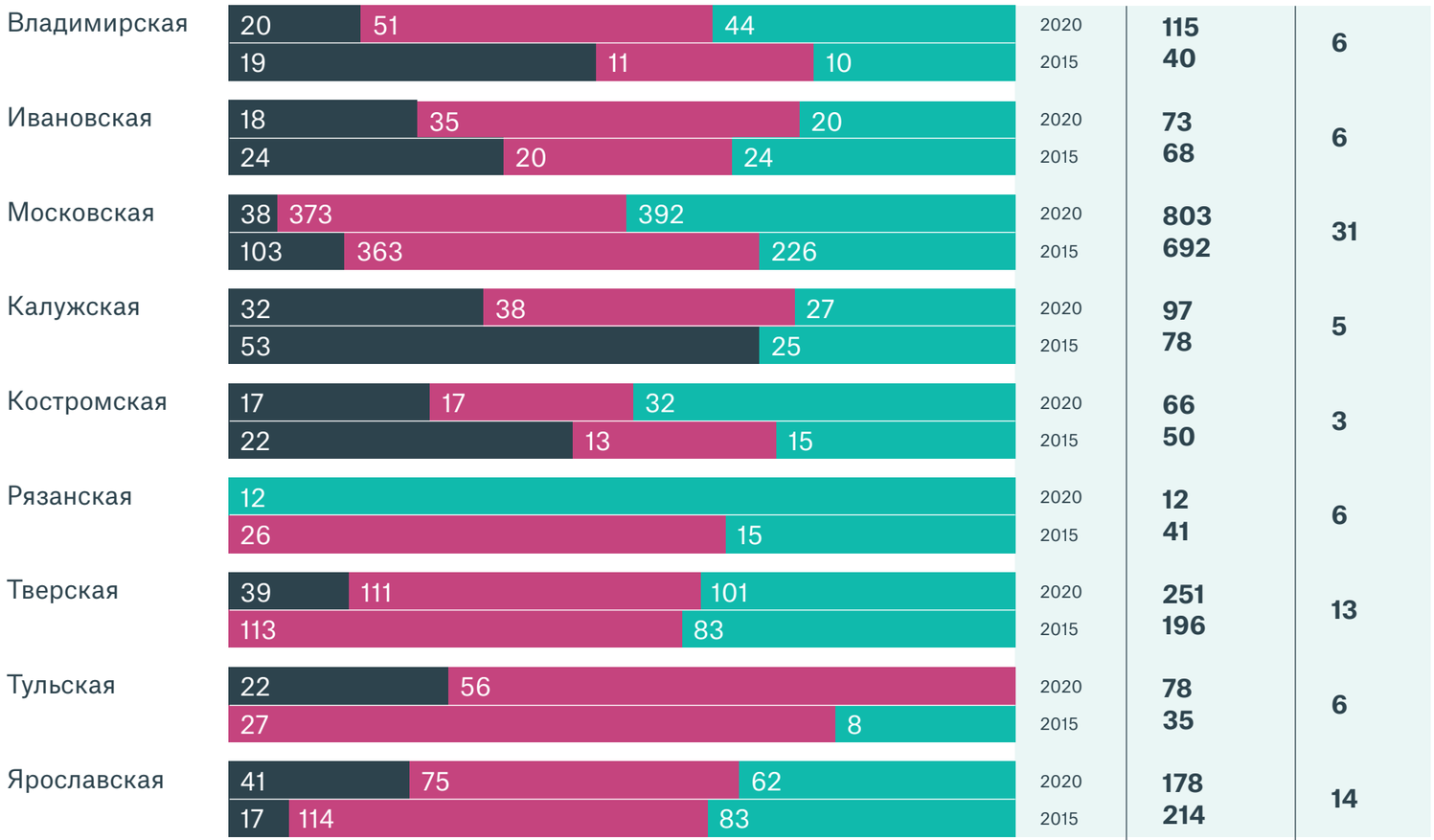
1. Составлено по данным официальных сайтов учебных заведений регионов Большого Золотого кольца и по результатам проведенных круглых столов с представителями регионов.

Общий рост количества выпускников СПО в БЗК

Сокращение по направлениям

2,5%
доля выпускников программ среднего профессионального образования в сфере туризма от общего числа выпускников регионов БЗК в 2020 г.

Количество выпускников СПО[1]



1. Источник: Составлено по данным Минобрнауки России, 2021.
2. Полный перечень образовательных организаций и программ подготовки представлен в разделе «Приложение».

Вызовы и возможности

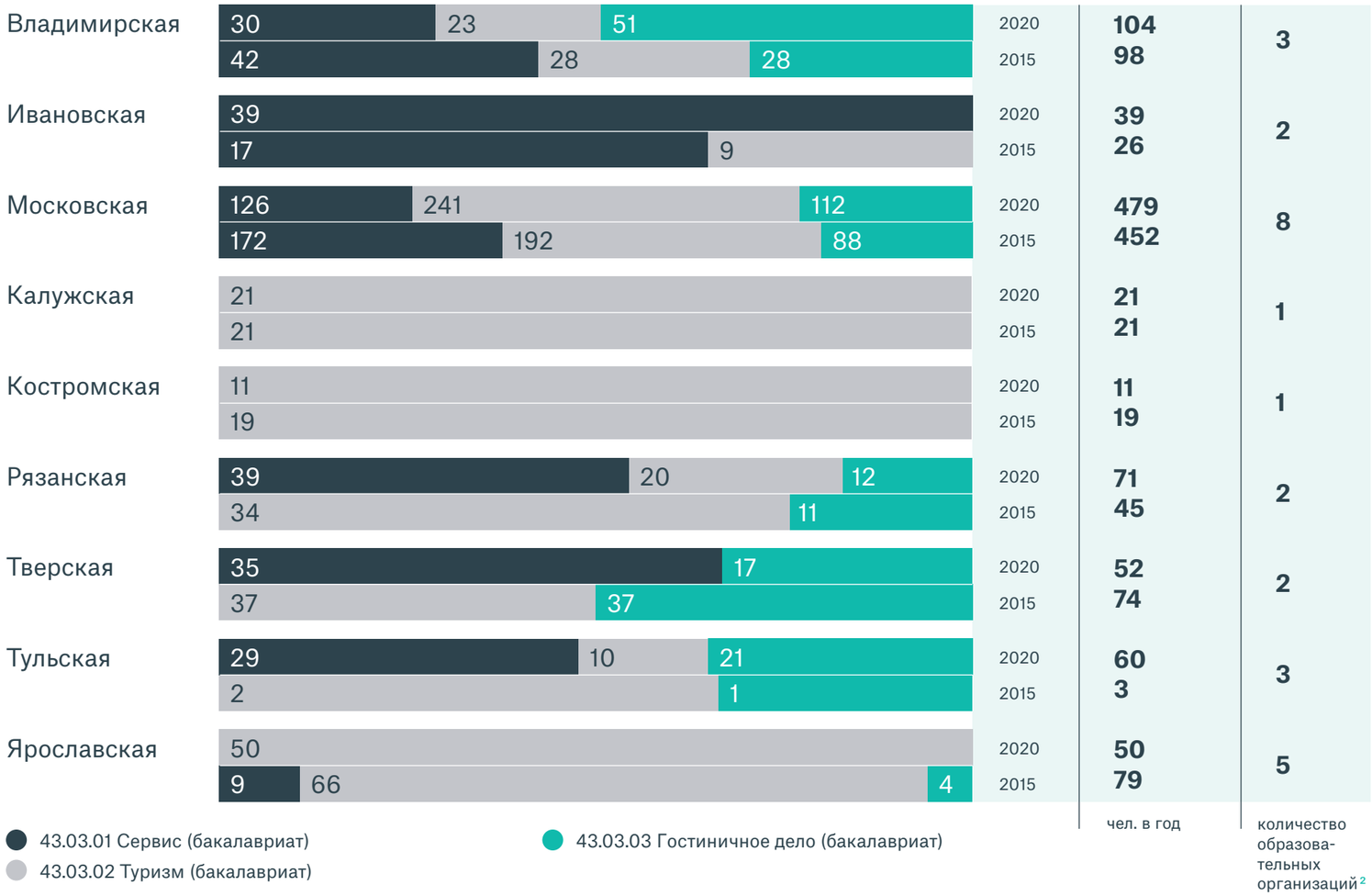
1. **В Ярославской, Московской и Тверской областях выпускается больше всего специалистов среднего профессионального образования, что обусловлено спросом на рынке труда, наибольшим объемом номерного фонда и самым высоким уровнем роста количества вводимых номеров с 2016 по 2019 год**[1]. Основной прирост квалифицированной рабочей силы также идет в Тульской, Владимирской областях (увеличение выпускников СПО более чем в 2 раза с 2015 года). Московская область становится центром компетенций и поставляет на рынок труда около 700 специалистов со средним профессиональным образованием.

2. **В некоторых регионах при запуске объектов туристической инфраструктуры может наблюдаться дефицит кадров среднего профессионального уровня из-за сокращения количества выпускников и выпуска специалистов не по всем образовательным направлениям.** Идет сокращение общего числа выпускников со средним профессиональным образованием в 2 из 9 субъектов: Рязанской и Ярославской областях. На 2020 год отсутствуют выпускники по образовательному направлению «Организация обслуживания в общественном питании» в Рязанской области. В Ивановской, Московской, Калужской и Костромской областях их количество существенно сократилось. За последние 5 лет в Ивановской, Рязанской и Ярославской областях сокращается выпуск по направлению «Гостиничный сервис». В Тульской области он вообще отсутствовал в 2020 году. Происходит снижение количества выпускников по направлению «Туризм» в Тверской и Ярославской областях. В Калужской области в 2015 году выпускников по направлению «Туризм» не было.

Уменьшение количества выпускников высшего образования

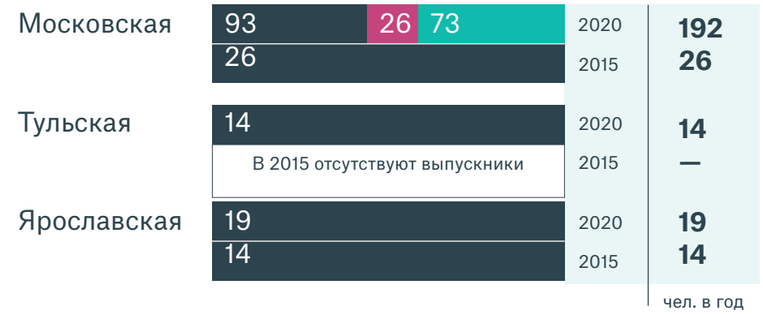
1,7%
доля выпускников программ высшего образования в сфере туризма от общего числа выпускников регионов БЗК в 2020 г.

Количество выпускников бакалавриата[1]



- Общее количество выпускников вузов за 5 лет сократилось с 939 до 887 человек при доминировании образовательного направления «Туризм»;
- Отсутствие магистерских программ в 6 из 9 субъектов.

Количество выпускников магистратуры[1]



Вызовы и возможности

1. **Объемы подготовки квалифицированных кадров высшего образования по всем направлениям меняются из года в год, что вызывает трудности при планировании туристических проектов и обусловливает развитие межрегиональной конкуренции за специалистов высшей квалификации, требующихся для реализации крупных проектов.** В Ярославской, Калужской, Костромской областях подготовка осуществляется только по направлению «Туризм»; в 5 из 9 регионов отсутствует подготовка по направлению «Гостиничное дело»: Ивановская, Тверская, Ярославская, Калужская и Костромская области; в Ивановской области отсутствуют выпускники по направлению «Туризм».

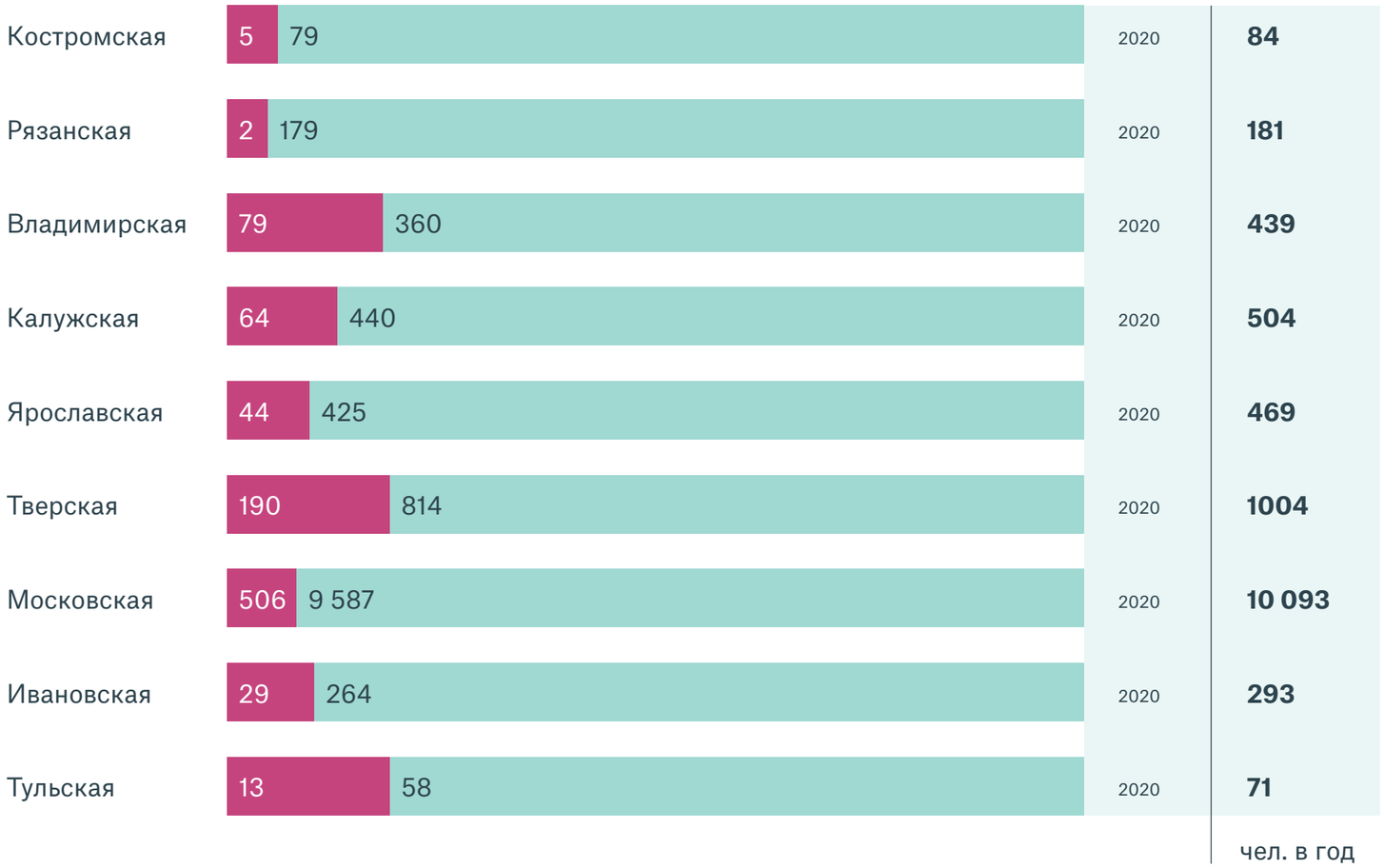
2. **Дефицит кадров с высшим образованием в магистратуре в регионах может спровоцировать проблему, связанную с прохождением классификации и качественным оказанием гостиничных услуг.** В соответствии с действующим положением о правилах классификации гостиниц и иных средств размещения, одним из критериев соответствия гостиничного объекта заявленной категории является количество руководящих работников, имеющих высшее образование[2].

1. Источник: Составлено по данным Минобрнауки России, 2021.
2. Постановление Правительства РФ от 18 ноября 2020 г. №1860 «Об утверждении Положения о классификации гостиниц».
3. Полный перечень образовательных организаций и программ подготовки представлен в разделе «Приложение».

Наличие программ дополнительного профессионального образования

Наибольшее спрос во всех регионах Большого Золотого кольца вызывают программы в области культуры, спорта, организации досуга и развлечений.

Количество выпускников ДПО[1]



Вызовы и возможности

Риски, вызванные дефицитом кадров со средним профессиональным и высшим образованием в регионах, могут быть компенсированы программами дополнительного профессионального образования.

Среди сотрудников предприятий туриндустрии уже сейчас 42 %[1] прошло обучение по программам ДПО в среднем по регионам. Дальнейший рост числа обучающихся по программам ДПО может повысить качество оказываемых потребителям услуг.

С целью повышения квалификации для студентов кулинарного дела в Рязанской области Ассоциацией кулинаров была организована Гастролаборатория в ТЦ Metro Cash & Carry, на базе которой постоянно проводятся мастер-классы от ведущих шеф-поваров региона.

Набор приобретаемых компетенций по программам ДПО значительно зависит от тематики программы и от ее наполнения, которое закладывают в нее образовательные организации. Например, в рамках программы повышения квалификации Российского государственного университета туризма и сервиса «Туризм и окружающая среда: возможности, воздействия и последствия»[2] делается акцент на следующих пунктах:

- экологические основы организации туризма в природной среде; воздействие туризма на окружающую среду, его последствия;
- туристская нагрузка, емкость и пропускная способность объектов;
- стратегии и подходы управления туристскими потоками и воздействиями в природной среде.

1. Источник: Форма №1-ПК «Сведения о деятельности организации, осуществляющей образовательную деятельность по дополнительным профессиональным программам» Минобрнауки.
2. Российский государственный университет туризма и сервиса // https://rguts.ru/programs/program-view/

Туристско-рекреационные кластеры (ТРК)
Расположение и количество

В среднем в регионах БЗК присутствует от 1 до 5 ТРК (Владимирская область — единственный регион в БЗК, в котором нет существующих / строящихся / забюджетированных кластеров).

Карта ТРК, 2022 г.

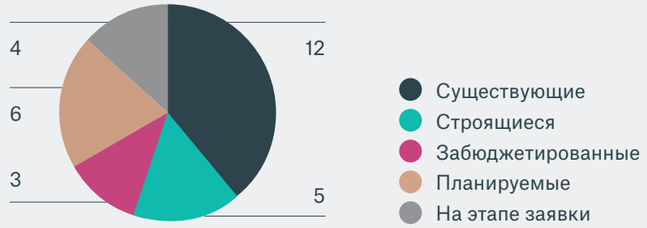


1. Приведенный перечень ТРК был сформирован на основе перечня объектов в ФЦП «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации», а также найденных в открытых источниках ТРК, соответствующих по базовым характеристикам территориям, развиваемым в рамках ФЦП и имеющим название «Туристско-рекреационный кластер».
2. Стадии были определены авторами отчета по открытым источникам (статьи в СМИ, отчеты и презентации на уровне регионов и отдельных ТРК), а также с учетом информации, поступившей от региональных администраций. Объекты категории «На этапе заявки» приведены справочно — это проекты ТРК, которые были кандидатами на включение в ФЦП или конкурсы, но не прошли отбор. Далее в отчете они не рассматриваются.

— Границы регионов
Существующие ТРК
Строящиеся ТРК
Забюджетированные ТРК
Планируемые ТРК
ТРК на этапе заявки

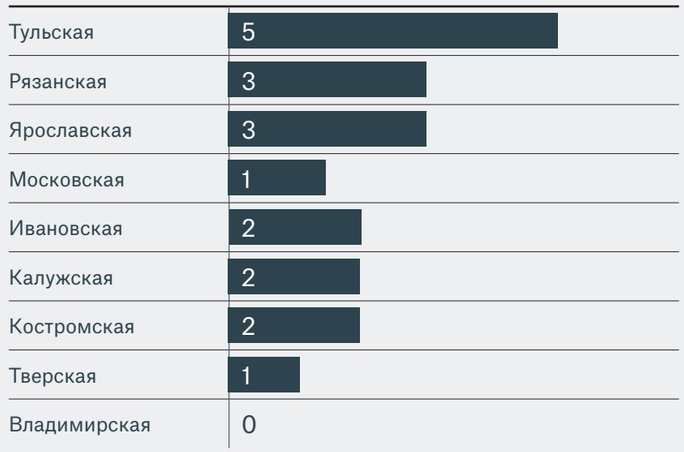
30 ТРК[1, 2] на территории БЗК сегодня

Количество ТРК по стадиям создания[1, 2]



19 ТРК[1, 2] имеют статус «Существующие», «Строящиеся» или «Забюджетированные»

Количество ТРК на территории на текущий момент (кроме кластеров со статусами «Планируемые» и «На этапе заявки»):



Туристско-рекреационные центры (ТРК)
Описание и финансирование

ФЦП — один из основных механизмов создания и развития ТРК в России

Концепция долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года

Согласно Концепции, существенный вклад в региональное развитие после 2012 года будут вносить перспективные центры опережающего экономического роста, к которым относятся и туристско-рекреационные кластеры.

ФЦП «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011–2018 годы)»

Определение ТРК: комплекс взаимосвязанных объектов рекреационной и культурной направленности — коллективных средств размещения, предприятий питания и сопутствующих сервисов, снабженных необходимой обеспечивающей инфраструктурой[1].

Список ТРК и планируемое финансирование.

ФЦП «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2019–2025 годы)»

Дополнительный список ТРК и планируемое финансирование.

19 ТРК[1]

имеют статус «Существующие», «Строящиеся» или «Забюджетированные» (и рассматриваются в анализе финансирования)

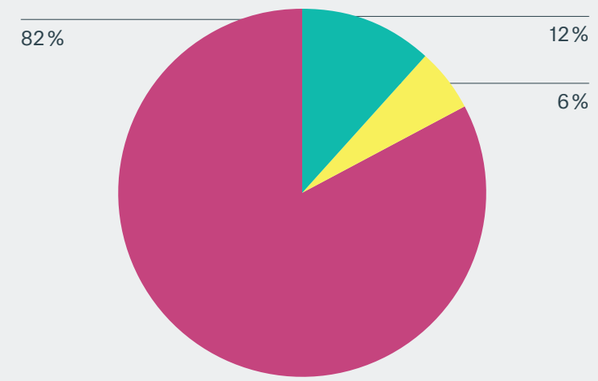
>78 млрд руб.[1]

было выделено на создание 19 ТРК из анализируемых 23 (информация о бюджете 4 ТРК — «Калужское поречье», «Тульский», «Окский», «Куликовский» — не найдена в открытых источниках)

10 из этих 19 ТРК[1]

включены в ФЦП «Развитие внутреннего и въездного туризма»

Распределение средств, выделенных на создание ТРК по источникам (в целом по БЗК), на апрель 2022 г.[1, 2]



1. Анализируемый перечень ТРК был сформирован на основе перечня объектов в ФЦП «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации», а также найденных в открытых источниках ТРК, соответствующих по базовым характеристикам территориям, развиваемым в рамках ФЦП и имеющим название «Туристско-рекреационный кластер». Данные о финансировании были получены из ФЦП, региональных документов и СМИ.
2. Без учета инвестиций в ТРК «Золотое кольцо», «Ярославское взморье», «Ярославская Ривьера», «Город Гжель», «Паустовский», «Касимовский» и «Кремлевский», так как по данным ТРК известны суммы инвестиций, но неизвестна разбивка по источникам финансирования.
3. В случае ТРК «Государыня Кострома» учитываются 6,7 млн руб., выделенные из местного бюджета.

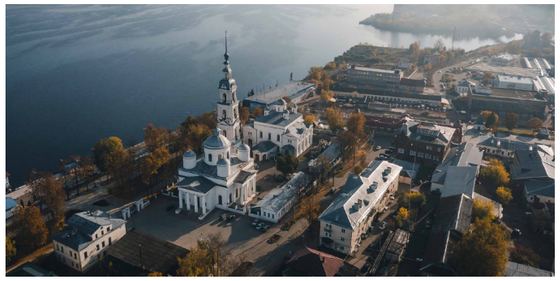
ТРК и прочие девелоперские проекты
Ивановская область

Туристско-рекреационные кластеры (со статусом «Существующие», «Строящиеся» или «Забюджетированные»)[1]



Плёс

Территория:	Районный (Городское поселение Плёс, г. Плёс)
Статус:	Существующий
Тип:	Рекреационный
Включен в ФЦП:	Да
Бюджет, млн руб. (по источникам финансирования):	367,1 — федеральный бюджет 163,2 — региональный бюджет 3847,0 — внебюджетные средства



Малые города Ивановской области

Территория:	Межгородской (Заволжск, Кинешма, Кохма, Тейково, Юрьевец)
Статус:	Строится
Тип:	Исторический
Включен в ФЦП:	Да
Бюджет[3], млн руб. (по источникам финансирования):	772,0 — федеральный бюджет 148,0 — региональный бюджет 2600,0 — внебюджетные средства

Прочие планируемые и реализуемые девелоперские и инвестпроекты отсутствуют[2]

1. Источники: открытые источники.
2. Источник: данные, предоставленные региональными администрациями.
3. В ФЦП включен ТРК «Кинешма купеческая», который, по информации, переданной региональной администрацией, вошел в состав ТРК «Малые города Ивановской области». Финансирование приведено для ТРК «Кинешма купеческая».

ТРК и прочие девелоперские проекты
Калужская область

Туристско-рекреационные кластеры (со статусом «Существующие», «Строящиеся» или «Забюджетированные»)[1]



Никола-Ленивец[3]

Территория:	Районный (Дзержинский район)
Статус:	Существующий
Тип:	Культурный
Включен в ФЦП[3]:	Да
Бюджет, млн руб.[3] (по источникам финансирования):	243,6 — федеральный бюджет 60,9 — региональный бюджет 1180,3 — внебюджетные средства



Калужское поречье

Территория:	Межрайонный (Бабынинский, Юхновский и Кохельский районы)
Статус:	Строится
Тип:	Рекреационный
Включен в ФЦП:	Нет
Бюджет, млн руб. (по источникам финансирования):	Нет данных

Прочие планируемые и реализуемые девелоперские и инвестпроекты[2]

Название	Территория	Описание	Статус реализации
Туристический комплекс «Тюремный замок»	Боровский район	Проект предусматривает создание эксклюзивного развлекательно-познавательного туристического комплекса.	Предынвестиционная. По состоянию на 01.12.2021: инвестором проводятся работы по обустройству территории (производится ремонт двух флигелей, вставляются окна, двери, проводится канализация), организуются работы для приема инклюзивного туриста.
Современный зрелищно-туристический комплекс «Медынская слобода»	Медынский район	Проект предусматривает создание современного зрелищно-туристического комплекса в исконных традициях древнерусского зодчества в живописном месте Калужской области. Широкомасштабная идея проекта позволит использовать комплекс по различным направлениям, для граждан любого возраста и различных интересов. Проект позволит организовать площадку для съемок фильмов различных жанров, увеличит туристический поток, что, в свою очередь, даст импульс к развитию туристической инфраструктуры Калужской области, создаст дополнительные рабочие места для местного населения.	Предынвестиционная. По состоянию на 01.12.2021: инициатором проекта И.С. Уголниковым оформлен земельный участок, предполагаемый для размещения проекта, дополнительно дорабатывается концепция проекта, ведется работа по поиску соинвесторов для реализации проекта, для продвижения проекта запланировано проведение рабочих встреч с участием представителей ВЭБ, РСТ, Федерации рестораторов и отельеров и др.
Эко-парк «Милятино»	Барятинский район	Проект предусматривает создание объектов агротуризма на берегу Милятинского водохранилища на площади 7,5 га.	Прединвестиционная. По состоянию на 01.12.2021 два земельных участка оформлены в аренду, один участок — под линейный объект в стадии оформления, дополнительно прорабатывается вопрос, связанный с оформлением участка ООПТ, порядок и условия предоставления таких участков.

На территории Калужской области также успешно реализуются следующие проекты: гостинично-туристический комплекс «Лаврово-Песочня» (город Калуга), горнолыжный комплекс «Квань» (город Калуга), культурно-образовательный центр «Этномир» (Боровский район), музей-заповедник «Полотняный Завод» (Дзержинский район), музей бумаги «Бузеон» (Дзержинский район), парк птиц «Воробьи» (Жуковский район), бизнес-парк «Грачи» (Художественный музей мусора «Му-Му») (Жуковский район), экокластер «Лесное» (Малоярославецкий район), кинокомплекс «Военфильм» (Медынский район), экокурорт WELNA (Тарусский район), Ландшафтный парк в г. Тарусе (Тарусский район) и другие. Создание комплекса туристской и обеспечивающей инфраструктуры кластеров производится за счет собственных средств организаций.

1. Источники: открытые источники.
2. Источник: данные, предоставленные региональными администрациями.
3. Проект «Никола-Ленивец» был включен в ФЦП «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011–2018 годы)» как ТРК, однако в 2015 году частный инвестор прекратил финансирование проекта ввиду банкротства, и проект вышел из ФЦП, вернув уже полученные 15 млн из государственного бюджета. Проект продолжает существовать и развиваться вне ФЦП. Источник: «Никола-Ленивец»: как превратить деревню в бизнес-проект и заработать на современной архитектуре (даже потеряв инвестора) // https://incrussia.ru/concoct/nikola-lenivets-kak-prevratit-derevnyu-v-biznes-proekt-i-zarabotat-na-sovremennoj-arhitekture-dazhe-poteryav-investora/

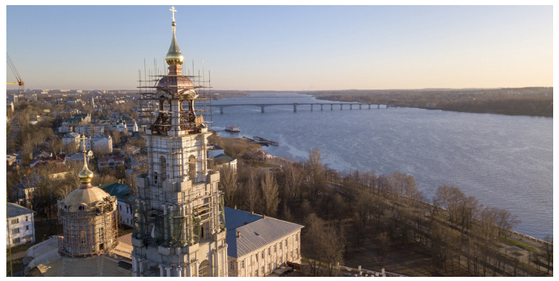
ТРК и прочие девелоперские проекты
Костромская область

Туристско-рекреационные кластеры (со статусом «Существующие», «Строящиеся» или «Забюджетированные»)[1]



Кладезь земли Костромской

Территория:	Межрайонный (Красносельский район, Сидоровское сельское поселение, г. Кострома)
Статус:	Существующий
Тип:	Рекреационный
Включен в ФЦП:	Да
Бюджет, млн руб. (по источникам финансирования):	56,2 — федеральный бюджет 15,2 — региональный бюджет 190,0 — внебюджетные средства



Государыня Кострома

Территория:	Городской (г. Кострома)
Статус:	Существующий
Тип:	Рекреационный
Включен в ФЦП:	Нет
Бюджет, млн руб. (по источникам финансирования):	120,5 — федеральный бюджет 13,4 — региональный бюджет 6,7 — местный бюджет

Прочие планируемые и реализуемые девелоперские и инвестпроекты[2]

Название	Название программы, в рамках которой реализуется проект
Благоустройство парка «Берендеевка»	муниципальная программа города Костромы «Формирование современной городской среды»
Благоустройство Чернигинской набережной	муниципальная программа города Костромы «Формирование современной городской среды»
Благоустройство сквера и оврага в районе улицы Подлипаева	муниципальная программа города Костромы «Формирование современной городской среды»
Благоустройство парка «Центральный»	муниципальная программа города Костромы «Формирование современной городской среды»
Благоустройство набережной левого берега реки Волги, от речки Черной, по улице 1 Мая, до автопешеходного моста через реку Кострома	В рамках создания кластера «Государыня Кострома»

Название	Название программы, в рамках которой реализуется проект
Строительство гостиницы (г. Кострома, ул. Островского, 65)	в рамках создания кластера «Государыня Кострома»
Реконструкция объекта капитального строительства под гостиницу (г. Кострома, ул. Чайковского, 21)	в рамках создания кластера «Государыня Кострома»
Создание культурно-выставочного комплекса «Музейное подворье»	в рамках создания кластера «Государыня Кострома»
Строительство гостиницы в городе Галич	
Благоустройство центральной площади города Галич	
Воссоздание храмового комплекса Костромского Кремля	

1. Источники: открытые источники.
2. Источник: данные, предоставленные региональными администрациями.

ТРК и прочие девелоперские проекты
Московская область

Туристско-рекреационные кластеры (со статусом «Существующие», «Строящиеся» или «Забюджетированные»)[1]



Город Гжель

Территория:	Районный (Раменский район, г. Раменское)
Статус:	Планируемый
Тип:	Культурный
Включен в ФЦП:	Нет
Бюджет, млн руб. (по источникам финансирования):	7595,0 — все источники



Звенигородский Вектор

Территория:	Межрегиональный (Одинцовский район (МО), Новая Москва (г. Москва))
Статус:	Забюджетирован
Тип:	Рекреационный
Включен в ФЦП:	Нет
Бюджет, млн руб. (по источникам финансирования):	250,0 — региональный бюджет

Прочие планируемые и реализуемые девелоперские и инвестпроекты[2]

Название	Территория	Площадь	Количество номеров	Планируемые инвестиции
Строительство гостиничного комплекса и гольф-поля Forest Hills Resort and Golf Club	д. Матвейково	85 га	150	5,0 млрд руб.
Гостинично-развлекательный комплекс Dmitrov Golf Resort 4*	д. Сорочаны	38 га	300	4,0 млрд руб.
Новое строительство: аутлет 64 109 м²; аквапарк 55 000 м²; гостиница 126 100 м²; апарт-отель 50 981 м²	д. Шестово	нет данных	нет данных	17,5 млрд руб.
Гостиничный гольф-комплекс	д. Телешево	27 га	200	1,8 млрд руб.
Многофункциональный гостиничный комплекс	д. Лужки	11,7 га	250	3 млрд руб.
Многофункциональный гостиничный экологический комплекс	д. Антипино	10 га	110	1,2 млрд руб.
Сеть придорожных отелей	г.о. Балашиха, г.о. Лухо-вицы	по 0,15 га	50	нет данных
Гостиничный комплекс (глэмпинги)	г.о. Рузский	9,5 га	100	0,3 млрд руб.

1. Источники: открытые источники.
2. Источник: данные, предоставленные региональными администрациями.

ТРК и прочие девелоперские проекты
Рязанская область

Туристско-рекреационные кластеры (со статусом «Существующие», «Строящиеся» или «Забюджетированные»)[1]



Рязанский

Территория:	Межрайонный (Рязанский и Рыбновский районы, г. Рязань)
Статус:	Существующий
Тип:	Рекреационный
Включен в ФЦП:	Да
Бюджет, млн руб. (по источникам финансирования):	888,1 — федеральный бюджет 158,5 — региональный бюджет 3056,5 — внебюджетные средства



Паустовский

Территория:	Межрайонный (Рязанский, Клепиковский и Спасский районы)
Статус:	Строящийся
Тип:	Рекреационный
Включен в ФЦП:	Нет
Бюджет, млн руб. (по источникам финансирования):	>400,0 — все источники



Касимовский

Территория:	Межрайонный (г. Касимов, Касимовский муниципальный район)
Статус:	Строящийся
Тип:	Исторический
Включен в ФЦП:	Нет
Бюджет, млн руб. (по источникам финансирования):	>3000,0 — все источники

Прочие планируемые и реализуемые девелоперские и инвестпроекты[2]

1. Комплексное благоустройство исторической части города Рязани, обеспечивающей связанность между точками притяжения, объектами туристской инфраструктуры.
2. Реализация первого в регионе креативного кластера — ревитализация достопримечательного места «Торговый городок» посредством создания современного общественного арт-пространства с локаворскими ресторанами, фермерскими ярмарками, музеями, шоурумами крафтовой продукции.
3. Развитие достопримечательного места «Есенинская Русь».
4. Развитие проектов по включению городища «Старая Рязань» в туристический оборот: музеефикация городища, создание сервисной и музейной инфраструктуры вблизи объекта, устройство причальной инфраструктуры для приема круизных судов, обустройство экологических троп, поддержка местных инициатив по формированию сервисов для туристов.
5. Реализация проекта по развитию культурно-этнографического туризма «Нарядная губерния».

1. Источники: открытые источники.
2. Источник: данные, предоставленные региональными администрациями.

ТРК и прочие девелоперские проекты
Тверская область

Туристско-рекреационные кластеры (со статусом «Существующие», «Строящиеся» или «Забюджетированные»)[1]



Волжское море

Территория:	Межрайонный (Конаковский, Кимрский, Калязинский и Весьегонский районы, г. Тверь)
Статус:	Забюджетирован
Тип:	Рекреационный
Включен в ФЦП:	Да
Бюджет, млн руб. (по источникам финансирования):	1500,0 — федеральный бюджет 500,0 — региональный бюджет 7500,0 — внебюджетные средства

Прочие планируемые и реализуемые девелоперские и инвестпроекты[2]

Название	Территория	Описание
Особая экономическая зона туристско-рекреационного типа «Завидово»	Тверская область, Конаковский район, сельское поселение Завидово	В кластер «Завидово» привлечено более 16 млрд руб. частных инвестиций, и построены современные объекты туристской инфраструктуры: отели «Рэдиссон» и «Ямская слобода», гольф-клуб с лучшим в России гольф-полем, яхт-клуб, аэропарк и SPA-комплекс, кемпинг. К 2025 году дополнительный объем инвестиций в кластер в рамках реализации данного проекта составит более 29 млрд руб. В рамках проекта с 2022 по 2025 год будут построены: всесезонный центр водных развлечений, конгресс-центр с шоу-холлом, 3 новых отеля с номерным фондом 1130 номеров, горнолыжный склон.
Экоотель «Ново-Окатово»	Тверская область, Калязинский район, деревня Ново-Окатово	Первый уникальный курортный комплекс в Калязинском районе. Территория глэмпинга насчитывает 14 комфортабельных домиков с круглогодичным отоплением, ресторан авторской кухни, русскую баню и горячую купель на свежем воздухе. Имеется собственная причальная зона (лодки, яхты и катера длиной до 10 метров). Планируется: • строительство 15 шале, благоустройство территории; • многофункциональный комплекс, 28 таунхаусов, причал для яхт, вертолетная площадка, объекты рекреации и инженерного назначения; • 9 гостевых домов повышенной комфортности, объекты рекреации.
Строительство гостиничного комплекса ООО «Гранд Селигер»	Тверская область, Осташковский городской округ, Сорожское сельское поселение, деревня Заселье	Проект реализуется на земельном участке площадью 8,4 га, с непосредственным доступом на береговую линию и существующей развитой транспортной инфраструктурой примыкания к дорожным сетям. В рамках реализации проекта будет создано 146 современных номеров, включая 6 вилл, 40 дуплексов, 15 вилл на воде, и 85 номеров в основном корпусе многофункционального гостиничного комплекса. Общий объем инвестиций — более 2,5 млрд руб. В настоящий момент подготовлена заявка (через банк ВТБ) на льготное кредитование по программе Федерального агентства по туризму Российской Федерации.

1. Источники: открытые источники.
2. Источник: данные, предоставленные региональными администрациями.

ТРК и прочие девелоперские проекты
Тульская область

Туристско-рекреационные кластеры (со статусом «Существующие», «Строящиеся» или «Забюджетированные»)[1]



Русские усадьбы

Территория:	Межрайонный (Щекинский, Богородицкий и Заокский районы, г. Донской, г. Тула, г. Богородицк)
Статус:	Существующий
Тип:	Исторический
Включен в ФЦП:	Да
Бюджет, млн руб. (по источникам финансирования):	920,1 — федеральный бюджет 346,4 — региональный бюджет 14 104,8 — внебюджетные средства



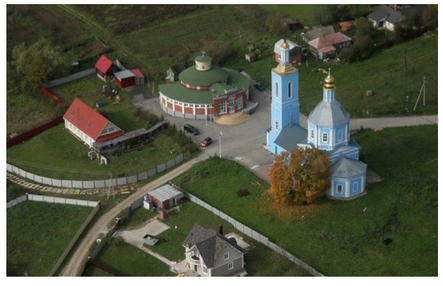
Романцевские горы

Территория:	Районный (Узловский район)
Статус:	Забюджетирован
Тип:	Рекреационный
Включен в ФЦП:	Нет
Бюджет, млн руб. (по источникам финансирования):	1600 — все источники



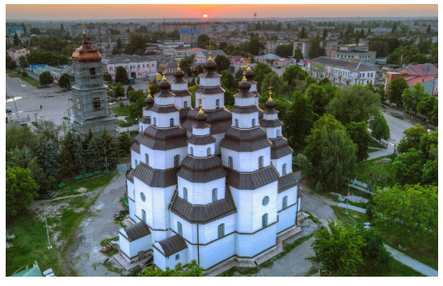
Тульский

Территория:	Межрайонный (г. Тула, Щекинский район)
Статус:	Существующий
Тип:	Культурный
Включен в ФЦП:	Нет
Бюджет, млн руб. (по источникам финансирования)	нет данных



Окский

Территория:	Межрайонный (Заокский и Алексинский районы)
Статус:	Существующий
Тип:	Культурный
Включен в ФЦП:	Нет
Бюджет, млн руб. (по источникам финансирования):	нет данных



Куликовский

Территория:	Межрайонный (г. Новомосковск, Веневский, Узловской, Богородицкий, Кимовский, Куркинский районы)
Статус:	Существующий
Тип:	Культурный
Включен в ФЦП:	Нет
Бюджет, млн руб. (по источникам финансирования):	нет данных

Прочие планируемые и реализуемые девелоперские и инвестпроекты[2]

- В существующем здании, расположенном по адресу: Тульская область, поселок Арсеньево, улица Папанина, дом 11, проведена реконструкция, в результате чего было открыто кафе «Золотая хлебница» (ИП Антонян А.А.);
- Открытие отеля ODOYEV.SKY, октябрь 2019;
- Открытие кафе «Филимон», январь 2021;
- Открытие кафе-ресторана «Карл Маркс», август 2021;
- В 2021 году в здании ГУК ТО «Тульское музейное объединение» филиала «Девягорско-Лихвинского историко-ландшафтного музея-заповедника» в городе Чекалин индивидуальным предпринимателем Ильичевой Татьяной Михайловной было открыто кафе «Лихвинский дворик»;
- В ноябре 2019 года ввод в эксплуатацию объекта капитального строительства «Жилой дом со встроенным гостиничным комплексом», расположенного по адресу: Тульская область, городской округ г. Новомосковск, ул. Бережного, дом 3Б. Строительство объекта осуществлялось компанией ООО «АИР Контракшн», инвестор — ЗАО «Бизнес».
- Коллективные средства размещения: отель «Азимут»; загородный отель Just Wood; отель Key Hotel; отель «Тульский Левша»; отель «Болотов.Дача»; отель «Скрытово»; гостиница «Златинские лавки»; отель «Тургеневъ»; отель 11 Hotel & Garden; гостиница «Бел Отель»; отель ODOYEV.SKY; гостиница «Шерер»; дома на деревьях «Лапочкино гнездо»; глэмпинг «Зеленая тропа»; загородный клуб «Гуляй город»; экоотель «Ясно Поле»; ресторан-мотель «Ферма-Цыпа's»; вилла «Усадьба Бехово» и др.;
- Городские пространства: творческий индустриальный кластер «Октава», городское пространство «Искра», Казанская набережная, Музейный квартал;
- Предприятия питания: ресторан Angel 8; рестораны исторического центра города Тулы (Well Well Well; «Магадан»; «Пекло»; «Ребро»; «Еда и Мир»; «Светски»); рестораны гастроквартала «Искра» (Salden's Porterhouse; «Шарден»; «Культура»; «Чайная Чайка»; What Else?; «Вино Домино» и др.); ресторан «Пряности и Радости»; кофейни («Бари»; Mr. Cup; «Кофе Культ» и др.); ресторан паназиатской кухни AZAZA; ресторан «Гнездо» и др.

1. Источники: открытые источники.
2. Источник: данные, предоставленные региональными администрациями.

ТРК и прочие девелоперские проекты
Ярославская область

Туристско-рекреационные кластеры (со статусом «Существующие», «Строящиеся» или «Забюджетированные»)[1]



Золотое кольцо

Территория:	Районный (ГО г. Переславль-Залесский)
Статус:	Существующий
Тип:	Культурный
Включен в ФЦП:	Нет
Бюджет, млн руб. (по источникам финансирования):	4377,3 — все источники



Ярославское взморье

Территория:	Районный (Рыбинский район)
Статус:	Существующий
Тип:	Рекреационный
Включен в ФЦП:	Да
Бюджет, млн руб. (по источникам финансирования):	2571,7 — все источники



Ярославская Ривьера

Территория:	Районный (Рыбинский район)
Статус:	Строится
Тип:	Рекреационный
Включен в ФЦП:	Нет
Бюджет, млн руб. (по источникам финансирования):	154,9 — все источники

Прочие планируемые и реализуемые девелоперские и инвестпроекты[2]

1. В рамках инвестиционного проекта «Ярославское взморье», в который входит проект по строительству дороги, в 2020 году введены в эксплуатацию 9 объектов туристской инфраструктуры (коттеджи) с общим объемом инвестиций 49 500 тыс. руб.
   С 2021 по 2023 год запланировано создание 1 объекта туристской инфраструктуры (гостиница) с общим объемом инвестиций 960 000,0 тыс. руб.
   Сейчас «Ярославское взморье» — это новые возможности для активного и водного туризма (яхт-клуб «Коприно»), рекреационного, экологического и пляжного отдыха (обустройство пляжей «Петраково» и парк-отеля «Бухта Коприно»), это современные стандарты крупных деловых мероприятий и инвестиционного бизнеса (бизнес-центр «Калита»).
2. Биопарк «Ярославль», планируется к реализации. Проект включает в себя строительство:
   - парка дикой природы;
   - парка развлечений и аттракционов;
   - историко-образовательного парка (этнодеревни);
   - оздоровительного центра;
   - фуд-кортов, кафе и ресторанов;
   - ипподрома;
   - «Водного мира»;
   - отеля 4* на берегу озера.

   Планируемая сумма инвестиций составляет 12,6 млрд руб. Количество посетителей — более 1 млн чел. в год.
3. ГК «Домковка» 5* с водной и спортивной инфраструктурой, оздоровительным комплексом, 153 номера. Вариативность номерного фонда, создание инфраструктуры для всесезонного пребывания, создание уникальной архитектурной концепции.
4. Парк-отель «Замок Понизовкина», строительство туристского комплекса включает гостиницу на 37 номеров, спортивно-оздоровительный комплекс, гостиницу на 25 номеров, SPA-салон, трактир, ресторан с трансформируемой верандой, павильон для обслуживания маломерных судов, гостевые дома, банные комплексы, гостиницу на 56 номеров, гостиницу на 12 номеров, круглогодичные беседки, Замок Понизовкина, парковочные места.
5. Строительство двух гостиничных комплексов на территории города Углич с номерным фондом 350 мест.

1. Источники: открытые источники.
2. Источник: данные, предоставленные региональными администрациями.

Около половины номерного фонда БЗК располагается в Московской области

Развитость регионов с точки зрения туристической инфраструктуры значительно зависит от приближенности к источнику платежеспособного спроса — Москве.

20,4 тыс.
средств размещения в БЗК, включая официальные (КСР) и неофициальные (частные) (ИСР)[1]

2,2 тыс.
официальные КСР на территории БЗК[1]

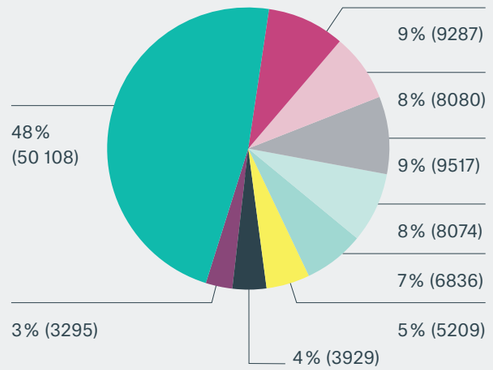
18,2 тыс.
неофициальные (частные) ИСР на территории БЗК[1]

85%
частных средств размещения не декларируют свою деятельность[2]

27–40 номеров
средний размер официально зарегистрированных КСР по регионам, за исключением Московской области[1]

	Количество официальных КСР, ед.[1]	Объем частного сектора, ед.[1]	Номерной фонд в официальных КСР, ед.[1]	CAGR объема номерного фонда в официальных КСР в 2016–2019, %[3]	CAGR количество КСР в 2016–2019, %[3]	Средний размер КСР, номеров[1]
Московская обл.	730	9667	47 756	6,6	7,7	65
Тверская обл.	275	1509	8891	5,7	10,8	32
Владимирская обл.	246	1366	7513	4,2	7,5	31
Ярославская обл.	221	1512	8798	7,5	7,5	40
Калужская обл.	198	996	7856	2,3	4,0	40
Тульская обл.	186	1155	6413	3,4	6,7	34
Рязанская обл.	168	801	4976	5,4	4,7	30
Ивановская обл.	106	749	3717	3,4	12,5	35
Костромская обл.	113	446	3125	3,0	7,4	27
Всего	**2243**	**18 201**	**99 045**	—	—	**37 (среднее)**

Структура предложения официальных КСР и частного сектора по регионам БЗК, номеров[1]



Всего номеров: **104 335**

- Московская
- Ярославская
- Тверская
- Владимирская
- Калужская
- Тульская
- Рязанская
- Ивановская
- Костромская

1. Источник: Росстат, Booking.com, CBRE, 2022 г. Количество официальных КСР на 2020 год, данные о частном секторе представлены на 2022 год. В целях анализа один объект частного сектора приравнивается к одному номеру.
2. На основании открытых источников: Нам чужого надо. Россияне все чаще выбирают съемные квартиры. Почему в 2022 году им придется платить за них еще больше? // https://lenta.ru/articles/2022/01/07/rent/; Штраф или льготы: как решить проблему серой аренды жилья // https://realty.rbc.ru/news/61b8633f9a79479f35773c89 https://realty.rbc.ru/news/61b8633f9a79479f35773c89
3. Compound annual growth rate — совокупный среднегодовой темп роста.

- Лидером среди рассмотренных регионов по количеству КСР и номерному фонду предсказуемо является Московская область, что обусловлено экономической развитостью региона, численностью населения и приближенностью к основному источнику спроса — Москве;
- Во всех областях, кроме Рязанской и Ярославской, среднегодовые темпы роста объектов КСР превышают темпы роста номерного фонда, то есть основной прирост происходит за счет объектов малого формата. Особенно это выражено в Ивановской и Тверской областях. За счет преобладания КСР малых форматов практически невозможно одновременно разместить автобусную туристическую группу в гостиничном комплексе.

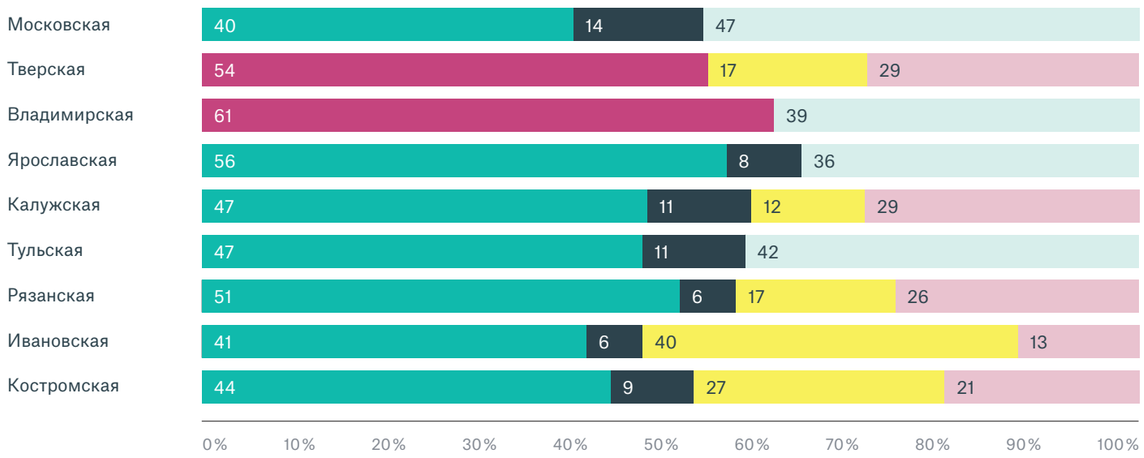
Структура предложения на рынке официальных и частных КСР

Гостиничный сегмент лидирует во всех регионах по количеству объектов и номерному фонду. В частном секторе по количеству предлагаемых объектов во всех регионах лидируют апартаменты.

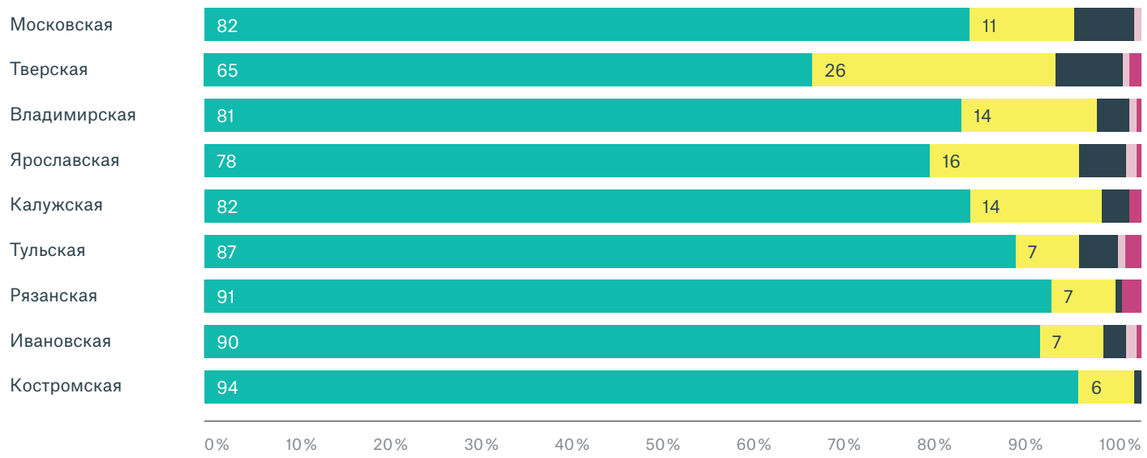
37 номеров — средний размер гостиниц и аналогичных средств размещения (официальные КСР)[1]

90 номеров — средний размер специализированных средств размещения (официальные КСР)[1]

Структура номерного фонда официальных КСР по типам объектов[1], %



Структура средств размещения в частном секторе по типам объектов, %



* По тем регионам, по которым не были предоставлены данные о структуре предложения внутри групп «Гостиницы и аналогичные средства размещения» (гостиницы, другие организации гостиничного типа — мотели, хостелы, гостевые дома и др.) и «Специализированные средства размещения» (санаторно-курортные организации и дома/базы отдыха и пр.), представлена структура по укрупненным группам.

1. Нет данных о структуре предложения гостиниц и аналогичных средств размещения во Владимирской и Тверской областях, специализированных средств размещения — в Тульской, Ярославской, Владимирской, Московской областях. Структура предложения представлена на 2019 год.
2. Структура предложения частного сектора представлена по данным Booking.com, 2022 год.

- **Гостиницы и аналогичные средства размещения:**
  - Гостиницы
  - Другие организации гостиничного типа (мотели, хостелы, гостевые дома и пр.)
- **Специализированные средства размещения**
  - Санаторно-курортные организации
  - Дома и базы отдыха, пансионаты и др.
  - Фермерские дома
  - Прочее
- Апартаменты
- Дома для отпуска
- Шале, загородные дома, виллы

- 44% номерного фонда приходится на специализированные типы объектов. Данный тип размещения существует преимущественно за счет отдыхающих по соц. программам ОМС и, в меньшей степени, работает на открытый рынок, что обеспечивает им стабильный спрос в течение года, однако с низким бюджетом.
- Более 30% номерного фонда представлено санаториями, большая часть которых представляет собой наследие советского периода, морально устаревшие объекты, требующие значительных инвестиций в обновление продукта и уровня сервиса для развития лечебно-оздоровительного туризма.
- Среди КСР частного сектора большая доля во всех регионах (65–95%) приходится на апартаменты.
- Наибольшая доля домов для отпуска в Тверской области в совокупности с малой долей апартаментов говорит о наиболее рекреационной направленности частного сектора в данном регионе.

1. Согласно официальной статистике, существует два основных типа средств размещения:
Гостиницы и аналогичные средства размещения:
Помещения, имеющие не менее пяти номеров, которые используются для временного проживания граждан. Данная категория для целей анализа делится на два подтипа: **гостиницы и аналогичные средства размещения: мотели, хостелы, гостевые дома и пр.**
Специализированные средства размещения:
Объекты туристской индустрии, представляющие собой коллективные средства размещения, которые предоставляют услуги размещения и дополнительные услуги в соответствии с профилем работы, а именно: туристские, оздоровительные, спортивные, физкультурно-оздоровительные, образовательные и др. Данная категория для целей анализа делится на два подтипа: **санаторно-курортные организации** (в том числе для детей и для детей с родителями, санаторно-оздоровительные лагеря, санатории-профилактории, курортные поликлиники, бальнеологические поликлиники, грязелечебницы), **дома и базы отдыха, пансионаты и др.** (включая кемпинги, туристские базы).
2. Частный сектор
Согласно типологии баз средств размещения, представленной на сайте booking.com, среди прочих типов средств размещения нами были выделены:
- Апартаменты/квартиры;
- Дома для отпуска;
- Шале;
- Загородные дома;
- Виллы.

В отношении данных средств размещения сделано предположение об отнесении их в категорию «Частный сектор».

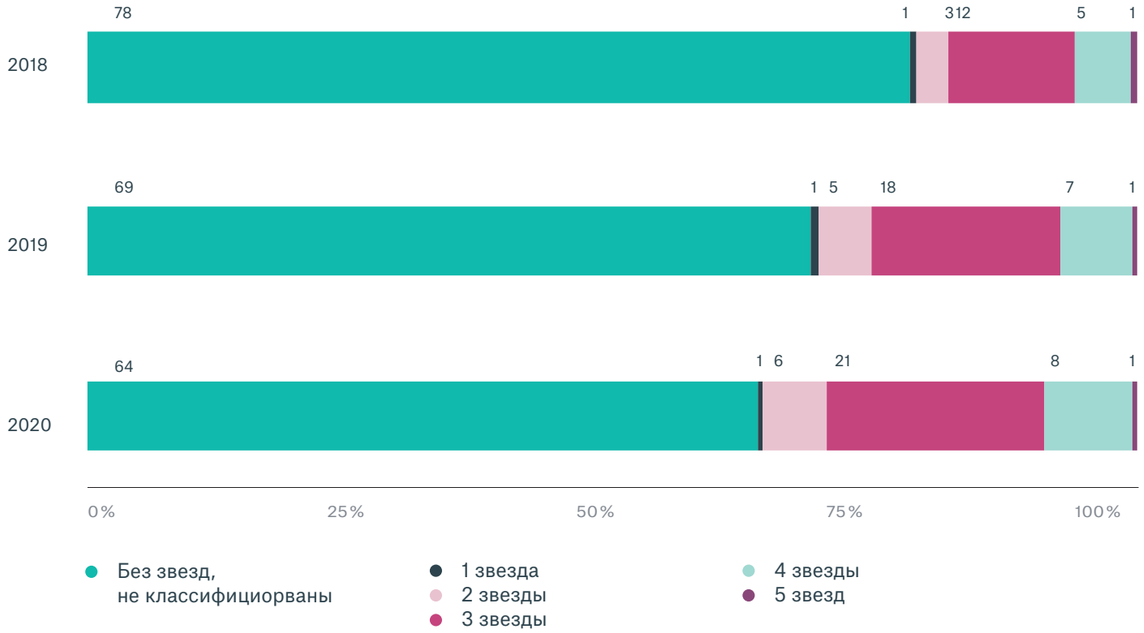
Структура предложения в разрезе категорий объектов

Доля классифицированных КСР растет, но количество объектов 4* и 5* все еще остается небольшим.

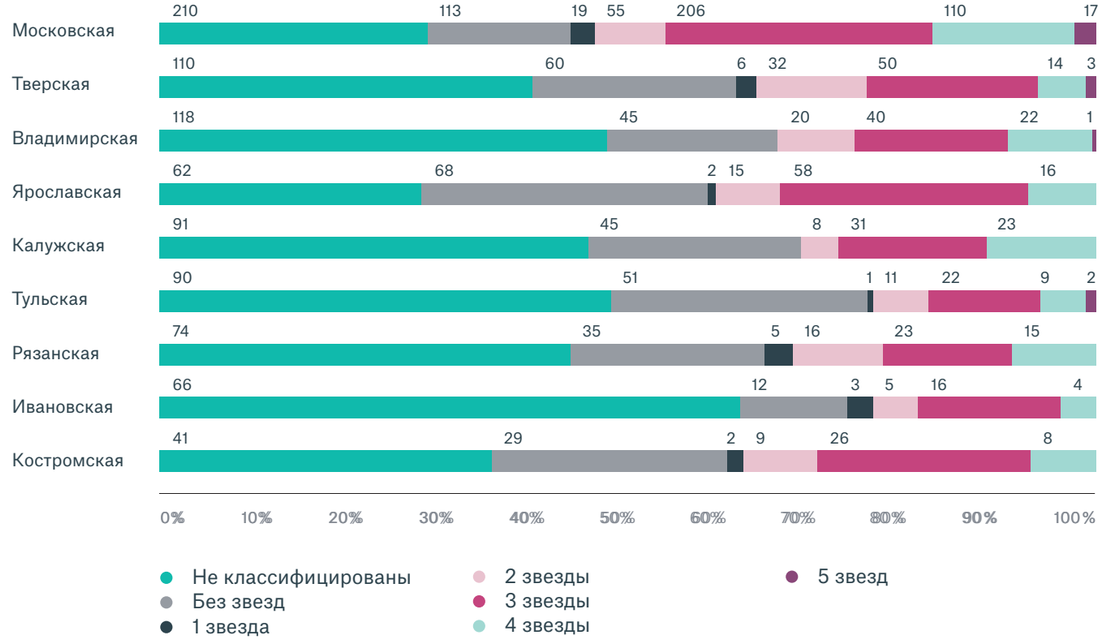
59% объектов — коллективных средств размещения относятся к категориям «Не классифицированы» и «Без звезд»[1]

244 объекта (11%) — относятся к категориям 4* и 5*

Динамика количества КСР в разбивке по категориям[1], %



Количество КСР в разбивке по категориям, объектов[2], шт.



1. Структуруа КСР рассчитана по 5 регионам БЗК: Владимирской, Ивановской, Калужской, Тульской, Ярославской областям. По остальным регионам ретроспективные данные не были предоставлены.
2. Структура КСР в разбивке по категориям представлена по данным на 2020 год. Источник: www.классификация-туризм.рф.
3. В соответствии с Постановлением Правительства РФ от 11 июня 2020 года №849 «О внесении изменений в постановление Правительства Российской Федерации от 3 апреля 2020 г. №440».
4. Совместное предприятие (СП) — форма участия страны в разделении труда путем создания предприятия на основе совместно внесенной собственности участниками из разных стран, совместного управления, совместного распределения прибыли и рисков.

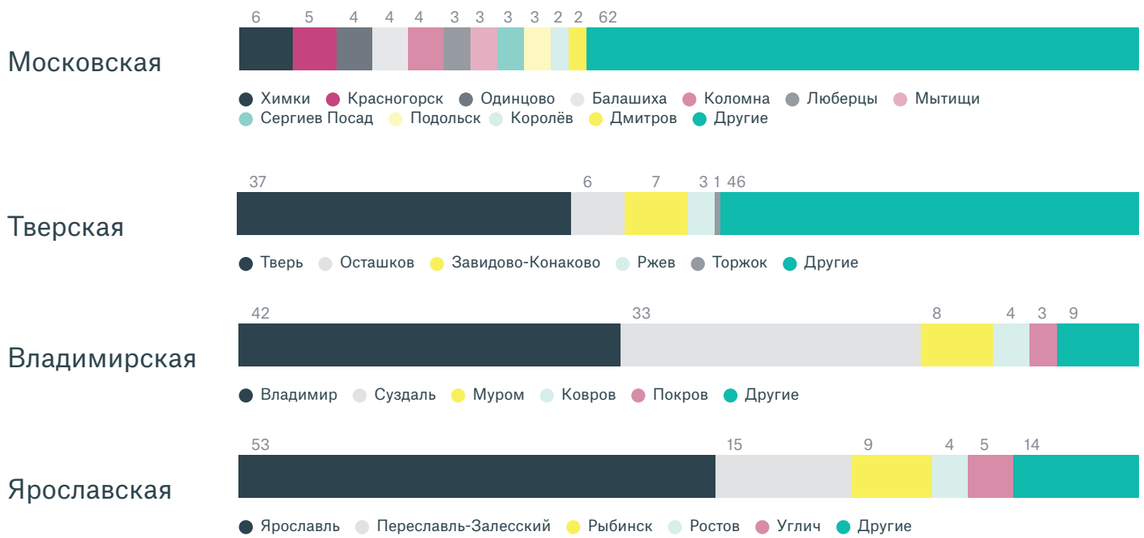
С 2016 по 2020 г. уменьшилось количество неклассифицированных КСР и КСР категории «Без звезд», так как с каждым годом все большее количество средств размещения стало проходить обязательную классификацию. Аналогичная динамика будет продолжаться, так как после 1 января 2022 года работа неклассифицированных средств размещения считается незаконной[3].

КСР категории 5* представлены в Московской, Тверской, Владимирской и Тульской областях. Категории 4* представлены во всех регионах. Лидирующие позиции по доле объектов 4* занимают Московская, что объясняется приближенностью к платежеспособному спросу, и Калужская области, благодаря большому количеству совместных предприятий[4], привлекающих иностранный спрос.

Распределение КСР внутри регионов БЗК

В более удаленных регионах от основного источника платежеспособного спроса — Москвы — КСР концентрируются в региональных центрах: так, в Костроме расположено 88% КСР Костромской области. Исключением является Калужская область, благодаря наукограду Обнинску.

Распределение КСР по городам в рассматриваемых регионах БЗК[1],
% от количества КСР



* Является микрорайоном в составе города Рязани.
1. Источник: Booking.com, CBRE, 2022 г.

В регионах Большого Золотого кольца наблюдается сильная диспропорция пространственного развития инфраструктуры. Инфраструктура преимущественно развита только в столицах субъектов или в населенных пунктах, имеющих стратегическое значение для развития туризма, начинающих формировать на своей территории ОЭЗ ТРТ, ТРК[4], реализовывать крупные инвестиционные проекты (например, Плёс, Конаково, Завидово, Калязин), а также на чьей территории расположено много производств и совместных предприятий[3], привлекающих иностранный спрос. При этом малые города пока остаются без внимания со стороны органов исполнительной власти и инвесторов с точки зрения развития инфраструктурных объектов, хотя именно такие города привлекают как своим культурно-историческим потенциалом, так и возможностями для организации природоориентированного, сельского, экологического, гастрономического туризма.

Примеры КСР различных категорий, присутствующие на территории БЗК

Завидово, Тверская обл.



Рыбинск, Ярославская обл.



Суздаль, Владимирская обл.



Наименование	Radisson Resort, Zavidovo	Парк-отель «Бухта Коприно»	ГТК «Суздаль»
Категория	гостиница 5*	гостиница 4*	гостиница 3*
Кол-во номеров	239 номеров + 187 апартаментов	150	294
Специфика	загородный отель с расширенной инфраструктурой	загородный отель с расширенной инфраструктурой	городской отель
Целевые аудитории[2]	● ●	● ●	● ● ●

Плёс, Ивановская обл.



Обнинск, Калужская обл.



Ново-Окатово, Тверская обл.



Наименование	Санаторий «Актер-Плёс»	Спорт-отель «Шале Триумф»	Глэмпинг «Ново-Окатово»
Категория	санаторий	хостел	глэмпинг
Кол-во номеров	105	57 мест	14 сафари-тентов
Специфика	санаторий	хостел	глэмпинг
Целевые аудитории[2]	● ●	● ●	●

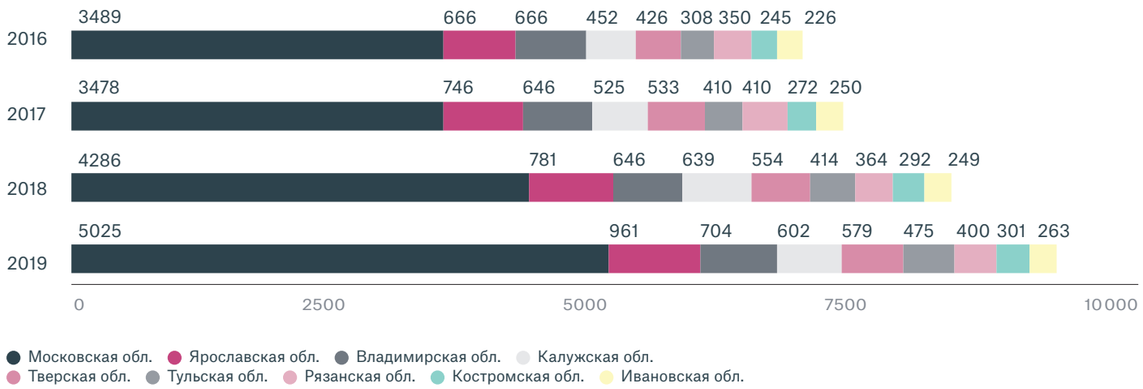
2. Показатели по целевым аудиториям указаны по данным на 2019 год, за исключением «Ново-Окатово» (2021 г.).
3. Совместное предприятие (СП) — форма участия страны в разделении труда путем создания предприятия на основе совместно внесенной собственности участниками из разных стран, совместного управления, совместного распределения прибыли и рисков.
4. ОЭЗ ТРТ - особые экономические зоны туристско-рекреационного типа; ТРК - туристско-рекреационные кластеры. Подробно разница рассматривается в Книге 2.

● Спортивные группы ● Индивидуальный туризм
● MICE и индивидуальный деловой туризм
● Санаторно-курортное лечение ● Групповой туризм

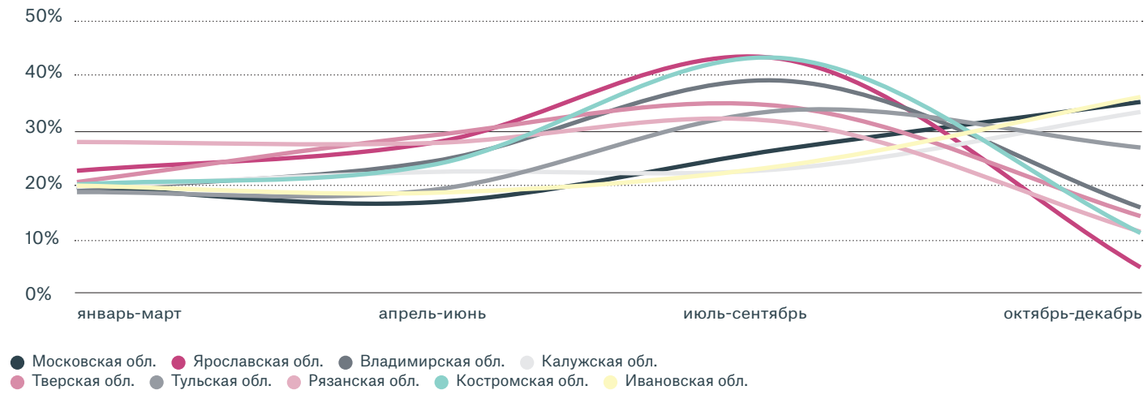
Анализ размещений в КСР на территории регионов БЗК

Пребывание с целью отдыха, а также делового туризма преобладает во всех регионах БЗК. Лечебно-оздоровительный туризм наиболее развит в Ивановской области.

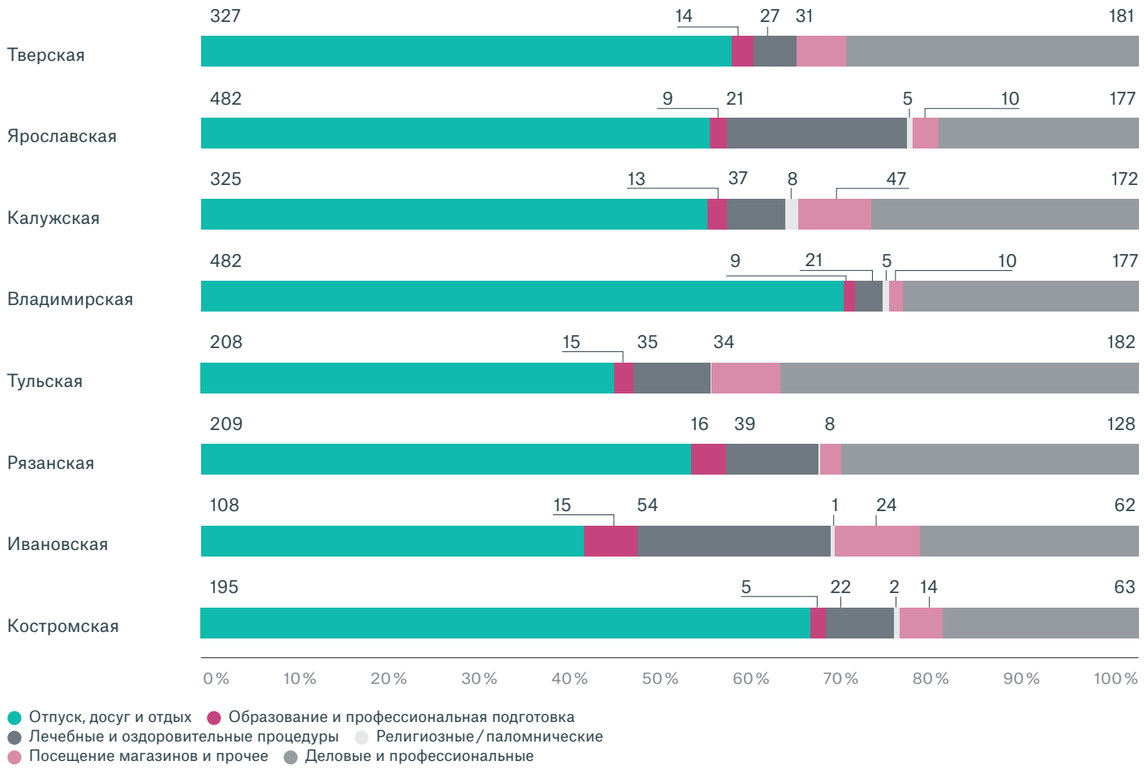
Количество размещенных лиц в регионах БЗК в 2016–2019 гг.[1], тыс. чел.



Данные о численности размещенных лиц в КСР по кварталам в течение года[1], % от данных за год



Количество размещенных лиц по целям прибытия в 2019 г.[1], тыс. чел.



- Лидерами по количеству размещенных лиц в целом, помимо Московской области (5 млн чел.), являются Ярославская, Владимирская, Калужская и Тверская области, где представлены наиболее популярные объекты туристического показа или наибольшее число совместных предприятий (Калужская область);
- В наиболее экономически развитых областях (Ярославской, Тульской, Тверской, Владимирской и Калужской) присутствует схожий по объему поток делового спроса (172–187 тыс. чел. в год);
- Наибольшее количество лиц, размещенных с лечебно-оздоровительными целями, — в Ивановской области, где сосредоточено большое количество санаторно-курортных объектов;
- Сезонность ярче всего выражена в Ярославской области. В Московской и Ивановской областях высокая доля спроса приходится также на октябрь-декабрь, что может объясняться как тем, что Московская область — популярная дестинация для проведения новогодних праздников, так и тем, что в Ивановской области находится большое количество специализированных средств размещения, для которых характерен стабильный спрос в течение года.

9,2 млн чел.
было размещено в КСР на территории макрорегиона в 2019 г.

30,9 млн
число ночевок в КСР на территории макрорегиона в 2019 г.

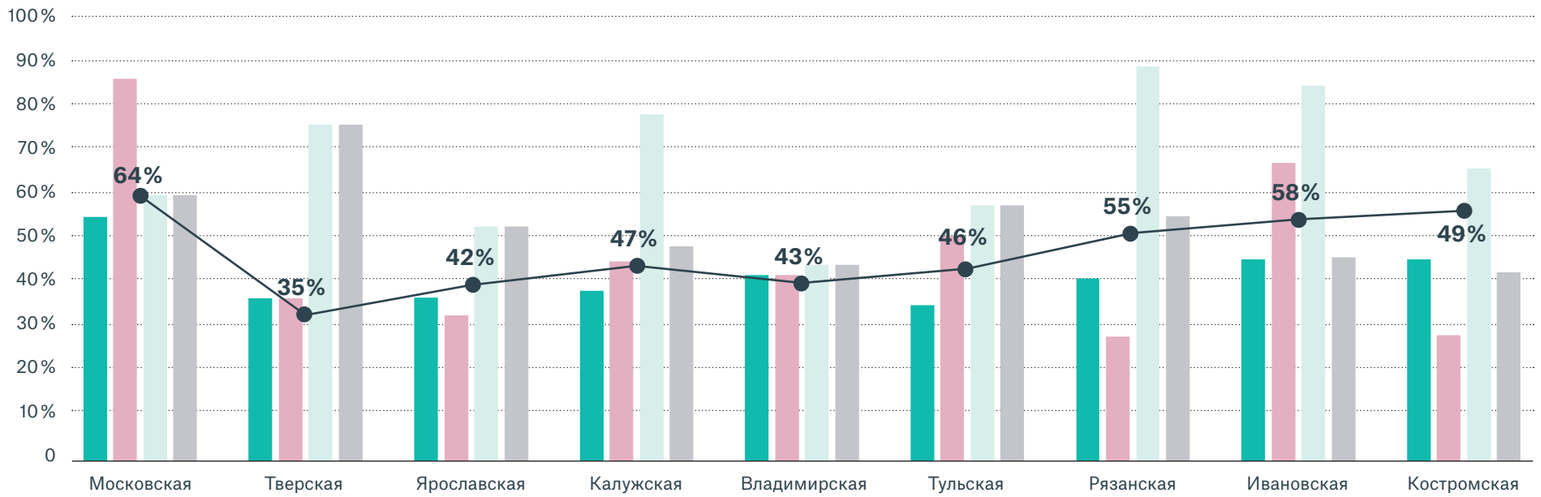
1. Источник: Росстат, 2022 г. Данные по целям прибытия по Московской области не представлены. Данные по целям прибытия не были представлены по специализированным средствам размещения Ярославской области.

Анализ операционных показателей КСР

Во всех регионах Большого Золотого кольца, кроме Московской области, наиболее высокий уровень загрузки достигается в санаторно-курортных организациях. В Московской области зафиксирована рекордная загрузка — 92% — в категории «Другие организации гостиничного типа».

- Наибольшая загрузка, ввиду развитости рынка, диверсифицированности спроса и приближенности к основному генератору спроса — Москве — в Московской области. Следующие по уровню загрузки регионы — Ивановская и Рязанская области, в связи с тем, что темпы роста спроса опережают рост предложения.
- Для санаторно-курортных объектов типична высокая загрузка в среднем по году, так как эти КСР не подвержены сезонности, а продолжительность проживания в них колеблется в диапазоне 10–14 дней.

Среднегодовая загрузка по типам объектов размещения и в целом по регионам в 2019 г., % [1]

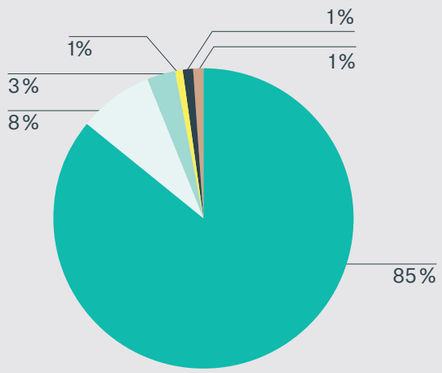


Гостиницы · Другие организации гостиничного типа · Санаторно-курортные организации · Дома и базы отдыха, пансионаты и др. · Все КСР

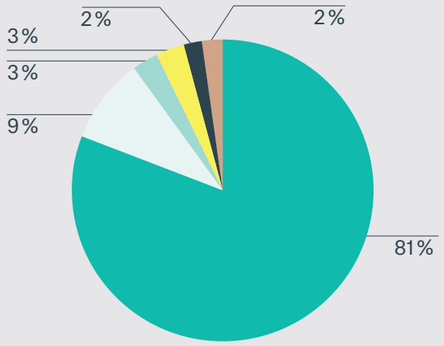
1. Источник: Данные органов региональной статистики.
2. Расчет на основании данных органов региональной статистики.

Продолжительность проживания по различным типам размещения в регионах БЗК, % [2]

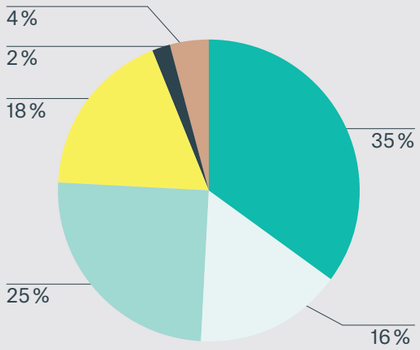
Гостиницы



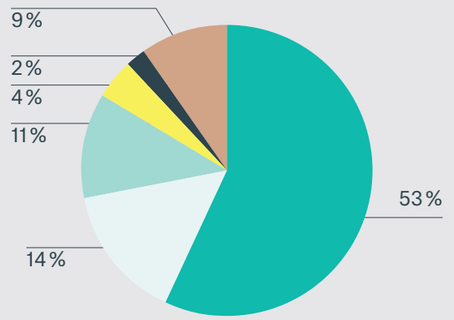
Другие организации гостиничного типа



Санаторно-курортные организации



Дома и базы отдыха, пансионаты и др.

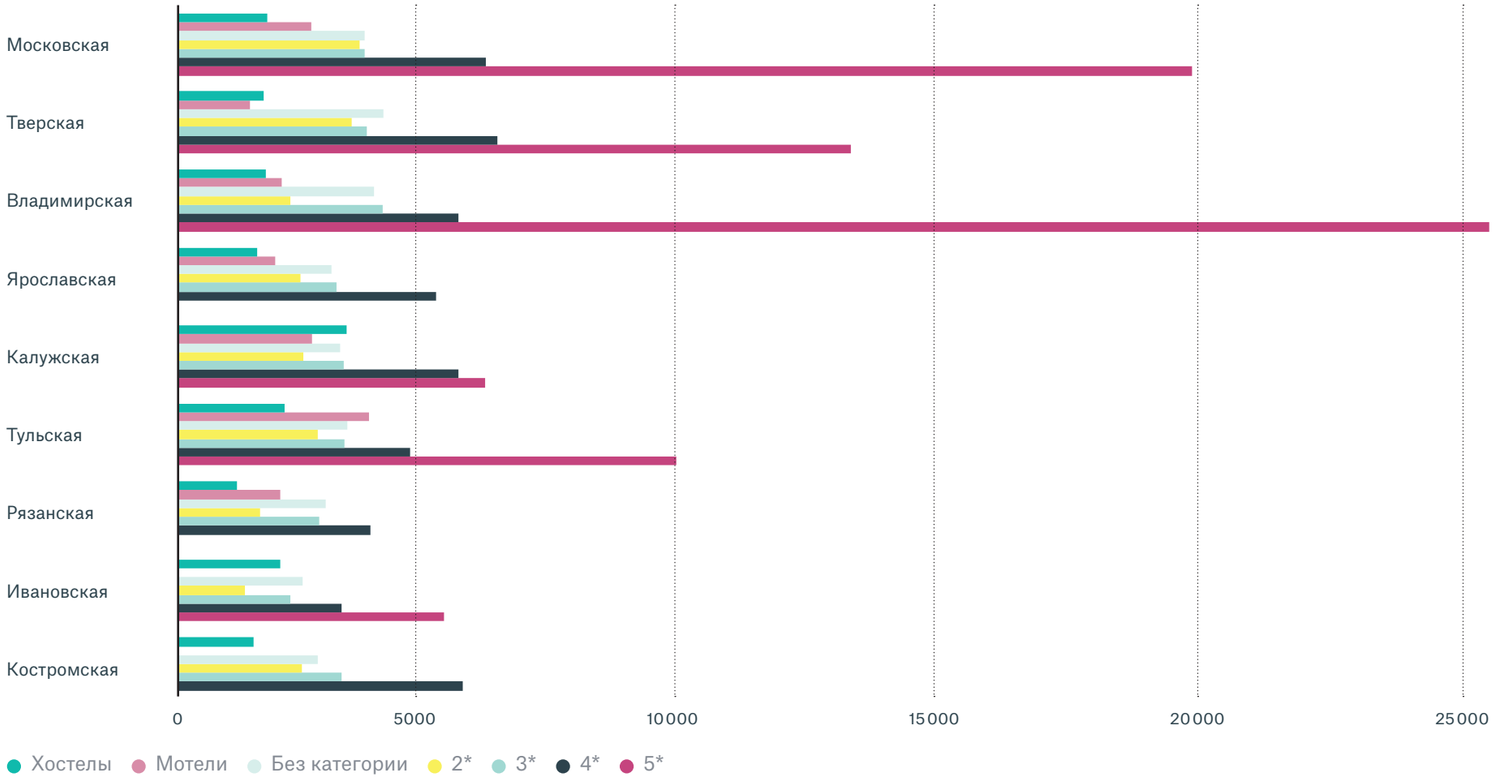


- 1–4 ночевки
- 5–7 ночевок
- 8–14 ночевок
- 15–28 ночевок
- 29 и более ночевок
- Без ночевки

Тарифы на гостиничные услуги

Наименьшие тарифы на гостиничное размещение по всем категориям зафиксированы в Ивановской и Рязанской областях. Наибольшие — в Московской, Тверской и Владимирской областях. При этом наибольший разброс цен, в зависимости от региона, представлен в объектах категории 5*.

Средние тарифы на гостиничные услуги по регионам и категориям, руб.[1]



- Наиболее широко представленными гостиничными объектами по регионам являются объекты категории 3*: наименьший средний тариф зафиксирован в Ивановской области (2,2 тыс. руб.), а наибольший — во Владимирской области (~4 тыс. руб.) В среднем тариф гостиниц 3* по регионам находится на уровне 3,2 тыс. руб.
- Разброс цен по регионам среди объектов 3 и 4* существенно меньше, чем в категории 5*, что говорит о сопоставимости объема сервисов, представленных в объектах данных категорий.
- Уровень цен на услуги размещения в хостелах и мотелях сопоставим по регионам и находится в диапазоне от 1,5 до 2,5 тыс. руб.
- Наименьшие тарифы на краткосрочную аренду жилья в частном секторе отмечены в Ивановской области. Наибольшие — в Московской области.
- Во многих регионах стоимость краткосрочной аренды жилья в категориях 3 и 4* превышает или сопоставима со стоимостью аренды в Московской области, что объясняется отсутствием конкуренции среди качественных мест размещения в регионах. Исключение — Тверская область, где рынок является уже достаточно развитым за счет курорта «Завидово».

1. Источник: Booking.com, CBRE, 2022 г. Все тарифы представлены на стандартные номера при двухместном размещении, без завтрака, включая налоги и сборы. Данные на февраль 2022 г. В графике использована неофициальная классификация Booking.com, в связи с чем категории размещения могут не совпадать с официальной статистикой.

Анализ средних тарифов в КСР проведен на основании Booking.com, где принимается следующая категоризация средств размещения: апартаменты/квартиры, дома для отпуска, шале, загородные дома, виллы. В отношении данных средств размещения нами сделано предположение об отнесении их в категорию «Частный сектор», так как большая их часть, по нашей экспертной оценке, сдается в краткосрочную аренду частными лицами. Средний тариф определяется по сегментам рынка, исходя из данных сайта Booking.com об открытых ценах (очищенных от НДС и любых дополнительных услуг) на даты, отражающие три основных сезона. Средний тариф рассчитан как среднее арифметическое между тарифами низкого, среднего и высокого сезона. Низкий сезон — будний день февраля 2022 г. Средний сезон — выходные дни (не праздничные) в мае 2022 г. Высокий сезон — выходные дни июля 2022 г.

Средние тарифы на услуги аренды в частном секторе по регионам и категориям, руб.[1]

	Апартаменты/квартиры			Дома для отпуска			Комплексы коттеджей			Шале, загородные дома, виллы		
	4*	3*	Без категории	4*	3*	Без категории	4*	3*	Без категории	4*	3*	Без категории
Московская	16,162	5,014	10,267	17,847	15,028	17,659		11,098	7,264	71,395	18,345	42,102
Тверская		2,736	3,326		11,033	8,589			4,500			
Ярославская	9,347	5,747	9,554	12,011	7,259	8,814	7,823	3,500	6,458	52,383	10,099	13,308
Калужская	4,750	2,601	2,619		11,031	9,052		12,807	7,890	12,000	5,754	7,000
Владимирская	5,000	3,295	6,676	15,559	7,746	12,346			11,353	27,967	7,661	11,227
Тульская		4,172	3,510	12,000	9,613	20,004	6,770	3,117	4,387	14,367	12,876	10,632
Рязанская	3,500	3,546	5,960	16,925	5,618	6,497			2,738			
Ивановская		2,268	2,313	5,000	4,078	4,683		23,333				7,000
Костромская		3,227	2,582	16,117	6,600	6,200						5,167

Определение лидеров рынка КСР

Лидером среди регионов ожидаемо является Московская область. В Калужской области не представлены самые распространенные бренды БЗК, однако присутствуют другие международные бренды[4]. Присутствие на рынке сетевых игроков крайне ограничено, при этом загрузка подобных объектов размещения выше, чем у иных объектов, что говорит о современном, предсказуемом ожидании современного туриста в плане уровня гостиничного продукта и сервиса.

Лидеры рынка среди анализируемых областей (2019 г.)[1]

	Количество КСР, ед.[1]	Номерной фонд, ед.[1]	Количество размещенных лиц, тыс. чел.[1]	Загрузка, %[1]
Московская область	713	46 096	5025	64%
Тверская область	264	9784	578	35%
Ярославская область	228	8932	861	42%
Калужская область	197	7905	602	47%
Владимирская область	246	7282	704	43%
Тульская область	186	6289	475	46%
Рязанская область	164	4948	400	55%
Ивановская область	111	3874	263	58%
Костромская область	108	3151	301	49%

Региональный лидер
Московская область является однозначным лидером среди рассматриваемых областей как по предложению КСР, так и по спросу и операционным показателям. Лидерство Московской области объясняется следующими факторами:

- Близость к Москве генерирует огромный объем как туристического, так лечебно-оздоровительного спроса, а также спроса на образование и профессиональную подготовку в виде спортивных групп.
- Московская область является самой густонаселенной и включает в себя города, которые сами по себе генерируют туристический спрос: Сергиев Посад, Истра, Дмитров, Коломна.
- Московская область — динамично развивающийся регион с мощной диверсифицированной экономикой и занимает 2-е место по размеру экономики среди субъектов РФ. Регион растет в 2 раза быстрее, чем в целом экономика России.
- Московская область занимает 4-е место в РФ по объему инвестиций в основной капитал.

Лидер среди отельных брендов
Отели в управлении либо работающие под франшизой международных операторов пока слабо представлены на гостиничном рынке областей Золотого кольца России. Наибольшее количество объектов имеет российский оператор AZIMUT.

Лидер среди КСР
Лидеры по регионам определялись среди гостиничных объектов с номерным фондом выше 35 номеров, обладающих высоким рейтингом и высоким тарифом. Комбинация высокого рейтинга и высокого тарифа объекта подчеркивает как хорошее физическое состояние объекта, так и уровень обслуживания.

Распределение наиболее представленных сетевых отелей по областями

	AZIMUT HOTELS	IHG HOTELS & RESORTS	RADISSON HOTEL GROUP	ACCOR	AMAKS HOTELS & RESORTS	COSMOS HOTEL GROUP
Московская область	**1**	3	3	4	2	1
Тверская область			1			
Ярославская область	**4**			1		1
Калужская область						
Владимирская область					1	
Тульская область	**1**					
Рязанская область					1	
Ивановская область					1	
Костромская область	**1**					
ИТОГО	**7**	**3**	**4**	**5**	**5**	**2**

● Лидер рынка

Лидеры среди КСР по областям

	Отель	Категория	Номеров	Тариф, руб.[2]	Рейтинг[3]
Московская область	SPA-отель и центр здоровья Verba Mayr	5*	82	67 000	9,3
Тверская область	Radisson Resort, Zavidovo	5*	239	13 000	8,5
Ярославская область	«Ринг Премьер Отель»	4*	203	6000	8,7
Калужская область	«Вэлна Эко Спа Резорт»	4*	79	9000	9,0
Владимирская область	Парк-отель «Доброград»	4*	55	12 000	9,2
Тульская область	Усадьба Александрово	б/к	104	5000	9,2
Рязанская область	Отель «Старый город» и SPA	4*	250	5000	9,5
Ивановская область	Гостиничный комплекс «Сосновый бор»	3*	57	4500	8,7
Костромская область	Grand Hotel & SPA «Аристократъ»	4*	40	12 000	9,0

1. Источник: Росстат, 2022 г.
2. Тарифы указаны для стандартных номеров на двоих. Тариф — среднее арифметическое между тремя сезонами (низкий — середина недели, февраль, средний — выходные мая, высокий — выходные июля).
3. Booking.com.
4. В Калужской области присутствуют отели сетей Best Western, Hilton, Sheraton, которые не представлены в таблице, т.к. не присутствуют в других регионах.

Запланированные объекты КСР на территории Большого Золотого кольца

Развитие рынка средств размещения напрямую зависит от экономического развития региона, количества и качества генераторов рекреационного и делового сегментов спроса.

Планируемое развитие[1]

	Количество заявленных объектов размещения	Заявленный номерной фонд[1]
Московская область	9	1500
Тверская область	6	1450
Ярославская область	6	892
Калужская область	5	800
Владимирская область	2	172
Тульская область	6	500
Рязанская область	4	н/д
Ивановская область	3	135
Костромская область	4	102

Предпосылки для реализации новых объектов размещения:

- **Заявленные туристические кластеры** (Калужская и Рязанская области). В рамках туристско-рекреационных кластеров, ориентированных на эко-/загородный туризм, планируется строительство большого числа объектов размещения, преимущественно глэмпингов и кемпингов.
- **Существующая уже развитая туристическая инфраструктура** (Тульская, Ярославская, Московская, Владимирская области). Здесь планируется расширение предлагаемых форматов.
- **Развитие производственных проектов** (Костромская область). Запланированы два крупных объекта размещения в Галиче, где продолжается работа над проектом Segezha Group (входит в АФК «Система») по созданию современного фанерного производства.

Несмотря на то что все заявленные объекты относятся к крупным КСР, в ретроспективе рост количества объектов выше, чем рост номерного фонда, что говорит о преобладании среди новых объектов гостиниц и иных средств размещения малых форматов.

Примеры заявленных объектов[1]



г. Владимир



100 км от МКАД, Калужская обл.

COSMOS HOTEL GROUP

г. Галич, Костромская обл.

Объект	Гостиничный комплекс Hilton Garden Inn (информация о бренде не подтверждена)	Глэмпинг при ТРК «Дикий лес»	Гостиничный комплекс Cosmos Galich Hotel 3–4*, бизнес-отель
Кол-во номеров	162	более 800	90
Период реализации	2023	2022	2022–2024
Специфика	На территории гостиницы создадут пространство, насыщенное спортивной инфраструктурой. Сейчас проводятся подготовительные работы	Каждый глэмпинг сможет разместить в своих номерах ежедневно 40–50 человек	Ресторан, караоке-зал, летнее кафе, благоустроенная территория. На реализацию проекта по созданию гостиничного комплекса будет направлено свыше 518 млн рублей.

COSMOS HOTEL GROUP



Кубинка, Московская область



Завидово, Тверская обл.

г. Алексин, Тульская обл.

Объект	Гостиничный комплекс «ПСБ Патриот» (Отель 4* Cosmos Hotel, гостевые дома)	Апарт-отель 3*, отель Mercure 4*, Holiday Inn 4* при туристическом кластере «Завидово»	Гостиничный комплекс с аквапарком
Кол-во номеров	253	несколько отелей на 1300 номеров	250
Период реализации	2022	2030	н/д
Специфика	Гостиничный комплекс ориентирован на посетителей военно-патриотического парка, гостей и участников мероприятий на территории конгрессно-выставочного центра Вооруженных Сил России	—	Аквапарк, SPA, рестораны. Модернизация пансионата «Шахтер»

1. Составлено на основании данных открытых источников. По части объектов отсутствуют данные по объему номерного фонда.

Определение потенциала емкости КСР в макрорегионе

Без создания активных драйверов туристического спроса в регионах потенциал емкости рынка останется сосредоточенным в Московской области. Причем в 2 из 9 регионов БЗК, согласно прогнозу количества размещенных лиц, до 2028 года не потребуется новых мест размещения.

Предпосылки развития[1]

Регион	Расстояние до Москвы, км[3]	Заявленный объем инвестиций в будущие крупные проекты в основных промышленных областях (от 5 млрд руб.) с горизонтом реализации до 2033 г., млрд руб.	Количество крупных (от 5 млрд руб.) инвестиционных проектов в основных промышленных областях с горизонтом реализации до 2033 г., шт.	Количество планируемых ключевых проектов, потенциально генерирующих туристический спрос, шт.	Количество размещенных лиц в КСР в 2019 г., тыс. чел.
Московская обл.	—	416	20	4 ТРК + 9 инв. проектов	5025
Тверская обл.	176	65	6	2 ТРК + 3 инв. проекта	578
Владимирская обл.	189	58	5	—	704
Ярославская обл.	272	85	4	1 ТРК	707
Калужская обл.	181	105	10	2 ТРК + 3 инв. проекта	602
Тульская обл.	181	260	10	1 ТРК	475
Рязанская обл.	198	53	5	3 ТРК	400
Ивановская обл.	341	27	2	3 ТРК + 1 инв. проект	263
Костромская обл.	346	32	2	—	301

Методология прогноза

Определение потенциала емкости рынка по сегментам целевой аудитории в разрезе сегментов спроса происходит, согласно официальным статистическим данным, по количеству размещенных лиц по целям прибытия. Анализ производится в зависимости от того, в какой разбивке предоставлены данные по региону, исходя из основной разбивки на 4 типа:

1. Деловые и профессиональные;
2. Отпуск, досуг и отдых;
3. Лечебные и оздоровительные процедуры;
4. Личные цели.

Оптимистичный сценарий

За целевой показатель приняты темпы роста количества размещенных лиц в КСР в Российской Федерации, согласно Стратегии развития туризма в РФ на период до 2035 г. Среднегодовой темп роста кол-ва размещенных лиц, согласно документу, должен составить 6,01%.

Данные по количеству размещенных лиц по целям прибытия в 2023 году приняты в значении допандемийных показателей, то есть соответствуют 2019 году.

При наличии проектов, потенциально способных положительно повлиять на турпоток, предполагаем, что именно данный сегмент будет являться ключевым драйвером роста.

Для сегмента «Личные цели» принято предположение о росте согласно прогнозному показателю роста реальных располагаемых доходов населения[2]. Среднегодовой темп роста, согласно документу, должен составить 2,5%.

Если для сегментов нет очевидных предпосылок для роста, их рост предполагается в соответствии с макроэкономическими темпами:

- Деловые цели — согласно прогнозному показателю роста ВВП[2].
- Отпуск, досуг и отдых, а также лечебные и оздоровительные процедуры — согласно прогнозному показателю роста реальных располагаемых доходов населения[2].

Инерционный сценарий

Сценарий основан на предположении, что существующих проектов, потенциально стимулирующих развитие туризма в регионе, недостаточно для реализации долгосрочной стратегии, а достаточно лишь для того, чтобы в среднесрочной перспективе (за 3 года) обеспечить постепенный переход от уровня среднегодового темпа роста за период с 2016 по 2019 г. до макроэкономических показателей:

- Деловые цели — согласно прогнозному показателю роста ВВП[2].
- Личные цели, отпуск, досуг и отдых, а также лечебные и оздоровительные процедуры — согласно прогнозному показателю роста реальных располагаемых доходов населения[2].

Определение емкости рынка по сегментам рынка

Анализ производится в зависимости от того, в какой разбивке предоставлены данные по региону, исходя из основной разбивки на 2 типа:

1. Гостиницы и другие организации гостиничного типа;
2. Санаторно-курортные организации и дома и базы отдыха, пансионаты и др.

Уровень загрузки, генерируемый одним размещенным человеком в зависимости от целей прибытия, определяется на основании данных загрузки существующих КСР региона в 2019 г. и данных о сегментации спроса.

Прогноз основан на предположении, что, по достижении загрузки 65%, в данном типе КСР создаются дополнительные номера, для того чтобы поглотить растущий спрос.

За базу для прогноза взяты данные по количеству номеров в разрезе типов КСР в 2019 г., сделано симметричное предположение, что в 2023 г. количество КСР будет равно аналогичному показателю за 2019 г.

Анализ потенциала емкости рынка

Региона	Существующая средняя загрузка КСР, %	Необходимость в дополнительном номерном фонде в среднесрочной перспективе (до 2028 г.), инерционный сценарий, номеров		Необходимость в дополнительном номерном фонде в среднесрочной перспективе (до 2028 г.), оптимистичный сценарий, номеров	
		Гостиницы и аналогичные средства размещения	Санаторно-курортные и рекреационные	Гостиницы и аналогичные средства размещения	Санаторно-курортные и рекреационные
Московская обл.	64%	14 068		14 666	
Тверская обл.	35%	717	987	808	1227
Владимирская обл.	43%	0	0	0	0
Ярославская обл.	42%	0	0	0	0
Калужская обл.	47%	37	297	30	246
Тульская обл.	46%	66	40	158	261
Рязанская обл.	55%	185	732	137	594
Ивановская обл.	58%	255	740	281	873
Костромская обл.	49%	0	102	57	153

Предложения по развитию

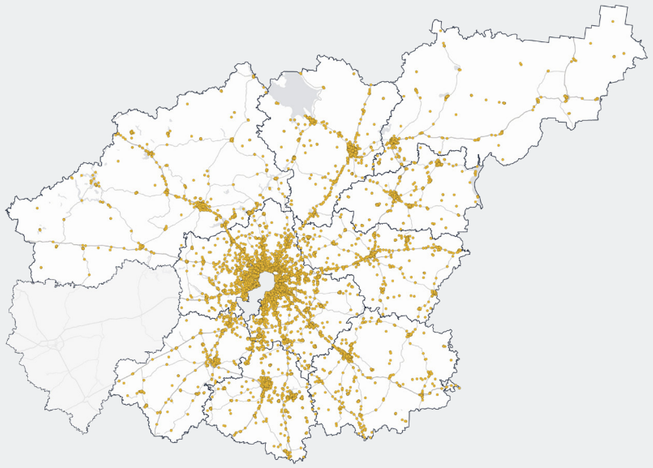
Регион	Городские гостиницы в региональных центрах	Загородные гостиницы, базы отдыха	Санаторно-курортные объекты
Московская обл.			
Тверская обл.			
Владимирская обл.			
Ярославская обл.			
Калужская обл.			
Тульская обл.			
Рязанская обл.			
Ивановская обл.			
Костромская обл.			

- Во Владимирской и Ярославской областях, согласно прогнозу количества размещенных лиц, до 2028 года не потребуется новых мест размещения в рамках как инерционного, так и оптимистичного сценариев за счет относительно невысокой средней загрузки существующих средств размещения, а также малого количества драйверов роста в данных регионах.
- К 2028 году на Московскую область придется 75–77% потребности в новом номерном фонде. Второй по количеству номеров идет Тверская область, потребность которой составит 9–10% от общего объема номерного фонда или 1,7–2 тысячи номеров. В остальных регионах БЗК потребность в местах размещения составит 1–6% от общего объема требуемых номеров.

1. Источник CBRE, Росстат.
2. Прогноз социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2036 года.
3. Растояние от регионального центра до г. Москвы.

Сопутствующие туристические сервисы в БЗК

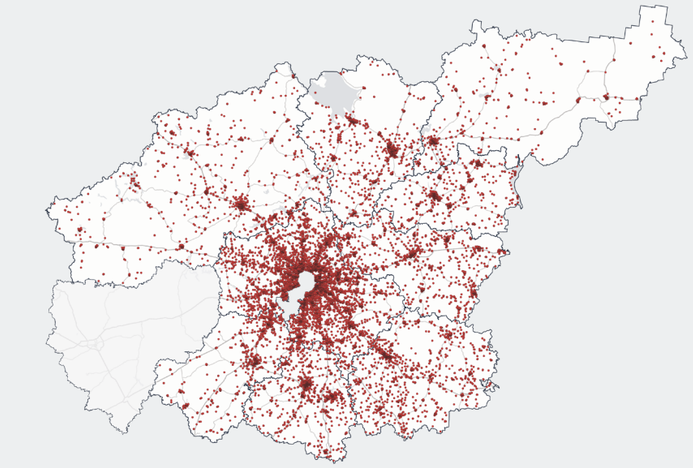
Общественное питание



13,4 тыс.

объектов общественного питания (кафе, рестораны, бары, общедоступные столовые и закусочные)[1, 2]

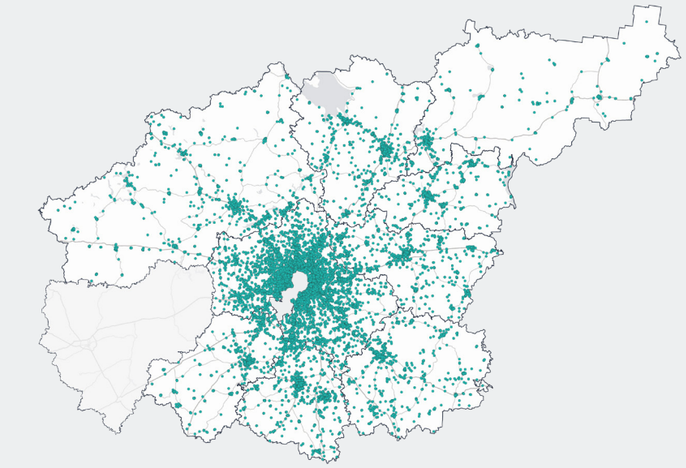
Объекты торговли



169,1 тыс.

объектов торговли (магазины, супермаркеты, гипермаркеты, минимаркеты, павильоны, аптеки, киоски)[1, 2]

Развлекательные и спортивные объекты и сервисы



31,3 тыс.

развлекательных и спортивных объектов и сервисов[1, 2]

1. Источник: Росстат, за 2020 г.
2. Источник: Urbanmetrics (КБ Стрелка), на февраль 2022 г.

Объекты общественного питания
Динамика количества и оборота

Количество объектов в регионах БЗК росло последние 10 лет. Коронавирусные ограничения практически не повлияли на закрытие объектов, при том что потери оборота составили от 2 до 29% в отдельных субъектах.

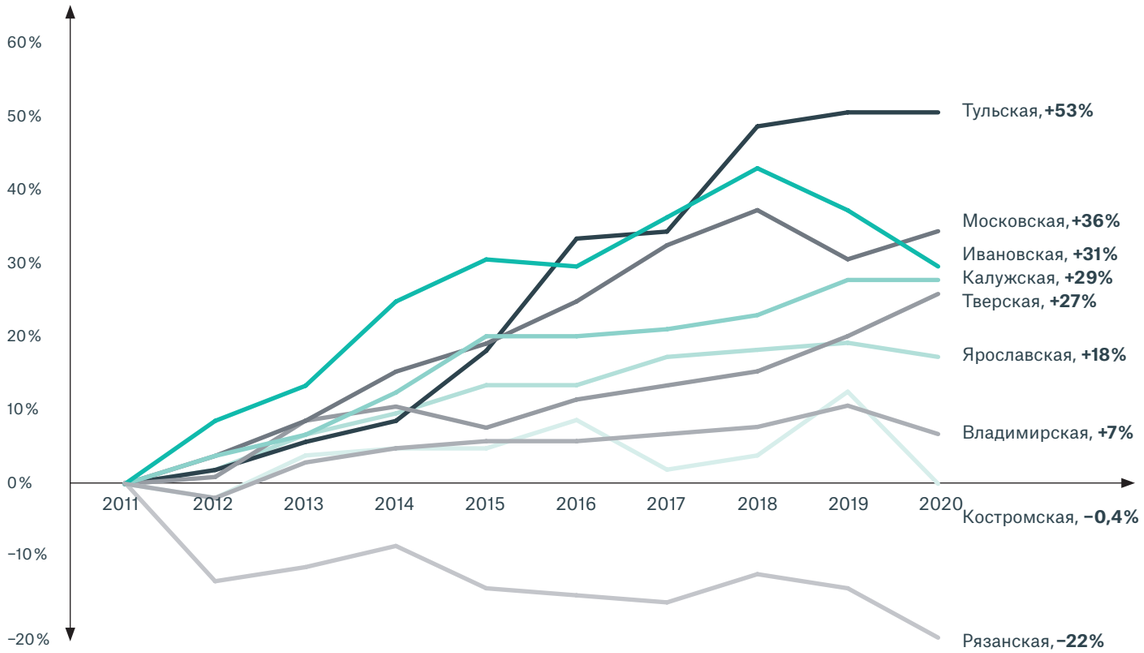
13,4 тыс.
объектов общественного питания в БЗК[1]

+24%
прирост количества объектов в БЗК за 2011–2020 гг.[1]

163 млрд руб.
оборот в объектах общественного питания в БЗК (сопоставимо с г. Москвой)[1]

–20%
снижение оборота за 2019–2020 гг. в БЗК(– 21% по России)[1]

Динамика количества объектов общественного питания в регионах БЗК в 2011–2020 гг.[1]



Оборот объектов общественного питания в регионах[1]

	оборот в 2020 г., млн руб.	динамика оборота в 2019–2020 гг.	динамика количества объектов в 2019–2020 гг.
Московская	100 207,4	–24,5%	+3,2%
Ярославская	11 567,1	–14,9%	–1,4%
Калужская	9465,4	–13,5%	–0,4%
Владимирская	9387,4	–20,3%	–3,3%
Тульская	8080,9	–10,2%	–0,1%
Тверская	7976,1	–16,1%	+4,8%
Рязанская	7025	–1,8%	–8,9%
Ивановская	6745,7	–8,6%	–5,8%
Костромская	3482,5	–29,2%	–12,1%
	100%		100%

- В целом по макрорегиону количество объектов общественного питания выросло на четверть за последние 10 лет. За 2019–2020 гг. количество объектов в макрорегионе практически не изменилось (–4 объекта), однако эффекты коронавирусных ограничений на уровне отдельных регионов значительно отличаются.
- Потери оборота за 2020 год наблюдаются во всех 9 регионах и в целом соответствуют среднему показателю по России. При этом на фоне массового закрытия объектов общественного питания, ввиду ситуации с коронавирусом в Московской и Тверской областях, их количество выросло за 2020 г.
- В Рязанской области наблюдается наиболее существенная отрицательная динамика количества объектов за последние 10 лет (–22%). При этом потери оборота за 2019–2020 гг. в области наименьшие среди остальных регионов БЗК.
- В Костромской области за 2019 год количество объектов общественного питания выросло более чем на 10%, однако в 2020 году регион вернулся к значениям 2011 года. Регион также является антилидером по финансовым показателям общественного питания: за 2020 год оборот снизился на треть.

1. Источник: Росстат, за 2020 год, данные формы статистического наблюдения 1-ТОРГ

Объекты общественного питания
Площадь и количество мест

Рестораны и кафе — более привлекательный формат для туристов во время поездки. Рекомендуется обратить внимание на развитие небольших заведений в регионах с большим процентом закусочных и столовых. Для всех регионов, кроме Калужской и Московской областей, также рекомендуется обратить внимание на развитие формата заведений большей площади: крупных ресторанов с большим количеством посадочных мест.

641 тыс.
мест в объектах общественного питания в БЗК[1]

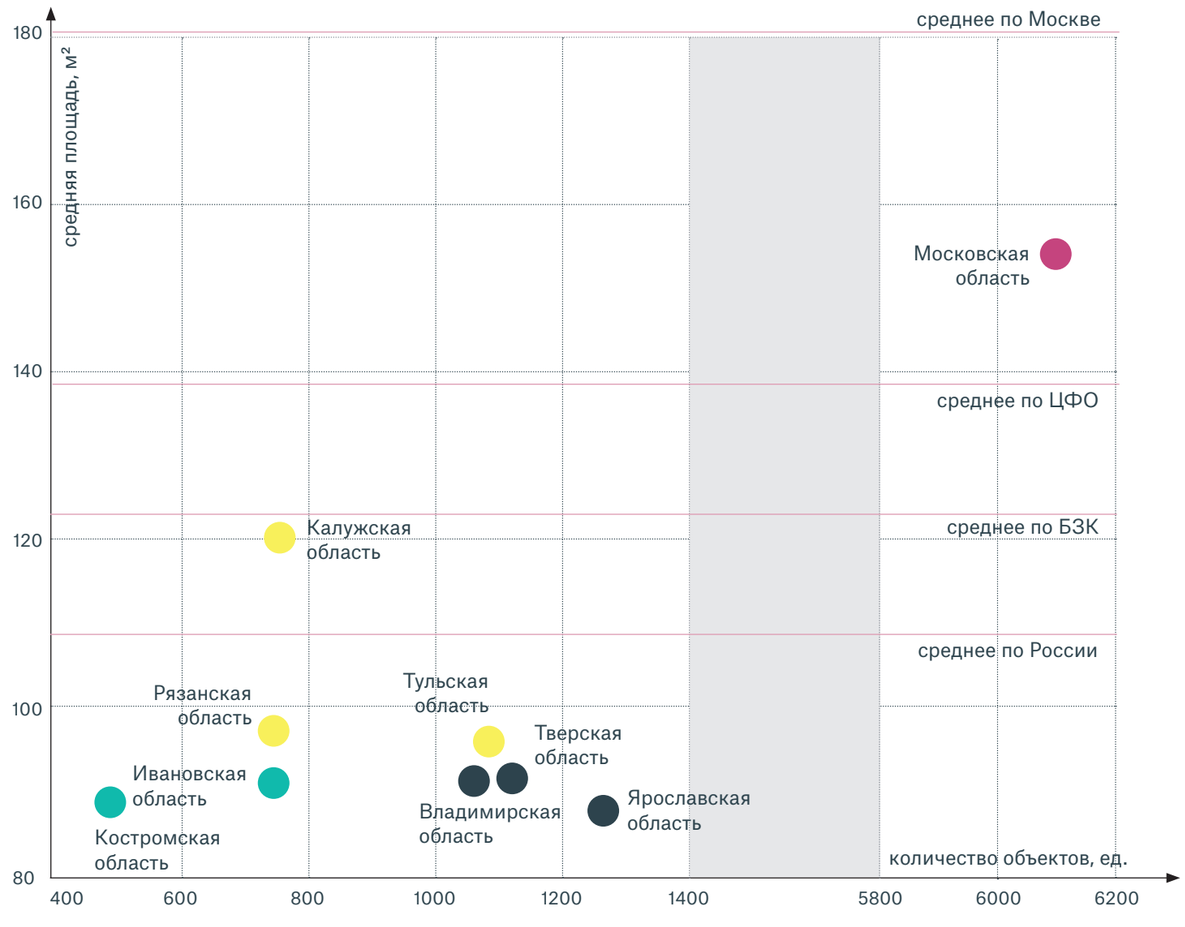
1,6 млн м²
площадь объектов общественного питания в БЗК[1]

80,5%
объектов — рестораны, кафе и бары (остальные — столовые и закусочные)[1]

123 м²
средняя площадь объектов общественного питания в БЗК[1]

	Количество объектов, ед.[1]	Доля ресторанов, кафе и баров, %[1]	Площадь объектов, тыс. м²[1]	Средняя площадь, м²[1]
Московская	6092	84,5%	955,7	156,9
Ярославская	1258	69,3%	110,6	87,9
Тверская	1120	61,0%	104,0	92,8
Тульская	1082	87,4%	104,5	96,5
Владимирская	1063	75,8%	98,0	92,2
Калужская	767	85,7%	92,4	120,5
Рязанская	765	92,7%	74,2	97,0
Ивановская	761	76,6%	69,3	91,1
Костромская	478	77,6%	42,0	87,9

Распределение регионов по количеству и размеру объектов[1]



Регионы БЗК условно можно разделить на 4 группы:

- Костромская и Ивановская области представлены небольшим количеством объектов общественного питания небольшого размера;
- Калужская, Рязанская и Тульская области также включают немного объектов, однако уже большей площади, ввиду того, что они лидируют по доле ресторанов и кафе (после Московской области);
- Тверская, Ярославская и Владимирская области представлены большим количеством объектов небольшого размера (чаще, чем в других регионах, объекты представлены закусочными и столовыми);
- Московская область лидирует по всем вышеперечисленным показателям.

1. Источник: Росстат, за 2020 год.

Объекты общественного питания
Локация, загрузка и формат

Наобходимо развивать доставку во всех регионах БЗК. В ряде регионов наблюдается проблема с малой долей объектов на территориях вне городов, а также большой разброс загруженности заведений.

92

потребителя (туристы, экскурсанты, жители) на 1 место в объектах общественного питания в БЗК[1]

76,2%

объектов общественного питания в БЗК расположено в городах[2]

12,4%

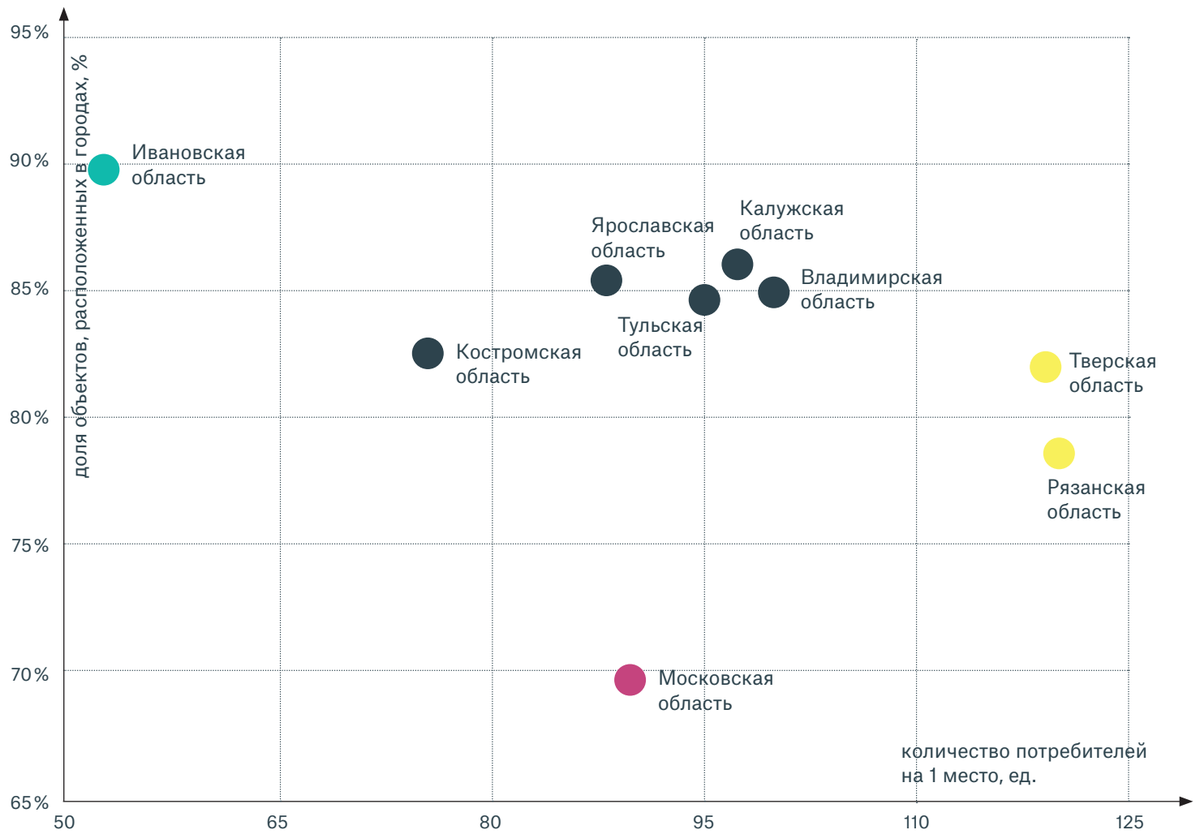
объектов общественного питания с собственной доставкой[3]

	Количество потребителей на 1 место, ед.[1]	Доля объектов, расположенных в городах, %[2]	Доля объектов с доставкой, %[3]
Владимирская	99	85,0 %	8,5 %
Ивановская	53	89,7 %	11,0 %
Калужская	95	86,1 %	13,1 %
Костромская	76	82,4 %	15,2 %
Московская	89	69,7 %	13,0 %
Рязанская	119	78,2 %	6,9 %
Тверская	118	82,1 %	9,3 %
Тульская	97	84,7 %	11,4 %
Ярославская	85	85,5 %	11,3 %

Регионы БЗК условно можно разделить на 4 группы:

- Московская область с отрывом лидирует по доле объектов общественного питания, расположенных на территории вне городов (30 %), нагрузка на объекты общественного питания средняя относительно других регионов (89 чел. на место);
- Нагрузка на объекты общественного питания среди регионов неравномерна. В Ивановской области наблюдается наименьшая нагрузка (53 потребителя на место) и высокая доля объектов в городах;
- В Тверской и Рязанской областях наибольшая нагрузка на объекты (118 и 119 человек на место соответственно) и невысокая доля объектов в городах;
- Остальные 5 регионов составляют кластер со средними значениями по обоим показателям;
- Ограниченное предложение объектов на территории вне городов может быть препятствием для развития загородного гастротуризма и туризма в целом;
- Доставка из ресторанов особенно актуальна в последние 2 года ввиду ситуации с коронавирусом. Помимо собственной доставки ресторанов, в регионах также действуют крупные агрегаторы, однако они в основном работают в крупнейших либо наиболее туристических городах регионов[4].

Распределение регионов по загрузке и расположению объектов[1, 2]



1. Источник: расчет по данным Росстата и данным сотовых операторов.
2. Источник: Urbanmetrics (КБ Стрелка), на февраль 2022 г.
3. Источник: Tripadvisor, на февраль 2022 г.
4. Источник: Яндекс.Еда // https://eda.yandex.ru, данные Delivery Club.

Объекты общественного питания
Оценка потребителей

В целом рестораны макрорегиона получают высокие оценки среди потребителей, в том числе те, которые расположены за городом.

Лидеры по оценкам в регионах БЗК[1]



Бургерная «МБ», г. Владимир



«Гранд Сова», г. Плёс



«Паб 102», г. Калуга



«Мерано», г. Кострома



«Ляби Хауз», д. Высоково



«Хорошие руки. Мясо», г. Рязань



«Будвайс бар», г. Тверь



Калачная «Марк и Лев», д. Панькино



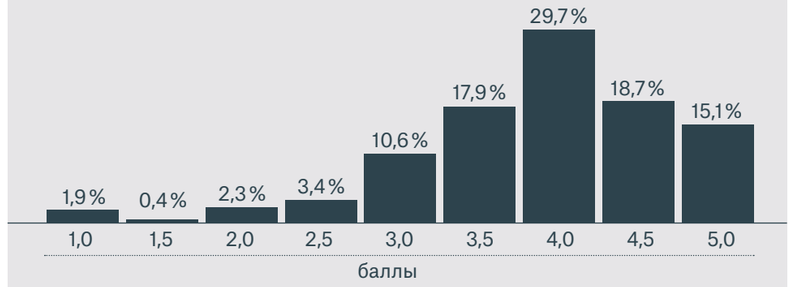
«АндерСон», г. Ярославль

1. Объекты оцениваются по 5-балльной шкале, где 1 — минимальная оценка, 5 — максимальная. Источник: Tripadvisor, на февраль 2022 г.
2. Источник: Все будет «Гроза»: как заведение из Костромы получило главную ресторанную премию России // https://kostroma.today/city/vsyo-budet-groza-kak-zavedenie-iz-kostromy-poluchilo-glavnuyu-restorannuyu-premiyu-rossii/#:~:text=В%20ресторанном%20бизнесе%20Костромы%20–%20сенсация,престижных%20профессиональных%20премий%20food-индустрии

Средняя оценка объектов общественного питания по областям[1]

	баллы
Владимирская	3,95
Ярославская	3,94
Костромская	3,92
Московская	3,89
Тверская	3,89
Калужская	3,88
Тульская	3,88
Рязанская	3,80
Ивановская	3,65

Распределение объектов общественного питания в макрорегионе по оценкам (баллы)[1]



- Более 60% ресторанов, баров и кафе макрорегиона имеет высокие оценки у потребителей (4–5 баллов).
- Самая высокая средняя оценка — во Владимирской области (3,95 балла), самая низкая — в Ивановской (3,65).
- Наивысшие оценки получают не только городские, но и загородные рестораны: например, ресторан «Ляби Хауз», расположенный в деревне Высоково, является лучшим по оценкам пользователей в Московской области, калачная «Марк и Лев» (рядом с деревней Панькино) — в Тульской.
- В 2020 г. ресторан «Гроза» (Костромская область) получил серебряную «Пальмовую ветвь ресторанного бизнеса» — одну из самых престижных профессиональных премий food-индустрии[2].

Объекты торговли
Динамика количества и оборота

На фоне коронавирусных ограничений в 2020 году наблюдается значительное снижение количества объектов торговли при позитивной динамике оборота. Это может свидетельствовать о переходе на новые форматы розницы (развитие доставки) либо о закрытии экономически неэффективных точек.

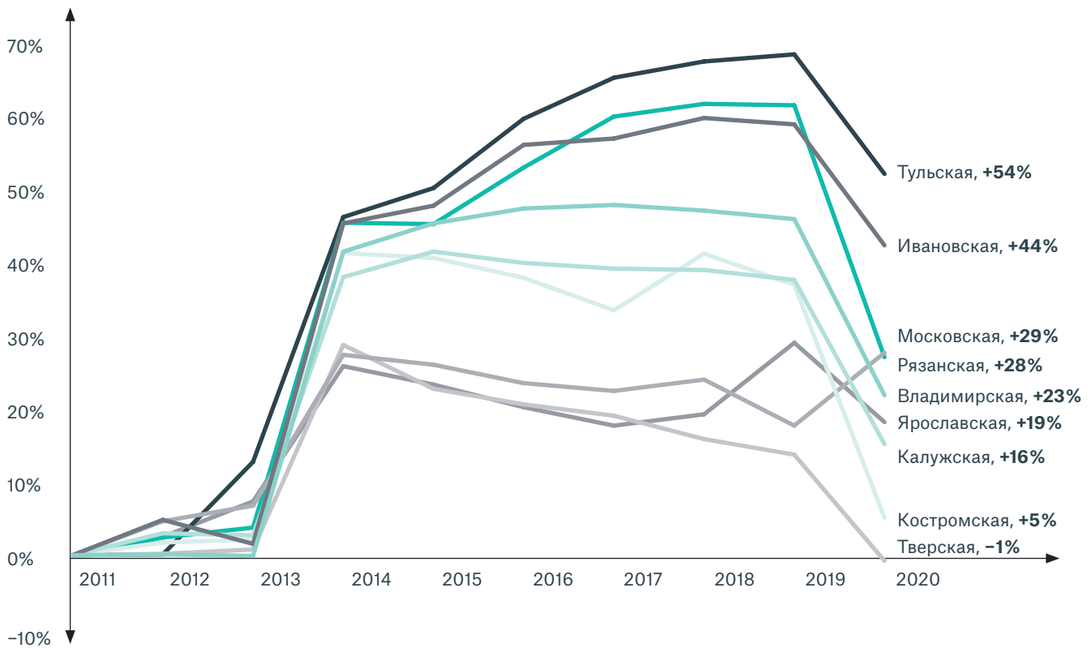
169,1 тыс.
объектов торговли в БЗК[1]

+25%
прирост количества объектов в БЗК за 2011–2020 гг. (+15% по России)[1]

4,4 трлн руб.
оборот объектов торговли в БЗК (5,5 трлн руб. в г. Москве)[1]

x2
рост оборота торговли в БЗК за 2011–2020 гг. (x1,7 по России)[1]

Динамика количества объектов торговли в регионах БЗК в 2011–2020 гг.[1]



Оборот объектов торговли в регионах[1]

	оборот в 2020 г., млн руб.	динамика оборота в 2019–2020 гг.	динамика количества объектов в 2019–2020 гг.
Московская	2 676 149,2	+3,6%	+9%
Тульская	299 762,2	–2,5%	–10%
Ярославская	254 977,1	+1,5%	–9%
Тверская	250 269,6	+2,6%	–13%
Владимирская	239 913,6	+0,5%	–17%
Рязанская	216 729,7	+4,4%	–22%
Калужская	215 053,0	+1,6%	–17%
Ивановская	178 886,3	+0,1%	–11%
Костромская	113 302,3	+3,9%	–24%
	100%		100%

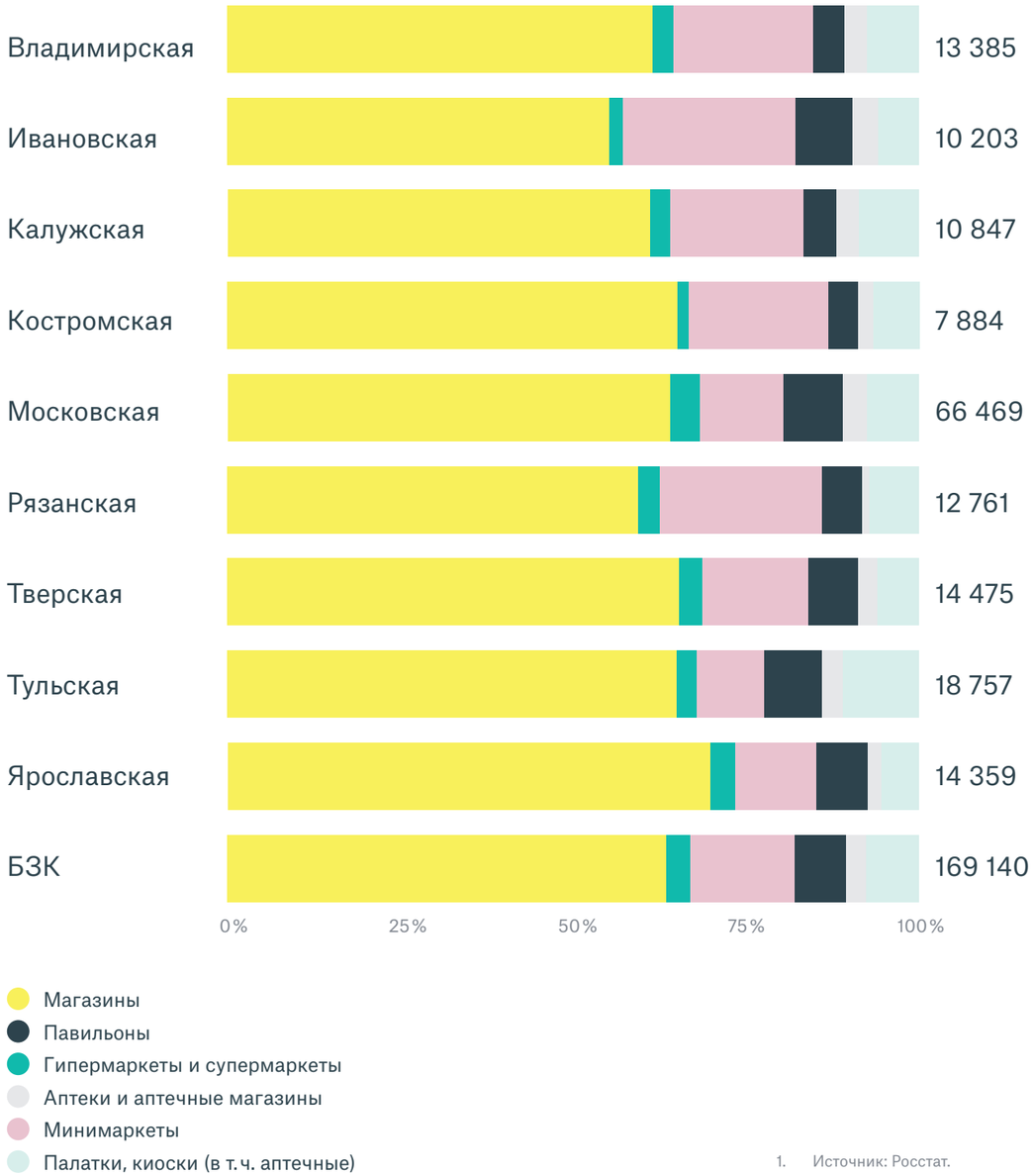
- В целом по макрорегиону количество объектов торговли выросло на четверть за последние 10 лет.
- За 2019–2020 гг. количество объектов в макрорегионе снизилось на 7% (по России — на 19%). Московская область — единственный регион, у которого наблюдается рост количества объектов на фоне коронавирусных ограничений (+9%).
- Темпы роста оборота розничной торговли в макрорегионе (+106% за последние 10 лет) опережают среднероссийские (+77%) и даже московские (+56%).
- Несмотря на закрытие торговых точек, снижение оборота в 2019–2020 гг. наблюдается только в одном регионе БЗК — Тульской области (–2,5%).
- Оборот розничной торговли в 9 регионах БЗК уступает московскому на 1,1 трлн руб. (для сравнения, численность населения г. Москвы — 12,7 млн чел., БЗК — 16,7 млн чел.).

1. Источник: Росстат, за 2020 год.

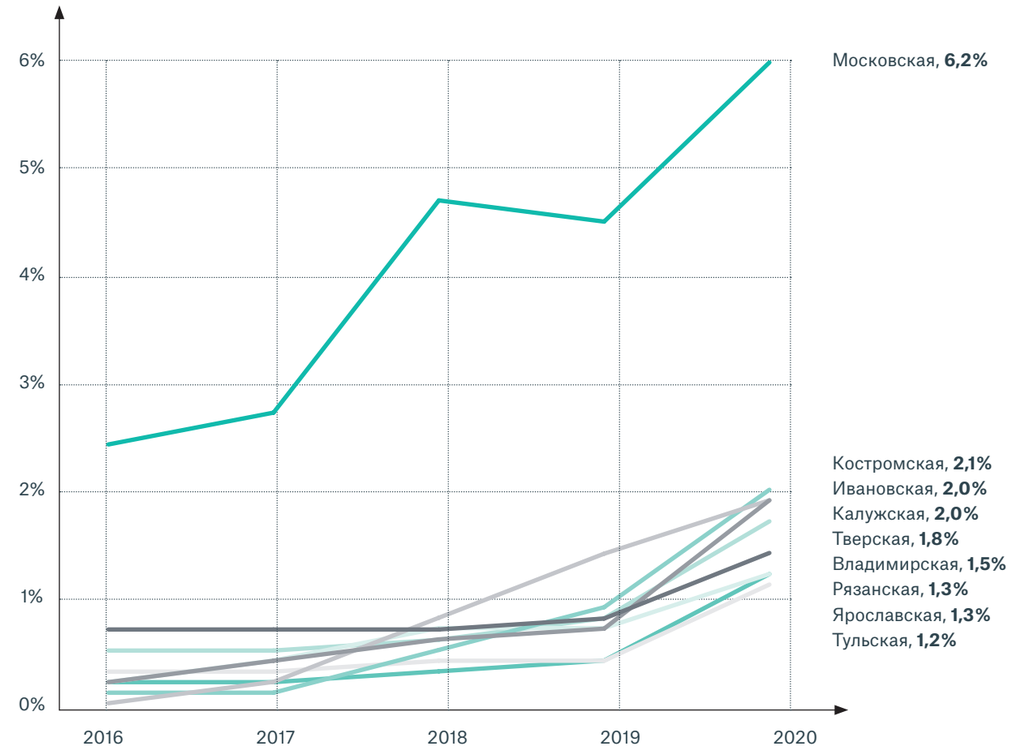
Объекты торговли
Типы объектов

Структура сети торговых объектов в разных регионах имеет свою специфику, которая может влиять на характер туристского продукта (так, в зонах длительного проживания туристов будет повышенный спрос на магазины и гипермаркеты, а территории с точками притяжения, удаленные от населенных пунктов, требуют размещения небольших киосков). Также наблюдается резкий рост оборота продаж розничных продовольственных товаров через интернет, однако развитие электронной торговли неравномерно среди регионов.

Объекты розничной торговли по типам в %, 2020 г. (в скобках — общее количество объектов)[1]



Доля продаж через интернет в общем обороте розничной торговли, 2020 г.[1]



- Наибольшая доля магазинов и гипермаркетов в общем числе объектов торговли наблюдается в Ярославской области. Наименьшая — в Ивановской.
- В Тульской области чаще, чем в других регионах, можно встретить формат небольших киосков (палаток).
- Доля оборота продаж через интернет в БЗК в 2020 году превысила среднероссийский уровень (4,4% против 3,9%). Такой высокий уровень по большей части обеспечивает Московская область, в которой доля электронных продаж составила 6,2%.
- В Москве доля продаж через интернет превышает 9%, что создает некоторые вызовы для развития торговли макрорегиона при условии привлечения московской аудитории, привыкшей к покупкам через интернет.

1. Источник: Росстат.

Объекты торговли
Обеспеченность объектами

Ряду регионов необходимо повышать обеспеченность населения торговыми площадями и создавать новые торговые площади в селах для поддержания развития загородного туризма. Большинство регионов обладают обеспеченностью выше среднего по ЦФО и БЗК.

30,5 млн м²

площадь объектов розничной торговли в БЗК[1]

486 м² на 1000 чел.

средняя фактическая обеспеченность населения торговыми площадями объектов розничной торговли по продаже продовольственных товаров[1]

15,5%

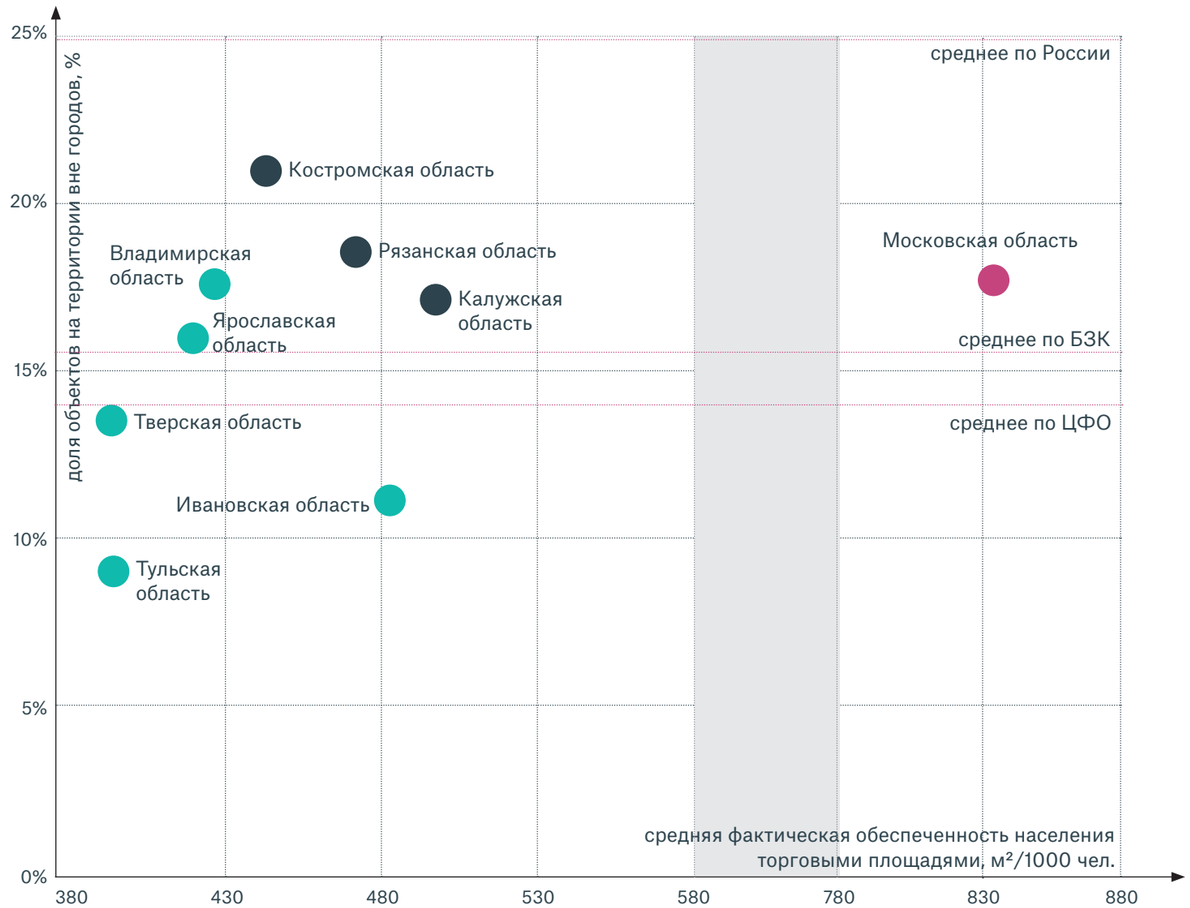
объектов розничной торговли расположено на территории вне городов[1]

	Площадь объектов, м² [1]	Средняя фактическая обеспеченность населения торговыми площадями, м²/1000 чел. [1]	Доля объектов на территории вне городов [1,2]
Московская	17 642,9	833	н/д
Калужская	1437,7	494,6	17,2%
Ивановская	1559,2	483,9	11,3%
Рязанская	1599,2	467,6	18,2%
Костромская	923,2	444,6	21,2%
Владимирская	1650,5	425,1	17,5%
Ярославская	2223,5	418,0	16,0%
Тульская	1978,6	406,4	9,1%
Тверская	1507,6	398,6	13,5%

Регионы БЗК условно можно разделить на 3 группы по обеспеченности торговыми объектами:

- Тульская, Ивановская, Тверская, Ярославская и Владимирская области. В группе наблюдается низкая обеспеченность территории вне городов торговыми объектами (менее 20% объектов расположено за городом), а также низкая средняя фактическая обеспеченность населения торговыми площадями;
- Костромская, Калужская и Рязанская области опережают регионы из первой группы по обоим показателям (уровень обеспеченности стремится к среднероссийскому);
- Московская область с большим отрывом лидирует по средней площади, приходящейся на 1 жителя региона[2].

Расположение объектов торговли и обеспеченность торговыми площадями [1]



1. Источник: Росстат, за 2020 год.
2. Данные Росстата по Московской области не прошли верификацию (доля объектов на территориях вне городов, по данным Росстата, составляет около 0%), ввиду чего не используются в отчете.

Развлечения и спорт
Типы объектов и сервисов

В регионах БЗК прослеживается доминирование разных типов объектов и сервисов, что говорит о наличии определенной «специализации» турпродукта в регионе. Также наблюдается низкое разнообразие объектов и сервисов в отдельных регионах.

31,3 тыс. количество развлекательных и спортивных объектов и сервисов в БЗК в 2021 г.[1]

Типы развлекательных и спортивных объектов и сервисов в регионах, %

Спортивные залы/клубы/площадки

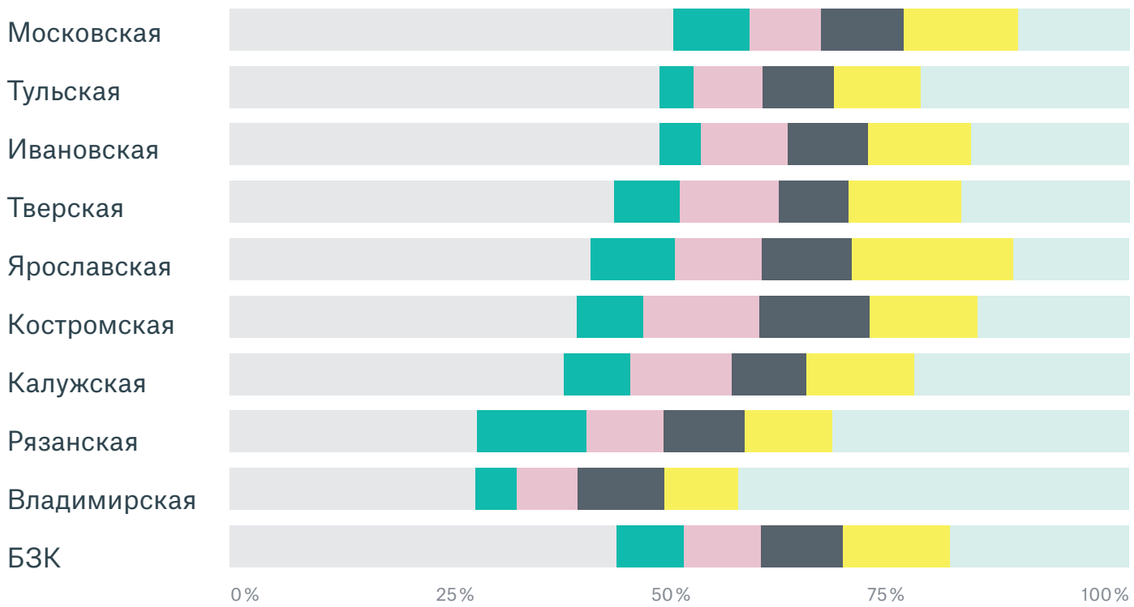
Туристические объекты и сервисы (экскурсии, турклубы и турцентры, сувенирные магазины)

Отдельные виды спорта и прокаты (теннис, водные виды спорта, конный спорт, горнолыжный и пр.)

Развлечения (аттракционы, клубы, развлекательные парки, зоо- и аквапарки и пр.)

Бани, сауны, бассейны

Детские игровые залы и площадки



Количество развлекательных и спортивных объектов и сервисов по областям, ед.



Доля развлекательных и спортивных объектов и сервисов в городах областей, %



- В разрезе регионов структура объектов и сервисов неоднородна. Количество и доля определенного типа объектов и сервисов косвенно отражает специализацию и потенциал турпродукта региона: например, «Спортивные объекты и сервисы» — активный отдых, «Детские залы и игровые площадки» — семейный отдых, «Развлечения» — событыйный туризм, «Бани, сауны, бассейны» — рекреационный. Объем категории «Туристические объекты и сервисы» в целом отражает уровень развития объектов и услуг для туристов.
- В Ивановской области наблюдается наименьшая доля объектов и сервисов, расположенных в сельской местности. Это может создавать проблемы для развития загородного туризма.
- На уровне подтипов развлекательных и спортивных объектов и сервисов можно сделать вывод о том, что в целом в макрорегионе присутствует высокое разнообразие необычных и малопредставленных видов досуга (например, аэротруба, кайтсерфинг), однако в разрезе регионов количество представленных подтипов варьируется от 49 в Костромской области до 71 — в Московской (всего рассматривалось 72 подтипа).

1. Здесь и далее на слайде, источник: платформа городских данных Urbanmetrics (КБ Стрелка).
Один объект/сервис может учитываться сразу в нескольких категориях объектов и сервисов: например, спортивный клуб с сауной учитывается в категориях «Бани, сауны, бассейны» и «Спортивные залы/клубы/площадки».

Развлечения и спорт
Объекты и сервисы в городах

В городах макрорегиона наблюдается рост разнообразия сервисов за последние три года. Однако ввиду повышенной нагрузки на инфраструктуру в связи с восстановлением турпотока после ковидных ограничений, туристическим городам требуется повышать как количество, так и разнообразие сервисов.

213
городов на территории БЗК

19,1 тыс.
развлекательных и спортивных объектов и сервисов в городах[1]

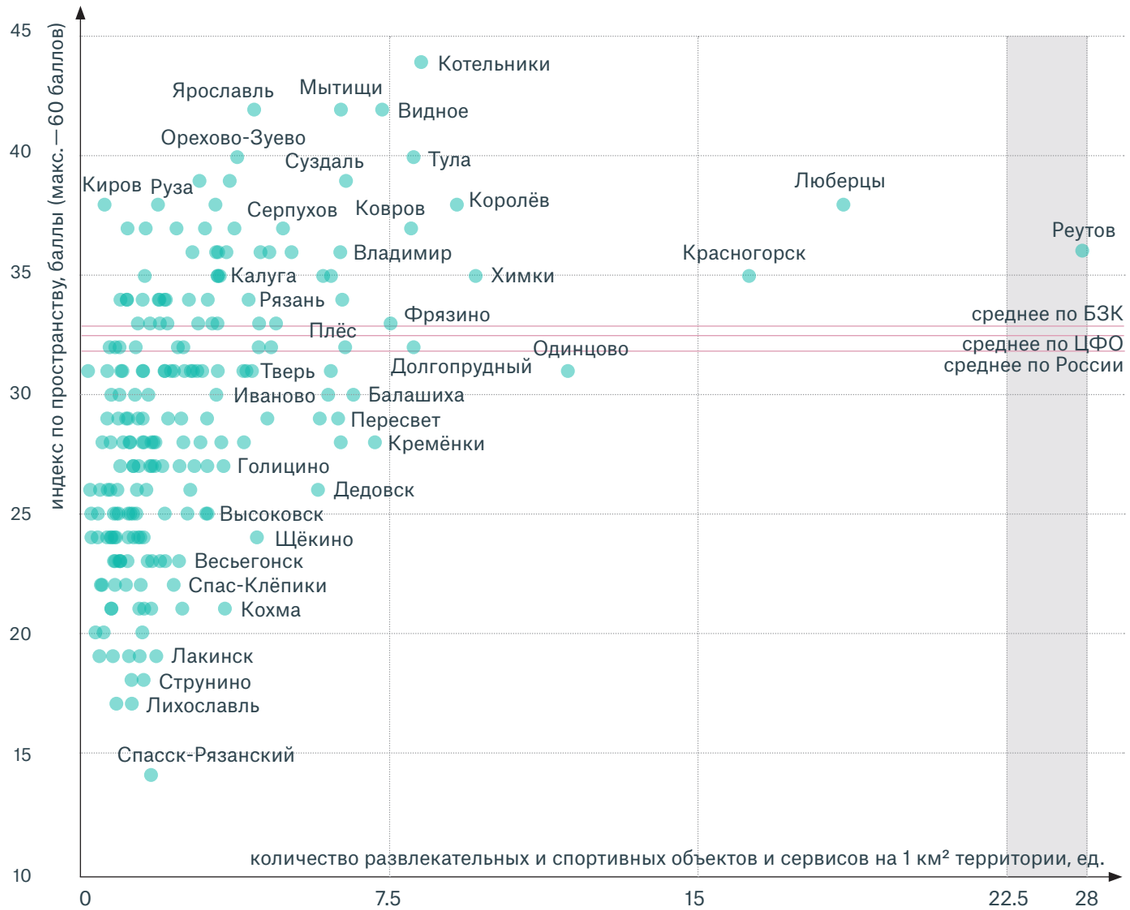
29,0 баллов
средний индекс по пространству «Социально-досуговая инфраструктура и прилегающие пространства» в городах БЗК (в рамках Индекса качества городской среды)[2]

+2,3 балла
прирост индекса по указанному пространству в 2021 году по сравнению с 2018 г.[2]

	Количество сервисов в городах на 1 км², ед.[1]	Средний индекс по пространству «Социально-досуговая инфраструктура и прилегающие пространства» (ИКГС) в городах региона (в скобках — динамика за 2018–2021 гг.)[2]
Московская	4,2	32,7 (−0,1)
Ярославская	3,3	31,4 (+4,8)
Тульская	3,3	26,6 (+1,9)
Владимирская	3,2	28,1 (+2,9)
Ивановская	2,9	25,9 (2,6)
Рязанская	2,8	25,0 (+2,0)
Калужская	2,0	27,8 (+6,1)
Костромская	1,8	26,5 (+3,5)
Тверская	1,6	26,0 (+4,1)

- Среднее значение Индекса качества городской среды по пространству, связанному с сервисами, превышает 30 баллов только в двух областях БЗК — Московской и Ярославской (от 30 до 60 баллов присваивается территориям с благоприятным состоянием среды).
- У городов 8 регионов (кроме Московской области) в среднем наблюдается положительная динамика индекса по рассматриваемому пространству, что говорит о развитии качества и разнообразия сервисов в них и в целом в макрорегионе.
- В разрезе городов по плотности и разнообразию сервисов в основном лидируют подмосковные города. Без их учета ситуация в городах, которые принято считать туристическими, примерно совпадает с нетуристическими городами.

Распределение городов по количеству сервисов и индексу по пространству «Социально-досуговая инфраструктура и прилегающие пространства» в 2021 г.[1, 2]

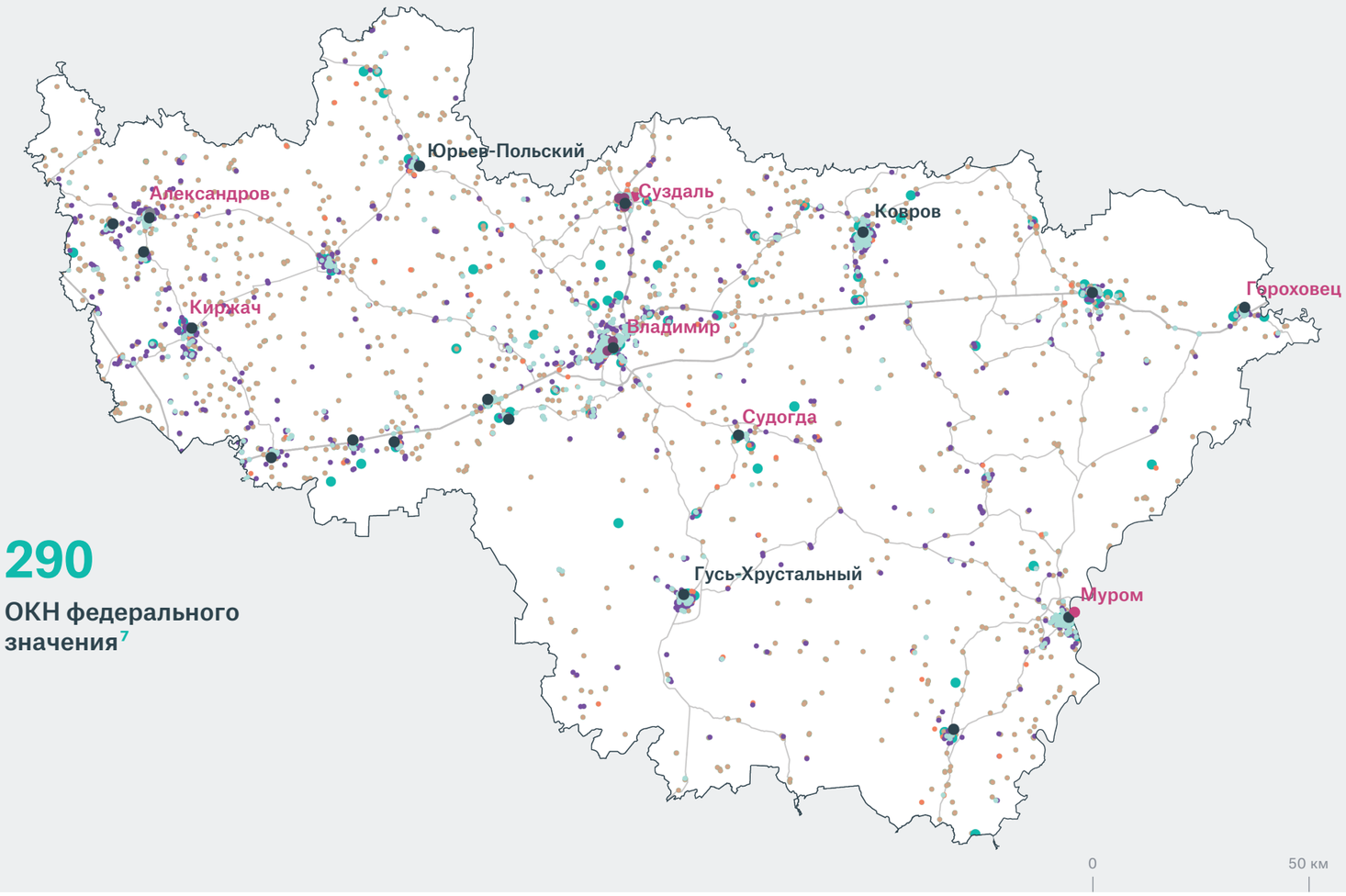


1. Источник: платформа городских данных Urbanmetrics (КБ Стрелка), данные на февраль 2022 г.
2. Источник: Индекс качества городской среды // https://индекс-городов.рф/. Пространство «Социально-досуговая инфраструктура и прилегающие пространства» включают в себя 6 индикаторов Индекса, учитывающих, в том числе, количество и разнообразие развлекательных и спортивных организаций и сервисов в городах.

5. Маркетинговый анализ

Владимирская область (1/2)

Объекты туристической привлекательности[1]



290
ОКН федерального значения[7]

— Граница региона
● Основные населенные пункты
Шуя Туристические города*

Туристические объекты
● Объекты делового туризма
● Развлечения
● Спорт
● Медицина и рекреация
● Природные объекты и смотровые площадки
● Религия и культура

* Туристические города определены по концентрации фото туристов за 2020–2021 гг., платформа городских данных Urbanmetrics (КБ Стрелка).

2917
9%*
культурных и религиозных объектов

631
7%
памятников археологии и истории

1027
7%
спортивных объектов

734
7%
объектов рекреации и медицины

42
12%
смотровых площадок

2148
17%
памятников градостроительства и архитектуры

1944
13%
развлекательных объектов

110
6%
природных объектов

* от общего числа объектов БЗК

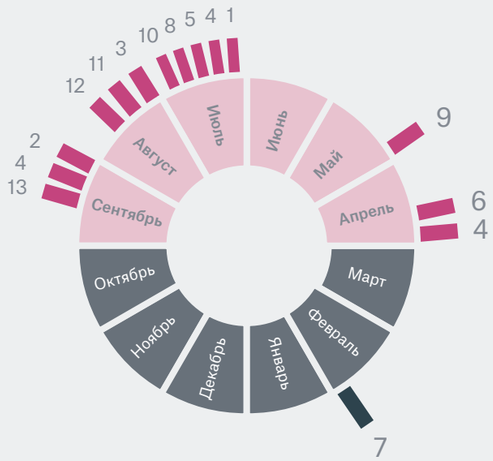
Чаще упоминаются в соцсетях[2]**:**
- Владимирский академический театр драмы
- Владимирский областной театр кукол
- Успенский собор
- Мокеева гора

Владимирская область (2/2)

Основные генераторы туристического спроса[5]

	тыс./чел.
Государственный музей-заповедник «Александровская Слобода»	61
Александровский художественно-краеведческий музей (усадьба купца Первушина)	35
Литературно-художественный музей Марины и Анастасии Цветаевых	31
МБУК «Вязниковский историко-художественный музей»	7
МБУК «Мстёрский художественный музей»	7

События[2,4,6]



Диаграма распределения ключевых событий по сезонам. Цифры на диаграме соответствуют номеру события в таблице.

Апрель – сентябрь

Октябрь – март

1	Международный праздник огурца	Июль
2	Международный фестиваль народного творчества «Золотое кольцо»	Сентябрь
3	Событийный праздник «Иванов день»	Август
4	Фестиваль воздухоплавателей «Золотое кольцо России»	Апрель, июль, сентябрь
5	Забег Golden Ring Ultra Trail г. Суздаль	Июль
6	Конкурс-фестиваль «Хрустальный башмачок»	Апрель
7	Фестиваль «Деревенский пельмень»	Февраль
8	Соревнования по бегу в лаптях «Суздальская верста»	Июль
9	Фестиваль русских свадеб «Тили-тили тесто...»	Май
10	День семьи, любви и верности	Июль
11	Праздник урожая и древних промыслов «Мстёрский базар»	Август
12	Левитановский фестиваль	Август
13	Владимирский полумарафон «Золотые ворота»	Сентябрь

Перспективные направления развития[4]

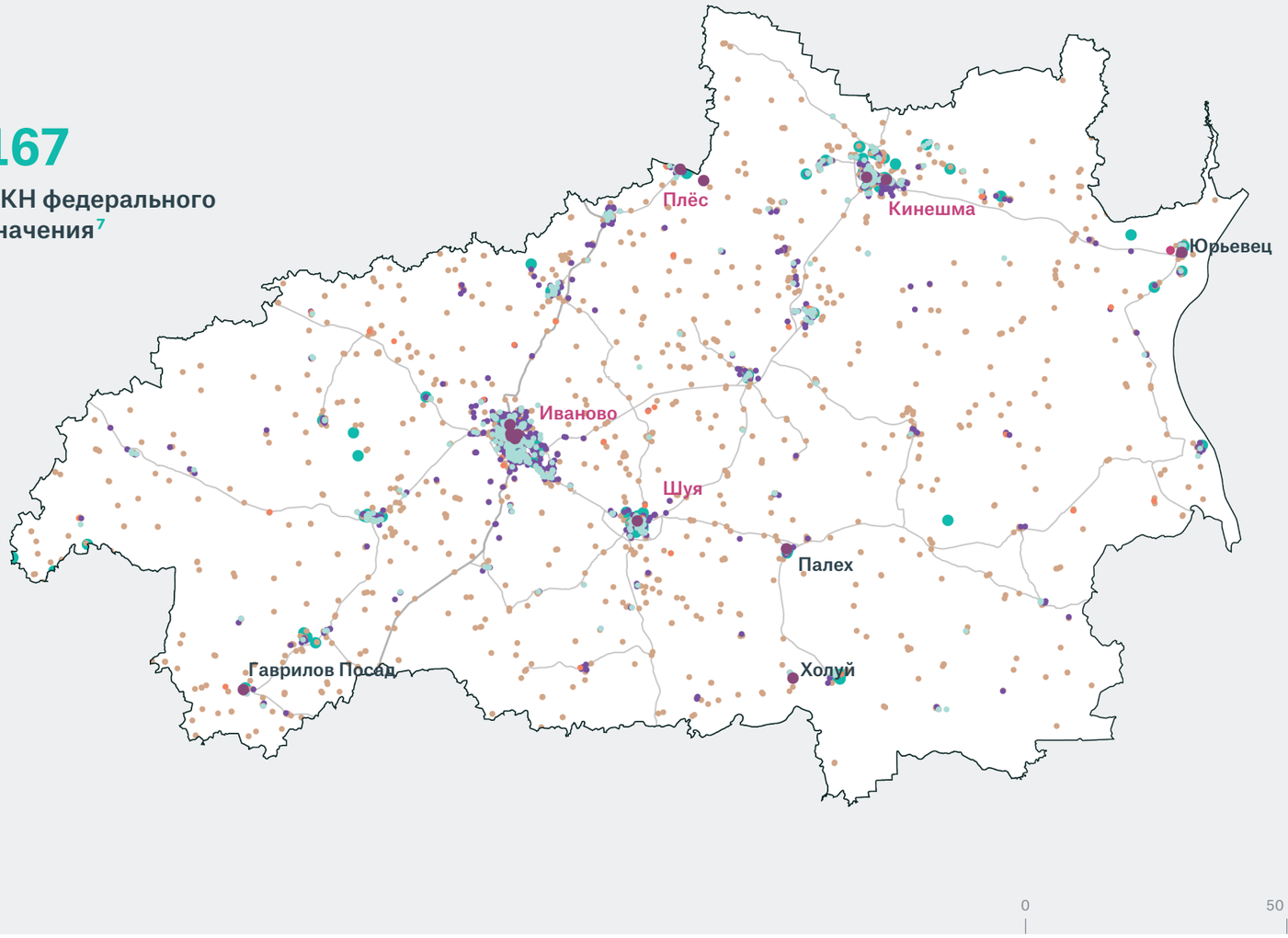
- Гастрокультура развита только в границах городов (Владимир и Суздаль). Интересные локальные точки питания, доступные вблизи негородских точек притяжения, позволят привлечь и увеличить дительность пребывания туристов вне ключевых туристических городов.
- Есть запрос на открытие «самодостаточных объектов», т. е. объектов притяжения вне историко-культурного или природного потенциала области: аквапарков, парков развлечения, спортивной инфраструктуры и пр.
- В Судогодском районе развивается активный и экотуризм, есть крупные туристические аттракторы (например, Усадьба Храповицкого), однако средств размещения туристов недостаточно.
- Юрьев-Польский, Муром и Гороховец потенциально привлекательны для туристов, однако транспортная доступность обеспечена в основном железной дорогой, в то время как для туриста, передвигающегося на индивидуальном автомобиле доступ к городам ограничен качеством УДС. По той же причине общественным транспортом туда добраться крайне сложно.

Источники:
1. Платформа городских данных Urbanmetrics (КБ Стрелка), данные на февраль 2022 г.
2. Индекс туристической привлекательности регионов (КБ Стрелка), 2020. https://tourism-index.strelka-kb.com.
3. Цифровое антропологическое исследование, Центр городской антропологии (КБ Стрелка), данные на февраль 2022 г.
4. Материалы региональных стратегических сессий, круглых столов и интервью экспертов (7 февраля – 3 марта 2022 г.).
5. Материалы регионов, предоставленные ПроГород в декабре 2021 г., данные за 2019 г., до пандемии.
6. Афиша мероприятий в сфере туризма в России, открытые данные Ростуризма, 2022. https://opendata.tourism.gov.ru/7708550300-eventscalendar
7. Сведения из Единого государственного реестра объектов культурного наследия (памятников истории и культуры) народов Российской Федерации https://opendata.mkrf.ru/opendata/7705851331-egrkn/

Ивановская область (1/2)

Объекты туристической привлекательности[1]

167
ОКН федерального значения[7]



2154
7%*
культурных и религиозных объектов

24
7%
смотровых площадок

184
2%
памятников археологии и истории

495
14%
памятников градостроительства и архитектуры

679
4%
спортивных объектов

669
4%
развлекательных объектов

486
5%
объектов рекреации и медицины

88
5%
природных объектов

* от общего числа объектов БЗК

Чаще упоминаются в соцсетях[2]:
Ивановский областной театр драмы

— Граница региона
● Основные населенные пункты
Шуя Туристические города*

Туристические объекты
● Объекты делового туризма
● Развлечения
● Спорт
● Медицина и рекреация
● Природные объекты и смотровые площадки
● Религия и культура

* Туристические города определены по концентрации фото туристов за 2020–2021 гг., платформа городских данных Urbanmetrics (КБ Стрелка).

Ивановская область (2/2)

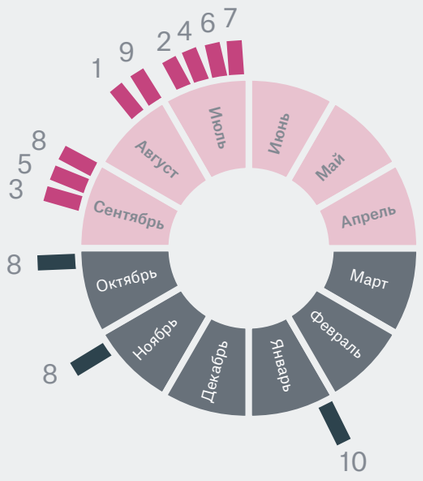
Основные генераторы туристического спроса[5]

	тыс./чел.
Областной музей «Музеи города Юрьевца»	161
Плесский государственный историко-архитектурный и художественный музей-заповедник	105
Ивановский областной художественный музей	62
Ивановский государственный историко-краеведческий музей им. Д. Г. Бурылина	47
Государственный музей Палехского искусства	34

Туристско-рекреационные центры[5]

Наименование	Статус	Расположение	ФЦП
Плёс	Существующий	Городское поселение Плёс, г. Плёс	+

События [2,4,6]



Диаграма распределения ключевых событий по сезонам. Цифры на диаграме соответствуют номеру события в таблице.

- Апрель – сентябрь
- Октябрь – март

1	Фестиваль лука «Лук-Лучок»	Август
2	Фестиваль пилотных серий «Пилот»	Июль
3	Праздник Волжского бульвара	Сентябрь
4	Международный кинофестиваль им. Андрея Тарковского «Зеркало»	Июль
5	Международный пленэр «Зеленый шум»	Сентябрь
6	Праздник русских традиций на родине владимирского тяжеловоза	Июль
7	Фестиваль моды «Плёс на Волге. Льняная палитра»	Июль
8	Фестиваль современного искусства «Первая фабрика авангарда»	Сентябрь — Ноябрь
9	Фестиваль камерных театральных форм «Островский FEST»	Август
10	Фестиваль «Русское Рождество»	Январь

Перспективные направления развития[4]

- Невозможно сформулировать предложения для делового туризма из-за нехватки площадок и мест размещения. Есть запрос на организацию тимбилдингов (100 человек), но ресурса существующих площадок недостаточно.
- Слабо развита сервисная инфраструктура для туристов. Малые города — Юрьевец, Южа, Пучеж — не являются конкурентоспособными ни по числу мест размещения, ни по количеству позитивных откликов. Есть спрос на SPA и бани, но организованную группу в малых городах разместить сложно.
- В целом прослеживается нехватка детских площадок для туристов с детьми. Для удовлетворения запроса в интерактивных развлечениях недостаточно креативных пространств, а также тематических ресторанов с локальной едой. При достаточном водном ресурсе слабо развита инфраструктура для сплавного туризма.

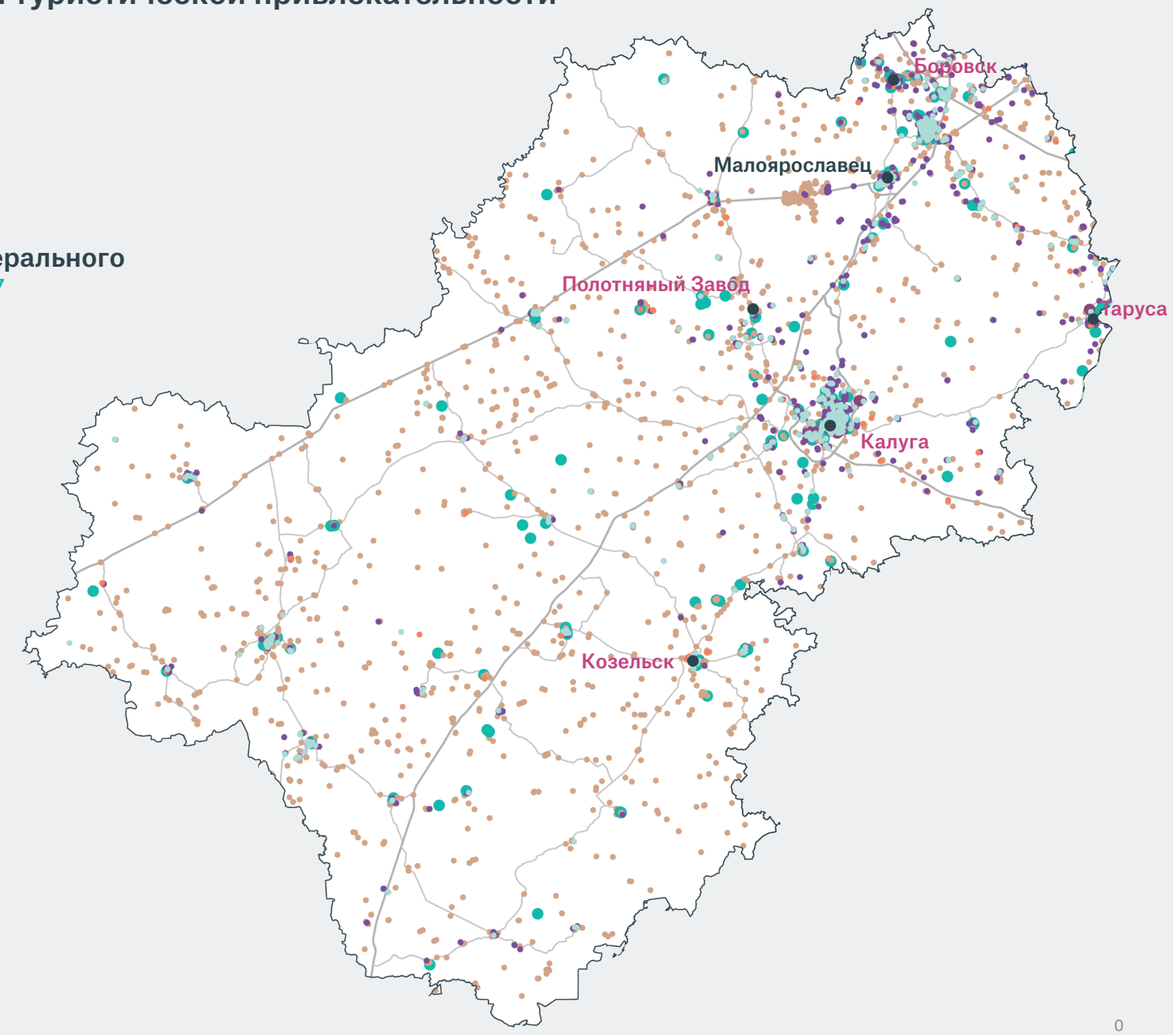
Источники:
1. Платформа городских данных Urbanmetrics (КБ Стрелка), данные на февраль 2022 г.
2. Индекс туристической привлекательности регионов (КБ Стрелка), 2020. https://tourism-index.strelka-kb.com.
3. Цифровое антропологическое исследование, Центр городской антропологии (КБ Стрелка), данные на февраль 2022 г.
4. Материалы региональных стратегических сессий, круглых столов и интервью экспертов (7 февраля – 3 марта 2022 г.).
5. Материалы регионов, предоставленные ПроГород в декабре 2021 г., данные за 2019 г., до пандемии.
6. Афиша мероприятий в сфере туризма в России, открытые данные Ростуризма, 2022. https://opendata.tourism.gov.ru/7708550300-eventscalendar
7. Сведения из Единого государственного реестра объектов культурного наследия (памятников истории и культуры) народов Российской Федерации https://opendata.mkrf.ru/opendata/7705851331-egrkn/

Калужская область (1/2)

Объекты туристической привлекательности[1]

336

ОКН федерального значения[7]



— Граница региона
● Основные населенные пункты
Шуя Туристические города*

Туристические объекты
● Объекты делового туризма
● Развлечения
● Спорт
● Медицина и рекреация
● Природные объекты и смотровые площадки
● Религия и культура

* Туристические города определены по концентрации фото туристов за 2020–2021 гг., платформа городских данных Urbanmetrics (КБ Стрелка).

2984
9%*
культурных и религиозных объектов

184
1%
памятников археологии и истории

646
4%
спортивных объектов

563
5%
объектов рекреации и медицины

33
9%
смотровых площадок

495
4%
памятников градостроительства и архитектуры

812
5%
развлекательных объектов

180
10%
природных объектов

* от общего числа объектов БЗК

Чаще упоминаются в соцсетях[2]:
- Исторические здания Калуги
- Калужский художественный музей
- Народный костюм
- Водопад Радужный

Калужская область (2/2)

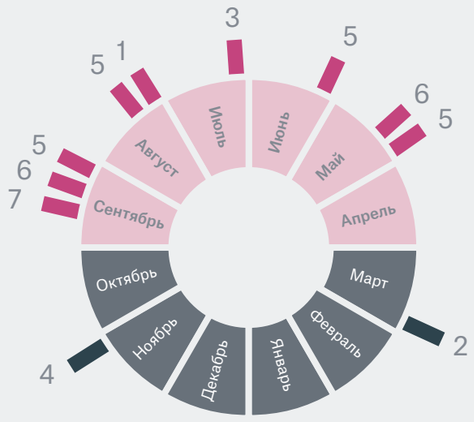
Основные генераторы туристического спроса[5]

	тыс./чел.
Туристический комплекс «Полотняный завод»: усадьба Гончаровых	Нет данных
Этномир	
Государственный музей истории космонавтики имени К. Э. Циолковского	
Парк птиц «Воробьи»	
Никола-Ленивец	

Туристско-рекреационные центры[5]

Наименование	Статус	Расположение	ФЦП
Никола-Ленивец	Существующий	Дзержинский район	+

События[2,4,6]



Диаграма распределения ключевых событий по сезонам. Цифры на диаграме соответствуют номеру события в таблице.

1	Фестиваль электронной музыки Signal	Август
2	Масленица в Никола-Ленивце	Март
3	Фестиваль ландшафтных объектов «Архстояние»	Июль
4	Международный театральный фестиваль «Новые люди»	Ноябрь
5	Фестиваль рок-музыки «Рок над водой»	Май, июнь, август, сентябрь
6	Фестиваль современного искусства «Циолковский»	Май, сентябрь
7	Фестиваль сыра	Сентябрь

Перспективные направления развития[4]

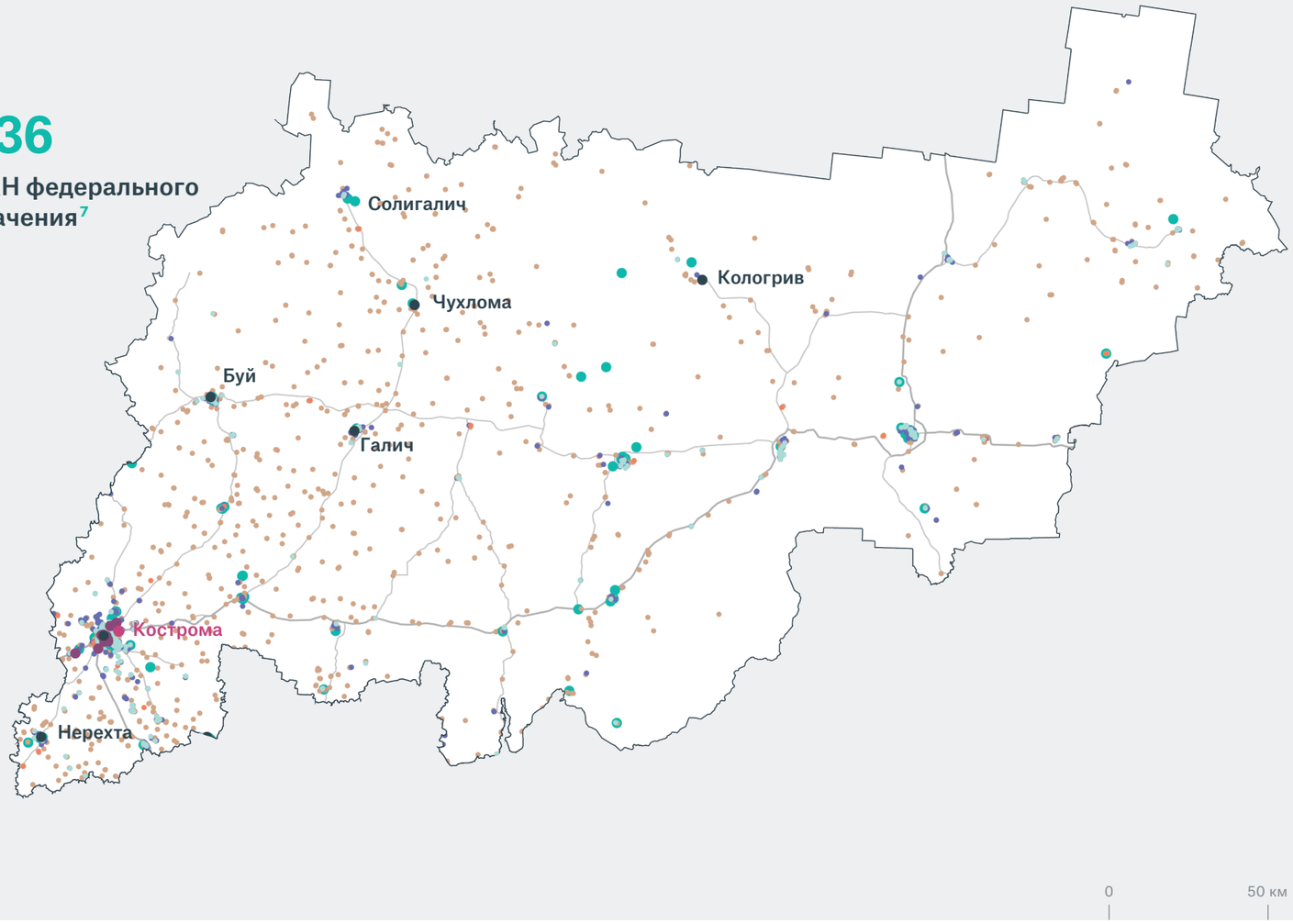
- Южная часть региона (Людиново, Сухиничи и др.) имеет точки притяжения, но из-за нехватки средств размещения и ограниченного регулярного транспортного сообщения теряет туристический поток и практически неизвестна туристу. В таких малотуристических районах также отмечается дефицит точек питания.
- Туристически привлекательные места с хорошей транспортной доступностью имеют недостаточную пропускную способность, средства размещения неразнообразны и ограничены (Никола-Ленивец).
- Существенную проблему для туристов выходного дня составляет неудобный график работы музеев и мест питания. Несостыковки в графиках работы музеев, отсутствие возможности оплаты картой и т. д. вызывают у туристов негативную реакцию.

Источники:
1. Платформа городских данных Urbanmetrics (КБ Стрелка), данные на февраль 2022 г.
2. Индекс туристической привлекательности регионов (КБ Стрелка), 2020. https://tourism-index.strelka-kb.com.
3. Цифровое антропологическое исследование, Центр городской антропологии (КБ Стрелка), данные на февраль 2022 г.
4. Материалы региональных стратегических сессий, круглых столов и интервью экспертов (7 февраля – 3 марта 2022 г.).
5. Материалы регионов, предоставленные ПроГород в декабре 2021 г., данные за 2019 г., до пандемии.
6. Афиша мероприятий в сфере туризма в России, открытые данные Ростуризма, 2022. https://opendata.tourism.gov.ru/7708550300-eventscalendar
7. Сведения из Единого государственного реестра объектов культурного наследия (памятников истории и культуры) народов Российской Федерации https://opendata.mkrf.ru/opendata/7705851331-egrkn/

Костромская область (1/2)

Объекты туристической привлекательности[1]

336
ОКН федерального значения[7]



— Граница региона
● Основные населенные пункты
Шуя Туристические города*

Туристические объекты
● Объекты делового туризма
● Развлечения
● Спорт
● Медицина и рекреация
● Природные объекты и смотровые площадки
● Религия и культура

* Туристические города определены по концентрации фото туристов за 2020–2021 гг., платформа городских данных Urbanmetrics (КБ Стрелка).

1598
5%*
культурных и религиозных объектов

904
10%
памятников археологии и истории

413
3%
спортивных объектов

394
4%
объектов рекреации и медицины

25
7%
смотровых площадок

2843
23%
памятников градостроительства и архитектуры

493
3%
развлекательных объектов

65
3%
природных объектов

* от общего числа объектов БЗК

Чаще упоминаются в соцсетях[2]:
- Марийское городище
- Костромской художественный музей
- Кузнечное дело в регионе
- Костромской областной театр кукол
- Народные традиции

Костромская область (2/2)

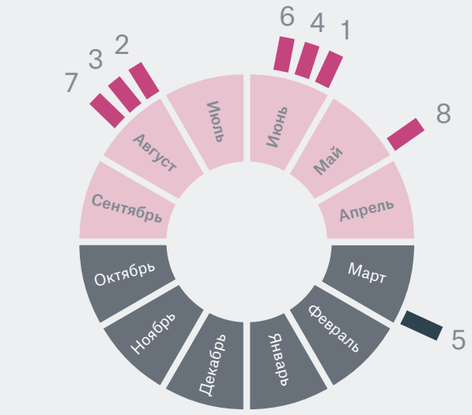
Основные генераторы туристического спроса[5]

	тыс./чел.
Костромской государственный историко-архитектурный и художественный музей-заповедник	158
Костромской архитектурно-этнографический и ландшафтный музей-заповедник «Костромская слобода»	128
Свято-Троицкий Ипатьевский мужской монастырь	98
Музей природы Костромской области	82
Государственный природный заказник «Сумароковский»	62

Туристско-рекреационные центры[5]

Наименование	Статус	Расположение	ФЦП
Кладезь земли Костромской	Существующий	Красносельский район, Сидоровское сельское поселение, г. Кострома	+
Государыня Кострома	Существующий	г. Кострома	–

События[2,4,6]



апрель–сентябрь
октябрь–март

Диаграма распределения ключевых событий по сезонам. Цифры на диаграме соответствуют номеру события в таблице.

1	Музыкальный фестиваль «Русский рожок»	Июнь
2	Фестиваль фейерверков «Серебряная ладья»	Август
3	Фестиваль сыра	Август
4	Ювелирный фестиваль «Золотое кольцо России»	Июнь
5	День рождения Российской Снегурочки	Март
6	Арт-фестиваль Центрального федерального округа «Ипатьевская слобода»	Июнь
7	Межрегиональное личное первенство по мотоциклетному спорту «Кубок Поволжья	Август
8	Фольклорный праздник «День гуся»	Май

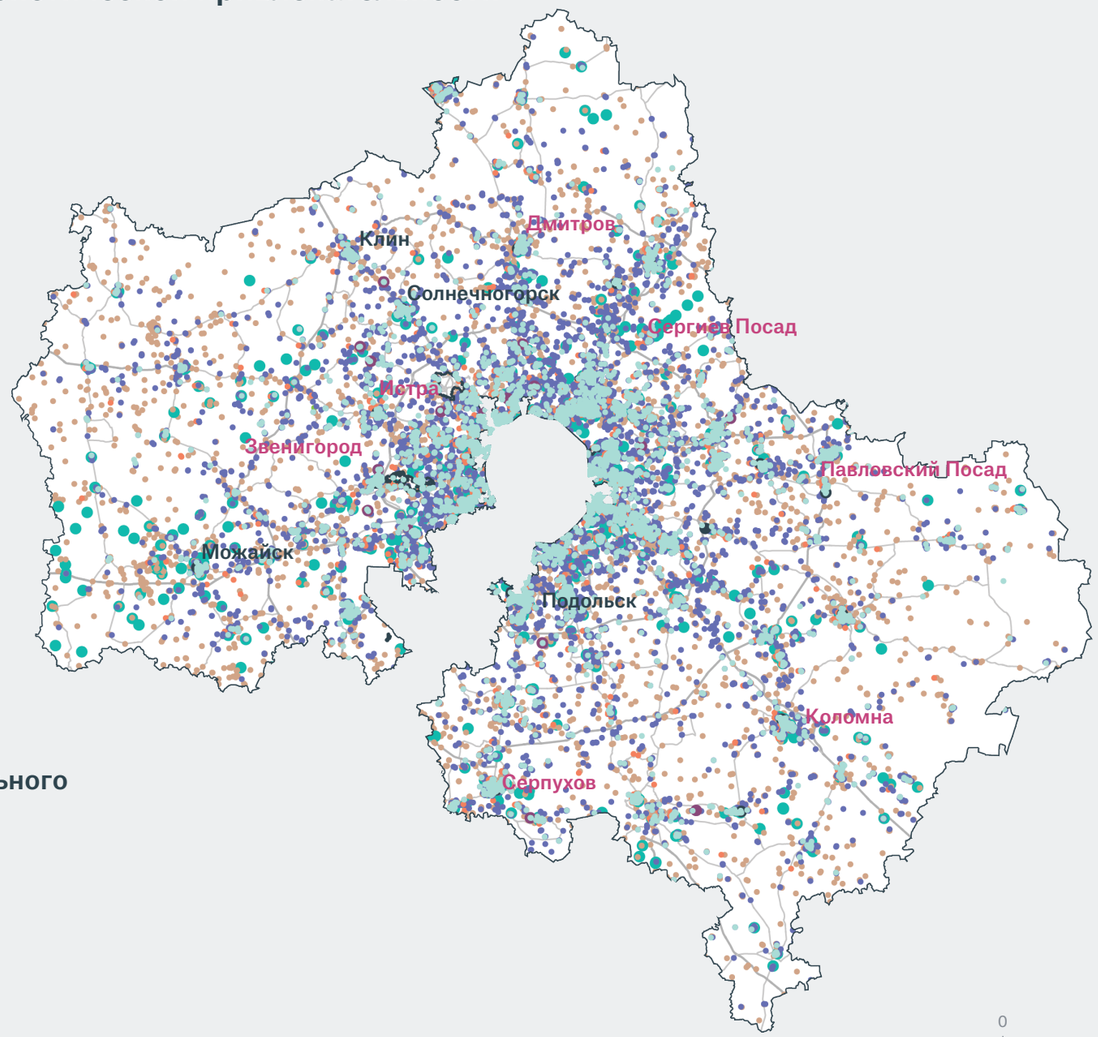
Перспективные направления развития[4]

- Гастрономическая культура развивается в основном в Костроме. Есть запрос на увеличение количества точек питания в местах притяжения туристов.
- Костромская область входит в популярные круизные маршруты, однако в рамках региона водный туризм не так популярен. График железнодорожного сообщения и график движения теплоходов не всегда совпадает с графиком работы туристических объектов. Не хватает водных спортивных развлечений на Волге, а также площадок для проведения мероприятий на берегу.
- Областные мероприятия проходят в центре Костромы. Есть запрос на перемещение фестивалей и праздников из центра, на строительство площадки для массовых мероприятий, чтобы разделить событийных туристов и туристов, посещающих историко-культурные объекты, и не перекрывать проезжую часть.

Источники:
1. Платформа городских данных Urbanmetrics (КБ Стрелка), данные на февраль 2022 г.
2. Индекс туристической привлекательности регионов (КБ Стрелка), 2020. https://tourism-index.strelka-kb.com.
3. Цифровое антропологическое исследование, Центр городской антропологии (КБ Стрелка), данные на февраль 2022 г.
4. Материалы региональных стратегических сессий, круглых столов и интервью экспертов (7 февраля – 3 марта 2022 г.).
5. Материалы регионов, предоставленные ПроГород в декабре 2021 г., данные за 2019 г., до пандемии.
6. Афиша мероприятий в сфере туризма в России, открытые данные Ростуризма, 2022. https://opendata.tourism.gov.ru/7708550300-eventscalendar
7. Сведения из Единого государственного реестра объектов культурного наследия (памятников истории и культуры) народов Российской Федерации https://opendata.mkrf.ru/opendata/7705851331-egrkn/

Московская область (1/2)

Объекты туристической привлекательности[1]



1289
ОКН федерального значения[7]

— Граница региона
● Основные населенные пункты
Шуя Туристические города*

Туристические объекты
- Объекты делового туризма
- Развлечения
- Спорт
- Медицина и рекреация
- Природные объекты и смотровые площадки
- Религия и культура

* Туристические города определены по концентрации фото туристов за 2020–2021 гг., платформа городских данных Urbanmetrics (КБ Стрелка).

10 877
33%* культурных и религиозных объектов

484
5% памятников археологии и истории

8706
56% спортивных объектов

5790
54% объектов рекреации и медицины

115
32% смотровых площадок

2693
22% памятников градостроительства и архитектуры

7034
46% развлекательных объектов

738
39% природных объектов

* от общего числа объектов БЗК

Чаще упоминаются в соцсетях[2]:
- Фестиваль киберспорта
- Историческая городская застройка
- Музей бронетанковых войск
- Парк-усадьба Марьино
- Дулёвский фарфоровый завод

Московская область (2/2)

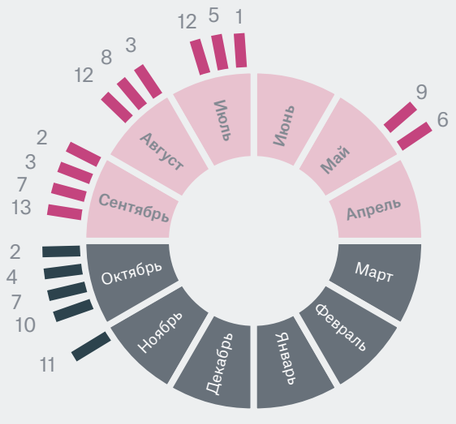
Основные генераторы туристического спроса[5]

	тыс./чел.
Свято-Троицкая Сергиева Лавра	1 400
Главный храм ВС России	1 254
Коломенский кремль	1 150
Музей «Новый Иерусалим»	480
Музей-усадьба «Архангельское»	406

Туристско-рекреационные центры[5]

Наименование	Статус	Расположение	ФЦП
Русская Палестина	Существующий	Истринский район, г. Истра, г. Дедовск	+

События[2,4,6]



Диаграма распределения ключевых событий по сезонам. Цифры на диаграме соответствуют номеру события в таблице.

- Апрель – сентябрь
- Октябрь – март

1	Международный фестиваль искусств П.И. Чайковского	Июль
2	Фестиваль «Зодчество»	Сентябрь, октябрь
3	Фестиваль «Славянское подворье»	Август, сентябрь
4	Фестиваль роз	Октябрь
5	Музыкальный open air-фестиваль «Лето. Музыка. Музей»	Июль
6	Международный театральный фестиваль «Мелиховская весна»	Май
7	Конкурс искусств «Город А»	Сентябрь, октябрь
8	Гастрономический фестиваль «Сыр. Пир. Мир»	Август
9	Фестиваль «Небо: теория и практика»	Май
10	Международный театральный фестиваль «Подмосковные вечера»	Октябрь
11	фестиваль короткометражного кино ILLUSION	Ноябрь
12	Музыкальный фестиваль «Нашествие»	Июль, август
13	Фестиваль «День Бородина»	Сентябрь

Перспективные направления развития[4]

- Кафе и рестораны не могут удовлетворить запросы обеспеченного туриста, нет высокого уровня услуги для платежеспособного туриста — необходимо формировать предложение высокого класса.
- На юге области (Коломна, Зарайск) недостаточно качественных мест питания, не связанных с музеями. Также в Коломне не хватает точек притяжения для разных групп населения.
- Город Дмитров и окрестности привлекательны для любителей активного отдыха, но другого туристического предложения в городе нет. Сергиев Посад имеет мощные религиозные точки притяжения, но точек притяжения других видов в основном не имеет, либо они малоизвестны.

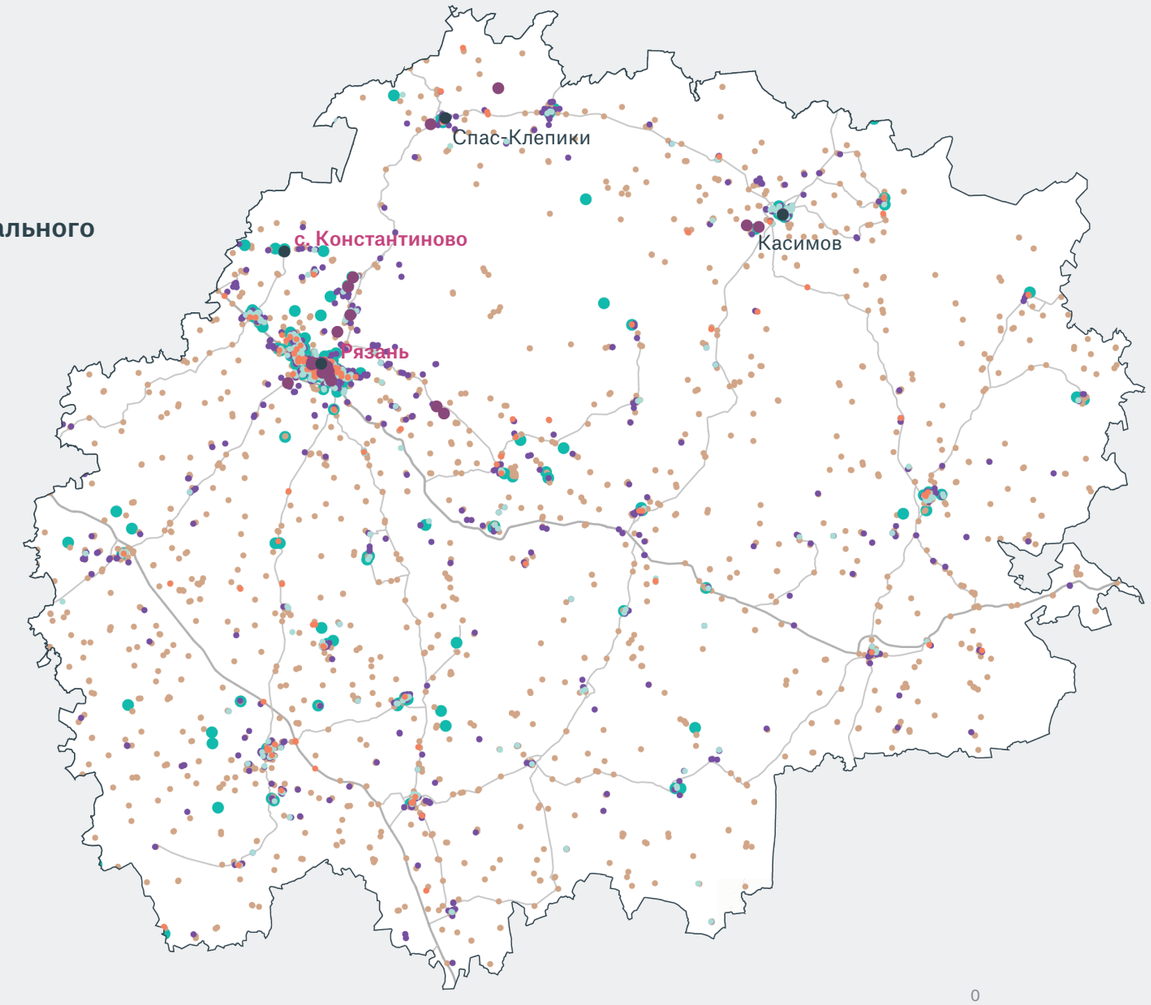
Источники:
1. Платформа городских данных Urbanmetrics (КБ Стрелка), данные на февраль 2022 г.
2. Индекс туристической привлекательности регионов (КБ Стрелка), 2020. https://tourism-index.strelka-kb.com.
3. Цифровое антропологическое исследование, Центр городской антропологии (КБ Стрелка), данные на февраль 2022 г.
4. Материалы региональных стратегических сессий, круглых столов и интервью экспертов (7 февраля – 3 марта 2022 г.).
5. Материалы регионов, предоставленные ПроГород в декабре 2021 г., данные за 2019 г., до пандемии.
6. Афиша мероприятий в сфере туризма в России, открытые данные Ростуризма, 2022. https://opendata.tourism.gov.ru/7708550300-eventscalendar
7. Сведения из Единого государственного реестра объектов культурного наследия (памятников истории и культуры) народов Российской Федерации https://opendata.mkrf.ru/opendata/7705851331-egrkn/

Рязанская область (1/2)

Объекты туристической привлекательности[1]

219

ОКН федерального значения[7]



— Граница региона
● Основные населенные пункты
Шуя Туристические города*

Туристические объекты
- Объекты делового туризма
- Развлечения
- Спорт
- Медицина и рекреация
- Природные объекты и смотровые площадки
- Религия и культура

* Туристические города определены по концентрации фото туристов за 2020–2021 гг., платформа городских данных Urbanmetrics (КБ Стрелка).

2803
9%*
культурных и религиозных объектов

234
3%
памятников археологии и истории

665
4%
спортивных объектов

588
5%
объектов рекреации и медицины

25
7%
смотровых площадок

554
4%
памятников градостроительства и архитектуры

1026
7%
развлекательных объектов

227
12%
природных объектов

* от общего числа объектов БЗК

Чаще упоминаются в соцсетях[2]:
- Древняя история Рязани
- Неоготическая архитектура
- Рязанский государственный областной художественный музей
- Солотчинский монастырь
- Окский государственный природный биосферный заповедник

Рязанская область (2/2)

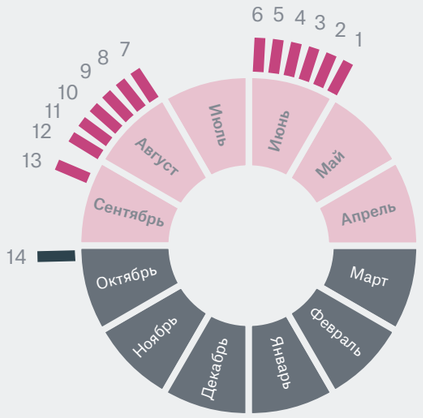
Основные генераторы туристического спроса[5]

	тыс./чел.
Государственный музей-заповедник С.А. Есенина	373
ФГУК «Рязанский историко-архитектурный музей-заповедник»	191
Аквапарк в ТРК «Окская жемчужина»	167
Рязанский областной художественный музей им. И.П. Пожалостина	73
Спортивный комплекс «Семёно-Оленинское»	31

Туристско-рекреационные центры[5]

Наименование	Статус	Расположение	ФЦП
Рязанский	Существующий	Рязанский и Рыбновский районы, г. Рязань	+

События[2,4,6]



Диаграма распределения ключевых событий по сезонам. Цифры на диаграме соответствуют номеру события в таблице.

- Апрель – сентябрь
- Октябрь – март

1	Фестиваль народного творчества «Золотая ладья»	Июнь
2	Музыкальное лето в Константинове	Июнь
3	Традиционный татарский праздник «Сабантуй»	Июнь
4	Фестиваль «Кремлевские вечера»	Июнь
5	Историко-патриотический праздник «Старая Рязань»	Июль
6	Гастрономический фестиваль «Малина»	Июль
7	Военно-исторический фестиваль «Битва на Воже»	Август
8	Историко-фольклорный фестиваль «Слава Добрыни»	Август
9	Международный фестиваль гончаров	Август
10	Международный культурно-зрелищный фестиваль воздухоплавания «Небо России»	Август
11	Международный кузнечный фестиваль «Секреты средневековых кузнецов»	Август
12	Международный Форум Древних городов	Август
13	Международный фестиваль кукольных театров «Рязанские смотрины»	Сентябрь
14	Всероссийский есенинский праздник поэзии	Октябрь

Перспективные направления развития[4]

- Недостаток современной и качественной инфраструктуры гостеприимства в муниципальных образованиях, являющихся туристическими центрами (город Касимов, Рыбновский район, город Скопин). Отсутствует система гостевых домов.
- В регионе не хватает точек притяжения и предложений для молодежи; у молодого туриста есть большой спрос на SPA и велнес-программы. Креативных пространств, тематических парков, инфраструктуры детского отдыха недостаточно.
- Недостаток инфраструктуры в сегменте экологического туризма (экотропы, смотровые площадки, малые архитектурные формы).
- Старая Рязань (например, Спасское) — точка притяжения, однако комплексное предложение (точки питания, инфраструктура, точки с сувенирами) для туриста не сформировано.
- В регионе наблюдается высокий спрос на медицинский туризм. С интеграцией в существующий туристический продукт, развитием инфраструктуры, маршрутов и сервисов возможен большой рост туристического потока.

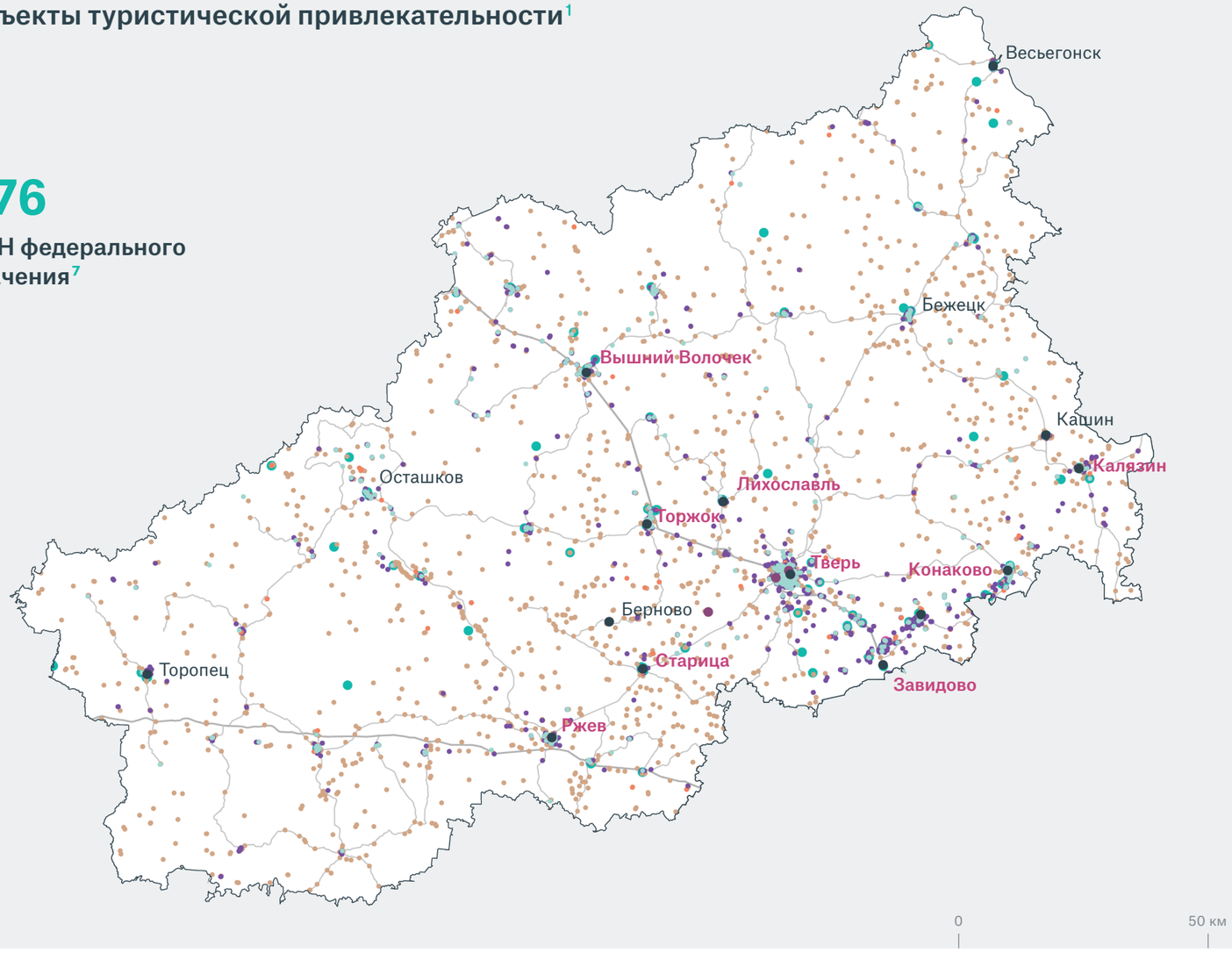
Источники:
1. Платформа городских данных Urbanmetrics (КБ Стрелка), данные на февраль 2022 г.
2. Индекс туристической привлекательности регионов (КБ Стрелка), 2020. https://tourism-index.strelka-kb.com.
3. Цифровое антропологическое исследование, Центр городской антропологии (КБ Стрелка), данные на февраль 2022 г.
4. Материалы региональных стратегических сессий, круглых столов и интервью экспертов (7 февраля – 3 марта 2022 г.).
5. Материалы регионов, предоставленные ПроГород в декабре 2021 г., данные за 2019 г., до пандемии.
6. Афиша мероприятий в сфере туризма в России, открытые данные Ростуризма, 2022. https://opendata.tourism.gov.ru/7708550300-eventscalendar
7. Сведения из Единого государственного реестра объектов культурного наследия (памятников истории и культуры) народов Российской Федерации https://opendata.mkrf.ru/opendata/7705851331-egrkn/

Тверская область (1/2)

Объекты туристической привлекательности[1]

676

ОКН федерального значения[7]



— Граница региона
● Основные населенные пункты
Шуя Туристические города*

Туристические объекты
● Объекты делового туризма
● Развлечения
● Спорт
● Медицина и рекреация
● Природные объекты и смотровые площадки
● Религия и культура

* Туристические города определены по концентрации фото туристов за 2020–2021 гг., платформа городских данных Urbanmetrics (КБ Стрелка).

3128
10%*
культурных и религиозных объектов

5494
59%
памятников археологии и истории

932
6%
спортивных объектов

679
6%
объектов рекреации и медицины

34
9%
смотровых площадок

1781
14%
памятников градостроительства и архитектуры

1001
6%
развлекательных объектов

128
7%
природных объектов

* от общего числа объектов БЗК

Чаще упоминаются в соцсетях[2]:
- Фестиваль карельского пирога «Калитка»
- Ржевский мемориал
- Наследие епископа Арсения Тверского
- История Тверского княжества
- Культура тверских карел

Тверская область (2/2)

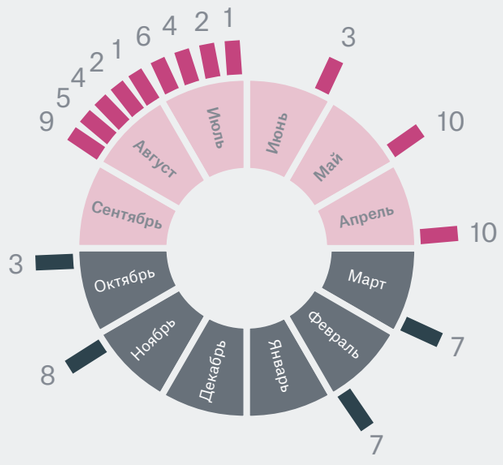
Основные генераторы туристического спроса[5]

	тыс./чел.
Сапожный промысел (на базе Кимрского краеведческого музея)	Нет данных
Центр патриотического воспитания имени А.Н. Туполева	
Кимрский деревянный модерн	
Улиточная ферма	
Колокольня Никольского собора	

Туристско-рекреационные центры[5]

Наименование	Статус	Расположение	ФЦП
Волжское море	Существующий	Конаковский район	+

События[2,4,6]



Диаграма распределения ключевых событий по сезонам. Цифры на диаграме соответствуют номеру события в таблице.

- Апрель–сентябрь
- Октябрь–март

1	Музыкальный фестиваль «Нашествие»	Июль, август
2	Фестиваль «Былинный берег»	Июль, август
3	Мотофестиваль KozloParty	Июнь, октябрь
4	Фестиваль серф-культуры и экшн-спорта WakeWeekend	Июль, август
5	Фестиваль карельского пирога «Калитка»	Август
6	Фестиваль «Верещагин Сырфест»	Июль
7	Фестиваль «Блин с припеком» в Новоторжском кремле	Февраль, март
8	Фестиваль короткометражного кино и анимации METERS	Ноябрь
9	Гастрономический фестиваль «Вкус Верхневолжья»	Август
10	Фестиваль средневековой реконструкции «Новоторжский рубеж»	Апрель, май

Перспективные направления развития[4]

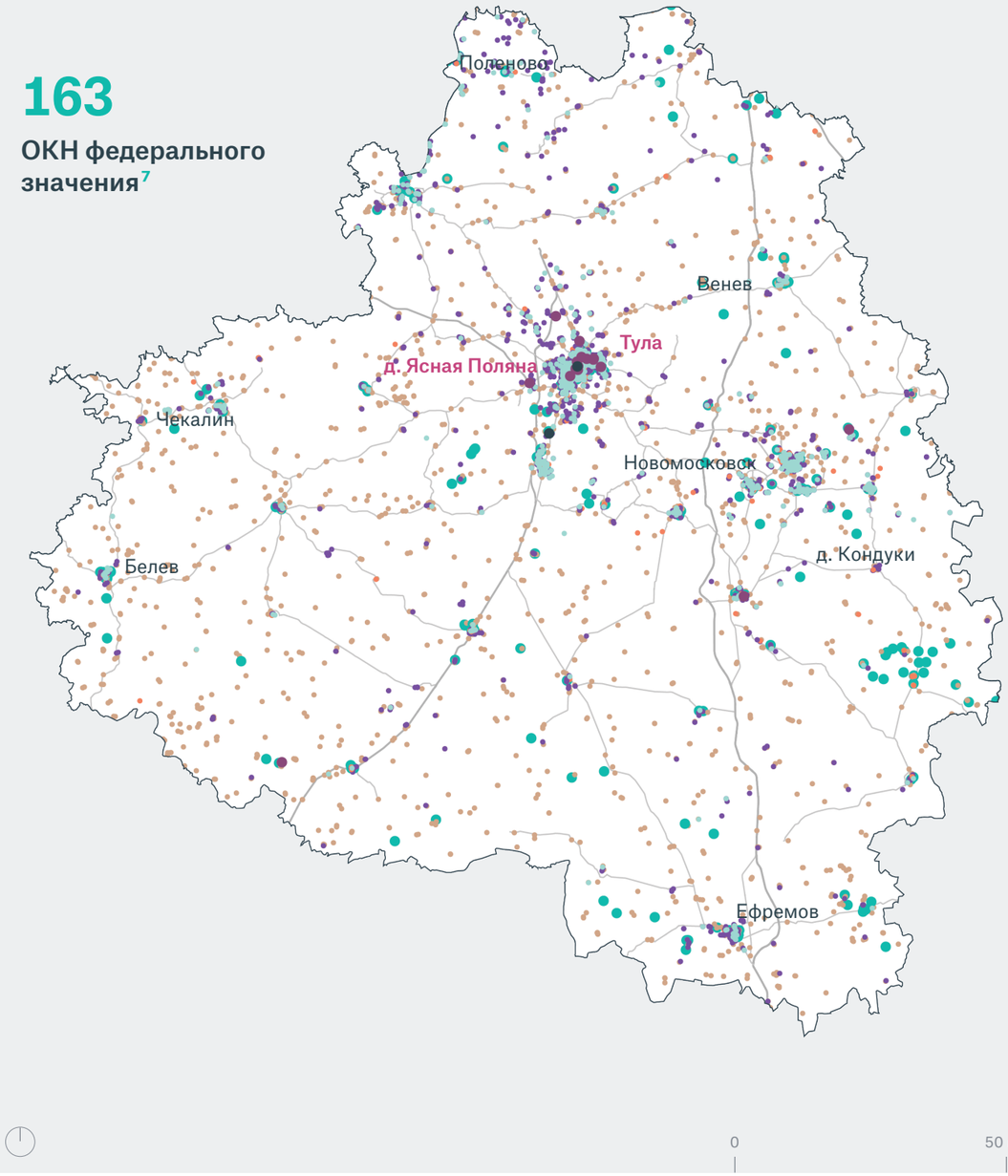
- Самый недооценный город из-за своей отдаленности — Торопец, имеющий культурные, религиозные и природные точки притяжения. Необходимо развивать инфраструктуру и сервисы, которые бы компенсировали удаленность и были способны поддержать более длительное пребывание в районе.
- Район истока Волги и озера Селигер популярен в качестве рекреационного и водного туризма. Город Осташков имеет историческую и природную ценность, но неудовлетворительная городская среда и слабая транспортная доступность не позволяют сформировать здесь разнообразное предложение для всесезонного туризма.
- Медицинский туризм имеет большой потенциал в регионе, однако советская медицинская инфраструктура санаториев находится в полуразрушенном состоянии, а новая инфраструктура развивается слабо.

Источники:
1. Платформа городских данных Urbanmetrics (КБ Стрелка), данные на февраль 2022 г.
2. Индекс туристической привлекательности регионов (КБ Стрелка), 2020. https://tourism-index.strelka-kb.com.
3. Цифровое антропологическое исследование, Центр городской антропологии (КБ Стрелка), данные на февраль 2022 г.
4. Материалы региональных стратегических сессий, круглых столов и интервью экспертов (7 февраля – 3 марта 2022 г.).
5. Материалы регионов, предоставленные ПроГород в декабре 2021 г., данные за 2019 г., до пандемии.
6. Афиша мероприятий в сфере туризма в России, открытые данные Ростуризма, 2022. https://opendata.tourism.gov.ru/7708550300-eventscalendar
7. Сведения из Единого государственного реестра объектов культурного наследия (памятников истории и культуры) народов Российской Федерации https://opendata.mkrf.ru/opendata/7705851331-egrkn/

Тульская область (1/2)

Объекты туристической привлекательности[1]

163
ОКН федерального значения[7]



— Граница региона
● Основные населенные пункты
Шуя Туристические города*

Туристические объекты
- Объекты делового туризма
- Развлечения
- Спорт
- Медицина и рекреация
- Природные объекты и смотровые площадки
- Религия и культура

* Туристические города определены по концентрации фото туристов за 2020–2021 гг., платформа городских данных Urbanmetrics (КБ Стрелка).

2978
9%*
культурных и религиозных объектов

5494
6%
памятников археологии и истории БЗК

1351
9%
спортивных объектов

736
7%
объектов рекреации и медицины

35
10%
смотровых площадок

576
5%
памятников градостроительства и архитектуры БЗК

1300
8%
развлекательных объектов

217
12%
природных объектов

* от общего числа объектов БЗК

Чаще упоминаются в соцсетях[2]:
- Тульский Кремль
- Тульский государственный музей оружия
- Богородичный Щегловский монастырь
- Тульский областной театр юного зрителя
- И. С. Тургенев и Л. Н. Толстой
- Тульский оружейный завод
- День оружейника

Тульская область (2/2)

Основные генераторы туристического спроса[5]

	тыс./чел.
Музей «Тульский кремль»	159
Тульский военно-исторический музей	89
Музей «Тульские самовары»	88
Тульский областной краеведческий музей	74
Богородицкий дворец-музей и парк	66

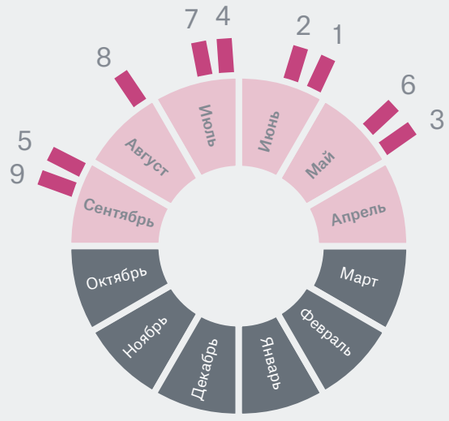
Туристско-рекреационные центры[5]

Наименование	Статус	Расположение	ФЦП
Русские усадьбы	Существующий	Щекинский, Богородицкий и Заокский районы, г. Донской, г. Тула, г. Богородицк	+

Перспективные направления развития[4]

- Ресурс области — санаторно-курортный туризм, но достаточной инфраструктуры не имеет (например, «Краинка», озера Кондуки). Не хватает комплексного сервисного предложения для туриста, а также включенности в единый туристический продукт вместе с существующими точками притяжения.
- Основная цель приезда — осмотр музеев и гастрономические впечатления. Молодежь также заинтересована в посещении модных площадок: креативных кластеров, набережной. Рекомендуется развитие интерактивных точек притяжения и гастротуризма в малых городах.

События[2,4,6]



Диаграма распределения ключевых событий по сезонам. Цифры на диаграме соответствуют номеру события в таблице.

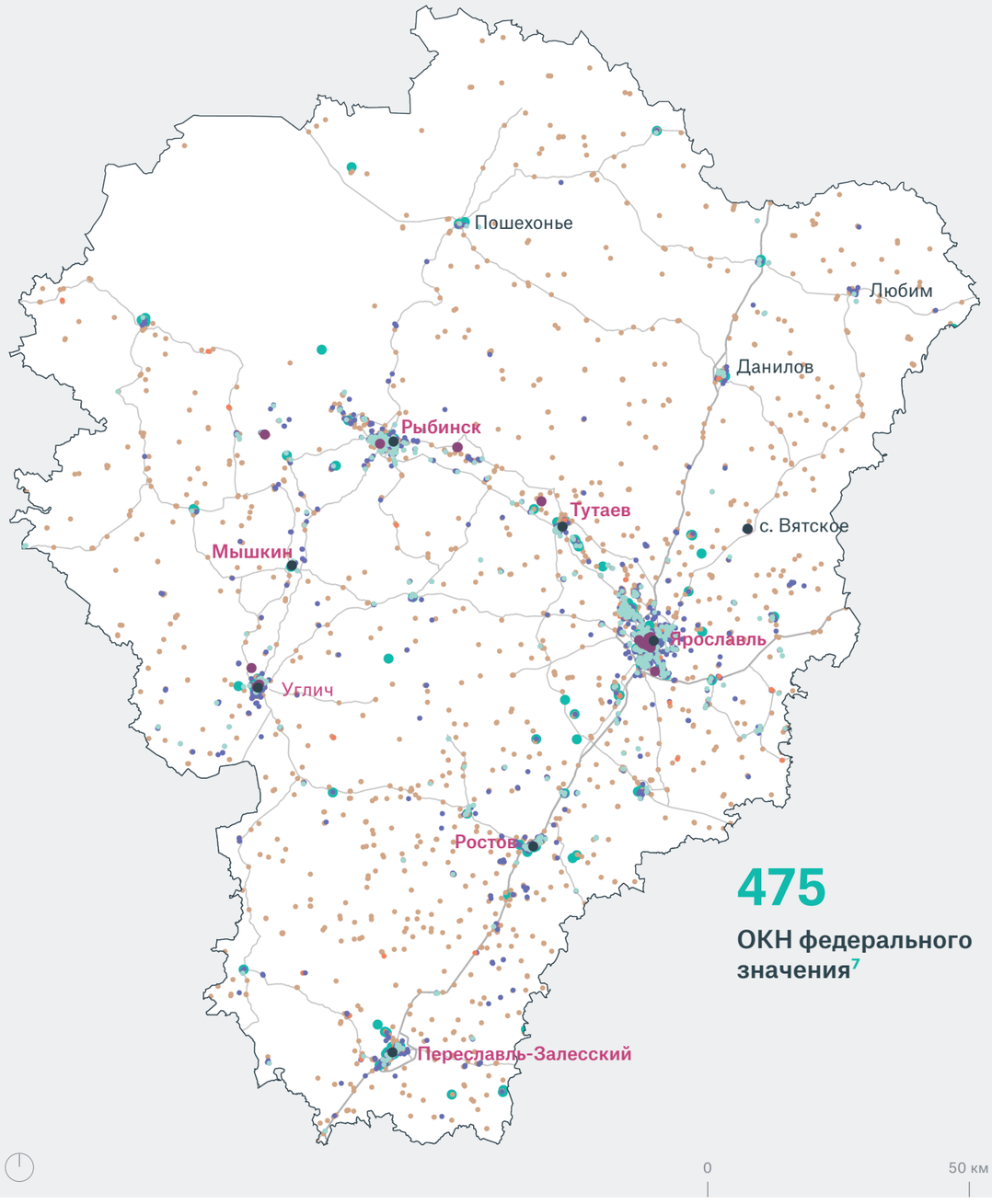
- Апрель – сентябрь
- Октябрь – март

1	Международный музыкальный фестиваль «Дикая мята»	Июнь
2	Театральный фестиваль «Толстой»	Июнь
3	Литературный фестиваль «Литера Тула»	Май
4	Фестиваль «Театральный дворик»	Июль
5	Празднование годовщины Куликовской битвы	Сентябрь
6	Фестиваль авторской песни	Май
7	Фестиваль крапивы в Крапивне	Июль
8	Епифанская ярмарка	Август
9	Фестиваль Хомяков home	Сентябрь

Источники:
1. Платформа городских данных Urbanmetrics (КБ Стрелка), данные на февраль 2022 г.
2. Индекс туристической привлекательности регионов (КБ Стрелка), 2020. https://tourism-index.strelka-kb.com.
3. Цифровое антропологическое исследование, Центр городской антропологии (КБ Стрелка), данные на февраль 2022 г.
4. Материалы региональных стратегических сессий, круглых столов и интервью экспертов (7 февраля – 3 марта 2022 г.).
5. Материалы регионов, предоставленные ПроГород в декабре 2021 г., данные за 2019 г., до пандемии.
6. Афиша мероприятий в сфере туризма в России, открытые данные Ростуризма, 2022. https://opendata.tourism.gov.ru/7708550300-eventscalendar
7. Сведения из Единого государственного реестра объектов культурного наследия (памятников истории и культуры) народов Российской Федерации https://opendata.mkrf.ru/opendata/7705851331-egrkn/

Ярославская область (1/2)

Объекты туристической привлекательности[1]



475
ОКН федерального значения[7]

— Граница региона
Основные населенные пункты
Шуя Туристические города*

Туристические объекты
- Объекты делового туризма
- Развлечения
- Спорт
- Медицина и рекреация
- Природные объекты и смотровые площадки
- Религия и культура

* Туристические города определены по концентрации фото туристов за 2020–2021 гг., платформа городских данных Urbanmetrics (КБ Стрелка).

3097
10%* культурных и религиозных объектов

652
7% памятников археологии и истории БЗК

1046
7% спортивных объектов

774
7% объектов рекреации и медицины

31
9% смотровых площадок

823
6% памятников градостроительства и архитектуры БЗК

1140
7% развлекательных объектов

131
7% природных объектов

* от общего числа объектов БЗК

Чаще упоминаются в соцсетях[2]**:**
- Праздник «День Волги», также сама река
- Фестиваль хоровой и колокольной музыки
- Образ старинного русского города
- Ярославский театр драмы
- Постройки Федора Шехтеля
- Городская среда Ярославля

Ярославская область (2/2)

Основные генераторы туристического спроса[5]

	тыс./чел.
Угличский государственный историко-архитектурный и художественный музей	316
Ярославский государственный историко-архитектурный и художественный музей-заповедник	293
ФГБУ «Национальный парк «Плещеево озеро»	250
Музей-заповедник Н.А. Некрасова «Карабиха»	97
Переславль-Залесский государственный историко-архитектурный и художественный музей-заповедник	46
Рыбинский государственный историко-архитектурный и художественный музей-заповедник	30

Туристско-рекреационные центры[5]

Наименование	Статус	Расположение	ФЦП
Переславский	Существующий	ГО г. Переславль-Залесский	+
Ярославское взморье	Существующий	Рыбинский район	+

Перспективные направления развития[4]

- Северо-Западная часть региона почти не имеет точек притяжения, транспортная доступность низкая. Потенциалом обладает Рыбинское водохранилище, включенное в туристические кластеры на других берегах. В этой области рост туристического потока возможен с увеличением числа средств размещения и созданием соответствующей инфраструктуры на водохранилище.
- Крупные инвестиционные проекты «Азимут» и «Диево-городище», несмотря на хорошее качество сервиса, обеспечивают загрузку лишь на 10–30%. Наблюдается нехватка разнообразных культурно-развлекательных объектов поблизости.
- Регион богат природными достопримечательностями, однако экотуризм развит слабо. Есть запрос на организацию экотроп и природного туризма в ООПТ с созданием соответствующей инфрастурктуры.

События[2,4,6]



Диаграма распределения ключевых событий по сезонам. Цифры на диаграме соответствуют номеру события в таблице.

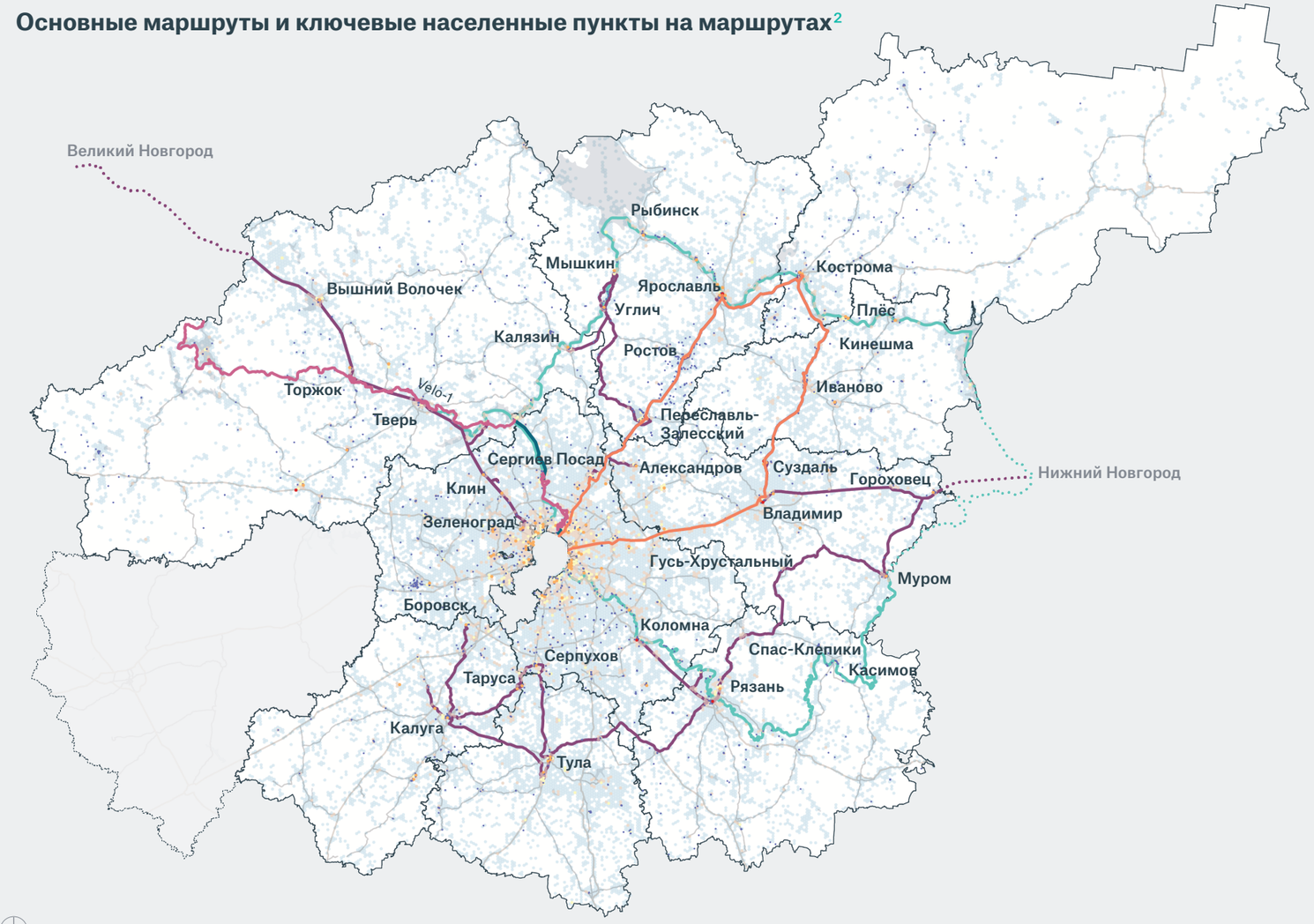
1	Главная Масленица страны	Март
2	Фестиваль русских колокольных звонов «Перед Спасом»	Июль
3	Фестиваль воздухоплавателей «Золотое кольцо России»	Август
4	Пион Fest	Июнь
5	Гастрономический фестиваль «Пир на Волге»	Август
6	Международный туристический форум Visit Russia	Октябрь
7	День рождения Золотого кольца России	Ноябрь
8	«День Волги»	Май

Источники:
1. Платформа городских данных Urbanmetrics (КБ Стрелка), данные на февраль 2022 г.
2. Индекс туристической привлекательности регионов (КБ Стрелка), 2020. https://tourism-index.strelka-kb.com.
3. Цифровое антропологическое исследование, Центр городской антропологии (КБ Стрелка), данные на февраль 2022 г.
4. Материалы региональных стратегических сессий, круглых столов и интервью экспертов (7 февраля – 3 марта 2022 г.).
5. Материалы регионов, предоставленные ПроГород в декабре 2021 г., данные за 2019 г., до пандемии.
6. Афиша мероприятий в сфере туризма в России, открытые данные Ростуризма, 2022. https://opendata.tourism.gov.ru/7708550300-eventscalendar
7. Сведения из Единого государственного реестра объектов культурного наследия (памятников истории и культуры) народов Российской Федерации https://opendata.mkrf.ru/opendata/7705851331-egrkn/

Межрегиональные туристические маршруты[1]

Все регионы входят в межрегиональные маршруты Большого Золотого кольца. Московская область маршрутно связана с большинством регионов БЗК (кроме Костромской области, связь с которой подразумевает пересечение других регионов). Кроме того, Московскую и Тверскую области связывает национальный брендовый маршрут «Государева дорога».

Основные маршруты и ключевые населенные пункты на маршрутах[2]



«Государева дорога»

национальный брендовый межрегиональный маршрут

9 регионов

все регионы БЗК связаны межрегиональными маршрутами

в среднем **3**

региона входят в межрегиональный маршрут

4,5 дня

средняя продолжительность межрегионального маршрута

Территории богаты памятниками истории и культуры, а водные ресурсы территории позволяют организовывать круизные маршруты. Таким образом, основными видами туризма на территории являются культурно-познавательный, религиозный и водно-круизный.

5 из 11 видов туризма представлено в туристических маршрутах:

Культурно-познавательный
Санаторно-курортный
Религиозный
Гастрономический
Промышленный
Событийный
Водный
Сельский
Активный
Природный
Народные промыслы

Культурно-познавательный туризм представлен чаще всего

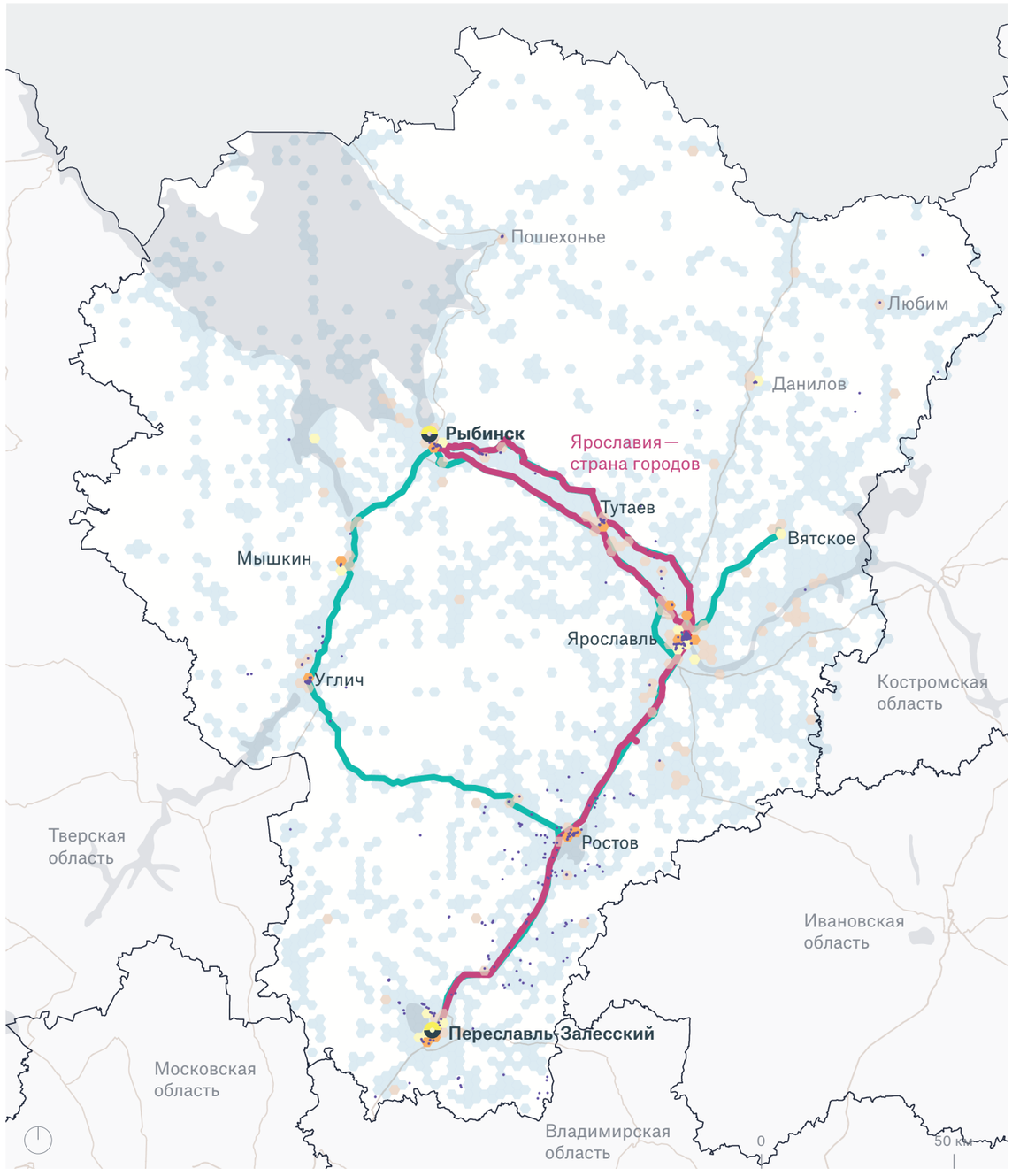
- Традиционное Золотое кольцо
- Межрегиональные наземные туристические маршруты
- Межрегиональные наземные туристические маршруты, выходящие за границу БЗК
- Речные круизные маршруты
- Речные круизные маршруты, выходящие за границу БЗК
- Проектируемый участок веломаршрута Velo-1
- Реализованный участок веломаршрута Velo-1

Концентрация фото туристов 2020–2021 гг.:

<100 >5000

1. Методика: Проанализированы крупные и популярные маршруты, в том числе Национальные брендовые маршруты, попадающие на территорию БЗК и лауреаты премии Russian Travel Awards 2022. Выборка в первую очередь формировалась на основе предложений маршрутов на сайтах региональных ТИЦ. В выборку также вошли маршруты с пометкой «хит» официального партнера союза городов Золотого кольца «Магазин Путешествий» и одного из крупнейших туроператоров Золотого кольца «РУСЬ». Рассматривались предложения туроператоров, которые по большей части сформированы именно транспортными маршрутами. Всего проанализировано 108 маршрутов.
2. Здесь и далее на картах изображены агрегированные туристические маршруты.

Региональные туристические маршруты
Ярославская область



Граница региона
ОКН федерального значения
Внутрирегиональные туристические маршруты
Национальные туристические маршруты
Ядро всесезонного курорта*

Концентрация фото туристов 2020–2021 гг.:

<100 >5000

Важным и востребованным туристическим ресурсом области являются водные объекты — прежде всего, Волга и Рыбинское водохранилище. Ключевые города региона входят в популярные волжские круизные маршруты. Помимо круизного туризма в области развиваются пляжный отдых, рыбалка (в т. ч. зимняя), парусный спорт, прогулки и походы на яхтах, катерах. Богатые природные и водные ресурсы располагают к развитию природного, рекреационного и экотуризма. Среди предложений туроператоров традиционно преобладают культурно-познавательные направления маршрутов.

Средняя продолжительность: **2 дня**[1]

6 из 11 видов туризма представлено в туристических маршрутах:
Культурно-познавательный
Санаторно-курортный
Религиозный
Гастрономический
Промышленный
Событийный
Водный
Сельский
Активный
Природный
Народные промыслы

Культурно-познавательный туризм представлен чаще всего

1. Здесь и далее приведены средние значения длительности маршрутов. Продолжительность маршрутов указана на сайте туроператоров.
Источники: платформа городских данных Urbanmetrics (КБ Стрелка), данные за 2020–2021 гг., Единый государственный реестр объектов культурного наследия Минкультуры России https://opendata.mkrf.ru, данные на февраль 2022 г.; Материалы региональных стратегических сессий, круглых столов и интервью экспертов (7 февраля – 3 марта 2022 г.).
* Локации и названия всесезонных курортов здесь приведены по состоянию на момент сдачи Отчета 1 (май 2022 г). Согласно договоренностям, уточненные в рамках Этапов 2 и 3 локации и названия всесезонных курортов приведены в разделе 7 «Выводы»

Региональные туристические маршруты
Костромская область



Туристическая активность распределена неравномерно, концентрируясь в столице региона и у границ Ярославской и Ивановской областей, с которыми связана наземными и речными межрегиональными маршрутами (Плёс, Ярославль). Гастрономическая культура и событийный туризм развиваются в основном в Костроме. В области популярен паломнический туризм. Отсутствует удобное транспортное сообщение с отдаленными населенными пунктами, при этом Галич, Красное село и Солигалич отмечаются экспертами как точки роста.

Средняя продолжительность: **2,5 дня**

6 из 11 видов туризма представлено в туристических маршрутах**:**
Культурно-познавательный
Санаторно-курортный
Религиозный
Гастрономический
Промышленный
Событийный
Водный
Сельский
Активный
Природный
Народные промыслы

Культурно-познавательный туризм представлен чаще всего

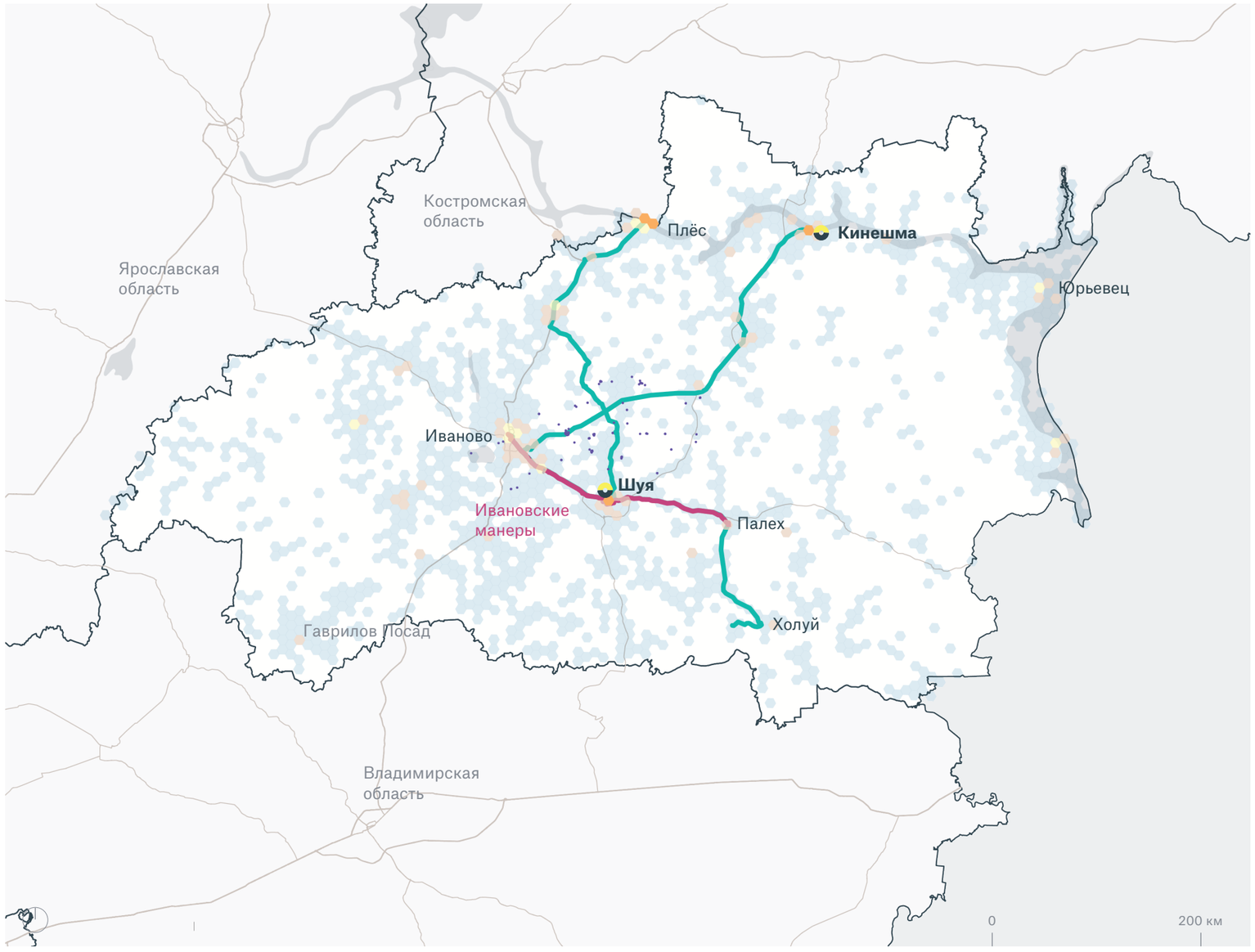
— Граница региона
● ОКН федерального значения
— Внутрирегиональные туристические маршруты
— Национальные туристические маршруты

● Ядро всесезонного курорта*

Концентрация фото туристов 2020–2021 гг.:
<100 >5000

Источники: платформа городских данных Urbanmetrics (КБ Стрелка), данные за 2020–2021 гг., Единый государственный реестр объектов культурного наследия Минкультуры России https://opendata.mkrf.ru, данные на февраль 2022 г.; Материалы региональных стратегических сессий, круглых столов и интервью экспертов (7 февраля – 3 марта 2022 г.).
* Локации и названия всесезонных курортов здесь приведены по состоянию на момент сдачи Отчета 1 (май 2022 г). Согласно договоренностям, уточненные в рамках Этапов 2 и 3 локации и названия всесезонных курортов приведены в разделе 7 «Выводы»

Региональные туристические маршруты
Ивановская область



— Граница региона
● ОКН федерального значения
— Внутрирегиональные туристические маршруты
— Национальные туристические маршруты

● Ядро всесезонного курорта*

Концентрация фото туристов 2020–2021 гг.:
<100 >5000

В области достаточно развита событийная программа: проведение фестиваля «Русское Рождество» в Шуе генерирует туристический поток в зимнее время. В Палехском, Южском районах туристические маршруты включают фольклорные, интерактивные программы. Привлекательна приволжская территория с видовыми площадками и набережными. В городе Плёс сформирован центр средового туризма. Текстильная промышленность в регионе формирует характерный для региона шопинг-туризм, как правило, осуществляемый в организованных туристических группах и пользующийся спросом среди регионов-соседей.

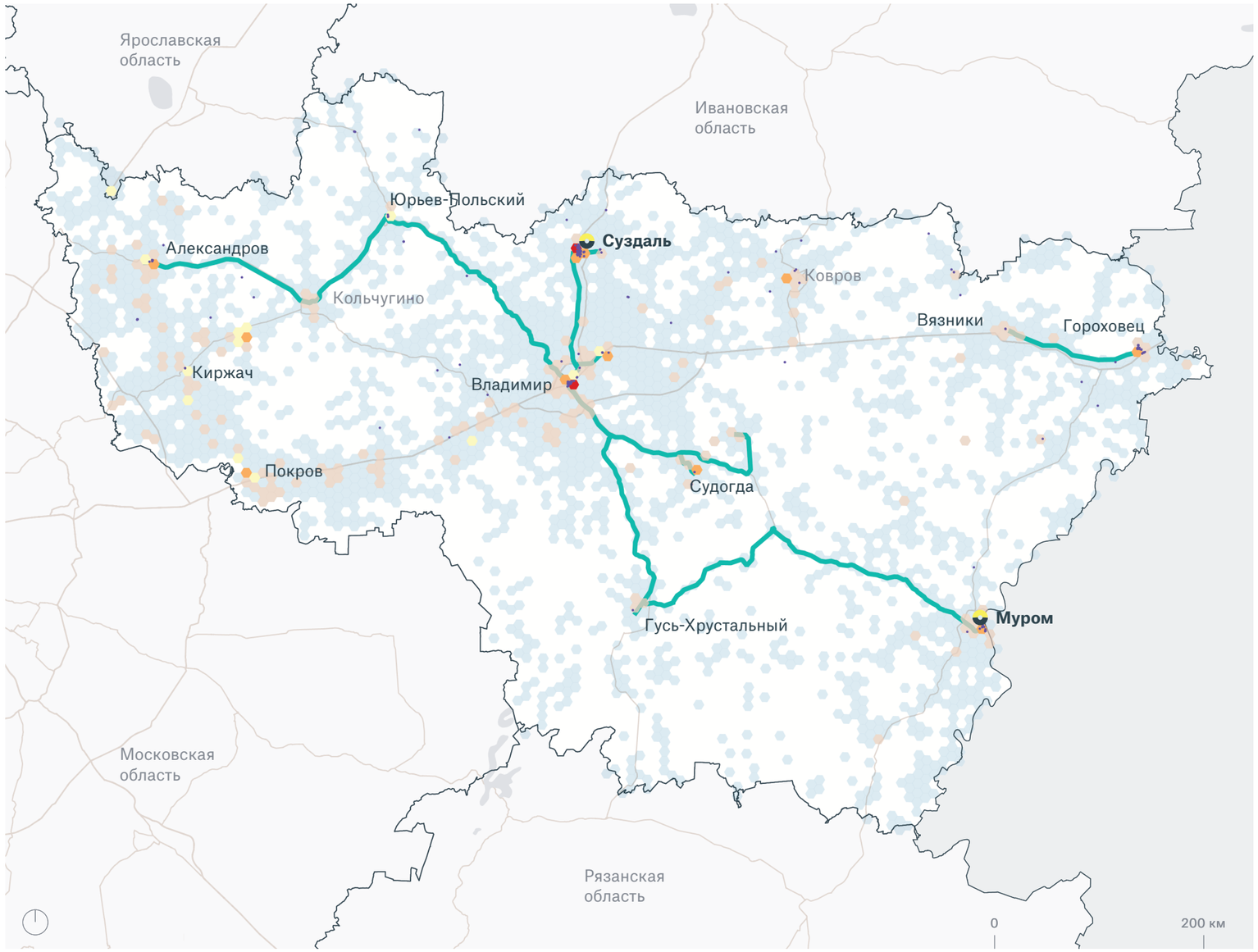
Средняя продолжительность: **2,7 дня**

6 из 11 видов туризма представлено в туристических маршрутах:
Культурно-познавательный
Санаторно-курортный
Религиозный
Гастрономический
Промышленный
Событийный
Водный
Сельский
Активный
Природный
Народные промыслы

Культурно-познавательный туризм представлен чаще всего

Источники: платформа городских данных Urbanmetrics (КБ Стрелка), данные за 2020–2021 гг., Единый государственный реестр объектов культурного наследия Минкультуры России https://opendata.mkrf.ru, данные на февраль 2022 г.; Материалы региональных стратегических сессий, круглых столов и интервью экспертов (7 февраля – 3 марта 2022 г.).
* Локации и названия всесезонных курортов здесь приведены по состоянию на момент сдачи Отчета 1 (май 2022 г). Согласно договоренностям, уточненные в рамках Этапов 2 и 3 локации и названия всесезонных курортов приведены в разделе 7 «Выводы»

Региональные туристические маршруты
Владимирская область



— Граница региона
● ОКН федерального значения
— Внутрирегиональные туристические маршруты
— Национальные туристические маршруты

● Ядро всесезонного курорта*

Концентрация фото туристов 2020–2021 гг.:
<100 >5000

Владимир — основной логистический центр области, однако Суздаль входит в маршруты почти со всеми ключевыми городами и является туристическим центром. Гороховец, Юрьев-Польский, Муром представляют интерес для туристов, но труднодоступны. Туда чаще всего добираются по пути в места притяжения соседних областей (Нижний Новгород, Дивеево и пр.). Становятся популярными природные объекты, пешие тропы, но экотуризм на территории области практически не развит. Вместе с тем имеется тренд на развитие агротуризма, посещение гастромероприятий, активный отдых на конных базах. Жители ближайших областей посещают города Владимирской области как в экскурсионных целях, так и для активного досуга: сноуборда, горных лыж, конных прогулок.

Средняя продолжительность: **2 дня**

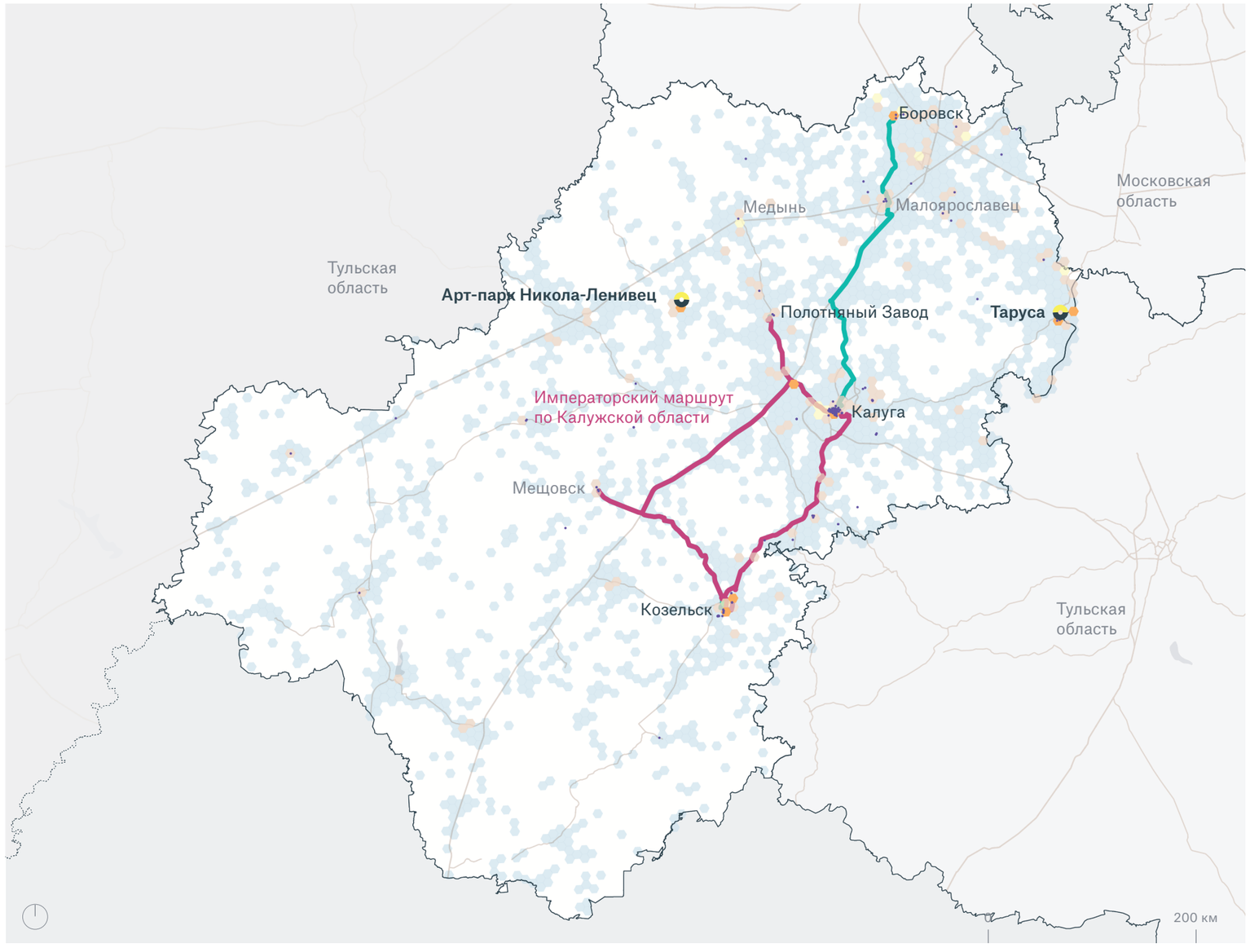
5 из 11 видов туризма представлено в туристических маршрутах:

Культурно-познавательный
Санаторно-курортный
Религиозный
Гастрономический
Промышленный
Событийный
Водный
Сельский
Активный
Природный
Народные промыслы

Культурно-познавательный туризм представлен чаще всего

Источники: платформа городских данных Urbanmetrics (КБ Стрелка), данные за 2020–2021 гг., Единый государственный реестр объектов культурного наследия Минкультуры России https://opendata.mkrf.ru, данные на февраль 2022 г.; Материалы региональных стратегических сессий, круглых столов и интервью экспертов (7 февраля – 3 марта 2022 г.).
* Локации и названия всесезонных курортов здесь приведены по состоянию на момент сдачи Отчета 1 (май 2022 г). Согласно договоренностям, уточненные в рамках Этапов 2 и 3 локации и названия всесезонных курортов приведены в разделе 7 «Выводы»

Региональные туристические маршруты
Калужская область



— Граница региона
● ОКН федерального значения
— Внутрирегиональные туристические маршруты
— Национальные туристические маршруты

● Ядро всесезонного курорта*

Концентрация фото туристов 2020–2021 гг.:
<100 >5000

Туристические маршруты тяготеют к северу области. Таруса гораздо интенсивнее, чем с городами Калужской области, связана с Серпуховым Московской области. Кроме того, на противоположной стороне берега р. Оки расположен музей-заповедник «Поленово» Тульской области. Выделяются два основных направления посещения региона: культурно-познавательный туризм (включая паломнический), велнес и отдых в комфортных условиях на природе. Отдельной дестинацией выделяется арт-парк Никола-Ленивец. На территории области проходят востребованные сезонные мероприятия и фестивали современного искусства.

Средняя продолжительность: **2 дня**

4 из 11 видов туризма представлено в туристических маршрутах:
Культурно-познавательный
Санаторно-курортный
Религиозный
Гастрономический
Промышленный
Событийный
Водный
Сельский
Активный
Природный
Народные промыслы

Культурно-познавательный туризм представлен чаще всего

Russian Travel Awards 2022

- Лауреаты в специальных номинациях Попечительского совета Russian Travel Awards Лучший проект гастрономического туризма 2021 года — Калужская область

Источники: платформа городских данных Urbanmetrics (КБ Стрелка), данные за 2020–2021 гг., Единый государственный реестр объектов культурного наследия Минкультуры России https://opendata.mkrf.ru, данные на февраль 2022 г.; Материалы региональных стратегических сессий, круглых столов и интервью экспертов (7 февраля – 3 марта 2022 г.).
* Локации и названия всесезонных курортов здесь приведены по состоянию на момент сдачи Отчета 1 (май 2022 г). Согласно договоренностям, уточненные в рамках Этапов 2 и 3 локации и названия всесезонных курортов приведены в разделе 7 «Выводы»

Региональные туристические маршруты
Тульская область



— Граница региона
● ОКН федерального значения
— Внутрирегиональные туристические маршруты
— Национальные туристические маршруты
● Ядро всесезонного курорта*

Концентрация фото туристов 2020–2021 гг.:

<100 >5000

Маршрутно регион связан с Московской и Калужской областями, в меньшей степени с Рязанской. Основным типом туризма является культурно-познавательный: Тула является третьей музейной столицей после Москвы и Санкт-Петербурга.
Также выделяются промышленный и гастрономический туризм. Паломническому туризму уделяется меньше внимания, чем в других областях. Важную часть туризма составляет событийная программа в регионе: театральный фестиваль Толстого в Ясной Поляне и фестивали, связанные с Куликовской битвой.

Средняя продолжительность: **2 дня**

4 из 11 видов туризма представлено в туристических маршрутах**:**
Культурно-познавательный
Санаторно-курортный
Религиозный
Гастрономический
Промышленный
Событийный
Водный
Сельский
Активный
Природный
Народные промыслы

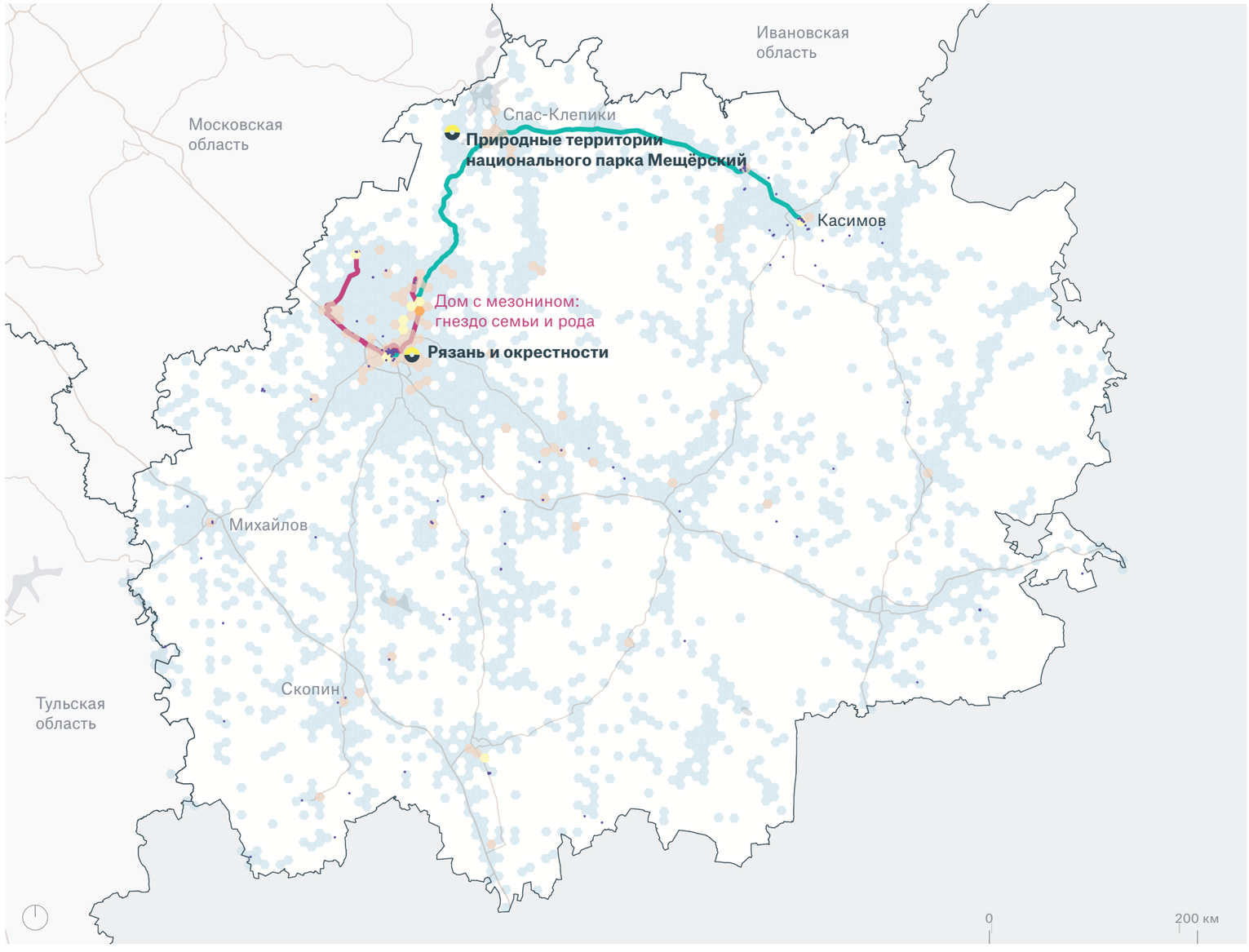
Культурно-познавательный туризм представлен чаще всего

Russian Travel Awards 2022

- Лауреат в специальной номинации Попечительского совета Russian Travel Awards Лучший проект музейного туризма — ФГБУК «Государственный военно-исторический и природный музей-заповедник «Куликово поле»

Источники: платформа городских данных Urbanmetrics (КБ Стрелка), данные за 2020–2021 гг., Единый государственный реестр объектов культурного наследия Минкультуры России https://opendata.mkrf.ru, данные на февраль 2022 г.; Материалы региональных стратегических сессий, круглых столов и интервью экспертов (7 февраля – 3 марта 2022 г.).
* Локации и названия всесезонных курортов здесь приведены по состоянию на момент сдачи Отчета 1 (май 2022 г). Согласно договоренностям, уточненные в рамках Этапов 2 и 3 локации и названия всесезонных курортов приведены в разделе 7 «Выводы»

Региональные туристические маршруты
Рязанская область



— Граница региона
● ОКН федерального значения
— Внутрирегиональные туристические маршруты
— Национальные туристические маршруты

● Ядро всесезонного курорта*

Концентрация фото туристов 2020–2021 гг.:
<100 >5000

Туристические потоки сосредоточены в северной части региона и распределяются между городом Рязанью, селом Константиново, Рыбновского района, городом Касимовым, которые в свою очередь являются частью круизных маршрутов по реке Оке. Специфика региона позволяет развивать круизный, лечебно-оздоровительный, экологический туризм. Зимний туризм отчасти связан с экскурсиями, отчасти — с горнолыжными ресурсами области (сюда приезжают прежде всего жители ближайших территорий Московской области — например, Коломны).

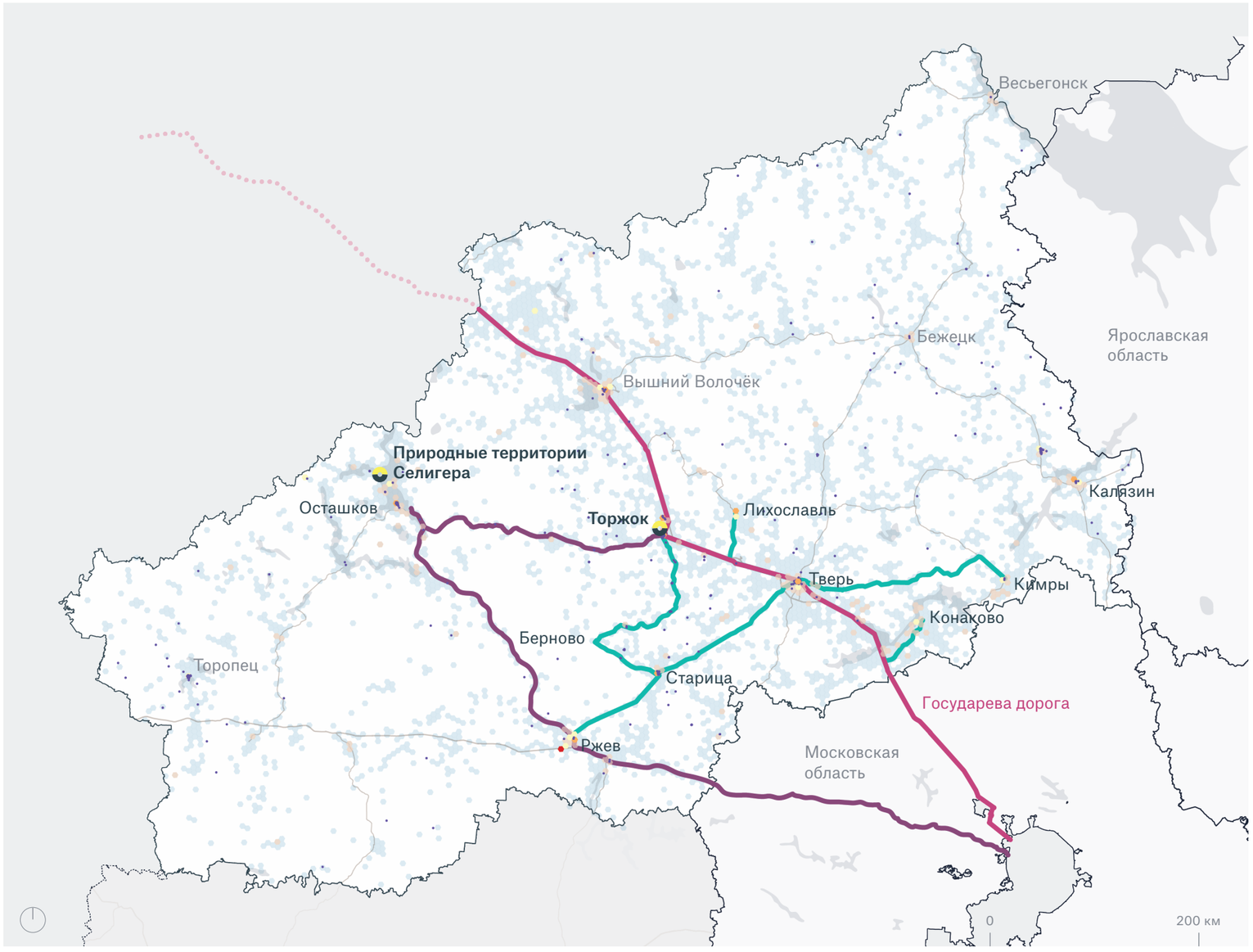
Средняя продолжительность: **2 дня**

4 из 11 видов туризма представлено в туристических маршрутах**:**
Культурно-познавательный
Санаторно-курортный
Религиозный
Гастрономический
Промышленный
Событийный
Водный
Сельский
Активный
Природный
Народные промыслы

Культурно-познавательный туризм представлен чаще всего

Источники: платформа городских данных Urbanmetrics (КБ Стрелка), данные за 2020–2021 гг., Единый государственный реестр объектов культурного наследия Минкультуры России https://opendata.mkrf.ru, данные на февраль 2022 г.; Материалы региональных стратегических сессий, круглых столов и интервью экспертов (7 февраля – 3 марта 2022 г.).
* Локации и названия всесезонных курортов здесь приведены по состоянию на момент сдачи Отчета 1 (май 2022 г). Согласно договоренностям, уточненные в рамках Этапов 2 и 3 локации и названия всесезонных курортов приведены в разделе 7 «Выводы»

Региональные туристические маршруты
Тверская область



— Граница региона
● ОКН федерального значения
— Внутрирегиональные туристические маршруты
— Национальные туристические маршруты
— Альтернативный маршрут до Осташкова
● Ядро всесезонного курорта*

Концентрация фото туристов 2020–2021 гг.:
<100 >5000

Территории «Волжского кластера» — одни из самых туристически освоенных прибрежных пространств Тверской области и часто ассоциируются с Подмосковьем. Через Московскую и Тверскую области проходит Национальный брендовый маршрут «Государева дорога». Маршрутно регион также связан с Ярославской областью. Озера и природный отдых — ресурс области для развития велнес и активного туризма. На Селигере развит водный транспорт, прежде всего прогулки на катерах, рядом с водой осуществляется активный отдых. Из Москвы в Осташков туристы добираются через Тверь и через Ржев.

Средняя продолжительность: **2,8 дня**

6 из 11 видов туризма представлено в туристических маршрутах:
Культурно-познавательный
Санаторно-курортный
Религиозный
Гастрономический
Промышленный
Событийный
Водный
Сельский
Активный
Природный
Народные промыслы

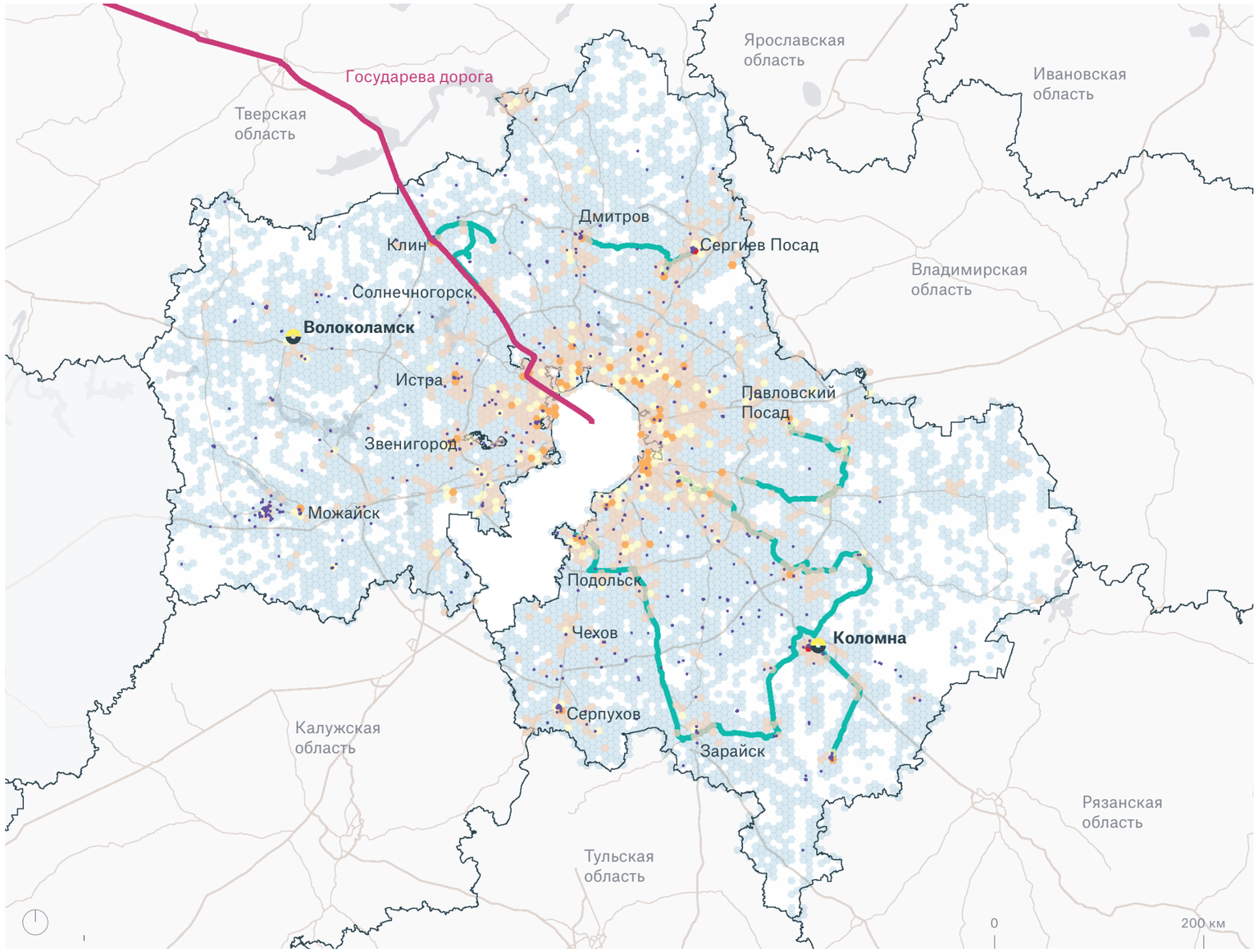
Культурно-познавательный туризм представлен чаще всего

Russian Travel Awards 2022

- «Территория культурно-познавательного туризма», 1 место — Тверская область

Источники: платформа городских данных Urbanmetrics (КБ Стрелка), данные за 2020–2021 гг., Единый государственный реестр объектов культурного наследия Минкультуры России https://opendata.mkrf.ru, данные на февраль 2022 г.; Материалы региональных стратегических сессий, круглых столов и интервью экспертов (7 февраля – 3 марта 2022 г.).
* Локации и названия всесезонных курортов здесь приведены по состоянию на момент сдачи Отчета 1 (май 2022 г). Согласно договоренностям, уточненные в рамках Этапов 2 и 3 локации и названия всесезонных курортов приведены в разделе 7 «Выводы»

Региональные туристические маршруты
Московская область



— Граница региона
● ОКН федерального значения
— Внутрирегиональные туристические маршруты
— Национальные туристические маршруты

● Ядро всесезонного курорта*

Концентрация фото туристов 2020–2021 гг.:
<100 >5000

Центральное расположение области и развитая транспортная инфраструктура (три международных аэропорта, ж/д вокзалы и речные порты, кольцевые дороги и скоростные трассы) определяют максимальную связность с остальными регионами Большого Золотого кольца. Маршрутно регион связан с Ярославской, Тверской, Рязанской и Владимирской областями. Преобладающим видом туризма является культурно-познавательный, в частности религиозный (Сергиев Посад), также гастрономический (Коломна), активный (Дмитров, Яхрома, Сорочаны), народные промыслы (Павловский Посад, Гжель).

Средняя продолжительность: **2 дня**

6 из 11 видов туризма представлено в туристических маршрутах:
Культурно-познавательный
Санаторно-курортный
Религиозный
Гастрономический
Промышленный
Событийный
Водный
Сельский
Активный
Природный
Народные промыслы

Культурно-познавательный туризм представлен чаще всего

Russian Travel Awards 2022

- «Территория детского туризма»
  3 место — Московская область

Источники: платформа городских данных Urbanmetrics (КБ Стрелка), данные за 2020–2021 гг., Единый государственный реестр объектов культурного наследия Минкультуры России https://opendata.mkrf.ru, данные на февраль 2022 г.; Материалы региональных стратегических сессий, круглых столов и интервью экспертов (7 февраля – 3 марта 2022 г.).
* Локации и названия всесезонных курортов здесь приведены по состоянию на момент сдачи Отчета 1 (май 2022 г). Согласно договоренностям, уточненные в рамках Этапов 2 и 3 локации и названия всесезонных курортов приведены в разделе 7 «Выводы».

Туристический пакет и предложения существующих маршрутов*

Развитие туризма в регионах, богатых объектами материального наследия, требует расширения палитры услуг для туристов и адаптации предложений для меняющегося спроса.

Средства передвижения



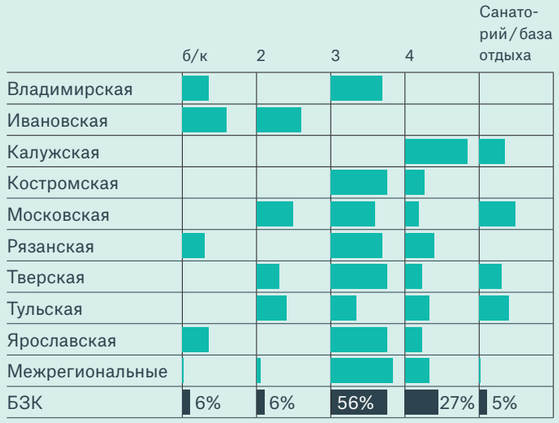
Автобусный транспорт — основное средство перемещения организованных групп.

Перемещение на автомобиле встречается в практике частных туров, и в основном характерно для неорганизованных туристов.

в 98%
маршрутов не предусмотрена возможность оформления авиа или ж/д трансфера до начальной точки маршрута.

Внутри региона речной транспорт воспринимается как дополнительный туристический аттракцион.

Средства размещения



★★★
основная категория средств размещения, в том числе среди межрегиональных маршрутов

97%
маршрутов с размещением в КСР обеспечены питанием (минимум завтрак)

~500 руб
доплата за один прием пищи

Примеры туристических предложений на маршрутах БЗК:

Купцы, усадьбы и ремесла
Межрегиональный маршрут,
Калужская, Тульская, Московская обл.



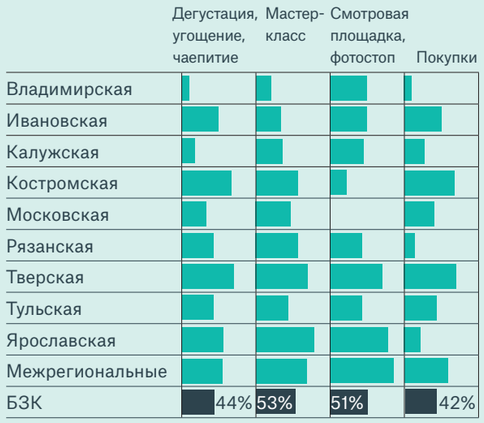
Мастер-класс в этнографическом парк-музее «Этномир»

Сырный кусочек Италии
Региональный маршрут,
Тверская область



Дегустация итальянского сыра

Дополнительно на маршруте



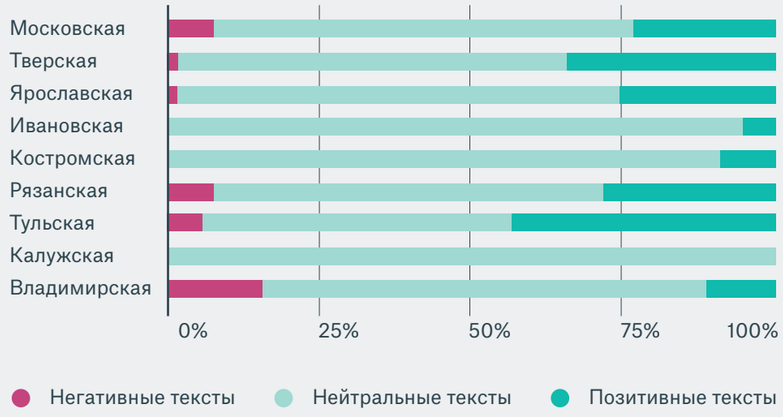
50% маршрутов включают элементы интерактива. Интерактивные программы и дегустации дают возможность знакомиться с местом не только визуально, но и взаимодействуя с ним. Благоустроенные природные панорамы притягивают туристов, в частности, в качестве привлекательного места для фото.

Традиционный культурно-познавательный туризм не удовлетворяет запросы современных российских туристов[2]. Продукт, направленный на эмоциональную сторону опыта присутствует на маршрутах в каждом втором случае. В регионах это дегустации, чаепития, интерактивные программы и мастер-классы.

Появляются новые туристы и новые форматы туризма, туроператорам предстоит переработать предложения под новый спрос. С ростом числа индивидуальных туристов роль оператора в организации групповых туров может трансформироваться.

Оценка качества туристической инфраструктуры[1]

Объекты и сервисы, обеспечивающие комфорт: транспортная система, гостиницы, кафе, экскурсии, гиды, сувениры



Среднее по всем регионам:

20%
75%
5%

1. Индекс туристической привлекательности регионов (КБ Стрелка), 2020.
2. Цифровое антропологическое исследование, Центр городской антропологии (КБ Стрелка), данные на февраль 2022 г.

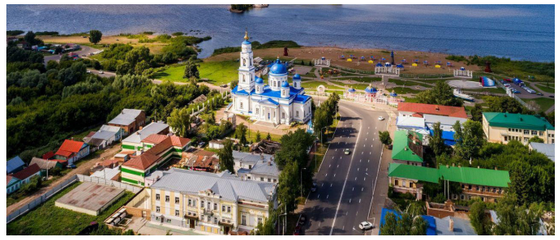
Методика: Проанализированы крупные и популярные маршруты, в том числе Национальные брендовые маршруты, попадающие на территорию БЗК, лауреаты премии Russian Travel Awards 2022. Выборка в первую очередь формировалась на основе предложений маршрутов на сайтах региональных ТИЦ. В выборку также вошли маршруты с пометкой «хит» официального партнера союза городов Золотого кольца «Магазин Путешествий» и одного из крупнейших туроператоров Золотого кольца «РУСЬ». Рассматривались предложения туроператоров, которые по большей части сформированы именно транспортными маршрутами. Всего проанализировано 108 маршрутов.

Характеристики застройки туристических центров БЗК

Типы среды туристических центров с высокой туристической активностью[1]:

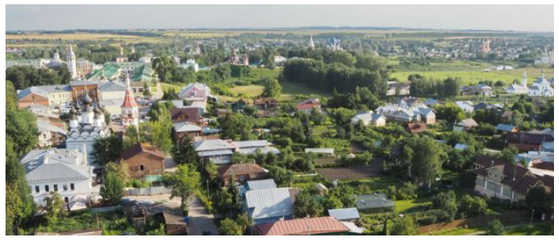
Историческая смешанная городская среда
Состоит из застройки дореволюционного периода с отдельными включениями зданий всех последующих лет вплоть до настоящего времени.

Индивидуальная жилая городская среда
Сформирована индивидуальными частными домами и включает в себя территории исторической индивидуальной застройки, сельской, дачной и современной коттеджной и блокированной застройки.

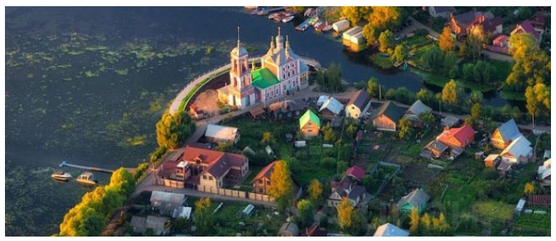

Кинешма, Ивановская область


Галич, Костромская область


Коломна, Московская область


Суздаль, Владимирская область


Торжок, Тверская область


Переславль-Залесский, Ярославская область

1. Платформа городских данных Urbanmetrics (КБ Стрелка), данные на февраль 2022 г.

43% исторических поселений федерального значения расположены на территории БЗК

>15 городов имеют разработанный дизайн-код

Характеристики	Историческая смешанная городская среда	Индивидуальная жилая городская среда
Площадь квартала (га)	~4	
Плотность застройки квартала (тыс. м²/га)	8—24	0.5—5
Ширина улиц районного значения / местных улиц (м)	30 / 15	15 / 8
Этажность застройки (надземных этажей)	3—8	1—3
Уровень пешеходной связанности территории	Высокий	
Обеспеченность досуговыми и объектами культуры в границах среды	3 вида досуговых объектов и более в пешеходной доступности	
Обеспеченность рекреационными объектами в границах среды	Благоустроенные природные зоны в пешеходной доступности	

Дизайн-код
Единый архитектурный код визуально объединяет объекты среды и создает целостный опыт для туриста.
Основа сложившегося бренда «Золотое кольцо» — многочисленные культурные достопримечательности, которые необходимо объединять в туристические машруты в регионах Большого Золотого кольца
Историческое многообразие и насыщенность макротерритории — возможность для создания уникальных местных брендов и туристических продуктов в рамках общей стратегии развития территории.

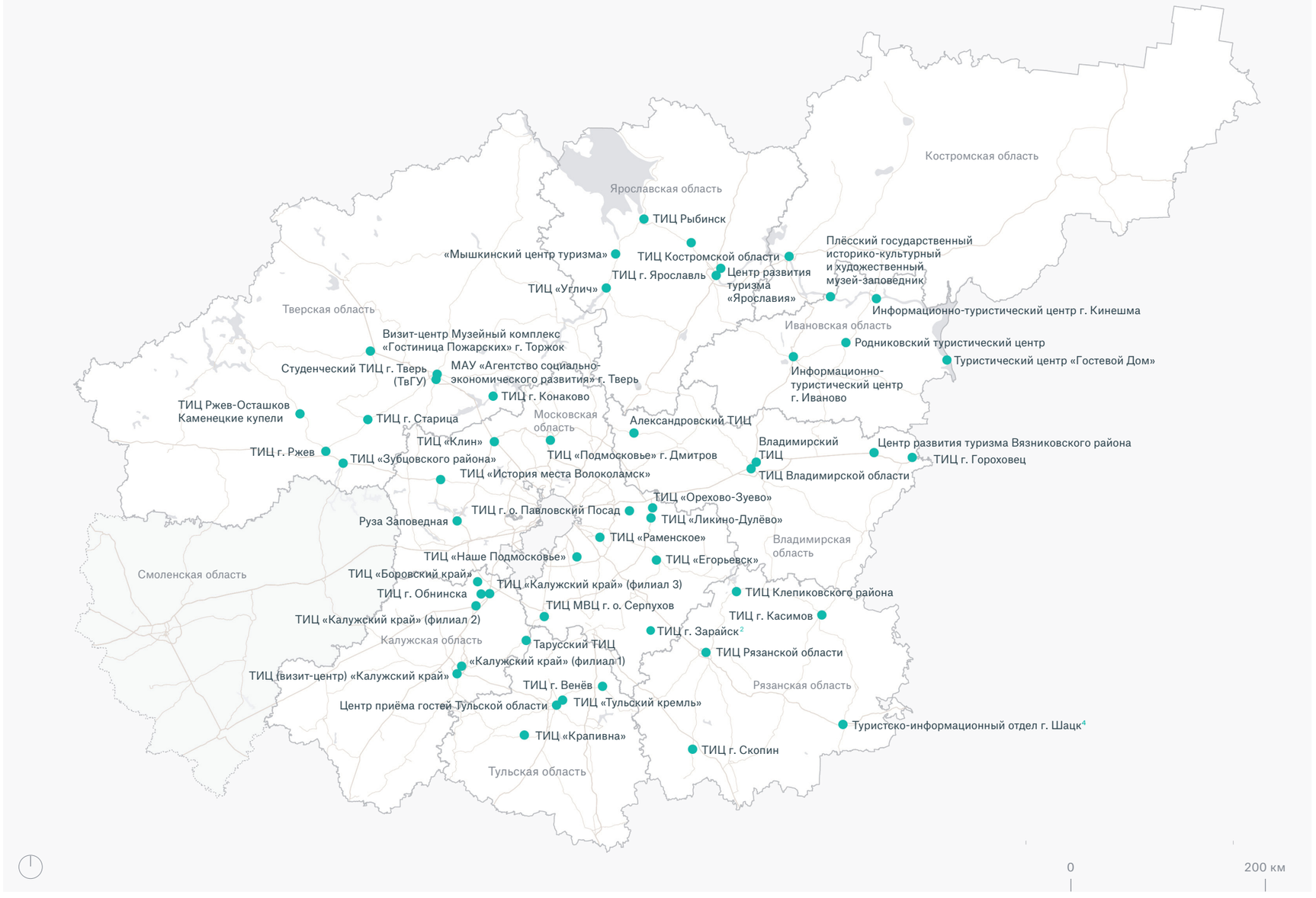


Дизайн-код вывесок. Рыбинск, Ярославская область

Туристско-информационные центры (ТИЦ)
География и количество

Распределение количества ТИЦ между регионами неравномерно: в Костромской области присутствует только 1 ТИЦ в г. Кострома, тогда как в Московской — 11. Кроме этого, необходимо развивать ТИЦ вне городских территорий (во всех 9 областях загородные ТИЦ практически отсутствуют).

Карта ТИЦ[1]



47 туристско-информационных центров в 9 регионах БЗК[1]

Количество ТИЦ по областям:



— Границы регионов
● Туристско-информационные центры

1. Источники: Федеральное агентство по туризму, перечень туристско-информационных центров России: https://tourism.gov.ru/contents/turism_v_rossii/tour_centres/tsentralnyy-tic/, ЕМИСС (Росстат), данные, переданные администрациями регионов.
2. Информация предоставлена регионом.
3. ТИЦ Калужской области включают также 3 туристско-информационные точки (небольшие филиалы ТИЦ «Калужский край»).
4. Источник: http://www.nbcrs.org/tic/info/550

Примеры ТИЦ

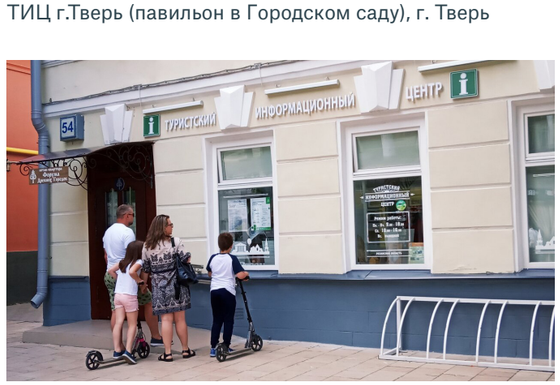
Существующие ТИЦ отличаются по формату: это могут быть как выставочные центры с экспозициями на различную тематику (история и культура региона), так и небольшие павильоны, предоставляющие информационные услуги (маршруты, продажа билетов, навигация по городу).



ТИЦ г.Тверь (павильон в Городском саду), г. Тверь



ТИЦ г. Ярославль (павильон), г. Ярославль



ТИЦ Рязанской области, г. Рязань



ТИЦ Тульской области, г. Тула



ТИЦ «История места. Волоколамск», г. Волоколамск



ТИЦ Владимирской области, г. Владимир





ТИЦ «Калужский край», г. Калуга, Гостиный двор

Дизайн туристско-информационного центра «Калужский край» получил всероссийское признание: проект стал одним из победителей архитектурного форума «Зодчество ВРН» в 2020 г.

Многофункциональное пространство ТИЦ является своеобразным шоу-румом Калужской области. Оно разработано таким образом, чтобы посетитель мог полностью ознакомиться со всеми достопримечательностями края.

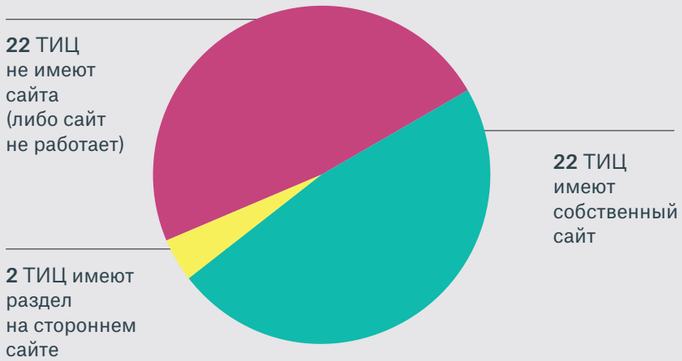
Экспозиция главного зала является мультимедийной и полностью меняется в зависимости от смены тематики прямо на глазах посетителя: историческая, литературная, военная, религиозная.

Характеристики работы ТИЦ

Туристско-информационные центры регионов БЗК характеризуются удобным графиком работы и расположением офисов в городе, но, в то же время, низким уровнем информационной открытости онлайн: необходимо создавать и поддерживать в актуальном состоянии веб-ресурсы центров.

Доступность информации

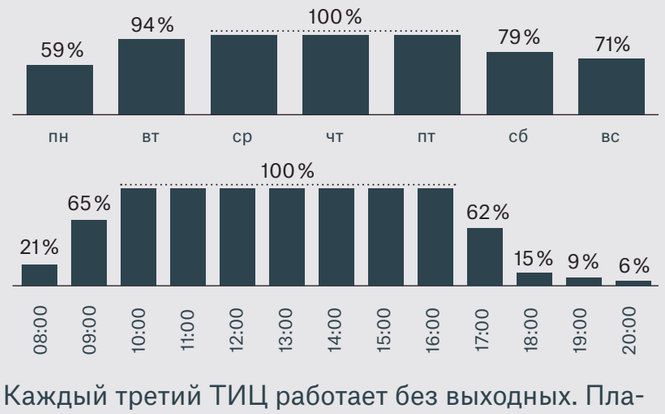
Распределение ТИЦ по наличию сайта[1]



Почти у половины туристско-информационных центров отсутствует свой сайт либо специальный раздел на туристическом портале города. Отсутствие сайта не только создает сложности при поиске информации о центре у туристов, но делает невозможным исполнение ряда основных функций ТИЦ.

График работы

Доля ТИЦ, работающих в соответствующий день недели/час[1]

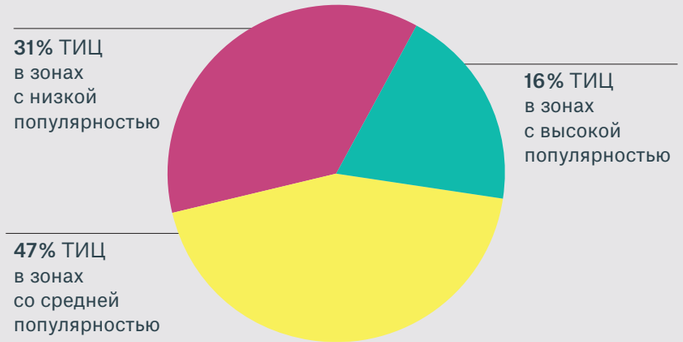


Каждый третий ТИЦ работает без выходных. Плавающий график работы в течение недели характерен для 11 случаев из 34* (сокращенные рабочие дни в пятницу, изменения в субботу-воскресенье). Выходным днем чаще всего делают понедельник ввиду того, что в этот день закрыты музеи.

* Информация о графике работы была найдена в 34 случаях из 46.

Расположение в городе

Доля ТИЦ на территориях с высоким/средним/низким индексом популярности городских пространств[2]:



Индекс популярности городских пространств — комплексный показатель, который учитывает уровень развития сервисов и популярность территорий среди жителей города. Рассчитывается путем оценки относительной востребованности участков УДС при перемещении пешком (объем и концентрация всех возможных маршрутов от жилых домов до сервисов).

Основные функции и услуги ТИЦ[3]:

- Продвижение туристического потенциала территории на рынке туристических услуг
- Формирование, ведение баз данных, в том числе интернет-ресурсов в сфере туризма
- Агентские услуги по организации трансфера, размещения, питания, экскурсионного обслуживания, формирования туров
- Реализация информационных, рекламных и сувенирных материалов
- Проведение событийных мероприятий
- Размещение информации на информационных ресурсах

1. Источник: открытые источники.
2. Источник: Urbanmetrics (КБ Стрелка).
3. Источник: сайты ТИЦ.

Существующие локальные инициативы по развитию туризма на территории БЗК

Инициативными группами макротерритории выступают не только связанные непосредственно с туризмом организации, но и представители ассоциаций кулинаров, ремесленников, предпринимателей. Проводятся ярмарки, продвигается местная продукция и бренды, создаются новые туристические маршруты и объекты показа.

Владимирская область
- Организация участия в событийных и праздничных программах области региональным информационным центром развития туризма Владимирской области
- Проведение информационного рекламного тура «Покровский край» с предпринимателями Петушинского района целью популяризации туристического потенциала района
- Создание в Суздале всероссийского центра народно-художественных промыслов по инициативе региональной ассоциацией НХП

Тверская область

Ассоциация туризма Тверской области
- «Вкус Верхневолжья» — проект по созданию гастрономических объектов туристского показа и притяжения при участии производителей местных продуктов питания, фермеров и объектов питания
- «Природа Верхневолжья» — проект по созданию экологических маршрутов на базе охотохозяйств
- «Золотые легенды России» — проект по продвижению бренда «Афанасий Никитин» через создание широкомасштабных музыкально-драматических спектаклей с участием А. Никитина

Калужская область
- Туристические точки могут предложить практику или оплачиваемую стажировку студентам сферы туризма
- Частный ТИЦ в г. Боровск
- Туристический бутик «ДОМИК СЧАСТЬЯ» г. Боровск
- АНО «Про-Турзм»
- Ассоциация сельского и агротуризма
- ТРЕК Туристско-рекреационный кластер Калужской области

Ивановская область

АНО «Центр развития туризма и гостеприимства Ивановской области»
- Активно ведется работа по организации промышленного туризма в Ивановской области. Отобраны 15 предприятий, составлены паспорта промышленных экскурсий
- Проект «Русская Нарния» в Палехе, проведен промотур для российских дизайнеров по маршруту Шуя — Палех — Пучеж — Иваново, продолжена работа с цифровой туристической платформой RUSSPASS, куда добавлены новые маршруты и дополнены места для посещений, разработаны два рождественских туристических маршрута Иваново — Шуя и Иваново — Гаврилов Посад

Московская область

АНО «Центр развития туризма в Московской области»
- Гастрономическая программа: организацие мероприятий, продвижение фермерских хозяйств, экопрограммы и фестивали семейного формата (проходимость отдельного мероприятия — до 180 тыс. человек)
- Акции поддержки производителей народных художественных промыслов Подмосковья
- Популяризация народных художественных промыслов Московской области за счет внедрения арт-объектов в стиле НХП в городскую среду и визуальную культуру, привлечение внимания туристов к локациям, являющимся родиной народных художественных промыслов

Тульская область

Активное туроператорское сообщество

Костромская область

В Костромской области популярен паломнический туризм, и Епархия активно занимается развитием туристической инфраструктуры.

Рязанская область

АНО Центр развития туризма Рязанской области
- Разработка проектов: «Тропа Паустовский», «Рязань+», «Школа древних городов»
- Внедрение региональных стандартов гостеприимства «Рязань гостеприимная»

Ассоциация Кулинаров Рязанского Края
- Кулинарные проекты: гастрономический фестиваль «Кухня Рязанского края», благотворительный проект «Ёлка с ложкой»

Авторский экскурсионный проект Ксении Паначевой «Я вам покажу!»
- Продвижение 20 авторских экскурсионных маршрутов в различных регионах Рязанской области для различных групп

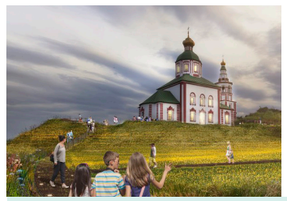
Ярославская область
- АНО центр развития туризма «Ярославия»
- Создание и проведение событий в регионе: Яркая Масленица в Ярославии, «ЯрКрафт», Международный туристический форум Visit Russia; День рождения Золотого кольца
- Мобильное приложение «Золотое кольцо.2.0»
- Активное сообщество предпринимателей в Переславле-Залесском
- Приложение «Счастливые люди» для местного сообщества деятельных людей
- Экотуризм в регионе развивается силами Национального парка «Плещеево озеро»
- Ассоциации кулинаров, ремесленников

Источники: материалы региональных стратегических сессий, круглых столов и интервью экспертов (7 февраля – 3 марта 2022 г.); открытые источники.

Значимые проекты в области развития туризма на территории[1]

В регионах уже есть проекты, направленные на развитие туризма территорий и бренда, которые необходимо учесть при разработке мастер-плана.

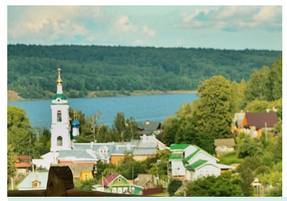
Владимирская область



- Рамочная концепция развития Суздаля от КБ «Стрелка» (2020)
- Участие в нацпроекте «Туризм и индустрия остеприимства» (2021)
- Разработка подпрограмм развития туризма в Муроме и Гороховце (2021)
- Создание туристического комплекса «Съезжая слобода» в Гороховце (выделены средства)

Разработаны концепции развития туризма и выделены средства на создание нового туристического комплекса.

Ивановская область



- Туристско-рекреационный кластер «Плёс» (2011)
- Туристский кластер «Малые города Ивановской области» (2019)
- «Глэмпинг — Музей Гусарская стоянка» (выделены средства)
- Мобильный путеводитель «Гид по Ивановской области» (выделены средства)

Созданы туристско-рекреационные кластеры, выделены средства на создание современных мест размещения и мобильного путеводителя по области.

Калужская область



- Разработка стратегии развития туризма Калужской области до 2035 года. К концу 2021 года завершаются маркетинговые исследования (2021)
- Проект «Калуга — Новогодняя столица России 2021» (2021)
- Глэмпинг на территории арт-парка «Никола-Ленивец» (выделены средства)

Разработана стратегия развития туризма в области, ведутся маркетинговые исследования, выделены средства на создание современных мест размещения.

Костромская область



- Образовательный туристский маршрут «Православные святыни Заречья» (2014)
- Разработка методики оценки турпотока ФГБОУ ВО «Костромской государственный университет» (2018)
- Мультимедийный проект «Планета Кострома» (2019)

Создан туристический маршрут для религиозного туризма, а также региональный мультимедийный проект Костромы. Разработана методика оценки туристического потока.

Московская область



- Аналитическое исследование, проведение маркетинговым агентом ООО «Маркет Гайд» (2019)
- Брендирование «Коломенского трамвая желаний» (2021)
- Стратегия пространственного развития г. Сергиев Посад до 2025 г. (2018)

Обновлен существующий бренд трамвая, создана Стратегия пространственного развития популярного туристического города. Проведено маркетинговое исследование.

Рязанская область



- Эколого-туристский кластер «Паустовский» (на стадии реализации)
- Туристский кластер «Касимовский» (на стадии реализации)
- Туристский кластер «Рязанский» (II этап) (на стадии реализации)
- Креативное пространство «Торговый городок» (на стадии реализации)
- Проект создания набережной в Рязани с развитием поселка Остров (на стадии проектирования)

Создаются новые туристические кластеры, появляются креативные пространства. В проекте новая набережная и развитие близлежащих к ней территорий.

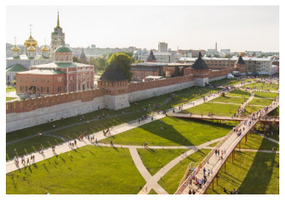
Тверская область



- Туристические маршруты «По велению души», «Верхняя Волга», «Пушкинское кольцо Верхневолжья»
- Кластер круизного туризма и отдыха «Волжское море» (2020)
- Строительство транспортно-пересадочного узла в Завидово (реализация)
- Создание первого в России кластера для подготовки кадров в сфере туризма и гостеприимства (2020)
- Национальный брендовый маршрут «Государева дорога» и маршрут Тверской — Московской области, связанный с ученым-авиаконструктором А.Н. Туполевым

Создан межрегиональный брендовый туристический маршрут. Существует успешный кластер круизного туризма, также реализованы мероприятия для обеспечения подготовки кадров в сфере туризма.

Тульская область



- Творческий индустриальный кластер «Октава» (2018)
- Городское пространство «Искра» (2018)
- Благоустройство Казанской набережной (2018)
- «Музейный квартал» (2020)
- Проект развития центра Белева (выделены средства)

Благоустроена набережная, реализованы проекты по созданию новых городских пространств.

Ярославская область



- Брендбук «Ярославия — среднерусская Гардарика» (2018)
- ЯрКрафт (2019)
- Проекты «Ростов Великий — духовный центр России», Историко-культурный комплекс «Вятское», «Музей живой старинной вывески под открытым небом» г. Рыбинск
- Концепция развития экологического туризма на территории ТРК «Плещеево озеро» (2020)
- Брендовый маршрут «Ярославия — страна городов» (2021)

Создан туристический маршрут, разработаны концепции развития туристических кластеров и разработан брендбук.

1. Источник: материалы регионов, экспертная оценка.

Место региона в российских и международных рейтингах

Российские рейтинги

Московская область
2 место Национальный туристический рейтинг-2021
9 место Рейтинг регионов по итогам Всероссийского конкурса «Туристический сувенир»-2021
15 место Рейтинг активности регионов по итогам проведения всероссийской премии «Маршрут года»-2020
45 место Национальный рейтинг туристических брендов-2017 (Гжельская керамика)

Тульская область
10 место Рейтинг регионов по итогам Всероссийского конкурса «Туристический сувенир»-2021
4 место Рейтинг активности регионов по итогам проведения всероссийской премии «Маршрут года»-2020
7 место Национальный рейтинг туристических брендов-2017 (Тульский пряник)

Ярославская область
12 место Рейтинг регионов по итогам Всероссийского конкурса «Туристический сувенир»-2021
36 место Рейтинг активности регионов по итогам проведения всероссийской премии «Маршрут года»-2020
42 место Национальный рейтинг туристических брендов-2017 (Ярославль)
18 место — Рейтинг событийного потенциала регионов России-2021
1 место «Лучший туристский портал-2020» (конкурс проектов)
Победитель «Туристский портал региона» («Визит Ярославия»)
12 место Национальный рейтинг развития событийного туризма 2019–2020 г.
«Золотая лига (лучшие из лучших)» (регион)
4 место Индекс развития туристического потенциала (РБК, СБЕР, НКР)

Владимирская область
14 место Рейтинг регионов по итогам Всероссийского конкурса «Туристический сувенир»-2021
19 место Рейтинг активности регионов по итогам проведения всероссийской премии «Маршрут года»-2020
17 место Национальный рейтинг туристических брендов-2017 (Маршрут «Золотое кольцо России». Владимир и Суздаль)
20 место — Рейтинг событийного потенциала регионов России-2021

Тверская область
18 место Рейтинг регионов по итогам Всероссийского конкурса «Туристический сувенир»-2021
3 место Рейтинг активности регионов по итогам проведения всероссийской премии «Маршрут года»-2021
32 место Национальный рейтинг туристических брендов-2017 (Озеро Селигер)
Лучший региональный календарь туристических событий.
3 место Туристский календарь событий, проводимых в Тверской области в 2021 году
3 место Пять чудных мгновений для Анны «Всероссийский историко-этнографический музей» — Тверская область, Торжок

Рязанская область
28 место Рейтинг активности регионов по итогам проведения всероссийской премии «Маршрут года»-2020
Ивановская область
36 место Рейтинг активности регионов по итогам проведения всероссийской премии «Маршрут года»-2020
77 место Национальный рейтинг туристических брендов-2017 (Палехская миниатюра)

Калужская область
Лучший проект гастрономического туризма-2021 (лауреат в специальных номинациях Попечительского совета Russian Travel Awards)

Костромская область
37 место Рейтинг активности регионов по итогам проведения всероссийской премии «Маршрут года»-2020
57 место Национальный рейтинг туристических брендов-2017 (Костромской сыр)

Международные рейтинги

Тверская область
Russia's Leading Conference Hotel Radisson Resort, Завидово-2020, 2021 (номинант World Travel Awards)
Russia's Leading Resort Radisson Resort, Завидово-2020, 2021 (номинант World Travel Awards)

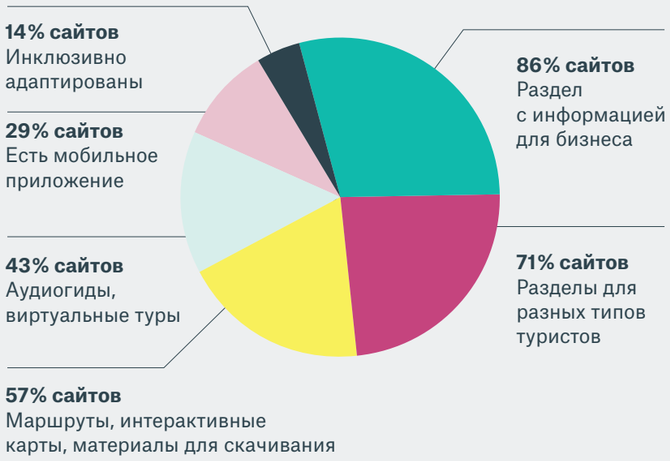
Ярославская область
Russia's Leading Resort AZIMUT Hotel Pereslavl, Переславль-2021 (номинант World Travel Awards)
Russia's Leading Hotel Residences AZIMUT Hotel Pereslavl, Переславль-2021 (номинант World Travel Awards)

Большинство территорий фигурируют в национальных рейтингах. Среди брендов в выборке представлены: Гжельская керамика, Тульский пряник, Ярославль, Маршрут «Золотое кольцо» (Владимир — Суздаль), Озеро Селигер, Палехская миниатюра и Костромской сыр.

Источники: 2020 — 2021 гг. http://russia-rating.ru/, https://russiasuvenir.ru/, http://tourawards.ru/, http://russia-rating.ru/info/11539.html, https://rea-awards.ru/, http://rnc-consult.ru/, https://www.worldtravelawards.com

Качество туристических сайтов региона. Текущие рекламные материалы и медиа-планы

Представленность популярного функционала на сайтах



Медийная активность локального бизнеса и событийной программы в регионах

В лидерах по количеству упоминаний в медиа:
Калужская (много инфоповодов дает Никола-Ленивец);
Ивановская (активно продвигают фестивали);
Тульская области (комплексное продвижение бренда области).

Качество туристических сайтов региона

Информация о ключевых точках притяжения представлена как правило в полном объеме, тем не менее, важно добавлять возможность всем группам туристов находить маршруты по интересам и интегрировать новые местные объекты и бронировать билеты напрямую.

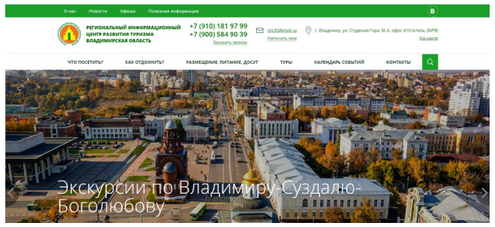
С точки зрения функциональности информационных площадок в лидерах:

- Тверская область;
- Тульская область;
- Ярославская область.

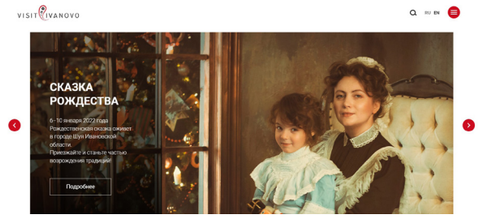
Ключевые функциональные преимуществ ресурсов регионов с успешными показателями работы это[1]:

- интеграция бизнес сообщества (возможность забронировать отель или тур, представленность местных промыслов и производств), что стимулирует развитие локального предпринимательства, а также отвечает на запрос туристов (неисхоженные места, покупка аутентичных сувениров);
- система фильтров и информация для различных групп туристов;
- интерактивные маршруты, тематические маршруты для скачивания, аудиогиды и виртуальные туры, которые позволяют заранее спланировать поездку и не пропустить интересные точки.

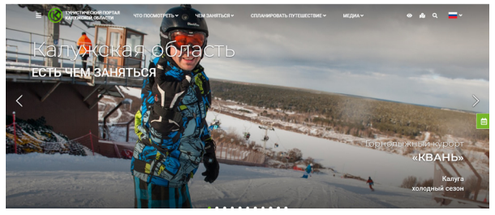
Страницы туристических сайтов регионов



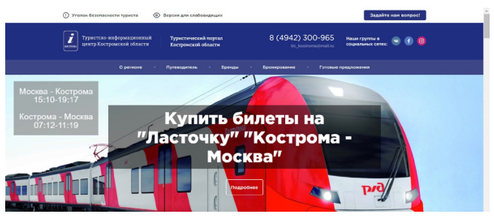
Владимирская область



Ивановская область



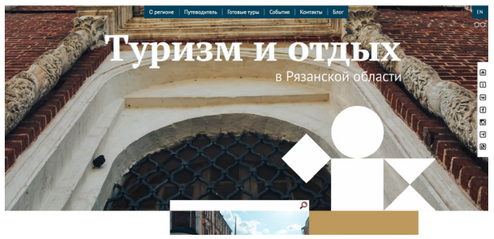
Калужская область



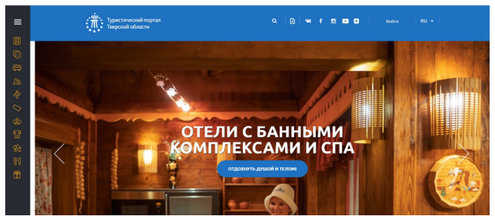
Костромская область



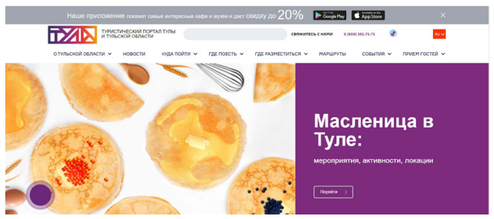
Московская область



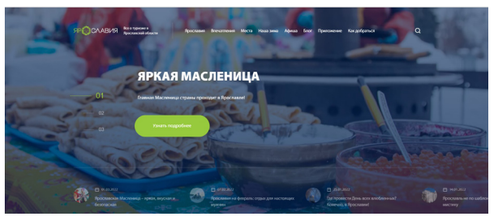
Рязанская область



Тверская область



Тульская область



Ярославская область

Источники: Медиалогия, медиа-мониторинг с 01 мая 2021 по 31 октября 2021; категории региональных и федеральных СМИ: Блоги, Газеты, Журналы, Интернет, Информагентства.
1. Показатели успешной работы сайта сформулированы на базе рекомендаций Google (Webmaster Guidelines. Criteria for Evaluating the Quality of a Web Site). Функционал сайта также был адаптирован с точки зрения релевантности категории «туризм» (информация для различных типов туристов, возможность скачать материалы, забронировать проживание/купить билеты и пр.). Ключевой функционал для туристов был определен экспертно.

Качество туристических сайтов регионов

В основе анализа сайтов — ключевые критерии и возможности онлайн-ресурсов регионов, позволяющие получить актуальную информацию, востребованную различными типами туристов.
Оценка сайтов производится по трёхбалльной системе, где 3 — максимальная полнота раскрытия информации, 2 — достаточно информации, но охвачено не все, 1 — минимальное присутствие информации на сайте без возможности узнать подробности или совершить действие, 0 — отсутствие информации на сайте)

Регион	Адрес портала	Ключевые объекты	App и инфо для скачивания	Дизайн и контент	Календарь событий	Фильтры и рубрики	Магазин/ бронирование	Нестандартные предложения	Инфо для бизнеса
Тверская область	welcometver.ru	3	2	3	3	3	2	3	3
Тульская область	visittula.com	3	3	3	3	3	0	3	3
Ярославская область	visityaroslavia.ru	3	3	3	3	3	2	3	0
	visityar.ru	3	2	3	1	0	2	0	0
Рязанская область	ryazantourism.ru	3	2	3	3	2	2	3	0
Калужская область	visit-kaluga.ru	3	2	3	3	3	0	0	3
Костромская область	kostromatravel.ru	3	2	3	2	0	2	3	0
Владимирская область	vladimirtravel.ru	3	0	2	3	3	0	3	1
	vladtourism.ru	3	0	2	1	3	1	0	0
Ивановская область	visitivanovo.ru	3	2	3	2	1	0	2	0
Московская область	travelsp.ru	3	0	1	1	0	1	0	0

Информация о ключевых точках притяжения представлена как правило в полном объеме, тем не менее, важно добавлять возможность всем группам туристов находить маршруты по интересам и интегрировать новые местные объекты и бронировать билеты напрямую.
С точки зрения функциональности информационных площадок в лидерах Тверская, Тульская и Ярославская области Золотого Кольца.

Источник: welcometver.ru, visittula.com, visitivanovo.ru, ryazantourism.ru, visityaroslavia.ru, visityar.ru, visit-kaluga.ru, kostromatravel.ru, vladimirtravel.ru, vladtourism.ru, travelsp.ru

Анализ регулярности проведения информационных пресс-туров за 2020 г.[1]

Город/регион	Маршрут и формат	Участники пресс-туров	Цели проведения туров	Города	Регулярность
Владимирская	Туристский межрегиональный маршрут «Памятники белокаменного зодчества Руси и Владимирский тяжеловоз»	Журналисты Блоггеры	Продвижение туристических продуктов	Владимир Суздаль Юрьев-Польский Гаврилов Посад	2
Ивановская	«Пресс-тур «Ситцевый экспресс»: г. Москва — г. Иваново — г. Фурманов — г. Москва»	Журналисты	Продвижение промышленного туризма	Иваново Фурманов	1
Костромская	За 2020 год упоминаний нет				
Калужская	За 2020 год упоминаний нет				
Московская	За 2020 год упоминаний нет				
Рязанская	За 2020 год упоминаний нет				4[2]
Тверская	• Посещение храмового комплекса «Завидово», музея «Государева дорога», храма Рождества Богородицы в селе Городня и экскурсии по Твери и Торжку • Экспедиция «Перешагни Волгу» 10—14 июня 2018 года с участием сервиса путешествий Туту.ру[2]	Общенациональная ассоциация авто-мототуризма и караванинга Сервисы путешествий	Привлечение внимания к формированию комфортных условий для автотуристов и караванеров на маршруте, созданию дополнительной придорожной инфраструктуры и сервиса, продвижение проекта на внутреннем и мировом туристском рынках для самостоятельных путешественников.	Тверь Торжок	3-6[2]
Тульская	• Маршрут по городам Большой Засечной черты • Тур, приуроченный к 500-летию Тульского Кремля		Продвижение туристических продуктов	Тула Белев Дубна	2
Ярославская	• Тур по малоизвестным достопримечательностям города Переславль-Залесский • Тур по достопримечательностям Углича • Тур по достопримечательностям Ярославля • Пресс-тура «Сокровища Ярославской земли» • Совместный проект с Минприроды России «Маршрут построен» • Пресс-тур по экотропе «В гостях у серой цапли»		Продвижение туристических продуктов	Переславль-Залесский Углич Ярославль Курба	5

Союз городов Золотого кольца» активно работает с прессой и продвижением новостей макрорегиона в медиа. На время пандемии количество пресс туров было снижено. Крупные города (Кострома, Тула, Калуга) возобновили работу в 2021 году. Яркий кейс представила Тула: совместно с Туту.ру был сделан большой интерактивный тур на 5 дней с топовыми редакторами и блогерами по всей Тульской области.

1. На основании информации, находящейся в открытых источниках (поисковая система Яндекс, областные и городские сайты, сайты турпорталов) за период 2020 года. В выборке представлены примеры некоторых городов Золотого кольца, отразивших в официальных источниках факт организации пресс-туров. Полноценная информация об организации и реализации пресс-туров не может быть представлена по всем областям в полном объеме, так как является частью внутренней информационной политики регионов. Кроме того, заказчиком пресс-тура может выступать коммерческая структура (владельцы событийных площадок, инициаторы событий), что не дает комплексного понимания объема работы с федеральными журналистами и СМИ.
2. Информация предоставлена регионом.

Рейтинг туристических брендов
Территории

Лидеры рейтинга туристических брендов[1]

Тульская область

Тульская область полноценно работает с медиа: от количества публикаций и пресс-туров (даже несмотря на то, что большинство СМИ региональные) до комплексной работы по формированию бренда (современный сайт, айдентика, приложение, интерактивный функционал).

Ярославская область

Значительный вклад в формирование рейтинга Ярославской области вносят комментарии и отзывы туристов. Множество сообщений в социальных сетях говорят об удовлетворении запросы всех групп туристов: от изучения историко-архитектурного наследия до нестандартных музеев и развивающегося экотуризма.

Тверская область

Тверская область популярна инстаргам-видами (Калязин), «театральным» туризмом, а также природными объектами (Селигер). Область привлекает много молодых туристов, которые активно делятся впечатлениями в социальных сетях.

Топ-5 Брендов Регионов

1. **Доброград**
   Владимир. 1783 упоминания
2. **Тульский пряник**
   Тула. 593 упоминания
3. **Ярославия**
   Ярославль. 347 упоминаний
4. **Белевская пастила**
   Тула. 299 упоминаний
5. **Тульский самовар**
   Тула. 278 упоминаний



Ключевые Инфоповоды. Топ-5

1. **Фестиваль народного творчества «Русский мир».**
   Сергиев Посад. 438 упоминаний
2. **Фестиваль телесериалов «Пилот»**
   Иваново. 330 упоминаний
3. **Фестиваль «Дикая мята».**
   Тульская область. 314 упоминаний
4. **Фестиваль «Иваново поле»**
   Иваново/МО. 264 упоминания
5. **Фестиваль современного искусства**
   «Первая фабрика авангарда»
   Иваново. 218 упоминаний.

Топ брендов открывает «Доброград», в котором сочетаются пространство для жизни, туристические маршруты и велнес отдых. «Тульский пряник» и «Ярославия» раскрывают наследие конгломерата городов. Среди популярных в медиа брендов также представлены традиционные промыслы.

Большей популярностью среди культурных событий пользуются фестивали народного творчества и искусства. По количеству упоминаний на первом месте Фестиваль «Русский мир» г. Сергиев Посад, но абсолютным лидером по количеству упоминаемых событий является Ивановская область.

На уровне областей Золотого кольца можно говорить о том, что бренды сформированы (или ведется работа для этого) у Тульской, Ярославской, Тверской и Владимирской областей. Остальные регионы ассоциируются с известными объектами притяжения, но с точки зрения медиа не прослеживается комплекса характеристик, из которых состоит бренд.

1. Методология
   Количественный анализ упоминаний выбранных брендов и инфоповодов в федеральных и региональных СМИ за выбранный период. За объект бренда в исследовании брались бренды, созданные на конкретной территории/в регионе, например, «Тульский пряник», «Белевская пастила» - это промыслы, которые стали брендами (т.е. известными торговыми марками, которые у потребителя имеют свой образ и ассоциации). Для каждой области были отобраны наиболее популярные (популярность определялась через открытые источники и мониторинг), таким образом, можно увидеть, как местные бренды добавляют «веса» комплексному «туристическому бренду».
   Инструменты: Медиалогия, медиа-мониторинг. Период: 01 мая 2021 по 31 октября 2021;
   Категории региональных и федеральных СМИ: Блоги, Газеты, Журналы, Интернет, Информагентства.

Присутствие регионов в медиаполе

Топ-3 отрасли по количеству упоминаний в медиа поле представлены Тульской, Владимирской и Ярославской областями. Эти области лидируют по количеству упоминаний в медиа как историко-культурных достопримечательностей, природных объектов и брендов, так и событийной активности.

Упоминание в локальных и федеральных СМИ

	Всего	**Региональные СМИ** (СМИ города + СМИ того же региона)	**Федеральные сми** (СМИ других регионов)
БЗК	**27415**	**14871**	**12544**
Тульская	**7639**	**5997**	**1642**
Владимирская	**4935**	**1289**	**3646**
Ярославская	**4681**	**2314**	**2367**
Калужская	**3410**	**924**	**2486**
Рязанская	**2317**	**1397**	**920**
Ивановская	**2006**	**1166**	**840**
Московская	**1108**	**1033**	**75**
Тверская	**939**	**751**	**188**
Костромская	**380**	**0**	**380**

Упоминания объектов, событий и брендов



Маркетинг туризма БЗК: выводы

Медиактивность макротерритории

1

Общая медиактивность регионов Золотого кольца с точки зрения туристической привлекательности недостаточно высока, публикации в региональных медиа читают преимущественно локальные жители, а системной работы с федеральными изданиями не ведется.

2

Не прослеживается тенденция к объединению и интеграции усилий относительно повышения общей привлекательности бренда «Золотое кольцо» со стороны непосредственных его участников (пресс-служб регионов и городов).

3

Регионы БЗК представлены в национальных, туристических и медийных рейтингах. Важно подчеркнуть, что отдельное внимание уделяется не только туристическому маршруту «Золотое кольцо», но и самим областям и локальным брендам-достопримечательностям, промыслам и природным объектам.

БЗК как туристическое направление

1

Наиболее популярные объекты как в социальных медиа, так и в СМИ историко культурные достопримечательности (Кремль, музеи, храмы и церкви). Города в большинстве областей посещаются более интенсивно, чем загородные места размещения, хотя рекреационный туризм играет большую роль, например, в Тверской области.

2

Среди туристов есть запрос на новые маршруты, необычные музеи и экотуризм. Набирает популярность также событийный туризм. Мы видим в топе упоминаний в медиа не только фестивали, но и спортивные события. Информации о деловых мероприятиях все еще мало, освещаются только ключевые события (конференции).

3

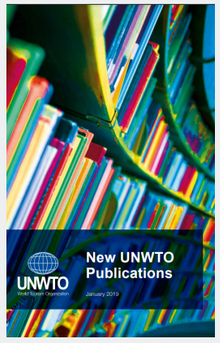
Пандемия серьезно повлияла на количество пресс-мероприятий, хотя активность на уровне регионов была и ранее не очень высокой. В 2021 году крупные города и «Союз городов Золотого кольца» возобновили активность. Среди пресс-туров можно выделить спецпроект города Тулы и портала Туту.ру — интерактивный тур для топовых редакторов и блогеров.

- Золотое кольцо представлено в рейтингах не только как территория, объединяющая ряд областей, но и на уровне каждого региона. В изученных рейтингах словосочетание Золотое кольцо встретили только один раз.
- По областям можно говорить, что, очевидно, ведется работа по формированию образа непосредственно областей и их ключевых точек притяжения. Тем не менее, есть пространство для дальнейшего развития — регионы чаще всего занимают в рейтингах места с 5 по 15, а по ряду номинаций несколькими десятками ниже.
- Важно отметить, что отдельно в фокусе находятся бренды регионов, представленные не только традиционными промыслами, но и историко-культурными достопримечательностями, природными объектами и товарами (Гжельская керамика, Нижегородский Кремль, Тульский пряник, Ярославль, Маршрут «Золотое кольцо» (Владимир — Суздаль), Озеро Селигер, Палехская миниатюра и Костромской сыр).

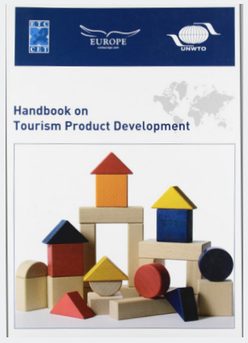
6. Анализ лучших практик развития туризма

Анализ международных документов по развитию туризма

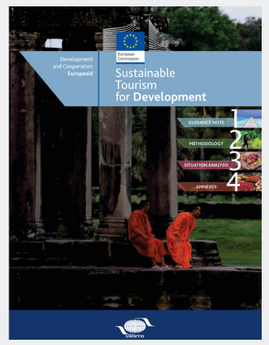
Отчеты международных организаций, изучающих туристическую отрасль



Всемирная туристская организация, Пособие по инвестициям, 2021[1]



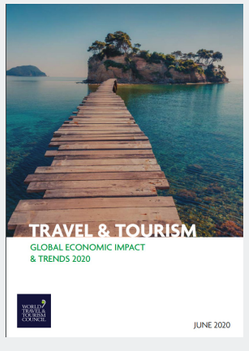
Всемирная туристская организация, Настольная книга разработки туристского продукта, 2011[2]



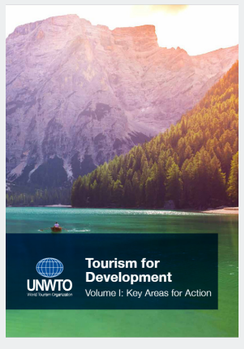
Всемирная туристская организация, ЕС, Устойчивый туризм для развития, 2013[3]



ОЭСР, тренды и политика в сфере туризма, 2020[4]



Всемирный совет по туризму и путешествиям, Туризм и путешествия, 2020[5]



Всемирная туристская организация, Туризм для развития, 2018[6]

Главные экспертные организации в сфере развития туризма:

- Всемирная туристская организация (UNWTO) — специальное агентство Организации Объединенных Наций, продвигающее осознанный, устойчивый и доступный туризм по всему миру;
- Всемирный совет по туризму и путешествиям (WTTC) — международное неправительственное объединение из участников индустрии туризма;
- Организация экономического сотрудничества и развития (ОСЭР) — международная экономическая организация, не связанная напрямую с туризмом, однако отслеживающая экономические показатели, необходимые для понимания его развития.

Основные выводы международных организаций:

- Развитие туризма положительно сказывается на самых разных аспектах жизни региона, однако оно должно быть контролируемо;
- самые удачные примеры развития туризма наблюдаются в тех регионах или точках, которые сумели приспособить свои ресурсы к требованиям внутренних и иностранных туристов, исходя из основных принципов разработки качественного туристского продукта;
- во многих странах развитие туристических регионов — результат государственно-частного партнерства; участие государства особенно актуально для новых направлений;
- в большинстве случаев основные частные инвестиции в туристическую инфраструктуру осуществляют местные предприниматели или государственные корпорации.

- **Ключевые направления для развития проекта, рекомендуемые организациями:**
- для успешного, экологичного и устойчивого развития туризма требуется профильный государственный орган, использующий самые современные методики продвижения, брендинга и привлечения посетителей;
- для того чтобы исследуемый регион превратился в привлекательное туристическое направление, на основе имеющихся ресурсов требуется разработать высококачественный туристский продукт, рассчитанный на основные целевые аудитории;
- государственные органы должны осознавать, что инвестиций в общую инфраструктуру недостаточно: необходимо прицельно стимулировать развитие туризма;
- основной движущей силой при этом, как и в других странах мира, остаются местные предприниматели и российские компании.

1. https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284422685
2. https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284413959
3. https://www.e-unwto.org/doi/epdf/10.18111/9789284415496
4. https://www.oecd-ilibrary.org/industry-and-services/
5. https://wttc.org/Portals/0/Documents/Reports/2020/Global%20Economic%20Impact%20Trends%202020.pdf?ver=2021-02-25-183118-360
6. https://www.e-unwto.org/doi/epdf/10.18111/9789284419722

Рекомендации международных организаций по созданию новых туристических направлений

Направления, на которых следует сосредоточить усилия при развитии новой туристической дестинации:

1 Новые быстро растущие источники турпотока

Ожидается, что количество людей с высокой покупательской способностью в развивающихся странах будет увеличиваться. Адаптация дестинаций к туристам из таких стран как Индия, Бразилия и Китай помогут дестинации развиваться в новых условиях.

2 Миллениалы как целевая аудитория

Сегодня миллениалы составляют основную страту платежеспособного населения, путешествующего по всему миру. Предпочитают более быстрые путешествия, по сравнению с другими поколениями, и повсеместно используют новые технологии.

3 Изменение в поведении путешественников

Повышение популярности нишевых направлений туризма, сокращение времени поездок и постоянный поиск новых дестинаций и точек притяжения для посещения.

4 Цифровизация

Туристическая отрасль была первым сектором экономики, адаптировавшим тренд на цифровизацию под свои нужды. В ближайшее время стоит рассмотреть развитие таких цифровых инициатив, как чат-боты, дополненная реальность, интернет вещей, использование ИИ и больших данных в развитии туристического бизнеса.

5 Новый туристический опыт

Многим путешественникам необходим уникальный аутентичный опыт от посещения дестинации. Это может быть гастрономическое впечатление, особенная SPA-процедура или любое другое предложение, отличающее данную дестинацию от другой.

6 Растущее внимание к своему здоровью

Ожидается, что все аспекты осознанного и здорового образа жизни будут иметь еще больший вес при выборе дестинации в ближайшем будущем. Популярными могут быть как направления классического оздоровительного туризма, так и современные практики физического и ментального оздоровления, например цифровой детокс.

7 Размывание границ между работой и отдыхом

Популяризация стиля жизни «цифровых кочевников» способствует увеличению количества туристов, совмещающих отдых с работой. Примером адаптации дестинации к таким группам туристов может служить Хорватия или Барбадос, где были утверждены упрощенные процедуры получения виз для людей, приезжающих в страну поработать удаленно.

8 Устойчивое развитие

Значимость усточйивых инициатив в развитии туризма повышается как для удовлетворения потребностей туристов, так и для заботы о принимающих их сообществах.

Источник: Всемирная туристская организация (UNWTO)

Основные принципы создания качественных туристических продуктов:

1 Профессиональное руководство

За популярные туристические направления отвечает компетентная государственная организация с высокопрофессиональной командой, которая берет на себя продвижение региона.

2 Четкий комплексный план развития

Развитие туризма — многосоставная задача, ее решение требует четкого комплексного плана или стратегии, разработанной с учетом региональной и отраслевой специфики.

3 Точное позиционирование, сильный бренд

Без продуманного, отчетливого позиционирования, лежащего в основе маркетинговой и брендинговой стратегии, туристическое направление не может состояться.

4 Адекватное финансирование традиционного и интернет-маркетинга

Государственные органы обеспечивают регион ежегодным финансированием в объеме, достаточном для проведения маркетинговых кампаний.

5 Инвестиции в стратегические туристические проекты

Частные инвестиции — важнейшая составляющая туристического развития, однако высоких прибылей здесь ждать не приходится. Поэтому отрасль нуждается в государственных вложениях.

6 Пространственная и экономическая доступность

Появление на рынке «лоу костеров» изменило авиационный бизнес: более дешевые перелёты увеличили интенсивность путешествий в те дестинации, добраться до которых можно за небольшие деньги.

7 Необычное предложение, чтобы привлечь внимание

Чтобы выделиться на рынке необходим выдающийся или флагманский продукт или туристическое событие. Этот принцип особенно важен для новых направлений.

8 Привлекательный и живой туристический центр

Помимо отдельных точек притяжения необходимо развивать живые и привлекательные туристические пространства, где приятно проводить время и тратить деньги.

9 Широкий спектр туристических продуктов, желательно всесезонных

Для мотивации туристов дольше пребывать на территории дестинации необходимо предоставлять широкий спектр туристических услуг для самых разных целевых аудиторий — от достопримечательностей до активностей и сервистов.

10 Устойчивое развитие туризма

Данный принцип включает как помощь местным сообществам в извлечении положительных эффектов от туризма, так и защиту культурного наследия и природных ресурсов.

Анализ международного опыта управления туристической дестинацией

Туристические офисы[1]: описание

Распространенная практика развития туристических направлений — создание специальных организаций, туристических офисов

Туристический офис (совет), он же управление туристическим направлением, — это организация, под эгидой государства объединяющая всех, кто заинтересован в туристическом развитии региона. Она обеспечивает возможность совместной работы на разных уровнях во имя достижения общей долгосрочной цели.Изначально туристические советы отвечали прежде всего за маркетинг, однако со временем их функции расширились. Сфера ответственности в каждом отдельном случае зависит от контекста, развитости направления, уровня децентрализации, стратегических приоритетов и прочих факторов, однако базовый набор сводится к следующему:

- стратегическое планирование;
- разработка (либо участие в разработке) целевых программ, связанных с развитием туризма, и их реализация;
- исследования рынка (сбор и анализ данных, изучение конъюнктуры);
- разработка туристского продукта и привлечение клиентов;
- цифровые и инновационные инструменты;
- мониторинг;
- кризисное управление;
- тренинги и развитие персонала (не только собственного, но и прочих работников туристической отрасли);
- продвижение, маркетинг, брендинг;
- привлечение инвестиций и работа с партнерами.

Особенности туристических офисов в Европе:

1

В большинстве случаев региональные советы по туризму — государственные организации.

2

В том, что касается финансирования, возможностей, количества сотрудников и поставленных задач, туристические советы в европейских регионах значительно отличаются друг от друга. Но все они отвечают за маркетинг и продвижение; многие управляют объектами размещения или отдельными достопримечательностями, находящимися в ведении государства, а также отвечают за поддержание и развитие инфраструктуры (велодорожек, экотропинок и пр.).

3

В европейских странах с развитой туристической инфраструктурой туристические советы / турофисы, как правило, финансируются из государственного бюджета — непосредственно или через различные туристические налоги / взносы региональных и местных администраций. Многие туристические советы, управляя гостиницами или достопримечательностями, получают доходы от продажи билетов и несут ответственность за поддержание доверенных им объектов.

4

Членские взносы, если вообще существуют, составляют лишь малую часть бюджета региональных турофисов.
В странах ЕС такие организации зачастую получают гранты на развитие туризма на конкурсной основе и таким образом пополняют свои бюджеты.

Ключевые направления для развития проекта

1 Формирование туристического офиса / офисов с устойчивым финансированием, покрывающим затраты на продвижение и брендинг.

2 Не менее важно обеспечить профессиональной, опытной и активной команде все возможности для работы в разных направлениях.

3 Вместо создания региональных турофисов рекомендуется создание единого турофиса для макрорегиона: это позволяет увеличить совокупные бюджеты на продвижение территории и оптимизировать меры по развитию туризма в регионе.

1. Destination Management Organizations (DMOs).

Анализ международного опыта управления туристической дестинацией

Туристические офисы: примеры в Европе

Основная функция туристических офисов — маркетинг туристических дестинаций и развитие туристического продукта. Отдельные туристические офисы могут участвовать в поддержке линейной инфраструктуры, например офис дестинации Кимгау, Церматт Маттерхорна, Инсбрука и Долины реки Соча.

Кимгау, Германия

Охват	4 города и 31 населенный пункт
Турпоток	более 3 млн ночевок
Бюджет	1,8 млн евро (около 125 млн руб.)[1]
Источники финансирования	83% средств поступают из бюджета и со сборов местного туристического налога, 17% — обеспечивается из прочих источников
Штат	13 человек

Церматт, Маттерхорн, Швейцария

Охват	3 населенных пункта
Турпоток	более 2,3 млн ночевок
Бюджет	12,4 млн швейцарских франков (792 млн руб.)[1]
Источники финансирования	74% средств поступают из бюджета и со сборов местного туристического налога, 26% — обеспечивается из прочих источников
Штат	43 человека

Инсбрук и окрестности, Австрия

Охват	41 населенный пункт
Турпоток	более 3,4 млн ночевок
Бюджет	20,6 млн евро (1,430 млн руб.)[1]
Источники финансирования	86% средств поступают из бюджета и со сборов местного туристического налога, 14% — обеспечивается из прочих источников
Штат	85 человек

Долина реки Соча, Словения

Охват	4 населенных пункта
Турпоток	более 0,9 млн ночевок
Бюджет	1,7 млн евро (около 118 млн руб.)[1]
Источники финансирования	42% средств поступают из бюджета и со сборов местного туристического налога, 58% — обеспечивается из прочих источников
Штат	18 человек

Юра и регион Трех озер, Швейцария

Охват	2 округа и 7 общин
Турпоток	более 1 млн ночевок
Бюджет	2,3 млн швейцарских франков (147 млн руб.)[1]
Источники финансирования	96% средств поступают из бюджета и со сборов местного туристического налога, 4% — обеспечивается из прочих источников
Штат	9 человек

Шведская Лапландия, Швеция

Охват	1 коммуна и 2 населенных пункта
Турпоток	более 4,1 млн ночевок
Бюджет	26,1 млн крон (173 млн руб.)[1]
Источники финансирования	83% средств поступают из бюджета и со сборов местного туристического налога, 17% — обеспечивается из прочих источников
Штат	18 человек

1. По курсу ЦБ РФ на 31/12/2019.
Источник: финансовые отчетности организаций, данные PKF

Сравнительный анализ БЗК с сопоставимыми территориями за рубежом

Выбор территорий

Главные критерии отбора:

1 Территории не связаны с пляжным или горным туризмом (фокус на природные и исторические достопримечательности)

2 Сопоставимый размер территории (300–400 км²)

3 Удаленные от центральной точки Европы, посещение которых требует долгой поездки у целевой аудитории дестинации (~ 1890 км от Цюриха)

4 Сопоставимый климат (приемущественно континетнальный) и ландшафт

Примеры:

Европейские страны с сопоставимой туристической привлекательностью

Эстония	**Латвия**
Литва	Беларусь
Молдова	Венгрия
Чехия	**Польша**
Германия	**Финляндия**
Норвегия	Швеция
Бельгия	Босния-и-Герцего-вина
Дания	Великобритания
Нидерланды	Исландия

Европейские страны размером 300–400 км²

Германия	357 км²
Финляндия	338 км²
Польша	324 км²
Италия	313 км²
Норвегия	301 км²

Европейские страны с сопоставимой удаленностью от центра Европы[1]

Португалия	1,330 км
Ирландия	1,190 км
Исландия	2,380 км
Норвегия	1,170 км
Литва	1,260 км
Латвия	1,300 км
Эстония	1,550 км
Финляндия	1,650 км
Беларусь	1,170 км
Украина	1,050 км
Молдова	1,340 км
Болгария	1,140 км
Греция	1,230 км

Европейские страны с континен-тальным климатом в качестве основного

Эстония	**Латвия**
Литва	Беларусь
Украина	Молдова
Румыния	Венгрия
Чехия	**Польша**
Австрия	Словакия

1. В качестве центральной точки Европы выбран город Цюрих как город, находящийся на равном удалении от других стран Восточной и Центральной Европы, участвующих в исследовании.
Источник: расчет и исследование PKF

Сравнительный анализ БЗК с сопоставимыми территориями за рубежом

Территории-аналоги

Выбранные территории

Финляндия



Польша



Прибалтика (Латвия, Литва и Эстония)



Параметры для сравнения

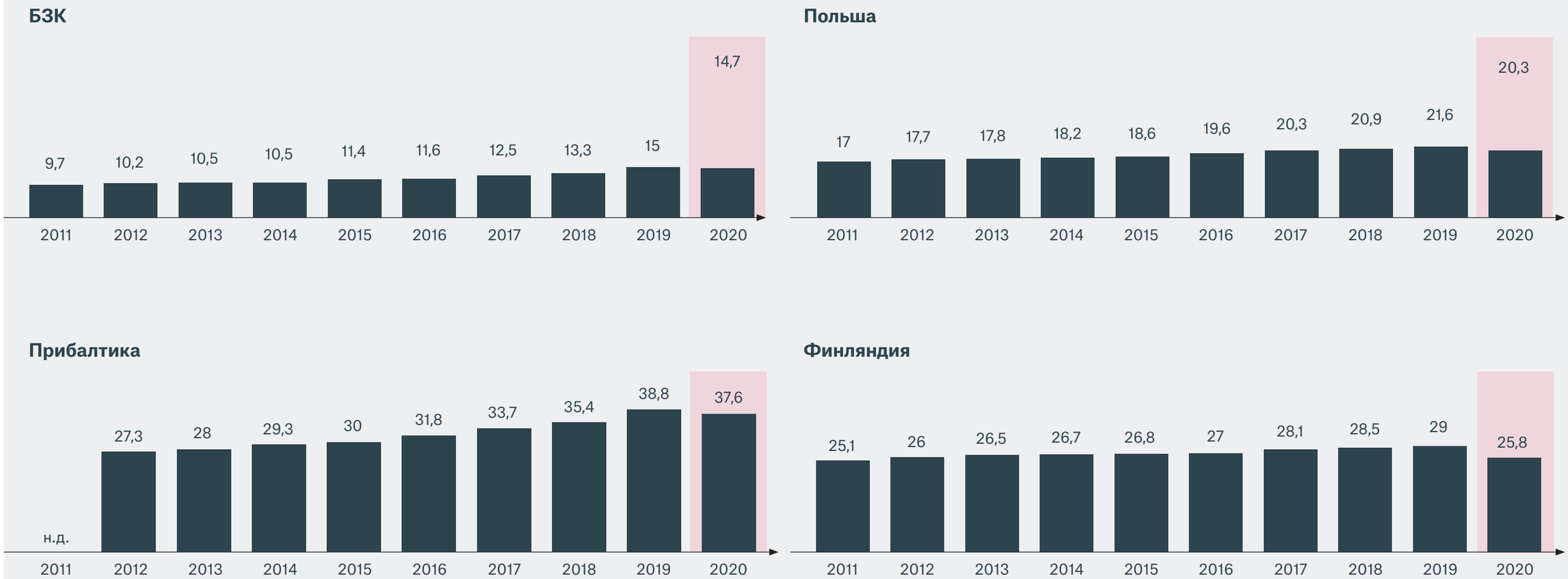
1. Номерной фонд средств размещения на 1000 жителей, ед.
2. Количество ночевок на 1000 жителей, ед.
3. Количество ночевок иностранных туристов на 1000 жителей, ед.

Сравнительный анализ БЗК с сопоставимыми территориями за рубежом

Номерной фонд

БЗК уступает рассматриваемым территориям в количестве гостиничных номеров на население. Разница между показателем БЗК и показателем Прибалтийских стран, по состоянию на 2020 г., достигает 255 %.

Номерной фонд средств размещения на 1000 жителей, ед.



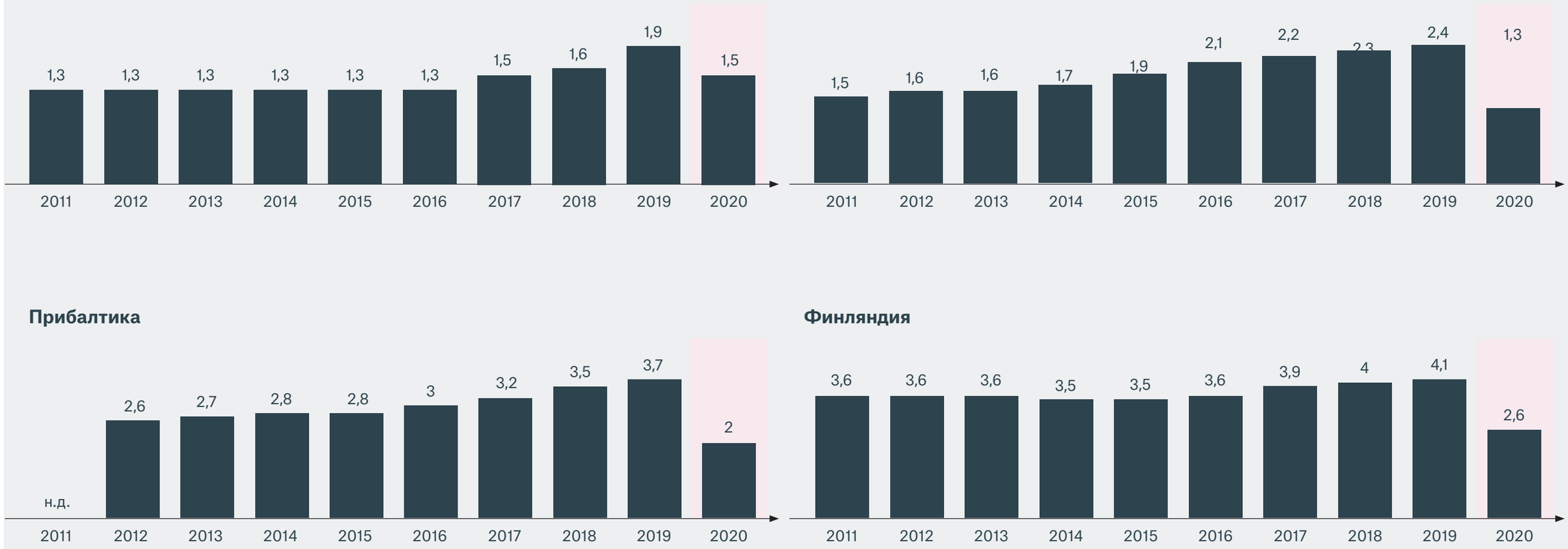
Источник: Росстат и национальные бюро статистики прочих стран

Сравнительный анализ БЗК с сопоставимыми территориями за рубежом

Ночевки туристов

Наблюдается стагнация ночевок туристов в 2011–2016 гг. в БЗК. Аналогичный тренд в Финляндии. При этом на 2019 год количество ночевок на сравнимых территориях в среднем в 2 раза больше (за исключением Польши).

Количество ночевок туристов на 1000 жителей, ед.



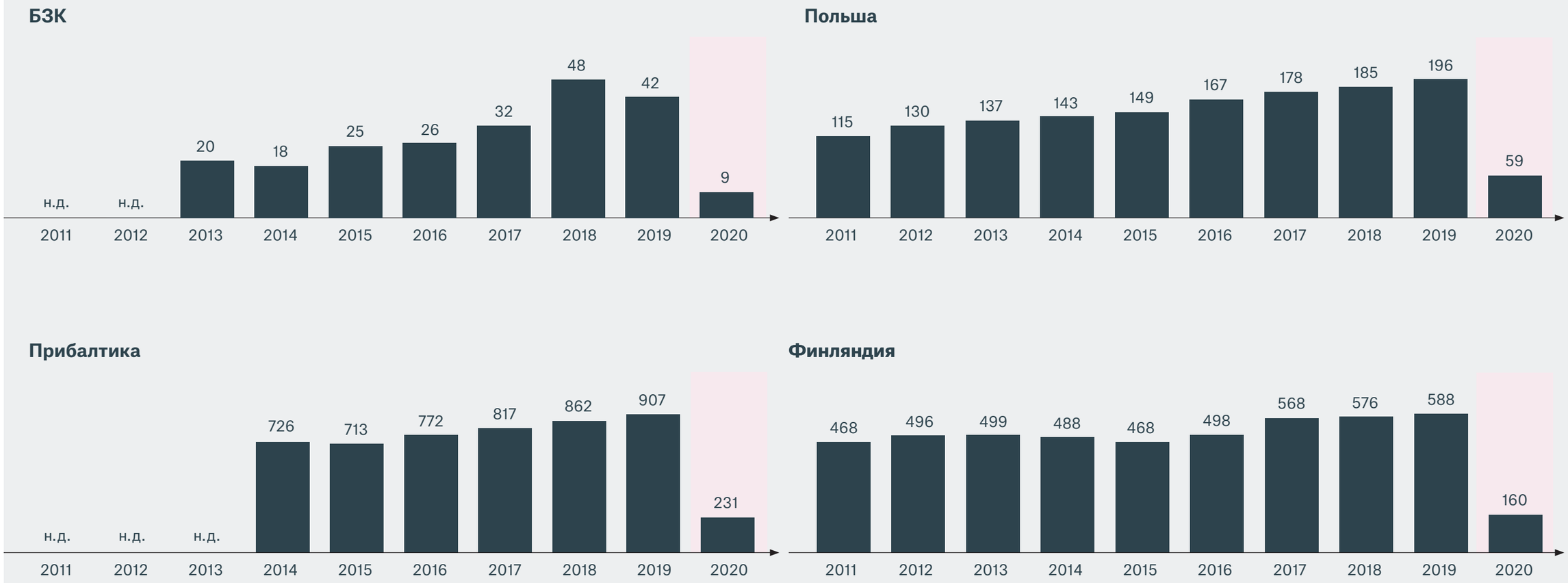
Источник: Росстат и национальные бюро статистики прочих стран

Сравнительный анализ БЗК с сопоставимыми территориями за рубежом

Количество иностранных туристов

Пик количества иностранных туристов в БЗК приходился на 2018 г. (год проведения чемпионата мира по футболу). В следующий 2019 г. количество иностранцев оставалось высоким, однако из-за пандемии этот тренд прервался (как и на других рассматриваемых территориях).

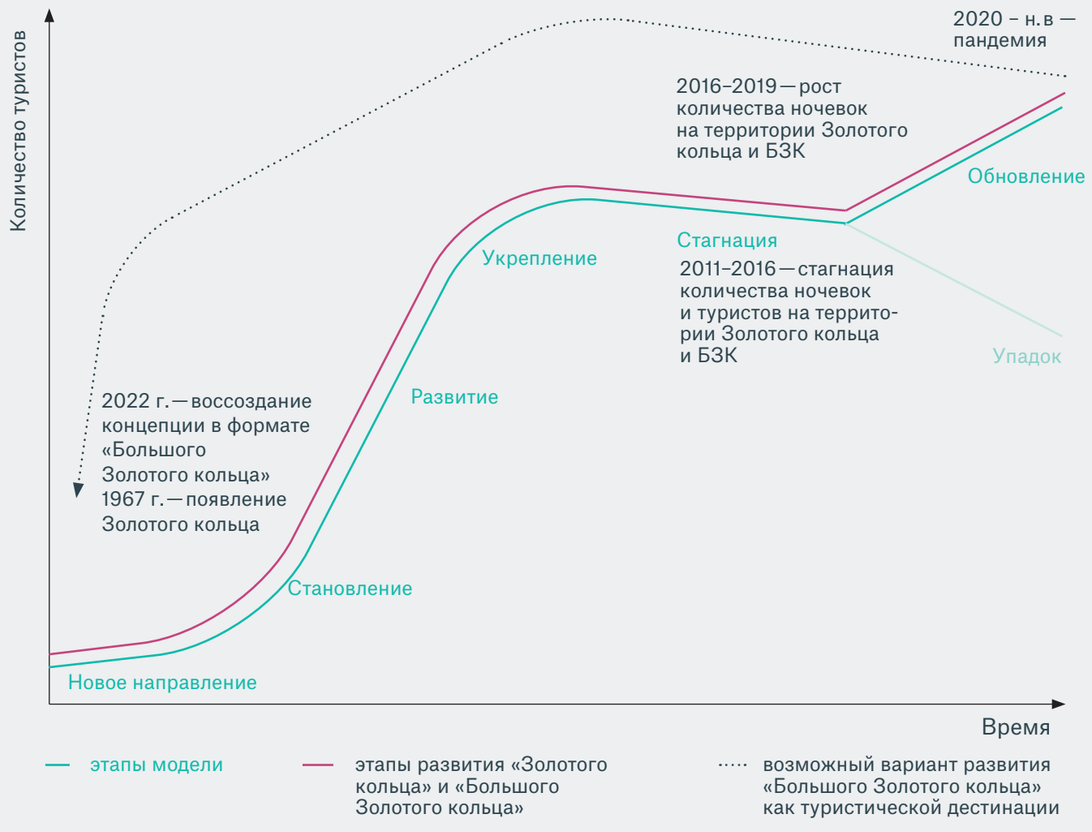
Количество ночевок иностранных туристов на 1000 жителей, ед.



Источник: Росстат и национальные бюро статистики прочих стран

Территория находится на стадии «Обновление», и ей требуется перезапуск в новое направление — единый макрорегион Большое Золотое кольцо

Циклическая модель развития туристических дестинаций Батлера[1]:



1. Butler, R. W. 'The Concept of a Tourist Area Cycle of Evolution: Implications for Management of Resources' in *Canadian Geographer / Le Géographe canadien,* Volume 24, 1980, pp. 5–12.
Источник: исследование PKF

Стадии развития территории (проекта) Большое Золотое кольцо

Новое направление:
Появление серии очерков об исторических городах под рубрикой «Золотое кольцо», формирование туристического маршрута.

Становление — развитие — укрепление:
На протяжении 1967–2010 гг. территория развивалась как набор самодостаточных дестинаций по маршруту «Золотое кольцо». Ввиду особенности российско-советского исторического контекста, туристический рынок длительное время находился в состоянии реструктуризации, а значит не подчинялся идеальным законам рыночной модели Р. Батлера. В целях упрощения изменения в структуре спроса в данный период на схеме не отражены.

Стагнация:
В 2011–2016 гг. территория перешла в фазу стагнации: количество ночевок на 1000 чел. населения оставалось на отметке 1,3 чел., а туристический поток практически не менялся.

Обновление:
За фазой стагнации следовала фаза обновления, когда количество ночевок пошло вверх.
В этот же период (2016–2019 гг.) предпринимались меры по развитию туризма как на уровне регионов, так и на уровне страны: создание федеральной трассы Р-132 «Золотое кольцо», ввод в эксплуатацию инфраструктуры создаваемых в рамках ФЦП туристских кластеров.

Новое направление 2022:
На данный момент фазу развития проекта «Золотое кольцо» можно определить как «новое направление» — «Большое Золотое кольцо», которое стремится перейти в стадию «Становление» или продолжить фазу «Обновление» по 3 причинам:
1. Пандемия коронавируса повлияла на снижение турпотока и оказала влияние на потребительские предпочтения и образ жизни туристов. Турсфера России и всего мира вынуждена перестраиваться под новую реальность, и эта трансформация еще идет.
2. Даже в доковидные времена турпоток в регионах БЗК уступал уровню зарубежных аналогов.
Традиционное направление для отдыха москвичей и жителей ЦФО на выходные; территория не рассматривается как направление на продолжительное время для россиян из далеко расположенных регионов и на природу. Территории необходима перезагрузка и повышение туристической привлекательности, в том числе для внешнего туриста.
3. Новая концепция «Большого Золотого кольца» как единой туристической территории (а не разрозненных дестинаций) требует масштабных изменений не только на уровне обеспеченности инфраструктурой, новых туристских продуктов и направлений, новых целевых аудиторий, качества сервиса, но и на уровне администрирования.

Модель Батлера — применяемая в исследованиях туристических дестианций циклическая модель их развития:

1. Новое направление и становление: Стихийное привлечение туристов к аттракторам, отсутствие инфраструктуры, которая формируется в рамках этапа «Становление».	**2. Развитие:** Появление крупной и современной туристической инфраструктуры, отход на второй план низовых инициатив развития дестинации.
3. Укрепление: Количество туристов значительно превышает количество жителей, туристический рынок будет закрыт для новых предпринимателей.	**4. Стагнация:** Достигнут пиковый показатель турпотока. Бренд туристической дестинации выходит из моды и перестает быть привлекательным.

5. Обновление или упадок:
Количественные показатели дестинации значительно падают, результатом чего может стать полная реструктуризация инфраструктуры («Обновление») и возврат в начало цикла или упадок дестинации, что может привести к потере туристической функции в долгосрочной перспективе.

Российская и международная практика в формировании и продвижении туристких продуктов

Успешные туристические направления в зарубежной практике управляются, продвигаются и развиваются через специальные государственные органы, отвечающие за развитие туризма, маркетинг, продвижение и брендинг данной территории.

Способы разработки туристского продукта[1]:

1. Совместными усилиями различных органов государственной власти по разработке выбранного туристского продукта;
2. Создание специальной организационной структуры, объединяющей заинтересованные государственные органы смежных территорий.

Формирование и продвижение туристского продукта Большого Золотого кольца:

- Рекомендуется разработать несколько маршрутов Большого Золотого кольца различной тематики, продолжительности и разных целевых груп. Частью развития должна быть модернизация инфраструктуры на имеющихся маршрутах.
- Для привлечения внимания, особенно за пределами России, необходимо разработать и продвигать флагманские аттракционы и продукты по каждой тематике маршрутов. Также следует проводить ежегодные брендовые мероприятия, соответствующие общему позиционированию дестинации.
- Необходимо проработать пути перемещения между точками маршрута для иностранных туристов и туристов, перемещающихся общественным транспортом.

Российские и зарубежные аналоги туристических направлений

Российские аналоги



Тобольск, Тюменская область

98886 жителей	250 000 туристов в год	3 туриста на 1 жителя



Городец, Нижегородская область

30493 жителя	83000 туристов в год	3 туриста на 1 жителя



Торжок, Тверская область

46031 житель	70000 туристов в год	2 туриста на 1 жителя

Российские аналоги



Таруса, Калужская область

9302 жителя	110 000 туристов в год	12 туристов на 1 жителя



Мышкин, Ярославская область

5738 жителей	183616 туристов в год	32 туриста на 1 жителя



Чухлома, Костромская область

5054 жителя	160 000 туристов в год	32 туриста на 1 жителя

Российские аналоги



Болгар, Татарстан

8500 жителей	500000 туристов в год	58 туристов на 1 жителя



Углич, Ярославская область

32000 жителей	400000 туристов в год	13 туристов на 1 жителя



Старая Русса, Новгородская область

29000 жителей	160000 туристов в год	1 турист на 1 жителя

Зарубежные аналоги



Пярну, Эстония

40700 жителей	505000 туристов в год	13 туристов на 1 жителя



Висьбю, Швеция

24000 жителей	150000 туристов в год	7 туристов на 1 жителя



Елгава, Латвия

56 743 жителя	290000 туристов в год	6 туристов на 1 жителя

Зарубежные аналоги



Нарберт, Уэльс

2486 жителей	7500 туристов в год	3 туриста на 1 жителя



Эккернфёрде, Германия

23000 жителей	142000 туристов в год	6 туристов на 1 жителя



Мистик, США

4168 жителей	335000 туристов в год	80 туристов на 1 жителя

Зарубежные аналоги



Юрбаркас, Литва

12 972 жителя	200000 туристов в год	15 туристов на 1 жителя



Фюссен, Германия

15500 жителей	1300000 туристов в год	98 туристов на 1 жителя



Беч, Польша

4600 жителей	90000 туристов в год	20 туристов на 1 жителя

1. Согласно экспертной оценке PKF.

KPI для оценки параметров туристического развития территории

Развитие туристического направления и связанных с ним экологических программ оценивается по шести основным критериям

Основные критерии (стандартный подход)

В соответствии с рекомендациями ООН, развитие туристической дестинации оценивается по 6 показателям[1]:

1. Доход от туризма (прямой и косвенный)
2. Доля туризма в ВВП / ВРП (прямая и косвенная)
3. Количество рабочих мест в сфере туризма (непосредственно и косвенно)
4. Инвестиции в туризм
5. Количество туристов / ночевок в туристических объектах размещения
6. Средние расходы туристов

Основная задача, особенно для развивающихся дестинаций, состоит в том, чтобы все показатели стабильно росли.

Для измерения этих показателей (за исключением 6-го, где пригодятся опросы приезжающих) необходима комплексная статистическая база (например, Tourism Satellite Account, TSA). В конце 1980-х ОЭСР, ООН и ВТО активно внедряли учет туристических данных; при участии Евростата, Всемирной туристской организации, ОЭСР и ООН методологические рекомендации были разработаны в 2000 году, а затем опубликованы ООН в 2001 году. Полученные данные регулярно обновляются.

Устойчивость развития (комплексный подход)

GSTC
Global Sustainable Tourism Council

Глобальный совет по устойчивому туризму (GSTC) предлагает более объемный, комплексный подход к критериям развития туристической дестинации[2]. Все эти критерии подразделены на четыре основных принципа, значимые для туристического сектора в целом:

Сбалансированное управление
в соответствии с этическими и правовыми нормами

Максимизация социально-экономических эффектов
для жителей и местных сообществ

Положительное влияние на культурное наследие
и его защита от негативного воздействия

Положительное влияние на экологию
осознанное потребление и сохранение ресурсов

Критерии GSTC относятся к туристическому направлению, как посещаемому туристами месту, не только как туристическому продукту и его управленческой организации.
Задачи и требования сформулированы достаточно широко, чтобы их можно было применять к направлениям разного уровня, в любой точке мира, вне зависимости от ландшафта (сельский и городской, горный и прибрежный) и размера (это может быть как крупный город или регион, так и национальный парк или сельское поселение). Требования задаются не для организаций, а именно для местности, однако для их выполнения идеально подходит туристический совет или офис, отвечающий за развитие устойчивого туризма.

1. UNWTO Tourism Data Dashboard // https://www.unwto.org/tourism-data/unwto-tourism-dashboard
2. Подробнее о критериях здесь: GSTC Destination Criteria // https://www.gstcouncil.org/gstc-criteria/gstc-destination-criteria/

7. Выводы

Методика определения всесезонных курортов

Этап 1:

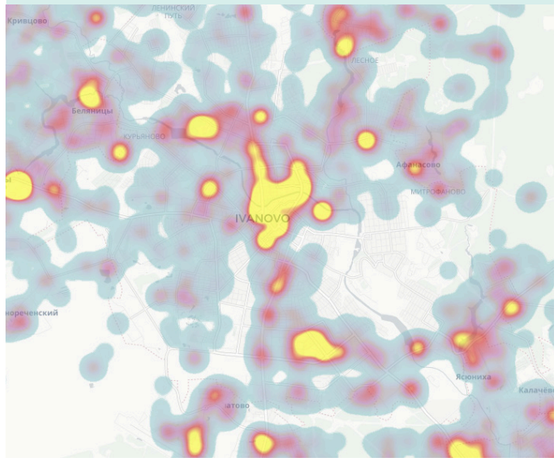
Определение значимых предпосылок для формирования всесезонных курортов

Параметры:

- Предложения всесезонных курортов от Ростуризм;
- Наиболее активные туристические точки по фотографиям в соц. сетях;
- Концентрация ОКН и места значимых природных достопримечательностей;
- Предложение участников стратегических сессий в регионах;
- Туристические маршруты на 2–3 дня.

Этап 2:

Формирование карты туристической активности



Этап 3:

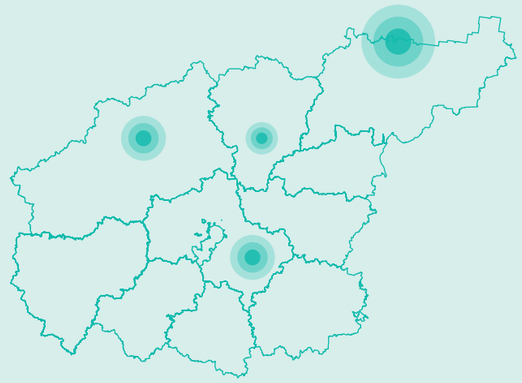
Определение наиболее привлекательных территорий с культурными и природными достопримечательностями для отдыха жителей мегаполисов

Параметры:

- Популярные у туристов малые исторические города с хорошим качеством городской среды и концентрацией объектов культурного наследия;
- Популярные у туристов природные достопримечательности, такие как национальные парки, реки и большие озера;
- Транспортная доступность.

Этап 4:

Формирование 18 всесезонных курортов на территориях с высоким турпотоком и уникальными туристическими объектами



Опыт жизни малого исторического города



г. Суздаль

Отдых на уникальных природных территориях



Национальный парк «Угра»

Всесезонные курорты БЗК*

Ивановская область

- Кинешма — Юрьевец
- Шуя — Палех

Ярославская область

- Переславль-Залесский — Ростов
- Рыбинск — Мышкин — Тутаев

Московская область

- Коломна — Зарайск
- Ярополец

Рязанская область

- Касимов
- Спасск-Рязанский

Костромская область

- Нерехта
- Галич

Владимирская область

- Александров
- Муром

Калужская область

- Арт-парк Никола-Ленивец
- Таруса

Тульская область

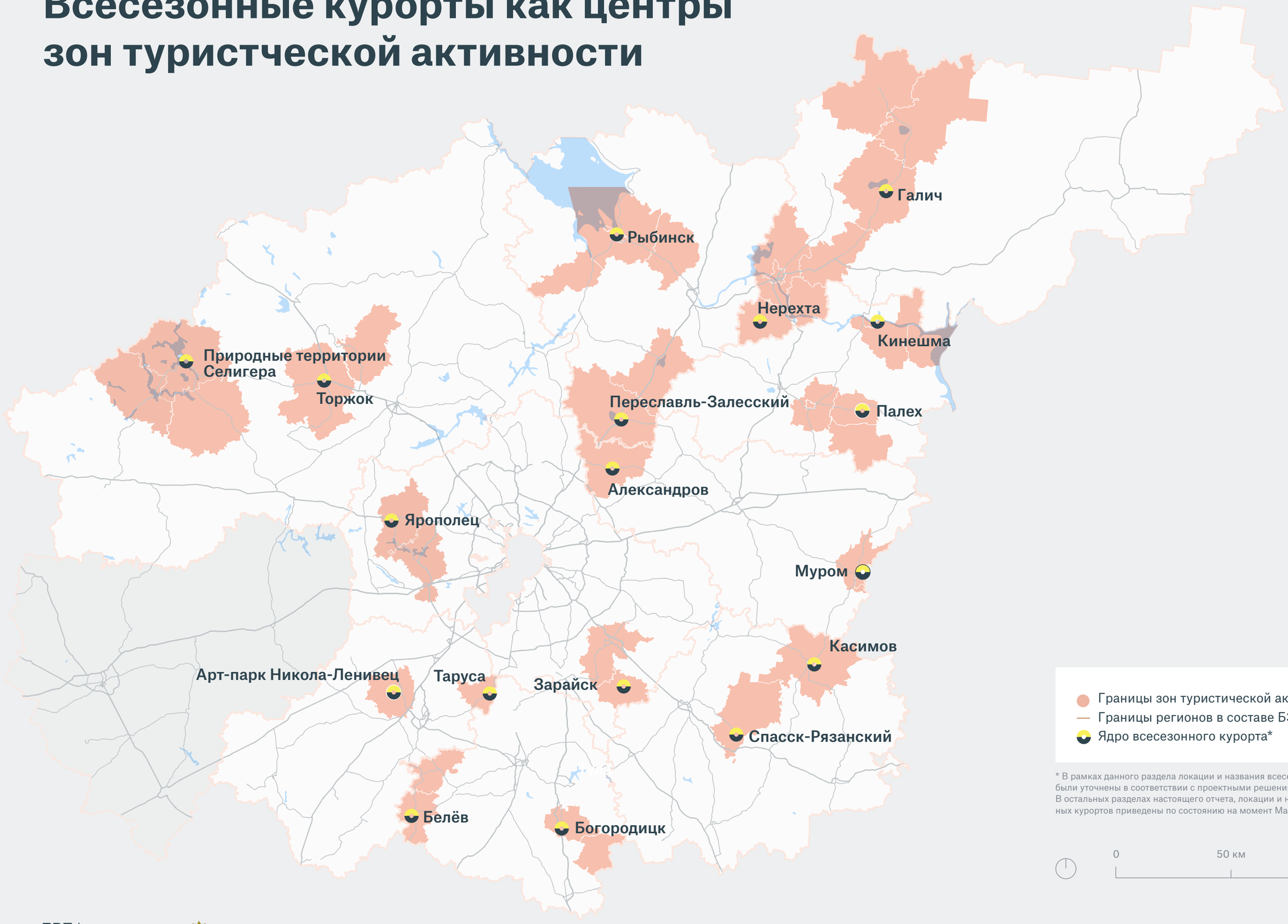
- Богородицк — Куликово поле
- Белёв

Тверская область

- Селигер
- Торжок

* В рамках данного раздела локации и названия всесезонных курортов были уточнены в соответствии с проектными решениями Этапов 2 и 3. В остальных разделах настоящего отчета, локации и названия всесезонных курортов приведены по состоянию на момент Мая 2022 г.

Всесезонные курорты как центры зон туристической активности



Границы зон туристической активности
Границы регионов в составе БЗК
Ядро всесезонного курорта*

* В рамках данного раздела локации и названия всесезонных курортов были уточнены в соответствии с проектными решениями Этапов 2 и 3. В остальных разделах настоящего отчета, локации и названия всесезонных курортов приведены по состоянию на момент Мая 2022 г.

0 50 км 200 км

SWOT-анализ

В настоящий момент основное преимущество макрорегиона — это близость к Москве и значительное количество важных культурно-исторических достопримечательностей.

Сильные стороны

1. Удобное географическое положение — близость к Москве.
2. Для жителей ЦФО — это устоявшееся направление на выходные, чтобы сменить обстановку. До многих интересных мест можно за 2–4 часа легко доехать из Москвы на машине.
3. В сознании как российских, так и зарубежных туристов БЗК связан с культурным туризмом, так же считают и местные жители. Много малых исторических городов с важными достопримечательностями, в том числе из списка ЮНЕСКО.
4. Топоним «Золотое кольцо» хорошо известен в России и за границей.
5. Круглогодично доступные достопримечательности.
6. Размер территории позволяет совершать как однодневные вылазки из Москвы, так и многодневные путешествия.
7. Разнообразная событийная программа.
8. Местные гастрономические традиции и местные ремесла.
9. Разнообразие услуг частного сектора — от мини-отелей до гидов.
10. Местные жители позитивно оценивают туристические перспективы своего региона и положительно относятся к туристам в своем регионе.
11. Рост количества специалистов СПО по направлениям «Туризм».
12. Наличие недоиспользованных водных и зеленых ресурсов для развития рекреационного, эко- и оздоровительного туризма.

Слабые стороны

1. Существующие туристские продукты не отличаются разнообразием: достопримечательности в разных городах однотипны (храмы, монастыри, музеи).
2. Территория в меньшей степени ассоциируется с природным и оздоровительным туризмом, а также с длительными поездками.
3. Отсутствует центральный координирующий орган (турофис) и единая стратегия развития.
4. Нехватка современных объектов размещения.
5. Многие памятники в плохом состоянии, городские и прилегающие территории не благоустроены: налицо резкий контраст между отдельными аккуратными туристическими местами и остальной местностью.
6. В течение недели номерной фонд пустует: сюда приезжают главным образом на выходные.
7. Нехватка кадров с высшим образованием и финансирования: городские и региональные власти уделяют недостаточно внимания туризму.
8. У городов макрорегиона нет туристической специализации, поэтому они соревнуются за внимание туристов друг с другом.
9. Отсутствует единая маркетинговая стратегия, людям недостаточно часто и последовательно объясняют, что здесь смотреть.
10. Сложная логистика внутри регионов БЗК: до региональных центров удобно добраться на поезде или на машине, по региону построить комфортный самостоятельный маршрут почти нет возможности из-за качества дорог и нехватки общественного транспорта.

SWOT-анализ

Основные возможности заложены в близости к Москве и раскрученности топонима «Золотое кольцо»

Возможности

1. Использование известного топонима «Золотое кольцо» и превращение его в обновленный бренд за счет расширения его новыми туристическими продуктами.
2. Привлечение миллионов туристов, ежегодно посещающих Москву.
3. Стабильный интерес к историко-культурным достопримечательностям и значительное число паломников.
4. Стремление горожан проводить выходные на природе.
5. Государственные программы развития территории.
6. Рост популярности круизов по всему миру (прерванный пандемией).
7. Растущий внутренний туризм и интерес международных туристов к новым направлениям.
8. Единая концепция развития и общий центр управления (турофис).
9. Разработка единого бренда, поддерживающего развитие каждого отдельного региона и города (синергия).
10. Диверсификация предложения, разработка продуктов и пакетов, рассчитанных на разные целевые аудитории, за счет использования как историко-культурного потенциала, так и природного.
11. Создание на территории комплексной туристической экосистемы высокого уровня, которая сможет стимулировать туриста из Москвы и ЦФО к всесезонным поездкам.
12. Создание новых туристических продуктов длительностью от трех дней для привлечения туристов из дальних регионов России, а также иностранцев.
13. Туристическая отрасль создает мультипликационный эффект, создавая рабочие места и привлекая дополнительные инвестиции в другие отрасли.

Риски

1. Нехватка кадров и бюджетных средств для развития туристического направления.
2. Ухудшение экономической и геополитической ситуации в России и в мире. Усложненное сотрудничество между регионами, несовершенство законодательных механизмов.
3. Несоответствие качества образования современным стандартам.
4. Местные жители мало участвуют в туристической экономике, предпринимательство в этом секторе может играть более значительную роль, з/п на данный момент ниже средних значений по регионам.
5. Недостаточные инвестиции государства в туристическую инфраструктуру и развитие территории.
Важные достопримечательности являются одновременно музеями и православными храмами, что создает дополнительные административные сложности.
6. Централизованная система налогообложения, при которой региональным и местным властям почти ничего не достается, поэтому они не заинтересованы в расширении туристической инфраструктуры.
7. Не все города Золотого кольца одинаково известны, потоки туристов распределяются неравномерно.
8. Большая часть российских туристов предпочитает Сочи, Анапу и другие морские курорты. Отсутствие сильного конкурентного преимущества на территории БЗК.
9. Низкий уровень проникновения и качества инженерной инфраструктуры за пределами крупных городов, что увеличивает стоимость инвестиционных проектов и уменьшает их привлекательность для частных инвесторов.

Приложение

Источники турпотока в макрорегион в 2021 г.

Посетители из-за рубежа (% от всех зарубежных туристов/экскурсантов) [1, 2]

Страна	Туристы	Экскурсанты
Беларусь	13,67%	16,43%
Украина	9,28%	13,17%
Таджикистан	9,22%	7,88%
Эстония	8,64%	4,15%
Узбекистан	6,88%	7,52%
Германия	5,46%	4,86%
Литва	4,48%	1,59%
Молдавия	3,57%	2,64%
Польша	3,22%	1,90%
Турция	3,08%	3,92%
Латвия	2,51%	1,28%
Великобритания	2,01%	1,39%
Азербайджан	1,86%	1,94%
США	1,76%	2,38%
Киргизия	1,70%	1,66%
Франция	1,62%	1,68%
Италия	1,52%	1,62%
Израиль	1,48%	2,02%
Армения	1,44%	0,99%
ОАЭ	1,36%	2,34%
Казахстан	1,29%	0,85%
Испания	1,25%	1,16%
Чехия	1,10%	1,09%
Сербия	1,02%	0,94%
Кипр	0,82%	0,63%
Китай	0,80%	1,48%
Египет	0,79%	1,82%
Швеция	0,78%	1,28%
Швейцария	0,66%	0,49%
Финляндия	0,66%	0,70%
Греция	0,45%	0,58%
Грузия	0,42%	0,21%
Болгария	0,41%	0,37%
Австрия	0,41%	0,42%
Нидерланды	0,25%	0,17%
Венгрия	0,23%	0,19%
Дания	0,21%	0,15%
Словакия	0,21%	0,18%
Черногория	0,18%	0,16%
Норвегия	0,16%	0,30%
Нигерия	0,16%	0,14%

Страна	Туристы	Экскурсанты
Вьетнам	0,15%	0,26%
Таиланд	0,14%	0,19%
Хорватия	0,13%	0,12%
Словения	0,13%	0,08%
Ирландия	0,13%	0,12%
Румыния	0,12%	0,11%
Шри-Ланка	0,12%	0,27%
Республика Корея	0,12%	0,22%
Бельгия	0,12%	0,18%
Саудовская Аравия	0,12%	0,30%
Индонезия	0,09%	0,14%
Канада	0,08%	0,07%
Марокко	0,08%	0,40%
Ирак	0,07%	0,24%
Северная Македония	0,07%	0,05%
Португалия	0,07%	0,10%
Люксембург	0,06%	0,05%
Босния и Герцеговина	0,05%	0,06%
Мальта	0,05%	0,06%
Ливан	0,05%	0,14%
Сингапур	0,04%	0,04%
Япония	0,04%	0,08%
Алжир	0,04%	0,09%
Сирия	0,04%	0,09%
Катар	0,04%	0,06%
Иордания	0,03%	0,09%
Гонконг	0,03%	0,02%
ЮАР	0,03%	0,05%
Филиппины	0,03%	0,07%
Бахрейн	0,02%	0,06%
Ангола	0,02%	0,05%
Танзания	0,02%	0,04%
Бразилия	0,02%	0,05%
Тунис	0,02%	0,03%
Гана	0,02%	0,03%
Чили	0,02%	0,02%
Австралия	0,02%	0,02%
Албания	0,02%	0,02%
Прочие	0,28%	0,62%

Посетители из России (% от всех российских туристов/экскурсантов) [1, 2]

Регион России	Туристы	Экскурсанты
г. Москва	47,86%	27,96%
Московская область	7,64%	9,03%
г. Санкт-Петербург	4,74%	6,72%
Нижегородская область	2,99%	4,30%
Краснодарский край	1,79%	2,00%
Ленинградская область	1,71%	2,38%
Воронежская область	1,25%	1,74%
Ростовская область	1,22%	1,25%
Смоленская область	0,98%	1,46%
Самарская область	0,94%	1,17%
Саратовская область	0,91%	1,12%
Владимирская область	0,90%	1,54%
Свердловская область	0,90%	0,98%
Челябинская область	0,90%	0,79%
Республика Татарстан	0,89%	0,98%
Республика Дагестан	0,87%	0,75%
Волгоградская область	0,86%	0,97%
Брянская область	0,84%	1,34%
Вологодская область	0,83%	1,48%
Архангельская область	0,80%	1,19%
Тульская область	0,78%	1,22%
Калужская область	0,76%	1,03%
Тверская область	0,69%	1,13%
Рязанская область	0,66%	1,23%
Белгородская область	0,64%	0,85%
Чувашская Республика	0,63%	0,62%
Ярославская область	0,62%	1,26%
Ставропольский край	0,62%	0,52%
Курская область	0,62%	0,86%
Пензенская область	0,60%	0,71%
Пермский край	0,59%	0,80%
Липецкая область	0,56%	0,89%
Орловская область	0,55%	0,87%
Мурманская область	0,55%	1,32%
Республика Башкортостан	0,52%	0,61%
Ульяновская область	0,52%	0,52%
Ивановская область	0,51%	1,36%
Тамбовская область	0,46%	0,63%
Республика Мордовия	0,42%	0,49%
Оренбургская область	0,42%	0,51%
ХМАО	0,39%	0,69%
Новгородская область	0,39%	0,51%

Регион России	Туристы	Экскурсанты
Калининградская область	0,37%	0,51%
Удмуртская Республика	0,37%	0,56%
Чеченская Республика	0,37%	0,30%
Кировская область	0,36%	0,53%
Новосибирская область	0,35%	0,35%
Костромская область	0,33%	0,89%
Омская область	0,33%	0,46%
Республика Коми	0,32%	0,45%
Астраханская область	0,32%	0,35%
Ямало-Ненецкий а. о.	0,30%	0,96%
Красноярский край	0,27%	0,43%
Тюменская область	0,27%	0,35%
Псковская область	0,26%	0,30%
Приморский край	0,24%	0,40%
Республика Карелия	0,23%	0,51%
Иркутская область	0,23%	0,42%
Кемеровская область	0,23%	0,33%
Республика Марий Эл	0,22%	0,23%
Хабаровский край	0,20%	0,40%
Кабардино-Балкария	0,19%	0,14%
Республика Саха (Якутия)	0,17%	0,40%
Алтайский край	0,16%	0,20%
Республика Сев. Осетия	0,14%	0,12%
Республика Бурятия	0,12%	0,18%
Забайкальский край	0,12%	0,20%
Амурская область	0,12%	0,39%
Камчатский край	0,12%	0,32%
Сахалинская область	0,12%	0,33%
Томская область	0,11%	0,24%
Карачаево-Черкессия	0,11%	0,09%
Республика Калмыкия	0,10%	0,09%
Республика Ингушетия	0,10%	0,12%
Республика Адыгея	0,09%	0,08%
Курганская область	0,09%	0,07%
Магаданская область	0,07%	0,19%
Республика Хакасия	0,05%	0,07%
Чукотский а. о.	0,04%	0,09%
Республика Тыва (Тува)	0,02%	0,04%
Еврейская а. о.	0,02%	0,04%
Республика Алтай	0,02%	0,03%
Ненецкий а. о.	0,00%	0,00%

1. Расчет КБ Стрелка на основе данных мобильных операторов и данных соцопроса. Значения были сформированы на основе данных сотовых операторов по количеству посетителей региона и их поездок за 2021 год с последующей корректировкой на посетителей-дачников и посетителей друзей и родственников (их доля была определена по результатам соцопроса).
2. Данные по макрорегиону БЗК, как единой территории (не равны сумме значений по отдельным регионам ввиду того, что при расчете данных по макрорегиону исключалось дублирование данных: 1 посетитель, который ездил в 2 и более регионов за поездку, в данном случае учитывается 1 раз).

Источники турпотока в 9 регионов БЗК в 2021 г.

Доля посетителей (туристов и экскурсантов) из указанных регионов в общем числе посетителей из России (туристов и экскурсантов), % [1, 2, 3]

Жирным начертанием выделены регионы Большого Золотого кольца

Владимирская область

г. Москва	27,8%
Московская область	26,2%
Нижегородская область	17,2%
Ивановская область	4,3%
г. Санкт-Петербург	2,4%
Чувашская Республика	1,7%
Кировская область	1,5%
Рязанская область	1,5%
Республика Татарстан	1,4%
Ленинградская область	0,9%
Прочие регионы	15,1%

Ивановская область

Московская область	18,9%
Владимирская область	15,1%
Нижегородская область	13,9%
г. Москва	12,2%
Костромская область	9,3%
Ярославская область	8,9%
г. Санкт-Петербург	2,6%
Вологодская область	2,3%
Ленинградская область	1,2%
Архангельская область	0,9%
Прочие регионы	14,6%

Калужская область

г. Москва	44,4%
Московская область	31,1%
Брянская область	7,0%
Тульская область	2,8%
Смоленская область	2,3%
г. Санкт-Петербург	1,5%
Орловская область	0,9%
Курская область	0,7%
Ленинградская область	0,6%
Нижегородская область	0,6%
Прочие регионы	8,2%

Костромская область

Московская область	12,6%
г. Москва	12,2%
Ярославская область	11,8%
Ивановская область	9,5%
Кировская область	6,4%
г. Санкт-Петербург	5,2%
Пермский край	4,4%
Вологодская область	4,2%
Свердловская область	3,9%
Нижегородская область	3,3%
Прочие регионы	26,3%

Московская область

г. Москва	48,6%
г. Санкт-Петербург	3,2%
Тверская область	2,2%
Рязанская область	2,2%
Владимирская область	2,1%
Тульская область	2,0%
Нижегородская область	1,9%
Краснодарский край	1,8%
Калужская область	1,6%
Смоленская область	1,6%
Прочие регионы	32,7%

Рязанская область

г. Москва	25,5%
Московская область	20,1%
Пензенская область	4,5%
Самарская область	4,3%
Республика Мордовия	3,5%
Владимирская область	3,3%
Тамбовская область	3,3%
Нижегородская область	3,0%
Тульская область	2,9%
Саратовская область	2,9%
Прочие регионы	26,7%

Тверская область

г. Москва	26,6%
Московская область	24,7%
г. Санкт-Петербург	15,6%
Ленинградская область	5,6%
Новгородская область	2,5%
Мурманская область	1,9%
Ярославская область	1,7%
Смоленская область	1,7%
Псковская область	1,4%
Нижегородская область	1,3%
Прочие регионы	17,0%

Тульская область

г. Москва	29,0%
Московская область	26,0%
Калужская область	4,5%
г. Санкт-Петербург	4,0%
Орловская область	3,6%
Воронежская область	3,6%
Липецкая область	3,3%
Краснодарский край	2,3%
Рязанская область	2,2%
Курская область	2,0%
Прочие регионы	19,5%

Ярославская область

Московская область	22,1%
г. Москва	19,8%
Вологодская область	11,8%
Архангельская область	6,7%
Костромская область	5,7%
Ивановская область	4,0%
г. Санкт-Петербург	3,9%
Республика Коми	2,1%
Нижегородская область	1,7%
Владимирская область	1,7%
Прочие регионы	20,5%

1. Расчет КБ Стрелка на основе данных мобильных операторов и данных соцопроса. Значения были сформированы на основе данных сотовых операторов по количеству посетителей региона и их поездок за 2021 год с последующей корректировкой на посетителей-дачников по результатам соцопроса.
2. Данные по отдельным регионам БЗК (учитываются все посетители региона за год).
3. Жирным отмечены регионы БЗК (источники турпотока в указанный регион БЗК).

Методика определения объема и характеристик турпотока

Этап 1.

Определение общего количества посетителей БЗК — туристов и экскурсантов из России и из-за рубежа

Данные сотовых операторов

На данном этапе проводится подсчет всех посетителей регионов БЗК при условии, что они:

- провели 3–24 часа (экскурсанты) или более 24 часов (туристы) в отчетном месяце на анализируемой территории;
- зона проживания не принадлежит анализируемой территории;
- зона работы не принадлежит анализируемой территории;
- провели на анализируемой территории не более 23 календарных дней со дня прибытия.

Этап 2.

Корректировка полученных значений турпотока на долю посетителей, совершающих поездки на дачу, расположенную на территории БЗК, либо к родственникам и друзьям

Данные соцопроса

Посетители-дачники, как и посетители родственников и друзей, живущих в БЗК, обладают схожими общими паттернами поездок с туристами и экскурсантами (перечисленными на этапе 1), ввиду чего требуются дополнительные источники информации о целях поездок среди потенциальных туристов и экскурсантов на территории.

На данном этапе определяется % дачников среди респондентов, посещающих территорию БЗК с целью проживания на даче (без туристических целей), а также посетителей друзей и родственников. Данные корректируются как на уровне макрорегиона, так и на уровне отдельных регионов с учетом регионов-источников потока.

Этап 3.

Определение характеристик посетителей и средней продолжительности пребывания

Данные сотовых операторов, соцопроса и официальная статистика по КСР (Росстат)

Характеристики туристов и экскурсантов уточняются с использованием комплекса источников данных для большего охвата параметров.

Так, социально-экономические параметры определяются на основании данных сотовых операторов (с верификацией по результатам соцопроса), а сезонность и средняя продолжительность поездок — по данным форм ФСН КСР-1 (Росстат).

Инженерные коммуникации
Обращение с ТКО

Основные тарифы по сбору, вывозу и захоронению ТКО

Тариф, руб./куб. м

Регион	Оператор	2022	2021	2020	2019
Владимирская область	ООО «Хартия»	520,51	512,33		
Владимирская область	ООО «Эко-транс»	599,47	614,74		
Владимирская область	ООО «Биотехнологии»	526,57	510,97	548,04	
Ивановская область	ООО «Региональный оператор по обращению с ТКО»		540,81	524,03	
Калужская область	ГП «КРЭО»	469,40	454,30		
Костромская область	ООО «ЭкоТехноМенеджмент»		577,76		
Костромская область	ООО «Полигон»		523,61		
Костромская область	ООО «Спецтранс»		504,90		
Московская область	ООО «Хартия»	764,20	752,51		
Московская область	ООО «МСК-НТ»	822,94	798,53		
Московская область	ООО «Сергиево-Посадский региональный оператор»	894,80	883,95		
Московская область	ООО «Рузский региональный оператор»	981,02	967,93		
Московская область	ООО «Каширский региональный оператор»	904,95	894,63		
Московская область	ООО «ЭкоЛайн-Воскресенск»	813,35	801,41		
Московская область	ООО «Экопромсервис»	922,83	911,69		
Рязанская область	ООО «Эко-Пронск»		497,55	490,14	
Тверская область	ООО «Тверьспецавтохозяйство»	559,72	558,33		
Тульская область	ООО «Хартия»	580,10	562,46		
Тульская область	ООО «МСК-НТ»	694,58	671,45		
Ярославская	ООО «Хартия»	536,08	530,85	525,00	479,54

Транспортная инфраструктура
Воздушный транспорт

Сводный анализ воздушного транспорта

Область	Наименование аэропорта	Адрес аэропорта	Количество внутренних направлений	Наличие международного пункта пропуска	Количество международных направлений	Класс аэропорта по массе принимаемых воздушных судов	Класс аэродрома/ вертодрома	Пассажиропоток аэропорта за 2021 год, чел./год	Максимальная теоретическая пропускная способность аэропорта, чел./год	Использование пропускной способности, %
Ивановская	Иваново (Южный)	Ивановская область, д. Коляново, Лежневское ш., 3	4	Нет	0	1	В	68 125,00	219 000,00	31,00
Калужская	Калуга (Грабцево)	Калужская область, г. Калуга, Взлётная ул., 46	12	Да	6	1	В	200 133,00	3 066 000,00	7,00
Костромская	Кострома (Сокеркино)	Костромская область, г. Кострома, ул. Костромская, 120	2	Нет	0	3	Г	9 750,00	262 800,00	4,00
Московская	Аэропорт Шереметьево	Московская область, Химки, Международное шоссе, 1А	66	Да	143	Вне класса	А	30 620 000,00	55 000 000,00	56,00
Московская	Аэропорт Домодедово	Московская область, Домодедовский район, аэропорт Домодедово	92	Да	102	Вне класса	А	25 060 000,00	45 000 000,00	56,00
г. Москва	Аэропорт Внуково	г. Москва, п. Внуково, 2-я Рейсовая ул., 2, корп. 5	47	Да	30	Вне класса	А	18 000 000	35 000 000,00	51,00
Московская	Аэропорт Жуковский	Жуковский, ул. Наркомвод, 3	0	Да	18	Вне класса	А	475 000	4 000 000,00	12,00
Ярославская	Ярославль (Туношна)	Туношна-городок 26	7	Да	0	1	В	98 557,00	1 576 800,00	6,00

Образование
Перечень образовательных организаций (1/6)

Образовательные организации, осуществляющие подготовку по программам высшего образования

Субъект	Образовательное учреждение	Направления подготовки	Бюджетные места (2022-2023)	Контрактные места (2022-2023)
Владимирская область	Владимирский филиал «Российский университет кооперации»	43.03.01 Сервис	0	45
	Муромский институт (филиал) «Владимирский государственный университет имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»(МИ ВлГУ)	43.03.02 Туризм	8	42
	«Владимирский государственный университет имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»	43.03.01 Сервис	0	15
		43.03.02 Туризм	16	8
		43.03.03 Гостиничное дело	16	7
Ивановская область	«Ивановский государственный политехнический университет»	43.03.01 Сервис	40	30
	Шуйский филиал Федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Ивановский государственный университет»	43.03.01 Сервис	12	30
Калужская область	«Калужский государственный университет им. К.Э. Циолковского»	43.03.01 Сервис	17	10
Костромская область	«Костромской государственный университет»	43.03.02 Туризм	0	35
		43.04.02 Туризм	7	8
Московская область	Государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования Московской области «Академия социального управления»	43.03.02 Туризм	0	55
		43.03.03 Гостиничное дело	0	55
		43.04.02 Туризм	0	15
	Государственное образовательное учреждение высшего образования Московской области «Государственный социально-гуманитарный университет»	43.03.02 Туризм	15	1
	Домодедовский филиал Автономной некоммерческой организации высшего образования «Российский новый университет»	43.03.03 Гостиничное дело	0	35
	Образовательное частное учреждение высшего образования «Российская международная академия туризма»	43.03.02 Туризм	0	90
		43.03.03 Гостиничное дело	0	60
	«Гжельский государственный университет»	43.03.02 Туризм	69	30
		43.04.02 Туризм	30	10

Образование
Перечень образовательных организаций (2/6)

Образовательные организации, осуществляющие подготовку по программам высшего образования

Субъект	Образовательное учреждение	Направления подготовки	Бюджетные места (2022-2023)	Контрактные места (2022-2023)
Московская область	«Российский государственный университет туризма и сервиса»	43.03.01 Сервис	53	177
		43.03.02 Туризм	43	257
		43.03.03 Гостиничное дело	35	205
		43.04.01 Сервис	90	30
		43.04.02 Туризм	135	105
		43.04.03 Гостиничное дело	145	95
Рязанская область	Автономная некоммерческая организация высшего образования «Современный технический университет»	43.03.01 Сервис	0	65
	«Рязанский государственный университет имени С.А. Есенина»	43.03.01 Сервис	11	10
		43.03.02 Туризм	11	10
		43.03.03 Гостиничное дело	6	5
Тверская область	«Тверской государственный университет»	43.03.01 Сервис	13	15
		43.03.02 Туризм	12	13
	«Тверской государственный технический университет»	43.03.01 Сервис	0	70
Тульская область	Новомосковский институт (филиал) «Российский химико-технологичесий университет имени Д.И.Менделеева»	43.03.01 Сервис	30	35
	«Тульский государственный педагогический университет им. Л.Н. Толстого»	43.03.01 Сервис	24	10
		43.03.02 Туризм	30	15
	«Тульский государственный университет»	43.03.01 Сервис	12	140
		43.03.03 Гостиничное дело	11	130
		43.04.02 Туризм	14	45
Ярославская область	Образовательная организация высшего образования (частное учреждение) «Международная академия бизнеса и новых технологий (МУБиНТ)»	43.03.02 Туризм	0	40
		43.03.03 Гостиничное дело	0	40
	«Ярославский государственный университет им. П.Г. Демидова»	43.03.02 Туризм	46	15
		43.04.02 Туризм	15	2
	Рыбинский государственный авиационный технический университет имени П. А. Соловьёва	43.03.01 Сервис	0	30

Образование
Перечень образовательных организаций (3/6)

Образовательные организации, осуществляющие подготовку по программам среднего профессионального образования

Субъект	Образовательное учреждение	Направления подготовки
Владимирская область	Суздальский индустриально-гуманитарный колледж	43.02.11 Гостиничный сервис; 43.02.14 Гостиничное дело
	Владимирский экономико-технологический колледж	43.02.01 Организация обслуживания в общественном питании
	Вязниковский технико-экономический колледж	43.02.11 Гостиничный сервис
	Александровский промышленно-гуманитарный колледж	43.02.11 Гостиничный сервис; 43.02.14 Гостиничное дело
	Ковровский транспортный колледж	43.02.12 Технология эстетических услуг
	Владимирский техникум экономики и права	43.02.10 Туризм; 43.02.12 Технология эстетических услуг; 43.02.14 Гостиничное дело
Ивановская область	Ивановский колледж сферы услуг	43.02.01 Организация обслуживания в общественном питании; 43.02.10 Туризм; 43.02.14 Гостиничное дело
	Плесский колледж бизнеса и туризма	43.02.10 Туризм; 43.02.11 Гостиничный сервис
	Кинешемский технологический колледж	43.02.10 Туризм; 43.02.11Гостиничный сервис
	Ивановский медицинский колледж	43.02.12 Технология эстетических услуг
	Ивановский фармацевтический колледж	43.02.12 Технология эстетических услуг
	Ивановский автотранспортный колледж	43.02.01 Организация обслуживания в общественном питании
Калужская область	Среднерусский колледж управления и бизнеса	43.02.10 Туризм; 43.02.14 Гостиничное дело
	Обнинский гуманитарный колледж	43.02.10 Туризм
	Калужский колледж экономики и технологий	43.02.01 Организация обслуживания в общественном питании; 43.02.10 Туризм; 43.02.11 Гостиничный сервис; 43.02.14 Гостиничное дело
	Калужский областной колледж культуры и искусств	43.02.10 Туризм
	Обнинский колледж технологий и услуг	43.02.01 Организация обслуживания в общественном питании; 43.02.10 Туризм; 43.02.11 Гостиничный сервис; 43.02.14 Гостиничное дело

Образование
Перечень образовательных организаций (4/6)

Образовательные организации, осуществляющие подготовку по программам среднего профессионального образования

Субъект	Образовательное учреждение	Направления подготовки
Костромская область	Костромской торгово-экономический колледж	43.02.01 Организация обслуживания в общественном питании; 43.02.11 Гостиничный сервис; 43.02.14 Гостиничное дело
	Буйский техникум градостроительства и предпринимательства	43.02.11 Гостиничный сервис; 43.02.14 Гостиничное дело
	Колледж Костромской государственный университет	43.02.10 Туризм; 43.02.11 Гостиничный сервис
Московская область	Колледж Гжельский государственный университет	43.02.10 Туризм; 43.02.11 Гостиничный сервис; 43.02.14 Гостиничное дело
	Коломенский аграрный колледж	43.02.10 Туризм; 43.02.14 Гостиничное дело
	Серпуховский колледж	43.02.10 Туризм; 43.02.14 Гостиничное дело
	Колледж Университета Дубна — в г. Лыткарино	43.02.10 Туризм
	Сергиево-Посадский колледж	43.02.10 Туризм; 43.02.14 Гостиничное дело
	Колледж Университета Дубна — в г. Дмитров	43.02.01 Организация обслуживания в общественном питании; 43.02.10 Туризм; 43.02.14 Гостиничное дело
	Колледж Университета Дубна	43.02.10 Туризм
	Колледж Подмосковье	43.02.01 Организация обслуживания в общественном питании; 43.02.10 Туризм; 43.02.12 Технология эстетических услуг; 43.02.14 Гостиничное дело
	Можайский техникум	43.02.10 Туризм
	Колледж Российского государственного гуманитарного университета — в г. Домодедово	43.02.10 Туризм
	Колледж Российской международной академии туризма — в г. Воскресенск	43.02.10 Туризм
	Колледж Российской международной академии туризма — в п. Большие Вязёмы	43.02.10 Туризм
	Красногорский колледж — филиал в г. Звенигород	43.02.10 Туризм; 43.02.14 Гостиничное дело
	Колледж инновационных технологий, бизнеса и права Лидер	43.02.10 Туризм
	Ногинский колледж	43.02.01 Организация обслуживания в общественном питании; 43.02.10 Туризм; 43.02.11 Гостиничный сервис; 43.02.14 Гостиничное дело
	Колледж Российского государственного университета туризма и сервиса	43.02.01 Организация обслуживания в общественном питании; 43.02.10 Туризм; 43.02.11 Гостиничный сервис; 43.02.14 Гостиничное дело
	Луховицкий аграрно-промышленный техникум	43.02.10 Туризм; 43.02.14 Гостиничное дело
	Подмосковный колледж Энергия	43.02.10 Туризм; 43.02.14 Гостиничное дело
	Колледж Бизнес-академия экономики и сервиса	43.02.10 Туризм
	Колледж Российский университет кооперации	43.02.01 Организация обслуживания в общественном питании; 43.02.11 Гостиничный сервис; 43.02.14 Гостиничное дело

Образование
Перечень образовательных организаций (5/6)

Образовательные организации, осуществляющие подготовку по программам среднего профессионального образования

Субъект	Образовательное учреждение	Направления подготовки
Московская область	Раменский колледж	43.02.01 Организация обслуживания в общественном питании; 43.02.11 Гостиничный сервис
	Серпуховский городской открытый колледж	43.02.11 Гостиничный сервис
	Колледж Российский новый университет — в г. Домодедово	43.02.11 Гостиничный сервис
	Московский областной колледж финансов и управления	43.02.11 Гостиничный сервис
	Краснознаменский городской колледж	43.02.11 Гостиничный сервис; 43.02.14 Гостиничное дело
	Егорьевский техникум	43.02.01 Организация обслуживания в общественном питании
	Подольский колледж им. А.В. Никулина	43.02.01 Организация обслуживания в общественном питании
	Чеховский техникум	43.02.01 Организация обслуживания в общественном питании
	Щелковский колледж	43.02.12 Технология эстетических услуг; 43.02.14 Гостиничное дело
	Павлово-Посадский техникум	43.02.12 Технология эстетических услуг
	Орехово-Зуевский техникум	43.02.12 Технология эстетических услуг
Рязанская область	Рязанский педагогический колледж	43.02.10 Туризм; 43.02.14 Гостиничное дело
	Рязанский колледж культуры	43.02.10 Туризм
	Рязанский педагогический колледж — филиал в г. Касимов	43.02.10 Туризм
	Михайловский экономический колледж-интернат	43.02.11 Гостиничный сервис; 43.02.14 Гостиничное дело
	Рязанский многопрофильный колледж	43.02.01 Организация обслуживания в общественном питании; 43.02.11 Гостиничный сервис
	Рязанский технологический колледж	43.02.01 Организация обслуживания в общественном питании
Тверская область	Тверской колледж им. А.Н. Коняева	43.02.10 Туризм; 43.02.11 Гостиничный сервис
	Калязинский колледж	43.02.10 Туризм; 43.02.11 Гостиничный сервис
	Осташковский колледж	43.02.10 Туризм; 43.02.11 Гостиничный сервис
	Тверской колледж сервиса и туризма	43.02.01 Организация обслуживания в общественном питании; 43.02.10 Туризм; 43.02.14 Гостиничное дело
	Бежецкий колледж им. А.М. Переслегина	43.02.10 Туризм
	Кашинский колледж	43.02.10 Туризм
	Старицкий колледж	43.02.10 Туризм
	Тверской технологический колледж	43.02.10 Туризм; 43.02.11 Гостиничный сервис
	Тверской торгово-экономический колледж	43.02.01 Организация обслуживания в общественном питании; 43.02.10 Туризм
	Ржевский технологический колледж	43.02.10 Туризм
	Торжокский государственный промышленно-гуманитарный колледж	43.02.11 Гостиничный сервис; 43.02.14 Гостиничное дело

Образование
Перечень образовательных организаций (6/6)

Образовательные организации, осуществляющие подготовку по программам среднего профессионального образования

Субъект	Образовательное учреждение	Направления подготовки
Тверская область	Западнодвинский технологический колледж им. И.А. Ковалева	43.02.14 Гостиничное дело
	Конаковский колледж	43.02.14 Гостиничное дело
Тульская область	Открытый социально-экономический колледж	43.02.10 Туризм
	Донской политехнический колледж	43.02.10 Туризм
	Алексинский машиностроительный техникум	43.02.10 Туризм; 43.02.12 Технология эстетических услуг; 43.02.14 Гостиничное дело
	Тульский колледж профессиональных технологий и сервиса	43.02.01 Организация обслуживания в общественном питании; 43.02.10 Туризм; 43.02.11 Гостиничный сервис; 43.02.12 Технология эстетических услуг
	Тульский колледж строительства и отраслевых технологий	43.02.10 Туризм; 43.02.11 Гостиничный сервис; 43.02.14 Гостиничное дело
	Техникум технологий пищевых производств	43.02.01 Организация обслуживания в общественном питании; 43.02.14 Гостиничное дело
Ярославская область	Ярославский торгово-экономический колледж	43.02.01 Организация обслуживания в общественном питании; 43.02.10 Туризм; 43.02.11 Гостиничный сервис; 43.02.14 Гостиничное дело
	Ярославский колледж управления и профессиональных технологий	43.02.01 Организация обслуживания в общественном питании; 43.02.10 Туризм; 43.02.11 Гостиничный сервис
	Колледж Ярославского государственного университета им. П.Г. Демидова	43.02.10 Туризм; 43.02.11 Гостиничный сервис
	Переславский колледж им. А. Невского	43.02.10 Туризм; 43.02.11 Гостиничный сервис
	Рыбинский полиграфический колледж	43.02.10 Туризм; 43.02.11 Гостиничный сервис
	Угличский индустриально-педагогический колледж	43.02.01 Организация обслуживания в общественном питании; 43.02.10 Туризм; 43.02.11 Гостиничный сервис
	Угличский аграрно-политехнический колледж	43.02.10 Туризм; 43.02.11 Гостиничный сервис
	Ярославский градостроительный колледж	43.02.10 Туризм
	Ярославский колледж гостиничного и строительного сервиса	43.02.10 Туризм; 43.02.11 Гостиничный сервис; 43.02.14 Гостиничное дело
	Ярославский колледж сервиса и дизайна	43.02.11 Гостиничный сервис; 43.02.12 Технология эстетических услуг; 43.02.14 Гостиничное дело
	Ростовский колледж отраслевых технологий	43.02.11 Гостиничный сервис; 43.02.14 Гостиничное дело
	Рыбинский промышленно-экономический колледж	43.02.01 Организация обслуживания в общественном питании; 43.02.11 Гостиничный сервис; 43.02.14 Гостиничное дело
	Ярославский колледж индустрии питания	43.02.01 Организация обслуживания в общественном питании
	Борисоглебский политехнический колледж	43.02.01 Организация обслуживания в общественном питании

Транспортная инфраструктура



- границы регионов в составе БЗК
- границы туристических зон активности
- ядро всесезонного курорта*

Существующая транспортная инфраструктура:

- Транспортно-пересадочные узлы
- Автобусные маршруты
- Центры регионов
- Ж/д сообщение

Развитие транспортной инфраструктуры:

- Дополнительные автобусные маршруты
- Строительство дорог
- Дополнительные маршруты водного транспорта
- Р-132
- Потенциальный веломаршрут

* Локации ядер всесезонных курортов соответствуют решениям проекта на момент Мая 2022 г. Обновленные локации всесезонных курортов и других проектов отражены в Отчетах 2 и 3.

Источники фотографий

Максим Назаркин/fleetphoto.ru
FunART
Florstein/wikipedia.org
Пресс-служба ОАО «РЖД»
Baltic Tour
Пресс-служба Правительства Калужской области
Пресс-служба Театрального фестивалья «Толстой»
«Союзное Вече»
Ludvig14/CC BY-SA 4.0
Дом.РФ
Пресс-служба Одинцовского городского округа Московской области
aramis7.livejournal.com/
Flash rockin' man/sobory.ru
Артём Полухин/Тонкости туризма
Российское информационное агентство Рустим
Vladimir-city/wikipedia.org
Пресс-служба губернатора и правительства Московской области
Maurice/CC BY 2.0
Store norske leksikon
Tapio Haaja/Unsplash
Nordic Experience
Lāsma Artmane/Unsplash
CHARLES BRIDGE ECONOMIC HOSTEL
Сергей Жуков/asdela.ru
Александр Бормотин, Наталья Летунова
nikola-lenivets.ru
Пресс-служба МЧС России
Вячеслав Смирнов
Пресс-служба Костромской митрополии Русской Православной Церкви
Пресс-служба Свято-Троицкой Сергиевой Лавры
Пресс-служба Воскресенского Ново-Иерусалимского монастыря
Проект «Звенигородский вектор»
Вадим Разумов/vadimrazumov.ru
Музей-заповедник «Рязанский кремль»
ИТП «Град»
zdorovs.livejournal.com
Rz222/wikipedia.org
Пресс-служба правительства тверской области
Туристический портал Тульской области

pibig.info
Пресс-служба коттеджного поселка Михайлово
Roman NMSK/wikipedia.org
Илья Гарбузов
Яррегион
Парк-отель «Бухта Коприно»
Анатолий Грачев
Главный гостиничный комплекс «Суздаль»
Triumph Hotel
Глэмпинг Ново-Окатово
Radisson Resort, Zavidovo
Санаторий «Актер - Плес»
Парк-отель «Бухта Коприно»
Hilton Garden Inn
SK-ARCHITEKCI
База отдыха «Шахтер»
Курорт Завидово
Максим Великий
tabler.ru
Кафе-пиццерия «Мерано»
Василий Никитинский
Ресторан «Марк и Лев»
Ресторан «ЛябиХауз»
Отель Ресторан «Грандъ Сова»
Bar Budweis
ЯрМама
ЭТНОМИР
Земледельческое хозяйство Пьетро Мацца
Кирилл Моисеев
travel.dogrurik.ru
Грачев Андрей
Администрация города Торжок
Пресс-служба Городского округа Коломна
ayrat6366/wikimapia.org
Пресс-служба «ВкусВилл»
Яндекс.Карты
Туристский информационный центр Владимирской области
Официальный портал города Ярославля
Центр гостеприимства История места
Центр приёма гостей Тульской области
Туристско-информационный центр «Калужский край»
Пресс-служба администрации города Тверь
Туристский информационный центр Рязанской области

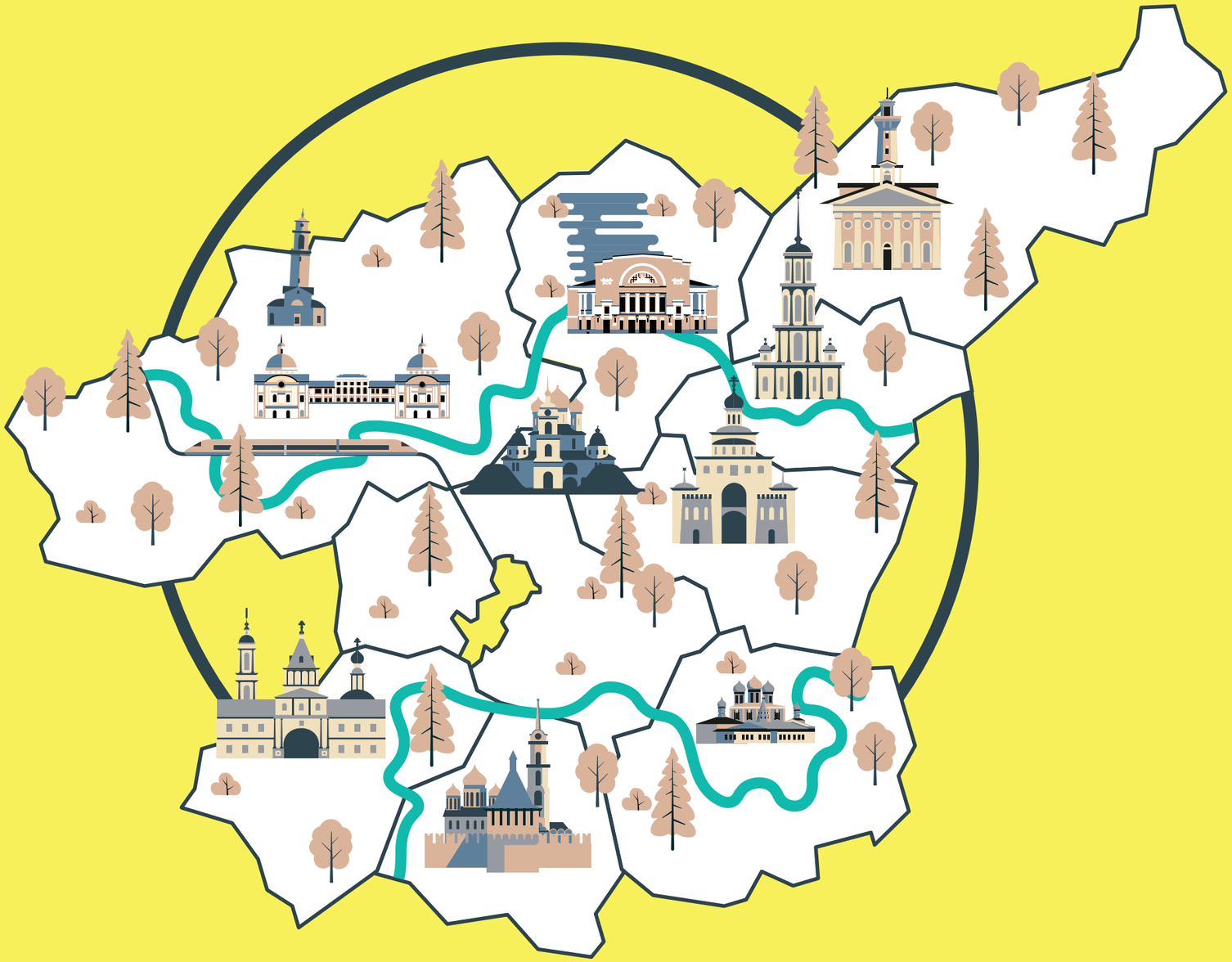
Департамент общественных связей Ярославской области
Пресс-служба администрации Костромской области
Alexxx Malev/flickr.com
Ольга Самойлова
Олег Леонов/Департамент капремонта Москвы
Лесо-Вед (Баранов)
КБ «Стрелка»
Новостной портал города Обнинска
Мой маленький транспорт/youtube.com
Kristian Pikner/wikipedia.org
Пресс-служба правительства Тверской области
Минкультуры России/culture.ru
IRA BLOCK
Aleks Svitt
Пресс-служба администрации Нижегородской области
«Михайлово» - коттеджный поселок
Алексей Куликов
WestWalesP/wikipedia.org
Stephanie McDowell
пресс-служба администрации Старорусского района
Ural_spotter/livejournal
Tourweek
ADAM GOLEC
Tim Stacks/flickr.com
apklausa.lt
Ostsee Schleswig Holstein
shagau.ru
AlexMakushin/flickr
Алексей Задонский/CC BY-SA 4.0

Источники фотографий (презентация)

Hilton Garden Inn
SK-ARCHITEKCI
Курорт Завидово
База отдыха «Шахтер»
Главный гостиничный комплекс «Суздаль»
Triumph Hotel
Radisson Resort, Zavidovo
Санаторий «Актер - Плес»
Парк-отель «Бухта Коприно»
Глэмпинг Ново-Окатово
Институт медиа, архитектуры и дизайна «Стрелка»
Maurice/CC BY 2.0
Store norske leksikon
Tapio Haaja/Unsplash
Nordic Experience
Lāsma Artmane/Unsplash
CHARLES BRIDGE ECONOMIC HOSTEL
AlexMakushin/flickr
Алексей Задонский/CC BY-SA 4.0

Часть 2

Схема туристического территориального проекта (мастер-плана) развития макротерритории Большое Золотое кольцо до 2035 года



ТУРИЗМ И ИНДУСТРИЯ ГОСТЕПРИИМСТВА
НАЦИОНАЛЬНЫЕ ПРОЕКТЫ РОССИИ

ВЭБ | ПРОГОРОД

1. Введение

Территория рассмотрения



Большая площадь покрытия

371 тыс. км² площадь территории

57% ЦФО

9 регионов

Густонаселенная урбанизированная территория

213 городов

16,7 млн чел. численность населения БЗК

Источники: Данные Росреестра (2020) и Минкульта России (2020).

Глоссарий: основные понятия

Туризм[1]

Временные выезды (путешествия) граждан Российской Федерации, иностранных граждан и лиц без гражданства (далее — лица) с постоянного места жительства в лечебно-оздоровительных, рекреационных, познавательных, физкультурно-спортивных, профессионально-деловых и иных целях без занятия деятельностью, связанной с получением дохода от источников в стране (месте) временного пребывания.

Турист[1]

Лицо, совершающее не менее одной ночевки в месте посещения в ходе осуществления туристической поездки.

Экскурсант[1]

Лицо, не совершающее ночевки в месте посещения в ходе осуществления туристической поездки.

Туристический маршрут[1]

Путь следования туристов (экскурсантов), включающий в себя посещение и (или) использование туристических ресурсов.

Туристическая поездка[2]

Поездка лица к основному пункту назначения, находящегося за пределами его (ее) обычной среды местонахождения, с любой основной целью (деловая поездка, отдых или иная личная цель), кроме работы по найму у работодателя-резидента в месте посещения.

Туристический поток[3]

Совокупность внутренних и въездных туристов, прибывших на туристическую территорию.

Коллективные средства размещения (КСР)[3]

Средства размещения (здания, часть здания, помещения), используемые для предоставления услуг средств размещения юридическими лицами.

Специализированные средства размещения[4]

Объекты туристической индустрии, представляющие собой коллективные средства размещения, которые предоставляют услуги размещения и дополнительные услуги в соответствии со своим назначением, специализацией, профилем работы и (или) направлением деятельности, а именно: туристические, оздоровительные, спортивные, физкультурно-оздоровительные, образовательные и другие.

Туристическая инфраструктура[3]

Коллективные средства размещения, объекты общественного питания, объекты туристического показа и посещения, объекты придорожного сервиса, объекты торговли и другие объекты, относящиеся к организациям, ведущим деятельность в соответствии с видами Общероссийского классификатора видов экономической деятельности, относящимися к собирательной классификационной группировке видов экономической деятельности «Туризм».

Мастер-план развития туристической территории[3]

План пространственного развития туристической территории, самостоятельный документ или раздел стратегического документа регионального и (или) муниципального уровня, определяющий локализацию проектов по развитию туристической территории. Мастер-план разрабатывается на всю территорию (часть) муниципальных образований либо территорию нескольких муниципальных образований в составе туристической территории, включает территорию точек притяжения, места локализации коллективных средств размещения, зоны объектов вспомогательной и транспортной инфраструктуры, обеспечивающей развитие туристической территории и иных зон.

1. Федеральный закон «Об основах туристической деятельности в Российской Федерации» от 24.11.1996 N 132-ФЗ.
2. Приказ Федеральной службы государственной статистики от 24.08.2012 N 465 «Об утверждении методологических положений о проведении статистических туристических обследований».
3. Стратегия развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 г.
4. Приказ Федеральной службы государственной статистики от 30 июля 2021 г. N 461 «Об утверждении форм федерального статистического наблюдения для организации федерального статистического наблюдения в сфере туризма».

Глоссарий: основные понятия

Внутренний турист (экскурсант)[2]

Лицо, осуществляющее туристическую поездку в пределах территории страны постоянного проживания.

Въездной турист (экскурсант)[2]

Лицо, осуществляющее туристическую поездку вне пределов территории страны постоянного проживания.

Расходы на туризм[2]

Затраты туристов на потребительские товары, услуги и ценности, приобретаемые для и в ходе осуществления туристических поездок, как для собственных нужд, так и для безвозмездной передачи. Помимо расходов самих туристов к ним относятся также расходы, которые оплачиваются или возмещаются третьими лицами.

Сезонность[3]

Путь следования туристов (экскурсантов), включающий в себя посещение и (или) использование туристических ресурсов.

Точки входа туристического потока[3]

Автовокзалы (автостанции), аэровокзалы, железнодорожные вокзалы, пассажирские остановочные пункты (платформы), морские и речные вокзалы, причалы и пристани, пункты пропуска на государственной границе Российской Федерации.

Туристический информационный центр[1]

Организация, осуществляющая деятельность по информированию физических и юридических лиц о туристических ресурсах и об объектах туристической индустрии, а также продвижению туристических продуктов на внутреннем и мировом туристических рынках.

Экскурсовод (гид)[1]

Профессионально подготовленное лицо, осуществляющее деятельность по ознакомлению экскурсантов (туристов) с объектами показа в стране (месте) временного пребывания.

Зона туристической активности[4]

Территории, определенные на основе расположения на макротерритории точек притяжения, популярных у туристов мест и развитых городских и природных территорий, в границах которых определены зоны развития или всесезонные курорты.

Система навигации и ориентирования в сфере туризма[1]

Совокупность необходимой для ориентирования туристов информации о туристических ресурсах и об объектах туристической индустрии и средств размещения такой
информации (информационных знаков, конструкций, сооружений, технических приспособлений и других носителей, предназначенных для распространения информации, за исключением рекламных конструкций).

Экологическая емкость туристической территории[3]

Величина допустимого совокупного воздействия всех источников на окружающую среду и (или) отдельные компоненты природной среды в пределах туристической территории и (или) акватории, при соблюдении которой обеспечивается устойчивое функционирование естественных экологических систем и сохраняется биологическое разнообразие.

Экологическая нагрузка на туристическую территорию[3]

Совокупное воздействие всех источников на окружающую среду и (или) отдельные компоненты природной среды в пределах туристической территории.

Ядро всесезонного курорта[4]

Часть территории всесезонного курорта с размещением инфраструктуры проживания, от которой базовая инфраструктура и ключевые аттракторы находятся в 30-минутной пешеходной доступности.

1. Федеральный закон «Об основах туристической деятельности в Российской Федерации» от 24.11.1996 N 132-ФЗ.
2. Приказ Федеральной службы государственной статистики от 24.08.2012 N 465 «Об утверждении методологических положений о проведении статистических туристических обследований».
3. Стратегия развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 г.
4. Определение КБ Стрелка в рамках данного мастер-плана.

Глоссарий: виды туризма

Культурно-познавательный (культурный) туризм[1]

Путешествие с познавательными целями, которое знакомит туриста с историко-культурными и природными ценностями, традициями и обычаями, в том числе посредством осуществления экскурсионной деятельности и проведения событийных мероприятий.

Лечебно-оздоровительный (оздоровительный) туризм[1]

Туризм с целью оздоровления и укрепления здоровья;

Сельский туризм[1]

Вид туризма, который предполагает временное размещение туристов в сельской местности с целью отдыха и (или) участия в сельскохозяйственных работах без извлечения туристом материальной выгоды.

Экологический (эко-) туризм[1]

Деятельность по организации путешествий, включающая все формы природного туризма, при которых основной мотивацией туристов является наблюдение и приобщение к природе при стремлении к ее сохранению.

Круизный туризм[1]

Путешествие на круизном судне по обозначенному маршруту в культурно-познавательных, досугово-рекреационных, оздоровительных, профессионально-деловых и других целях.

Деловой туризм[1]

Путешествие в профессионально-деловых целях (командировки, конференции, конгрессы, выставки, встречи, деловые мероприятия и пр.), включающее в себя предоставление услуг проезда, проживания, организации встреч, питания, культурного, музейного, досугового характера и т.п.

Промышленный туризм[1]

Посещения и мероприятия на объекте, позволяющие посетителям понять процессы и секреты производства, относящиеся к прошлому, настоящему или будущему.

Семейный туризм[2]

Частный случай туристической поездки, совершающийся вместе с детьми.

Гастротуризм[2]

Частный случай культурно-познавательного туризма, в котором культурные особенности воспринимаются через традиционную кухню.

Событийный туризм[2]

Частный случай туристической поездки, совершающейся с целью посещения события культурного, гастрономического, спортивного или делового характера.

Активный туризм[2]

Частный случай туристической поездки, основая цель которой заключается в проведении активного отдыха: участии в спортивных соревнованиях, отдыхе на горнолыжном курорте, занятии спортивными активностями на особенных природных или городских территориях.

1. Стратегия развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 г.
2. Определение КБ Стрелка в рамках данного мастер-плана.

2. Видение развития макротерритории

— Предпосылки развития территории

— Вызовы развития территории

— Стратегические цели и задачи

— Ключевые показатели

8 международных трендов, которые следует учитывать при развитии туризма на территории[1]

1

Цифровые кочевники[2]

Пандемия стала стимулом для появления нового формата путешествий, когда, работая удаленно, человек способен перемещаться между странами

2

Цифровые технологии

Развитие технологий «умного туризма» на основе больших данных, искусственного интеллекта, дополненной реальности, чат-ботов

3

Быстро развивающиеся выездные рынки

Один из примеров — страны БРИКС (Бразилия, Индия, Китай). Уже в 2019 году жители этих стран совершили более 140 миллионов международных поездок

4

Миллениалы как основная аудитория[3]

Миллениалы составляют 30% от общемирового населения и их предпочтения имеют свою специфику

5

Изменения предпочтений туристов

Основные тенденции последних лет: популяризация туризма выходного дня, нишевой туризм, снижение количества повторных поездок

6

Экологичность и устойчивость

Стремление к экономической, социальной и экологической устойчивости (для улучшения «качества» турпотока и заботы об окружающей среде)

7

Туризм впечатлений

Набирают популярность необычные форматы туристического продукта, сочетающие в себе аутентичность территории и высокое качество сервиса

8

Забота о здоровье

Рекреационный и оздоровительный туризм набирает популярность в последние годы (бум велнес-туризма в доковидное время, потребность восстановления — в постковидное)

1. Тренды отобраны экспертами PKF (консалтинговое агентство в сфере туризма) на основании международной практики и анализа ключевых документов в сфере туризма.
2. Цифровые кочевники — особая социальная категория людей, которая использует цифровые телекоммуникационные технологии для выполнения своих профессиональных обязанностей и ведет мобильный образ жизни.
3. Миллениалы — это поколение людей, родившихся примерно с 1981 по 1996 год, встретивших новое тысячелетие в юном возрасте, характеризующееся прежде всего глубокой вовлеченностью в цифровые технологии.

Предпосылки развития

1 БЗК — туристическое направление №2 в России

По результатам социологического опроса Большое Золотое кольцо — второе по популярности направление в России[4]. Сохраняется потенциал развития благодаря множеству культурно-исторических и природных объектов в хорошей доступности от столиц и готовности жителей макрорегиона участвовать в развитии туристического рынка и бизнеса

Конкурентные преимущества макротерритории

2-й
по популярности согласно социологическому опросу

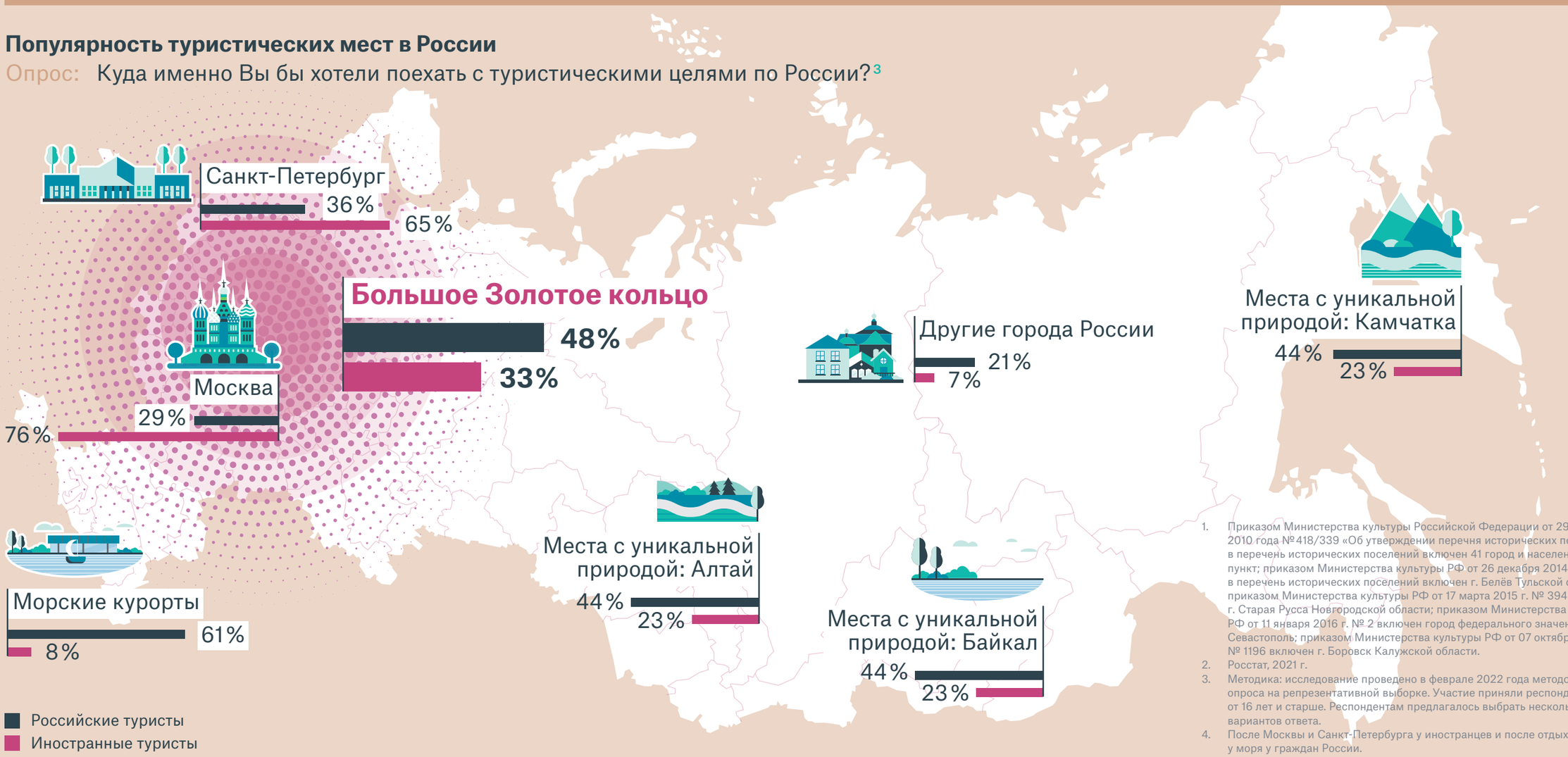
39 млн
людей проживает в ЦФО[2]

19 из 45
исторических поселений федерального значения в БЗК[1]

21%
жителей готовы участвовать в развитие туристического рынка и своего бизнеса[3]

Популярность туристических мест в России

Опрос: Куда именно Вы бы хотели поехать с туристическими целями по России?[3]



1. Приказом Министерства культуры Российской Федерации от 29 июля 2010 года №418/339 «Об утверждении перечня исторических поселений» в перечень исторических поселений включен 41 город и населенный пункт; приказом Министерства культуры РФ от 26 декабря 2014 г. № 2449 в перечень исторических поселений включен г. Белёв Тульской области; приказом Министерства культуры РФ от 17 марта 2015 г. № 394 включен г. Старая Русса Новгородской области; приказом Министерства культуры РФ от 11 января 2016 г. № 2 включен город федерального значения Севастополь; приказом Министерства культуры РФ от 07 октября 2020 г. № 1196 включен г. Боровск Калужской области.
2. Росстат, 2021 г.
3. Методика: исследование проведено в феврале 2022 года методом онлайн-опроса на репрезентативной выборке. Участие приняли респонденты от 16 лет и старше. Респондентам предлагалось выбрать несколько вариантов ответа.
4. После Москвы и Санкт-Петербурга у иностранцев и после отдыха у моря у граждан России.

2 Сложившийся большой туристический поток

В 2021 году на территорию Большого Золотого кольца приехало 25 млн туристов и экскурсантов[1] — из Москвы, других городов России и из-за рубежа. Многие из них посещают макротерриторию чаще, чем раз в год.

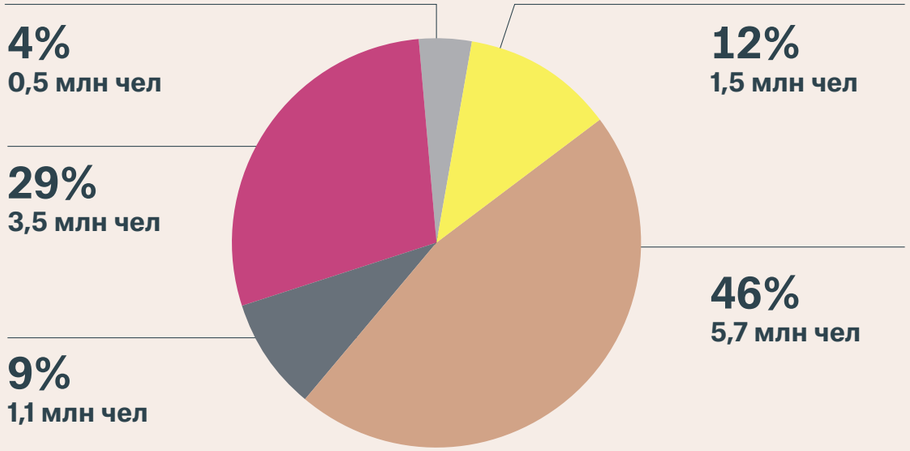
Не учитываются в расчете[4]: | дачники | посетители друзей и родственников с личными целями | иные посетители с личными, нетуристическими целями

12,3 млн уникальных туристов[5]

посетили макрорегион из всех регионов России и из-за границы в 2021 году и провели на территории более 24 часов, но не более 23 дней[2]

20,6 млн поездок | **1,7** поездок/чел.

Распределение уникальных туристов по источникам потока, 2021 г.[2, 3]



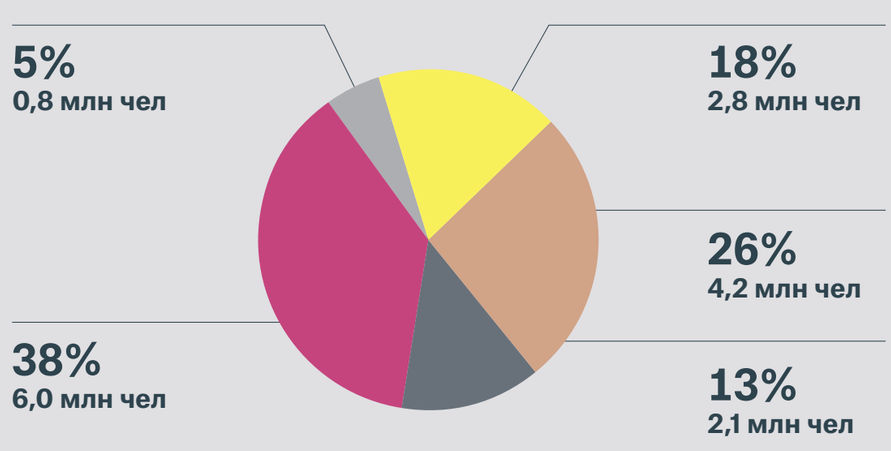
* В группу «дальнаяя Россия» входят регионы, географически не граничащие с регионами БЗК (см. сноску 3)

15,9 млн уникальных экскурсантов[5]

посетили макрорегион из всех регионов России и из-за границы в 2021 году на 3–24 часа[3]

19,5 млн поездок | **1,2** поездок/чел.

Распределение уникальных экскурсантов по источникам потока, 2021 г. [2, 3]



жители Большого Золотого кольца | г. Москва | соседние регионы | дальняя Россия* | иностранцы

1. Суммарное количество посетителей после оценки пересечения аудиторий туристов и экскурсантов по данным соцопроса (если один человек посещал БЗК и как турист, и как экскурсант, то он учитывается один раз). Ввиду этого оценка не равна сумме количества туристов и экскурсантов
2. Источник: расчет КБ «Стрелка» на основе данных мобильных операторов и данных соцопроса. Из числа туристов и экскурсантов были исключены дачники и посетители друзей и родственников
3. В группу «внутренние БЗК» входят 9 регионов БЗК (Владимирская, Ивановская, Московская, Калужская, Костромская, Рязанская, Тверская, Тульская, Ярославская области); в группу «соседи»—12 регионов, граничащих с регионами БЗК (Смоленская, Брянская, Орловская, Липецкая, Тамбовская, Нижегородская, Кировская, Вологодская, Новгородская, Псковская, Пензенская области и республика Мордовия); в группу «дальняя Россия» — все остальные регионы, кроме г. Москва; в группу «иностранцы» — посетители из-за рубежа.
4. Дачники и посетители родственников исключались на основе проведенное онлайн социального опроса о целях пребывания на территории
5. При оценке потока уникальный турист засчитывается один раз при посещении территории, его поездки засчитываются каждый раз при посещении территории. На территории Большого Золотого кольца поездок будет больше, чем уникальных туристов.

Большое Золотое кольцо — системное обновление туристического опыта средового туризма в России

Децентрализованность

Возможность начать свое путешествие по территории из любой точки и получить одинаково ценный опыт

Мобильность

Транспортная связанность территории и мультимодальная транспортная система

Сценарность

Возможность поехать на разное количество дней на всесезонный курорт, проехать по маршруту или посмотреть достопримечательность

Наследие

Развитие культурно-исторических мест и сохранение природы



Пространственный каркас территории

9 столичных регионов

+18 всесезонных курортов

территории развития, которые формируют новое качество туризма и новое предложение на территории

+1 кольцевой видовой маршрут

основа для линейных, радиальных и кольцевых маршрутов разной длительности и тематики

- ядра всесезонных курортов
- региональные центры
- точки притяжения
- мастер-маршрут по БЗК
- федеральная трасса Р-132
- ж/д пути
- зоны туристической активности

3 Может отвечать запросам разных аудиторий на комбинацию видов отдыха с обязательной культурной составляющей

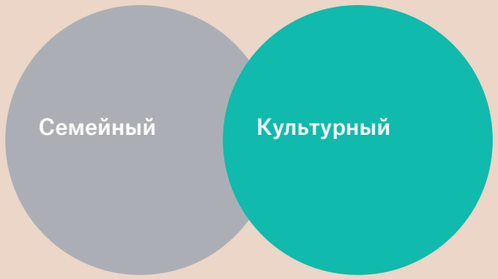
Согласно результатам социологического опроса, туристы любят комбинировать несколько типов отдыха — культурный туризм есть во всех популярных комбинациях. Большое Золотое кольцо уже сейчас имеет предложение для любой из категорий туристов, может его развивать и расширять.

Аудитории российских туристов[1,2]

	Любители культурно-познавательного и оздоровительного отдыха	Охотники за новыми впечатлениями — фестивалями и культурной программой	Ценители отдыха на природе	Активные — спортивные туристы	Искушенные туристы
Доля сегмента от всех туристов, %[1]	31 %	12 %	15 %	23 %	19 %
Предпочтения отдыха (виды туризма)	семейный культурный оздоровительный паломнический	культурный событийный семейный активный	активный культурный семейный эко-туризм	семейный охота и рыбалка культурный активный	семейный культурный активный оздоровительный

Популярные у российских туристов комбинации видов туризма[3]

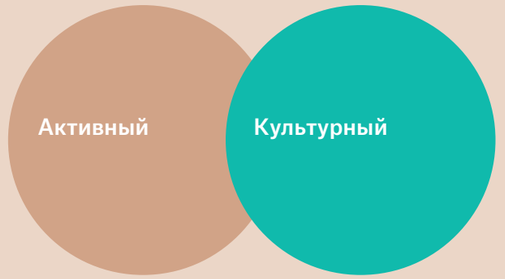
76%



76%



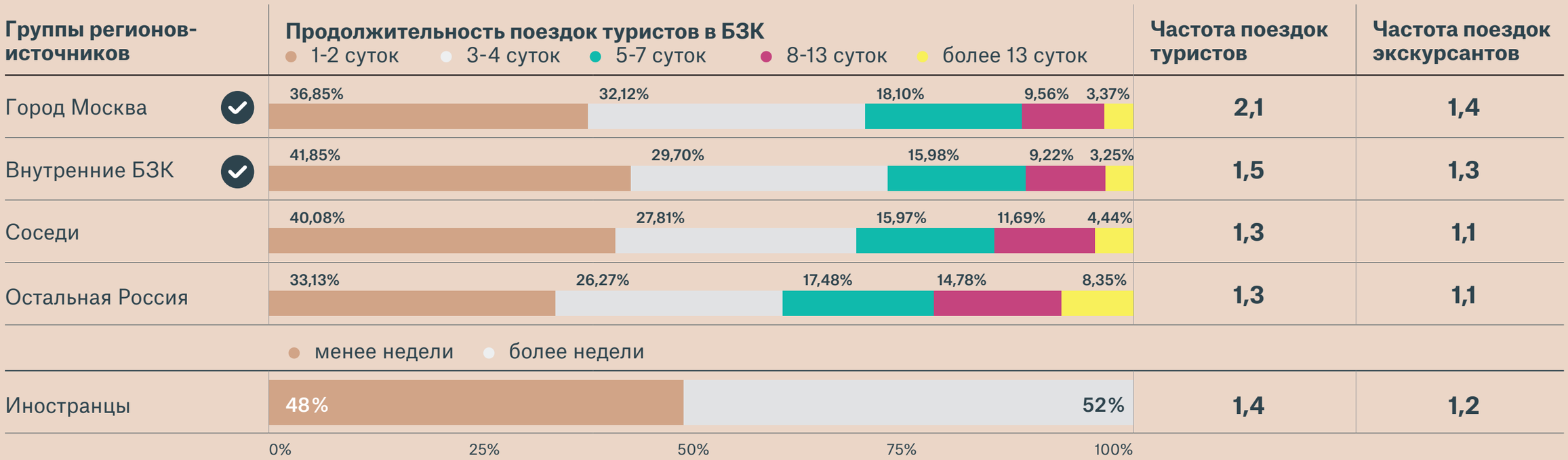
64%



1. Туристы всех регионов России. Методология: Кластерный анализ на основе результатов социологического опроса, проведенного в апреле 2022 года на репрезентативной выборке в соответствии с населением в каждом регионе. Участие в опросе приняли респонденты от 16 лет и старше (1000 чел.), хотя бы иногда путешествующие по России или за границу. Подробные характеристики аудиторий туристов представлены в разделе Управление туристическим потоком.
2. Подробнее об аудиториях российских туристов см. стр. 31.
3. На основе результатов социологического опроса на 10 000 чел., 2022 г.

4 Приоритет коротких поездок несколько раз в год формирует потенциал развития новых локаций и неограниченное количество путешествий

Характеристики туристического поведения посетителей БЗК из групп регионов, 2021[1,2]



Продолжительность поездок
В БЗК популярны все возможные туристические продукты: от поездки выходного дня дня до отпуска на 7–14 дней. Однако предпочтение туристических продуктов зависит от регионов проживания: чем больше от БЗК удален регион, тем дольше поездки жителей из этих регионов.

Характеристики поездок россиян
- Жители Москвы, регионов БЗК и соседних регионов намного чаще ездят на короткие поездки до недели (75–78% от всех поездок в этих группах).
- Жители регионов, удаленных от БЗК, и иностранцы чаще ездят на поездки более недели (46–52% от всех поездок в этих группах).
- Частота поездок также связана с удаленностью региона: больше всего поездок за год совершают туристы и экскурсанты из Москвы (2,1 и 1,4 поездок на человека соответственно). Посетители из групп «соседи» и «дальняя Россия» совершают 1,3 поездки на человека как туристы и 1,1 как экскурсанты.

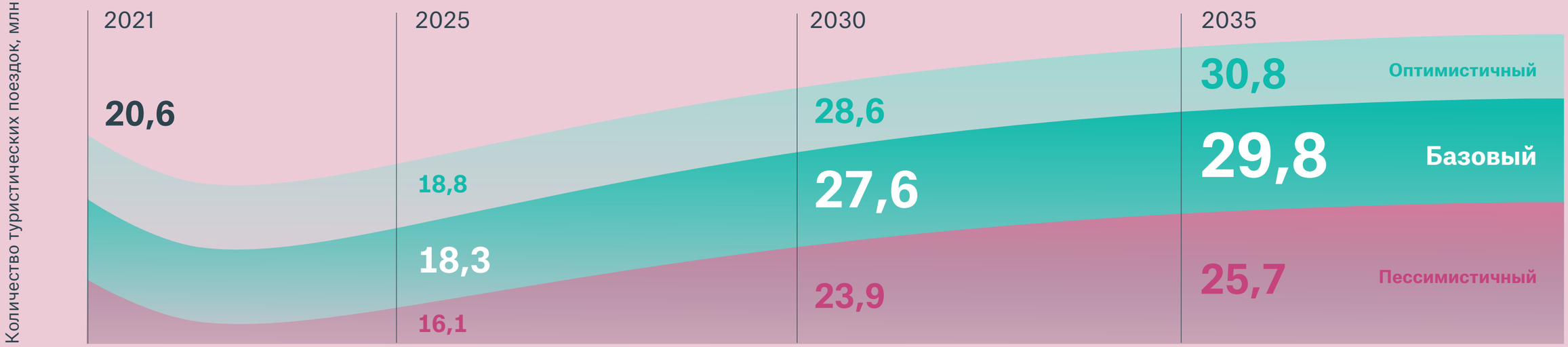
Характеристики въездных поездок
Иностранцы по характеру поездок схожи с жителями «дальней России» как по продолжительности, так и по частоте поездок.

1. Источник: расчет КБ «Стрелка» на основе данных мобильных операторов и данных соцопроса
2. В группу «внутренние БЗК» входят 9 регионов БЗК (Владимирская, Ивановская, Московская, Калужская, Костромская, Рязанская, Тверская, Тульская, Ярославская области); в группу «соседи»—12 регионов, граничащих с регионами БЗК (Смоленская, Брянская, Орловская, Липецкая, Тамбовская, Нижегородская, Кировская, Вологодская, Новгородская, Псковская, Пензенская области и республика Мордовия); в группу «дальняя Россия»—все остальные регионы, кроме г. Москва; в группу «иностранцы»—посетители из-за рубежа.

Вызовы развития

1 Растущий спрос на отдых может быть упущен, если территория не будет соответствовать ожиданиям туристов

Прогноз туристического потока до 2035 г. по трем сценариям[1]



Эффект от геополитических и экономических факторов

Восстановление экономики и авиаотрасли, реализация крупных транспортных и туристических проектов[3]

19,5 млн
экскурсионных поездок

29,9 – 37,5 млн
экскурсионных поездок[4]

Большое Золотое кольцо — устойчивое туристическое направление

1/5
числа туристических поездок в России[2] готово обеспечить Большое Золотое кольцо к 2035 г.

Минимальное влияние геополитических факторов и сохранение транспортной доступности за счет центрального местоположения и преобладания турпотока из регионов ЦФО

1. Подробная методология прогнозирования туристического потока представлена в Приложении к настоящему отчету.
2. В соответствии с целевыми показателями Национальной стратегии развития туризма в РФ на период до 2035 года
3. Расчет КБ «Стрелка. Полная методика описана в Приложении.
4. В зависимости от сценария

2 Номерной фонд во многом состоит из советского наследия, долго развивался стихийно, не покрывая целые сегменты аудиторий

Требуемый номерной фонд к 2035 году с учетом ИСР[2]

181 тыс. номеров

Существующий номерной фонд, включая серый сектор и ИСР[1]

137
тыс. номеров

Необходимо построить к 2035[10]

+46,2
тыс. номеров

Замещение некачественного номерного фонда в 2035 году[3]

+7%

Отсутствие качественной инфраструктуры

Это является препятствием для совершения туристами повторных поездок на территорию Большого Золотого кольца.

45%
туристов отметили плохо развитую гостиничную инфраструктуру в качестве основной проблемы, препятствующей развитию туризма[4]

Высокая доля проживающих в частном секторе

Часть туристов в высокий сезон выбирает размещение в частном секторе в связи с загруженностью качественных гостиниц, а также из-за отсутствия предложения вблизи точек притяжения. В результате муниципалитеты и регионы недополучают налоговые доходы с туристов, размещенных в официальных КСР.

24%
туристов останавливается в объектах частного сектора[5]

30%
туристов, останавливающихся в объектах частного сектора, являются потенциальной аудиторией гостиниц с учетом платежеспособности туристов[8]

Дефицит предложения высокого класса

Высокая доля средств размещения морально и физически устарела, качественные гостиницы обладают повышенным спросом. Стоимость предложения в объектах 4-5* не равномерна на территории 9 регионов, в связи с чем данные группы гостиниц рассматриваются вместе.

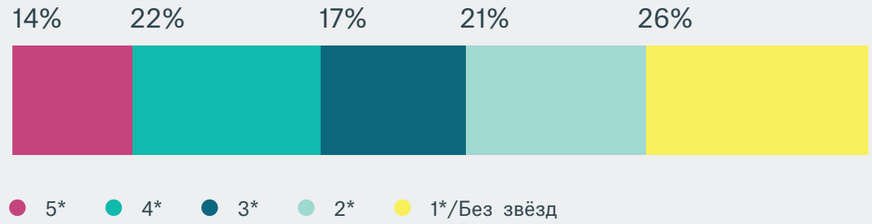
только 4 из 9
регионов предлагают размещение в гостиницах категории 5*[6]

9 из 9
регионов предлагают размещение в гостиницах категории 4*[6]

80%
достигает среднегодовая загрузка объектов категорий 4 и 5*[9]

~ 20%
номерного фонда является некачественным, обладающи высоким уровнем морального и физического износа[7]

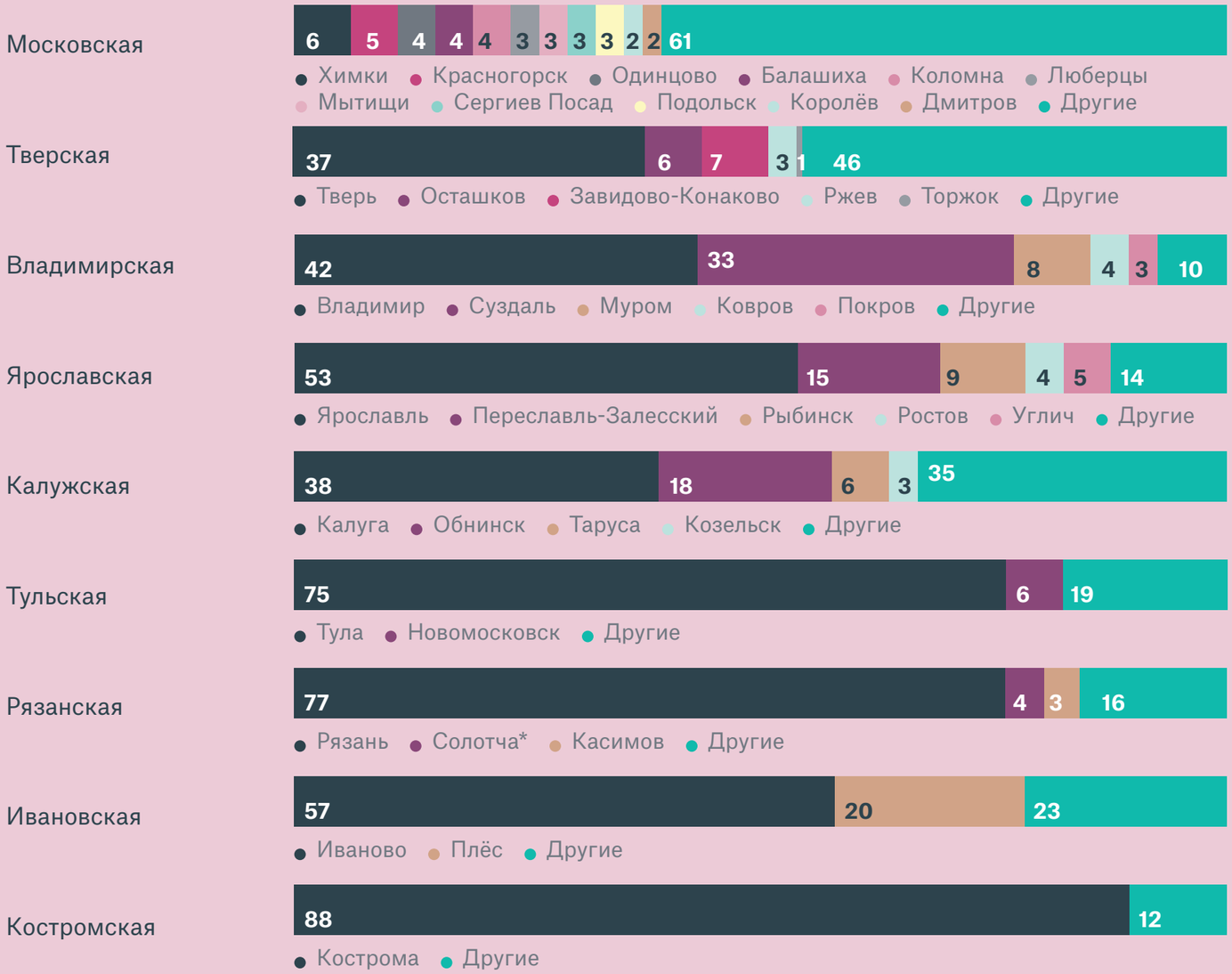
Распределение спроса по категориям гостиниц в 2022 году



1. Официальные коллективные средства размещения, Номерной фонд КСР по данным Росстат, данные классификация-туризм.рф.
2. Расчет КБ Стрелка на основании прогнозируемого туристического потока и оценке потенциальной аудитории КСР.
3. Расчет КБ «Стрелка» на основании базового сценария прогноза туристического потока с учетом логнормального распределения туристов БЗК по уровню дохода. Некачественный номерной фонд — номерной фонд гостиниц с высоким уровнем морального и физического износа.
4. По данным проведенных социологических опросов.
5. Расчет CORE.XP.
6. Анализ гостиничной инфраструктуры, CORE.XP.
7. Анализ средств размещения на территории всесезонных курортов.
8. По данным социологического опроса, проведенного Авито Недвижимость.
9. По данным интервью с участниками рынка
10. Прогнозное значение учитывает сокращение объема ИСР за счет перехода части спроса в новые гостиницы и перехода объектов на рынок долгосрочной аренды

3 Унаследованный имидж экскурсионного автобусного маршрута из отдельных точек в крупнейших городах, где земельные ресурсы для рекреации ограничены

Распределение коллективных средств размещения (КСР) по городам в рассматриваемых регионах БЗК, % от общего числа объектов в регионе[1]



Гостиничный фонд сконцентрирован в региональных центрах, где свободные земельные ресурсы в дефиците

- Больше всего КСР размещено в региональных центрах, где земельный фонд и высокая степень застройки блокируют возможность увеличения предложения гостиничной инфраструктуры.

Малые города имеют высокий потенциал развития туризма

- Малые города остаются без внимания со стороны органов исполнительной власти и инвесторов с точки зрения развития инфраструктурных объектов, хотя именно такие города привлекают как своим культурно-историческим потенциалом, так и возможностями для организации активного, сельского, экологического, гастрономического туризма.

Московская область лидирует по числу гостиниц и объему туристического потока

- Лидером среди рассмотренных регионов по количеству КСР и номерному фонду предсказуемо является Московская область, что обусловлено экономической развитостью региона, численностью населения и приближенностью к основному источнику спроса — Москве.

*пос. Солотча - микрораион-эксклав в составе города Рязани

1. Источник: Booking.com, CBRE, 2022 г.

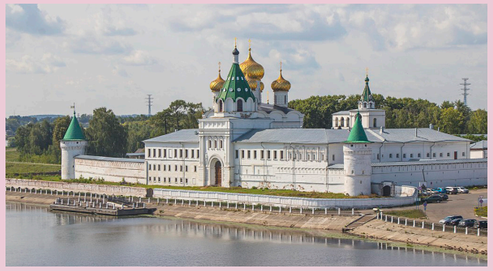
4 Много одинаковых туристических продуктов, до которых нужно трудно и долго добираться



Торжок,
Тверская область



Переславль-Залесский — Ростов, Ярославская область



Кострома и окрестности,
Костромская область



Коломна — Зарайск,
Московская область



Волоколамск — Руза,
Московская область



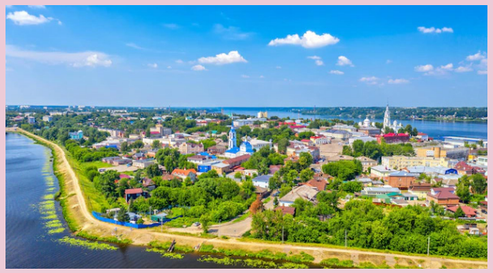
Белев,
Тульская область



Мышкин — Рыбинск — Тутаев,
Ярославская область



Галич — Чухлома — Солигалич,
Костромская область



Кинешма — Юрьевец,
Ивановская область

Объекты культурного наследия как главный аттрактор

- Наибольшая концентрация объектов культурного наследия — в Московской, Костромской, Владимирской и Тверской областях. Помимо объектов, внесенных в список ЮНЕСКО, на макротерритории выделены особо ценные объекты культурного наследия и объекты «кандидаты» на внесение в перечень объектов ЮНЕСКО.

Слабая межрегиональная транспортная связность

- Слабо развиты межрегиональные транспортные связи из-за проблем в распределении полномочий по эксплуатации транспортной инфраструктуры.

Развитие связности: транспорт, небольшие населенные пункты и неочевидные достопримечательности

- Среди топ-5 предложений для развития туризма на макротерритории, размещенных на краудсорсинговой платформе — улучшение транспортной связности между городами БЗК за счет развития разных видов транспорта и включение в маршруты небольших населенных пунктов и неочевидных достопримечательностей[1].

1. 14 февраля 2022 года стартовал сбор идей пользователей по развитию туристического продукта регионов Большого Золотого кольца на онлайн-платформе «большое-золотое-кольцо.рф». Временной промежуток работы платформы: 14.02.2022–25.04.2022. ТОП-5 предложений были выделены экспертно на основании наиболее часто упоминаемых тем внутри идей. Темы идей были определены автоматически с помощью nlp-алгоритмов topic-modelling.

Стратегические цели и задачи развития

Цель развития — обеспечить неограниченные возможности для множества путешествий в течение всего года, сохраняя вековое наследие и создавая новое национальное достояние.



Управление туристическим потоком
Привлекать и распределять туристический поток по всей территории Большого Золотого кольца, открывая новые локации и возможности



Создание нового туристического продукта
Качественно расширить туристическое предложение для привлечения и поддержания интереса аудитории



Актуализация рынка гостиничной и туристической инфраструктуры
Сформировать предложение средств размещения в соответствии с потребностями привлекаемой целевой аудиторией



Повышение транспортной доступности
Сократить время в пути и увеличить количество доступных туристических мест



Формирование туристического бренда территории
Обновление маркетингового образа территории через новые знаковые объекты Большого Золотого кольца и запуск маркетинговой кампании

Ключевые показатели

Цели развития	Было 2019	Стало 2035
Цель 1 **Увеличить количество поездок которые совершают туристы из России и из-за границы**	**16,8 млн** туристических поездок в год	**29,8 млн** туристических поездок в год
Цель 2 **Увеличить количество поездок на одного человека**	**1,7 поездок** на 1 уникального туриста в год	**1,9 поездок** на 1 уникального туриста в год



3. Ключевые задачи развития макротерритории

3. Ключевые задачи развития макротерритории

3A Управление туристическим потоком

3B Создание нового туристического продукта: всесезонный курорт

3C Актуализация рынка гостиничной и туристической инфраструктуры

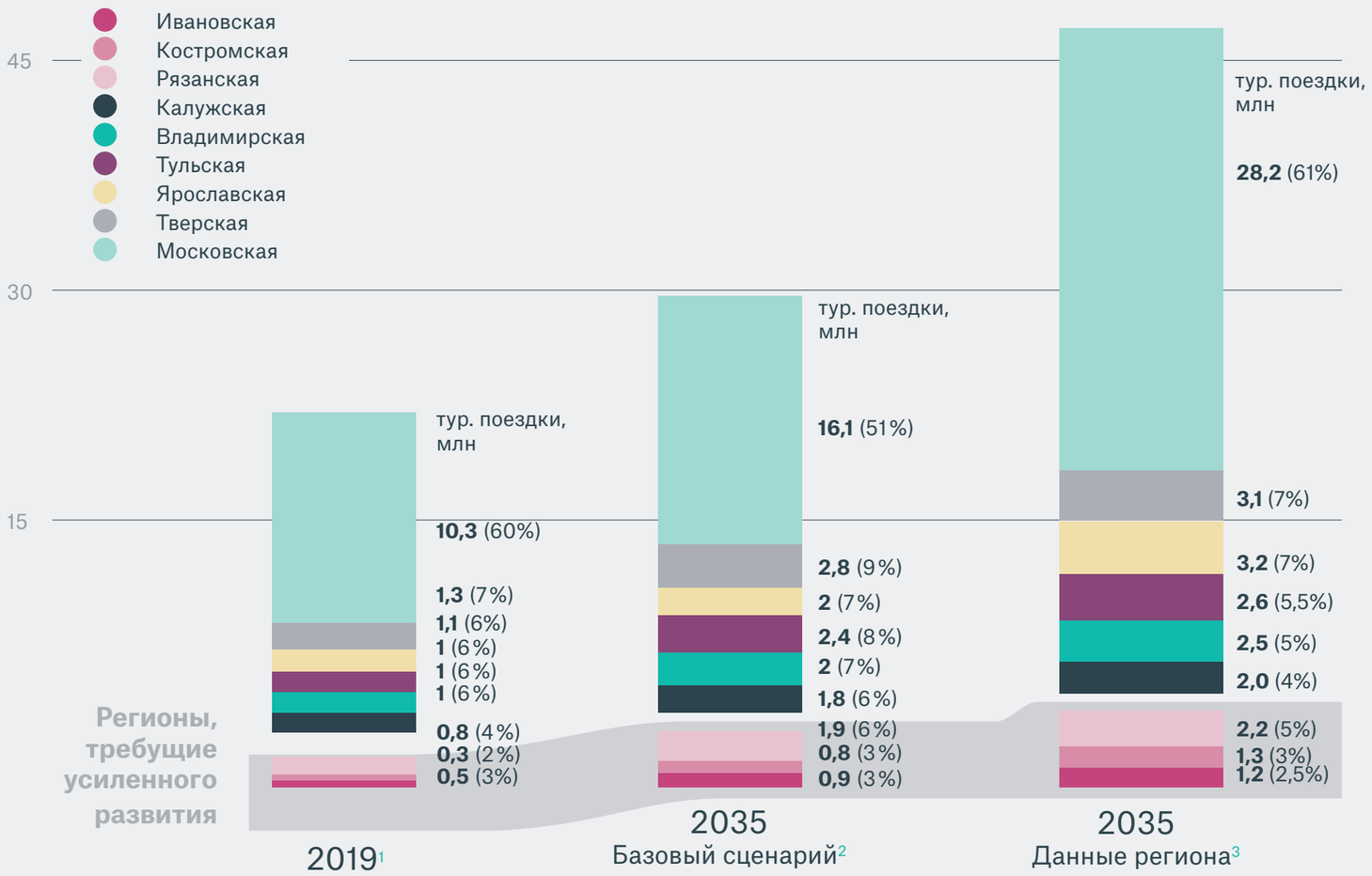
3D Изменение туристического потока в регионах макротерритории

3E Повышение транспортной доступности

3F Формирование туристического бренда территории (архитектурный код)

Цели и задачи направления

Прогноз туристического потока на территории БЗК, тур. поездки, млн



Вызовы и потенциал развития

- В долгосрочной перспективе рост туристического потока ожидается даже в пессимистичном прогнозе
- Аудитория перспективного рынка огромна, в том числе если рассматривать проект Москва+ [4]

Принципы развития

- Поддержка территорий с турпотоком менее 100 тыс. поездок в год
- Сохранение сложившегося потока в существующих туристических локациях и работа с потенциалом поездок в новые локации
- Разработка предложения с фокусом на туристические поездки (более одного дня)

1. Туристический поток на основе скорректированных данных мобильных операторов
2. Прогноз туристического потока на основе скорректированных данных мобильных операторов с учетом влияния экономических, геополитических, транспортных и инфраструктурных факторов, а также целевого показателя роста.
3. Прогноз туристического потока по данным регионов.
4. Продукт «Москва+» является межрегиональным туристическим проектом от Мостуризм, который позволяет туристам посетить в рамках одного путешествия в Москву сразу нескольких регионов. Подразумеваются поездки, в которых целевым регионом посещения является г. Москва, а регионы БЗК являются частью маршрута.

Задачи и целевые показатели развития

1. Перенаправить часть нового туристического потока внутрь регионов

с 16,8 в 2019 года до 29,8 млн поездок в 2035 — увеличится турпоток Большого Золотого кольца

2. Увеличить долю турпотока менее популярных туристических регионов в структуре Большого Золотого кольца

с 9 до 12% — увеличится доля турпотока в менее популярных туристических регионах

3. Сформировать параметры предложения на территории БЗК для восстановления объема въездных поездок до допандемийных значений

6% въездных туристических поездок — восстановление показателя до допандемийных значений

Прогноз туристического потока

К 2035 году на территорию туристы совершат до 30 млн поездок на основе базового сценария, что составит 1/5 туристического потока страны.

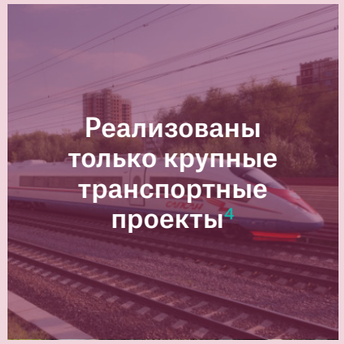
Существующее положение
Туристический поток 2019 года[2]

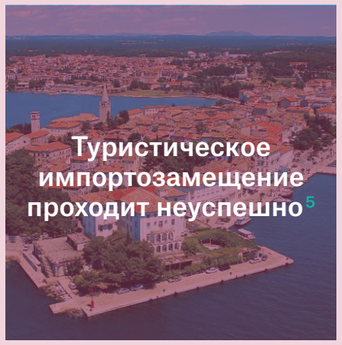
9,3 млн туристов в год ▶ **16,8** млн поездок

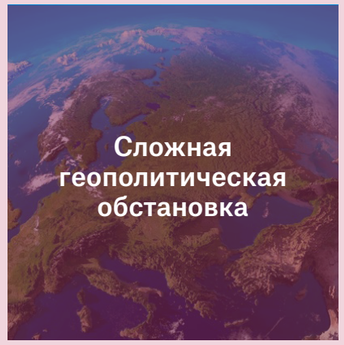
16 млн экскурсантов в год ▶ **20,5** млн поездок

Сценарий 1. **Пессимистичный**









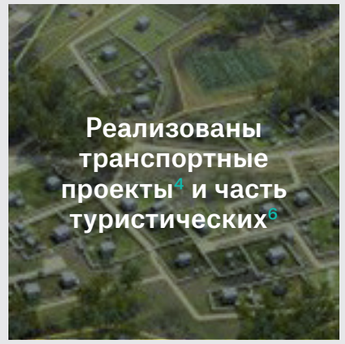
Туристический поток БЗК к 2035 году[1]

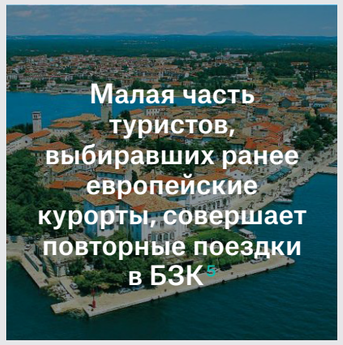
13,4 млн туристов в год ▼ **25,7** млн поездок

22,4 млн экскурсантов в год ▼ **29,9** млн поездок

Сценарий 2. **Базовый**









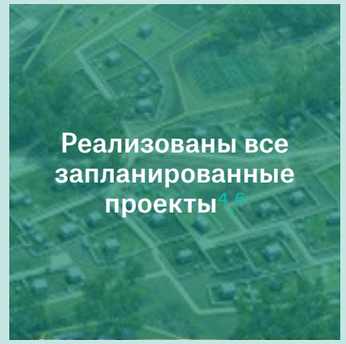
Туристический поток БЗК к 2035 году[1]

16,0 млн туристов в год ▼ **29,8** млн поездок

27,3 млн экскурсантов в год ▼ **36,3** млн поездок

Сценарий 3. **Оптимистичный**









Туристический поток БЗК к 2035 году[1]

16,5 млн туристов в год ▼ **30,8** млн поездок

28,0 млн экскурсантов в год ▼ **37,5** млн поездок

1. Методология прогнозирования туристического потока представлена в Приложении к настоящей Книге.
2. Приведено значение туристического потока 2019 года как последнего допандеймийного периода, отражающего наиболее стабильную ситуацию для внутренних и внешних туристов.
3. https://www.atorus.ru/news/press-centre/new/59813.html.
4. Крупные транспортные проекты включают в себя строительство ВСМ и новой ж/д ветки до Завидово.
5. Российские туристы, предпочитавшие поездки с целью туризма в страны Европы, переориентируются на поездки в БЗК. Численность поездок определяется в рамках каждого сценария.
6. К крупным туристическим проектам относятся реализация СПР Суздаля, СПР Переславля-Залесского, Эко-курорта Кондуки.

Методология прогнозирования туристического потока

Предпосылки, применяемые в прогнозе

1. В качестве базового значения туристического потока принимаются данные 2019 года как последнего допандемийного периода, отражающего наиболее стабильную ситуацию для внутренних и внешних туристов.[1]
2. Для определения туристического потока в прогнозном периоде базовое значение корректируется с учетом влияющих факторов, представленных в таблице ниже:

Экономические факторы

Для учета влияния инфляции, валютного курса и прочих экономических изменений было рассчитано влияние схожих экономических факторов на туристический поток в предыдущие периоды. Таким образом, мы предполагаем, что в 2022 году туристический поток без учета дополнительных факторов изменится аналогично ретроспективным данным 2009 и 2014 гг.

Геополитические факторы

1) Пандемия COVID-19 рассматривается в части влияния на въездной туристический поток из зарубежных стран. Предполагается восстановление туристического потока до значений 2019 года в 2025 году.[3]

2) Международные отношения

Часть российских туристов, совершавших ранее поездки с целью туризма в страны Европы, переориентируются на поездки в БЗК. Численность поездок определяется как объем выездного потока с туристической целью в страны Европы (кроме Венгрии, Сербии, Хорватии, Украины, Беларуси), скорректированный на данные онлайн соц. опроса (о желании поехать в БЗК). Предполагается, что эти поездки будут совершены в течение 2022-2025 года вне зависимости от сценария.

Транспортные факторы

Влияние кризиса авиационной отрасли учитывается в расчетах для туристов из дальних регионов и въездных туристов. Пессимистичный сценарий учитывает соответствующий сценарий проекта комплексной программы развития авиатранспортной отрасли России до 2030 года, подготовленного Минтрансом.[4] Базовый и оптимистичный сценарии учитывают базовый сценарий проекта комплексной программы развития авиатранспортной отрасли России до 2030 года, подготовленного Минтрансом.[4]

В период 2031–2035 предполагается плавное восстановление авиаотрасли с темпом 3% в год.

Инфраструктурные факторы

Влияние инфраструктурных проектов в области развития туристической инфраструктуры, запланированных к реализации на территории БЗК, учитывается путем корректировки туристического потока в прогнозном периоде, в году реализации проекта и последующих периодах на численность туристов, привлекаемых за счет реализации новых проектов. Пессимистичный сценарий не предполагает реализацию каких-либо проектов, базовый предполагает реализацию всех транспортных проектов кроме ВСМ[5] (Р-132, М-12, строительство ж/д дороги до Завидово), всех туристических проектов с участием туризм.рф (вкл. экокурорт "Кондуки", Ярославская Ривьера и др.) и частичную реализацию стратегий пространственного развития (СПР Суздаля, Концепция развития ТРК "Переславль-Залесский"), оптимистичный — реализацию всех проектов.

Целевой рост

Целевой рост определяется в соответствии с Национальной стратегией развития туризма в РФ на период до 2035 года.

Внутренние поездки

Целевой рост числа поездок российских туритов в 2024–2030 гг. определяется на основании среднегодового показателя роста числа туристических поездок в 2025–2030 гг. В 2023 году значение принимается равным нулю. Целевой рост числа поездок российских туристов в 2031–2035 гг. определяется на основании среднегодового показателя роста числа туристических поездок в 2031–2035 гг.

Въездные поездки

Целевой рост числа поездок иностранных туритов в 2024–2030 гг. определяется на основании среднегодового показателя роста числа въездных туристических поездок иностранных граждан в РФ в 2025–2030 гг. В 2023 году значение принимается равным нулю. Целевой рост числа поездок иностранных туристов в 2031–2035 гг. определяется на основании среднегодового показателя роста числа въездных туристических поездок иностранных граждан в РФ в 2031–2035 гг.

Для российских и иностранных туристов темп роста числа поездок на каждый прогнозный период определяется на основании целевых показателей 2030 и 2035 и предположения о снижении темпов роста во времени с учетом скорости развития. Для регионов целевой показатель роста определяется расчетным методом на основании целевого показателя макрорегиона. Потенциал роста каждого из регионов определяется на основании 3 факторов: существующего туристического потока, близости к Москве как источнику туристов, потенциала роста туристического потока в пересчете на 1000 человек населения. По каждому из факторов регионам ставится балл от 1 до 9. В результате целевой показатель роста макрорегиона распределяется среди регионов пропорционально потенциалу роста туристического потока.

3. Корректировки проводятся путем перемножения базового значения туристического потока и всех корректирующих факторов в соответствии с периодом прогноза, а также прибавления к полученному результату новых возникающих туристических групп. Таким образом все факторы учитываются отдельно и независимо друг от друга.
4. Численность экскурсантов определяется аналогично численности туристов с учетом всех влияющих факторов.
5. Численность уникальных туристов и экскурсантов определяется на основании предположения о сохранении значения числа поездок на каждого уникального туриста и экскурсанта 2019 года для иностранных туристов и туристов из остальной России. Число поездок на человека для туристов и экскурсантов из Москвы, внутренних регионов БЗК и соседей было рассчитано на основании предположения об увеличении числа поездок на одну поездку в год на человека для 7% посетителей территории. Данная аудитория в соответствии с проведенным социологическим опросом совершает более четырех туристических поездок в год, а значит с большей долей вероятности совершит на одну поездку больше на территорию БЗК с учетом реализации Стратегии.

1. Расчет КБ Стрелка по данным мобильных операторов.
2. Распоряжение Правительства Российской Федерации от 05.03.2022 № 430-р.
3. https://www.atorus.ru/node/47892.
4. https://www.atorus.ru/news/press-centre/new/59813.html.

Задача 1. Перенаправить часть нового туристического потока внутрь регионов

3,2 млн поездок в год[1]
необходимо перенаправлять на территории вне региональных центров в рамках реализации Стратегии

Структура распределения туристического потока внутри регионов[1]



Количество поездок на 1 уникального туриста в год[2]



Доля туристического потока на территории вне региональных центров, %[3]



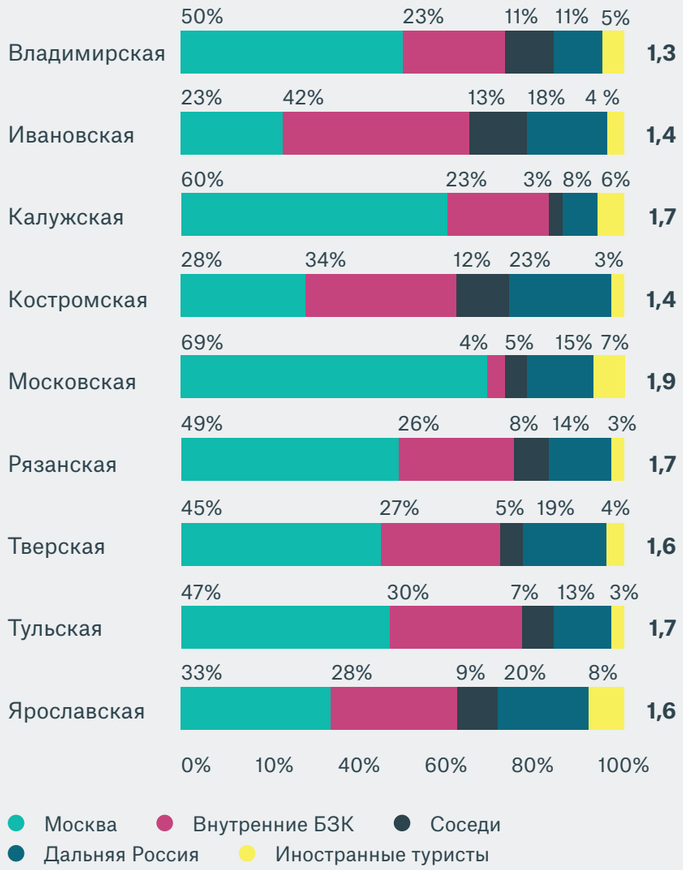
- Ивановская, Костромская, Рязанская и Тульская области требуют дополнительных мероприятий и повышенного внимания в части развития именно нецентральных территорий.
- Увеличение туристического потока в регионе так же может быть реализовано за счет увеличения возвратности туристов, в том числе за счет создания новых туристических локаций и событий.

Для распределения туристического потока внутри регионов Большого Золотого кольца особое внимание вопросу развития инфраструктуры необходимо уделить Ивановской, Костромской, Рязанской, Тульской областей, в региональных центрах которых наблюдаеся особенно высокая концентрация туристов. Перераспределению туристического потока способствует создание дополнительных аттракторов вне региональных центров в целях привлечения туристов.

1. Расчет по данным БДМО регионов БЗК.
2. Расчет на основе данных мобильных операторов.
3. Расчет на основании прогноза туристического потока согласно базовому сценарию.

Задача 2. Увеличить долю турпотока менее популярных туристических регионов в структуре Большого Золотого кольца

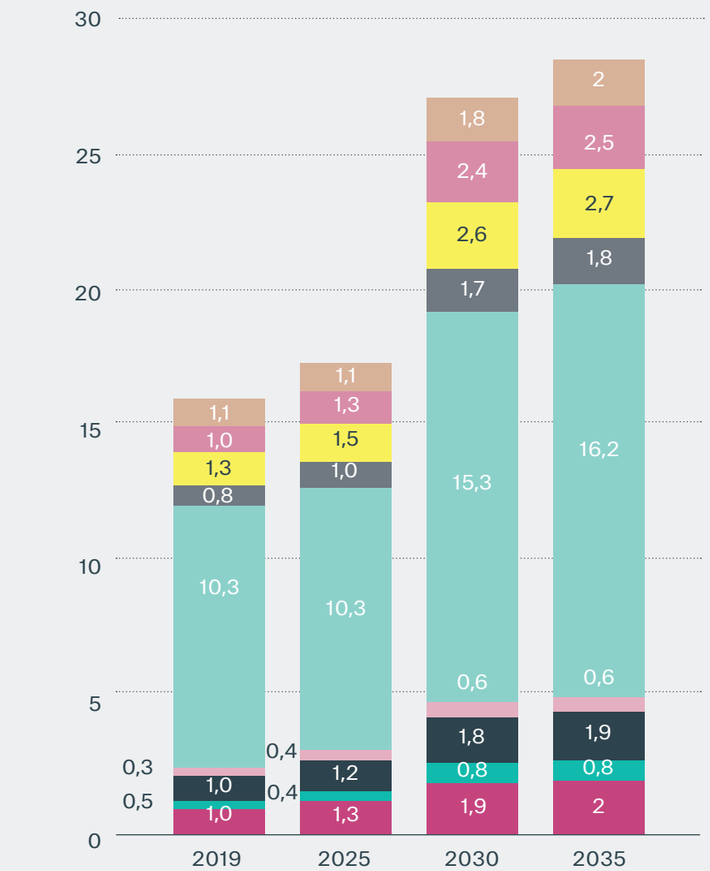
Структура туристического потока по источникам спроса, %, млн поездок[1]



Длительность поездок по регионам, ночей[2]



Прогноз численности туристических поездок по регионам БЗК с учетом реализации стратегиии, млн[3]



Регионам с меньшим объемом туристического потока необходимо ориентироваться на свою основную аудиторию (наибольшую по объему), увеличивая ее возвратность, а также на тех туристов, доля которых в регионе существенно меньше доли на территории макрорегиона. Регионы с меньшим количеством туристических поездок опережают другие по их длительности. Так, в Ивановской и Рязанской областях необходимо развивать гостиничную инфраструктуру, поскольку в данных регионах высокая доля специализированных средств размещения (например, санаториев). В Ярославской и Владимирской областях есть потенциал развития санаторной составляющей для увеличения продолжительности поездок.

Целевая аудитория Большого Золотого кольца — туристы из Москвы и жители регионов БЗК. Для Ивановской и Костромской областей существенное влияние также оказывают туристы из соседних регионов. Продолжительность поездок по регионам необходимо корректировать созданием новых средств размещения: гостиниц — в Ивановской и Рязанской областях — и специализированных средств размещения — во Владимирской и Ярославской областях.

1. Расчет КБ Стрелка на основе данных мобильных операторов.
2. Данные Федеральной службы государственной статистики Росстат.
3. Расчет КБ Стрелка на основании прогноза туристического потока согласно базовому сценарию.

Задача 3. Сформировать параметры предложения для восстановления объема въездных поездок на территории БЗК до допандемийных значений

На территории БЗК отсутствуют международные аэропорты (за исключением Калужского аэропорта с рейсами в Армению и Домодедово, ориентированного на посещение Москвы), поэтому потенциал привлечения иностранных туристов напрямую связан с основным донором и продуктом — Москва+.[1] Санкт-Петербург — второй по значимости донор.

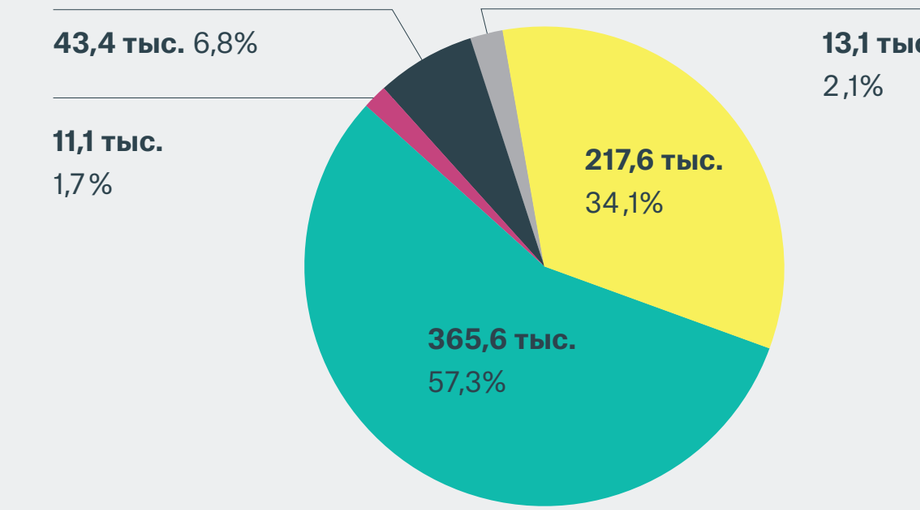
В 2022 г. потенциал развития Москва+ в БЗК — как минимум **0,9 млн въездных поездок**[4]. В связи со сложной геополитической ситуацией необходимо переориентироваться с рынков ближнего зарубежья (часть стран СНГ и Европы) на рынки, которые занимают маленькую долю, но имеют огромный потенциал из-за большой численности населения (например, страны Ближнего Востока и Азии).

По сравнению с 2019 г. турпоток из-за рубежа в 2021 г. снизился как в БЗК (с 1,0 до 0,7 млн поездок туристов), так и в Москве (с 5,7 млн до 1,6 млн поездок туристов). Пандемия значительно повлияла на долю туристов из Китая: в 2021 г. их доля составляет менее 1% (среди всех туристов из-за рубежа) при том, что в 2019 г. она достигала 7%. При этом даже до пандемии Китай являлся только четвертым по объему источником турпотока (после Беларуси, Германии и Украины).

Количество въездных поездок в г. Москву и БЗК, 2021 г.[2]



Количество и доля поездок туристов по группам стран, 2021 г.[2]



Топ-3 среди азиатских стран и стран Ближнего Востока по объему выездного туристического потока[5]

27,2 млн поездок выездной туристический поток из Саудовской Аравии в 2019 г.

27 млн поездок выездной туристический поток из Индии в 2019 г.

20,3 млн поездок выездной туристический поток из Китая в 2019 г.

1. Под поездками «Москва+» подразумеваются поездки, в которых целевым регионом посещения является г. Москва, а регионы БЗК являются частью маршрута.
2. Расчет КБ «Стрелка» на основе данных мобильных операторов и данных соцопроса.
3. Данные Мостуризма (предоставлены заказчиком в рамках запроса).
4. Минимальный потенциал расчитан как разница между поездками иностранцев в Москву и БЗК (из расчета, что иностранцы, посетившие БЗК, могли приехать туда после посещения г. Москвы).
5. International tourism, number of departures — Country Ranking // https://www.indexmundi.com/facts/indicators/ST.INT.DPRT/rankings

Развитие въездного туристического потока напрямую зависит от стратегии Москвы. Активное продвижение направления Москва + БЗК, проведение для этого маркетинговых исследований по перспективным рынкам и проведение там коммуникационных кампаний поможет значительно увеличить въездной туристический поток в макрорегионе. В стратегии необходимо выделить новые перспективные маршруты и курорты на территории БЗК, ориентированные на международный спрос.

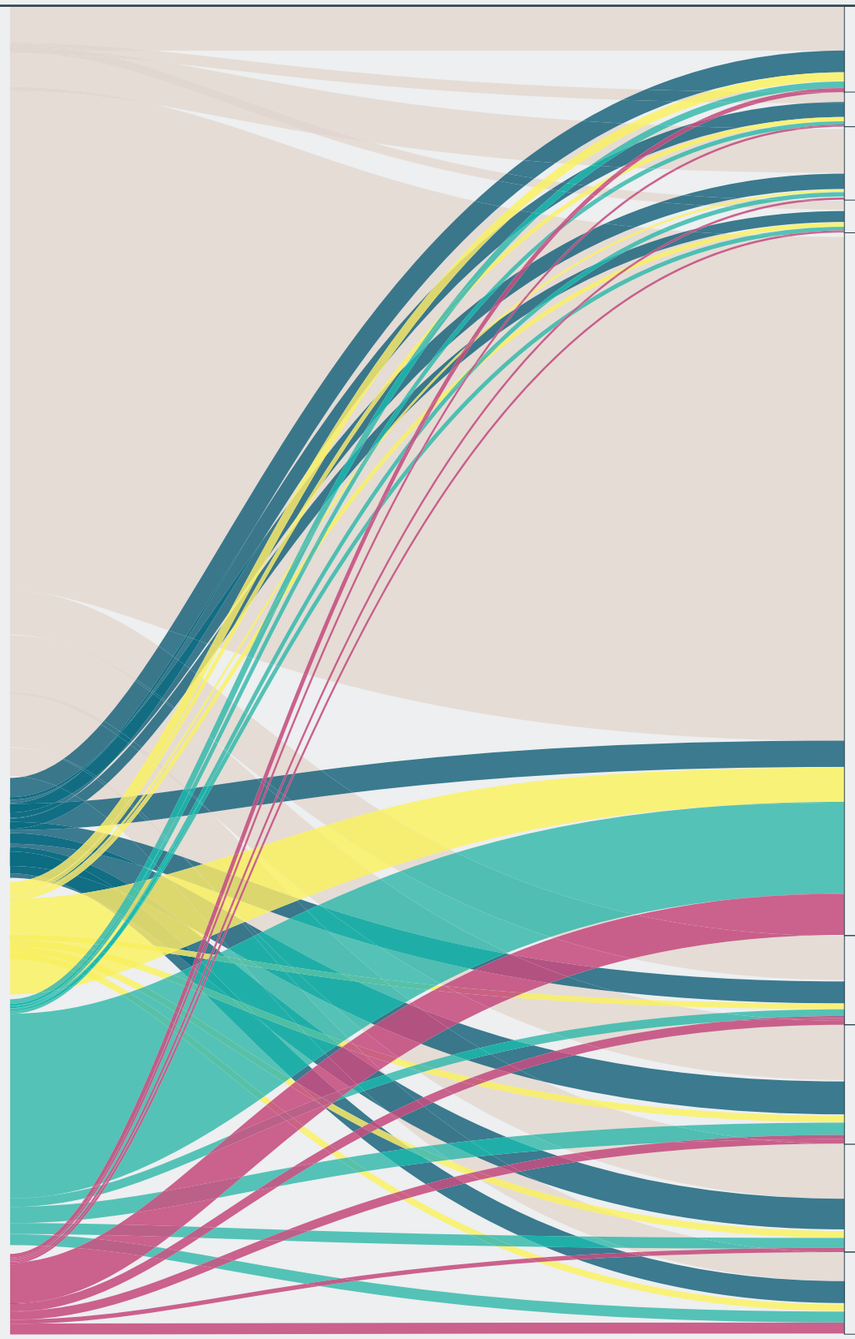
Целевое распределение туристических потоков в 2035 году согласно стратегии

Поездки туристов в макрорегион (млн / %)[1]

2019	2035
16,8 млн	**29,8 млн / 100%**

"Сумма поездок в макрорегион не равна сумме поездок по областям макрорегиона, поскольку в рамках одной поездки в макрорегион турист может посетить несколько областей

Источник турпотока	2019	2035
г. Москва	9,3 / 55%	**17,5 / 59%**
Жители Большого Золотого кольца Владимирская, Ивановская, Московская, Калужская, Костромская, Рязанская, Тверская, Тульская, Ярославская области	1,3 / 8%	**2,5 / 8%**
Соседи Смоленская, Брянская, Орловская, Липецкая, Тамбовская, Нижегородская, Кировская, Вологодская, Новгородская, Псковская, Пензенская области и республика Мордовия	1,2 / 7%	**2,2 / 7%**
Дальняя Россия Все остальные регионы, кроме г. Москва	3,9 / 24%	**5,7 / 19%**
Иностранные туристы	1,1 / 6%	**1,8 / 6%**



Область	млн поездок / %[1] 2019	2035
	17,3 млн / 100%	**30,6 млн / 100%**
Владимирская	1 / 6%	**2 / 7%**
Ивановская	0,5 / 3%	**0,9 / 3%**
Калужская	1 / 6%	**1,8 / 6%**
Костромская	0,3 / 2%	**0,8 / 3%**
Московская	10,3 / 60%	**16,1 / 51%**
Рязанская	0,8 / 4%	**1,9 / 6%**
Тверская	1,3 / 7%	**2,8 / 9%**
Тульская	1 / 6%	**2,4 / 8%**
Ярославская	1,1 / 6%	**2 / 7%**

20%	Владимир
12%	Суздаль
10%	Ковров
7%	Муром
9%	Камешково
7%	Петушки
5%	Александров
30%	Другие
19%	Иваново
12%	Ивановский район
13%	Кинешма
14%	Приволжский район, Плес
2%	Шуя
39%	Другие
30%	Калуга
10%	Таруса
12%	Жуковский район
5%	Дзержинский район (Никола-Ленивец)
11%	Обнинск
6%	Боровск
26%	Другие
16%	Кострома
45%	Костромской район
17%	Красносельский район
6%	Шарья
2%	Галич
1%	Нерехта
13%	Другие
9%	Химки
8%	Руза
8%	Одинцово
7%	Истра
7%	Домодедово
6%	Пушкино
6%	Мытищи
1%	Коломна
49%	Другие
29%	Рязань
37%	Рязанский район
7%	Спас-Клепики
2%	Спасск-Рязанский
3%	Касимов
14%	Другие
25%	Тверь
33%	Конаково
5%	Торжок
4%	Осташков
6%	Вышний Волочек
27%	Другие
23%	Тула
17%	Алексин
11%	Щекино
9%	Заокский район, Велегож
4%	Белев, Суворов
8%	Венев
2%	Богородицк
26%	Другие
23%	Ярославль
16%	Рыбинск
12%	Переславль-Залесский
13%	Ростов
11%	Углич
8%	Некрасовский район
4%	Мышкин
13%	Другие

1. Расчет КБ «Стрелка». Методология прогнозирования туристического потока представлена в Приложении к настоящему отчету. Распределение туристических потоков внутри регионов может быть дополнительно скорректировано в рамках Этапа 3.

Целевые аудитории Большого Золотого кольца в России

Туристы предпочитают скорее многообразный, чем моно-туристический продукт в одной поездке. Культурный туризм интересен абсолютно для всех сегментов аудиторий — даже выбирая эко-туризм туризм, россияне заезжают за культурной программой.

Ключевые характеристики портретов аудиторий	Любители культуры и оздоровления	Ценители отдыха на природе	Охотники за событиями	Активные спортивные туристы	Искушенные туристы
Доля сегмента от всех туристов, %[1]	31 %	15 %	12 %	23 %	19 %
Предпочтения отдыха (виды туризма)[1]	культурный семейный оздоровительный	активный культурный семейный эко-туризм	культурный событийный гастротуризм	активный эко-туризм культурный охота и рыбалка	культурный семейный активный
Целевой возраст[1]	от 40 лет	25–30 лет, 50+ лет	16–24 года	Все в равной степени	30–60 лет
С кем обычно ездят[1]	Вдвоем или с детьми	С детьми	Одни или вдвоем	Одни или вдвоем	Вдвоем или с детьми
Что важно большинству[1]	• Наличие инфраструктуры и условий для отдыха с детьми • Хорошие и разнообразные гостиницы в городе или на природе со спа • Культурная программа и комфорт на природе • Приемлемая стоимость	• Наличие инфраструктуры и условий для отдыха с детьми • Хорошие и разнообразные гостиницы на природе со спа • Комфорт на природе • Приемлемая стоимость	• Захватывающие культурные мероприятия • Благоустройство в городах • Недорогие комфортные гостиницы • Приемлемая стоимость	• Наличие активных развлечений • Дикая природа • Недорогие комфортные гостиницы	• Наличие разнообразных развлечений • Наличие вариантов отдыха в отеле по типу «все включено» • Дорогой отдых

Доля туристов, которые сочетают 2 вида отдыха[2]

76% Семейный + Культурный

76% Оздоровительный + Культурный

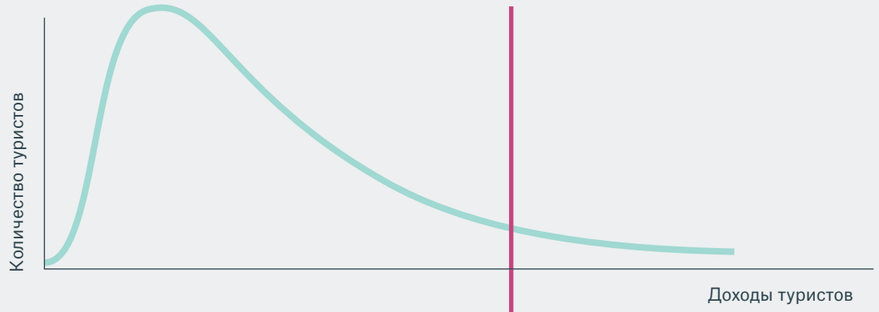
64% Активный + Культурный

Для развития туризма Большого Золотого кольца интересны все представленные аудитории. Задача развития макротерритории состоит в работе со всеми существующими аудиториями. Необходимость привлекать новые группы туристов отсутствует.

1. Туристы всех регионов России. Методология: Кластерный анализ на основе результатов социологического опроса, проведенного в апреле 2022 года на репрезентативной выборке в соответствии с населением в каждом регионе. Участие в опросе приняли респонденты от 16 лет и старше (1000 чел.), хотя бы иногда путешествующие по России или за границу. Подробные характеристики аудиторий туристов представлены в разделе Управление туристическим потоком.
2. На основе результатов социологического опроса на 10 000 чел., 2022 г.

Структура платежеспособности туристического потока в 2035 г.

Распределение туристов по уровню доходов и платежеспособности[1]



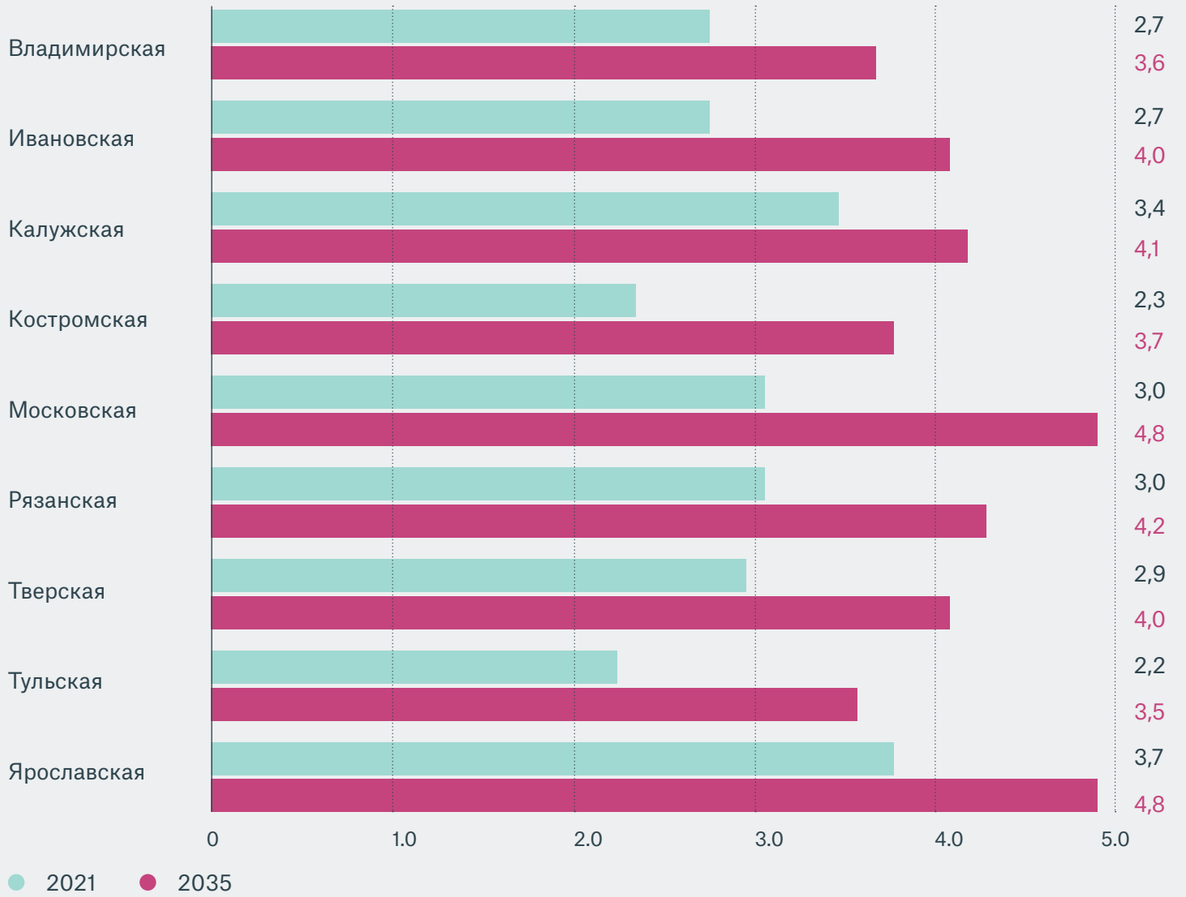
Туристы, готовые потратить **до 100 тыс. рублей** на отдых на чел. в год

- Охотники за новыми впечатлениями — фестивалями и культурной программой
- Любители культурно-познавательного и оздоровительного отдыха
- Ценители отдыха на природе
- Активные — спортивные туристы

Туристы, готовые потратить **более 100 тыс. рублей** на отдых на чел. в год

- Искушенные туристы

Средний чек туристов на территории регионов Большого Золотого кольца, тыс. руб. в ценах 2022 года[1]



Распределение туристов по уровню доходов и платежеспособности означает, что для привлечения спроса на территорию БЗК ему должна соответствовать структура предложения по сегментам (стоимости, предлагаемых услуг).
Стоимость путешествия в макрорегионе главным образом зависит от стоимости проживания, которое может себе позволить турист, и средних трат на территории. Средний чек в регионах с невысоким туристическим потоком сопоставим с более популярными регионами за счет меньшего объема предложения и соответственно отсутствия конкуренции на рынке туристических услуг.
Рост среднего чека к 2035 году происходит за счет появления новых качественных гостиниц и дополнительных сервисов для туристов.

1. Расчет на основании больших данных Инфопанели «Туризм» Сбер Аналитики, анализ средств размещения и сервисов, предлагаемым туристам на территории.

3. Ключевые задачи развития макротерритории

3A Управление туристическим потоком

3B Создание нового туристического продукта: всесезонные курорты

3C Актуализация рынка гостиничной и туристической инфраструктуры

3D Изменение туристического потока в регионах макротерритории

3E Повышение транспортной доступности

3F Формирование туристического бренда территории (архитектурный код)

Цели и задачи направления

Задачи и целевые показатели развития

1 Сформировать параметры и принципы развития курорта в Большом Золотом кольце

не менее 2-х дней

целевая продолжительность пребывания на курорте

2 Определить границы курортов и зон притяжения

18 новых курортов Большого Золотого кольца

Принципы развития

- Поддержка территорий, которым она существенно нужна для развития туризма
- Раскрытие природного потенциала макрорегиона
- Транспортная сязанность всех территорий

Вызовы и потенциал развития

- Историческое развитие турпродукта как экскурсионно-ориентированного набора достопримечательностей на несколько часов
- Низкий индекс качества городской среды в населенных пунктах и неудовлетворительное состояние объектов культурного наследия

Задача 1. Параметры развития курорта Большого Золотого кольца

Характеристики всесезонных курортов

- Базовая инфраструктура и ключевые аттракторы в пешеходной доступности от ядра курорта
- Всесезонная инфраструктура с разнообразием форматов отдыха
- Разнообразный набор достопримечательностей на расстоянии менее часа езды

Составляющие всесезонного курорта
Перечень компонентов, необходимых для трансформации территории во всесезонный курорт

Достопримечательности

Сеть объектов на территории, имеющих культурную или экологическую ценность. Подразделяются на ключевые (исторические и природные) и сопутствующие аттракторы

Ключевые аттракторы: исторические

Культурные достопримечательности и объекты локальной идентичности, формирующие образ места и генерирующие туристический поток

Ключевые аттракторы: природные

Ландшафтные зоны, леса и парки, реки и озера, территории ООПТ, формирующие образ территории

Сопутствующие аттракторы

Событийная программа и спортивная инфраструктура, поддерживающие всесезонность курорта и разнообразие форматов досуга

Инфраструктура курорта

Объекты и коммуникационный каркас, обеспечивающие комфортное использование территории курорта

Средства размещения

Объекты гостиничной инфраструктуры, эко-отели, дома отдыха, а также объекты инфраструктуры для отдыха с детьми на территории всесезонного курорта

Туристическая инфраструктура

Туристические центры, общественное питание, туалеты, объекты инфраструктуры для отдыха с детьми, коммерция и сервисы проката, обеспечивающие комфортное пребывание и мобильность туристов

Коммуникационный каркас

Система улично-дорожной сети и транспорта, обеспечивающая связанность всесезонного курорта как внутри территории, так и в общей системе объектов БЗК

Примеры составляющих всесезонного курорта

- Музеи
- Архитектурные достопримечательности
- Локальные производства и промышленные кластеры

- Благоустроенная пешеходная инфраструктура на природных территориях

- Всесезонная спортивная инфраструктура (пример: бассейны)
- Инфраструктура для сезонных видов спорта (пример: лыжные маршруты)
- Фестивали, концерты
- Мастер-классы и локальные события

- Wellness, MediSpa отели
- Загородные отели all-inclusive
- Городские отели, отражающие местный колорит

- Туристические центры
- Общественное питание
- Инфраструктура заботы о ребенке
- Круглогодичные экскурсионные маршруты

- Автомобильные дороги
- Регулярные маршруты автобусного и железнодорожного транспорта

Задача 1. Принципы развития курорта в Большом Золотом кольце

1

Поддержка локальной экономики

Внимание к небольшим населенным пунктам, нуждающимся в поддержке экономики с помощью развития туризма. Опора на местные инициативы и уже существующий контекст

2

Продвижение средового туризма

Раскрытие потенциала средового туризма, который позволяет соприкоснуться с историей и ощутить атмосферу русского уездного города, гуляя по старинным улицам, посещая усадьбы и наслаждаясь нетронутой природой

3

Аккуратные интервенции

Деликатно интегрировать новые проекты в сложившуюся городскую среду и ландшафты, учитывая морфологические, исторические и природные особенности — дополняя, но не нарушая сложившийся облик территории

4

Всесезонность

Сглаживание выраженной сезонности туристического потока за счет создания инфраструктуры и событийной программы, привлекающих туристов в межсезонье и низкий сезон

5

Мониторинг и долгосрочное планирование

Постоянный мониторинг экономического, социального и экологического состояния курорта для оценки устойчивости его развития

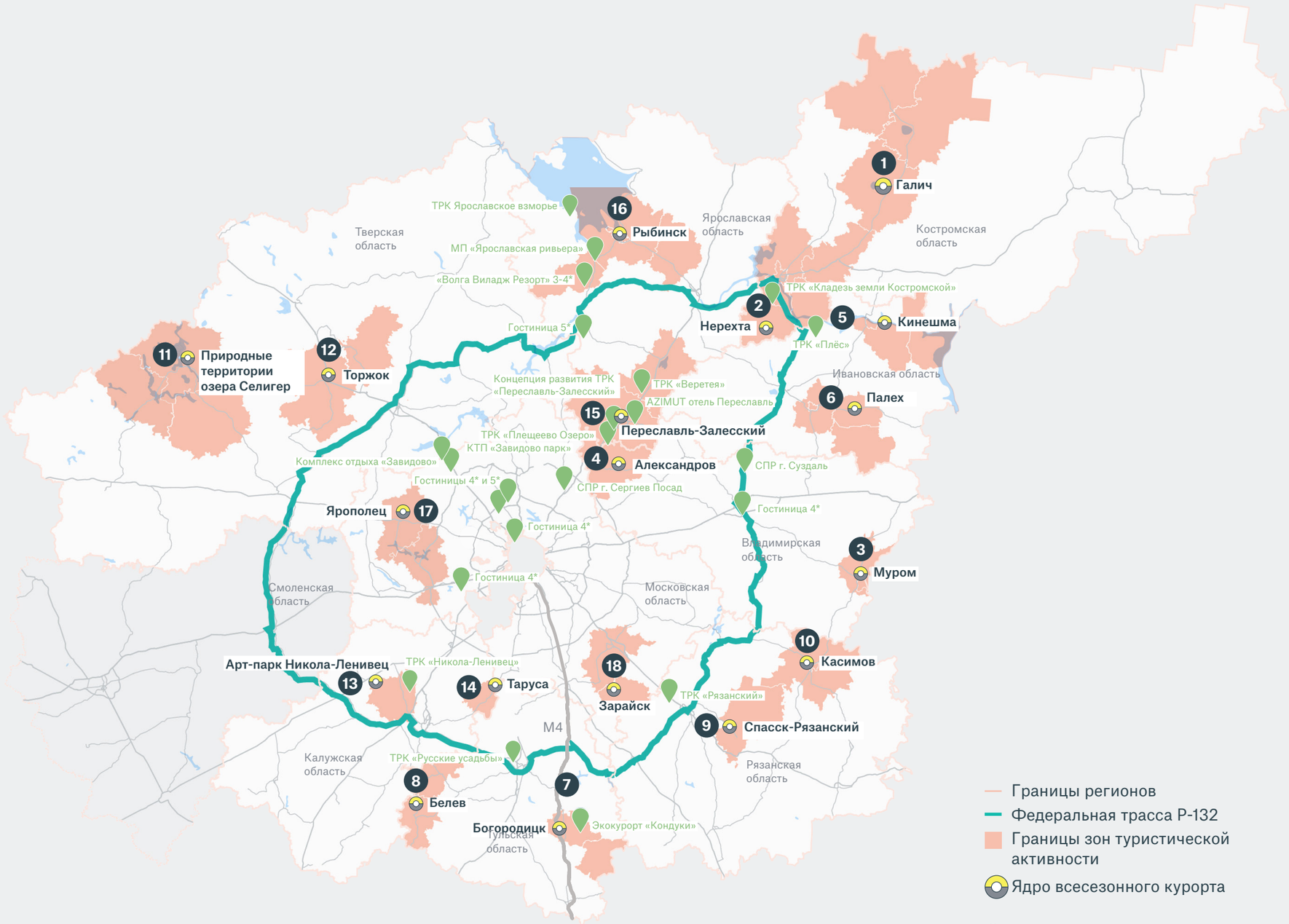
6

Качественное преобразование туристического потока

Достижение положительных эффектов от туризма за счет увеличения доли возвратных туристов, создания разнообразного туристического предложения и увеличения продолжительности пребывания на территории

Задача 2. **Определить границы курортов и зон притяжения**

Зоны развития выделены на основе определения на макротерритории точек притяжения, популярных у туристов мест и развитых городских и природных территорий.



18 всесезонных курортов

Костромская область

1. Галич — Чухлома — Солигалич
2. Кострома и окрестности

Владимирская область

3. Муром
4. Александров

Ивановская область

5. Кинешма—Юрьевец
6. Шуя — Палех — Южа — Холуй

Тульская область

7. Богородицк — Куликово поле
8. Белев

Рязанская область

9. Спасск-Рязанский
10. Касимов

Тверская область

11. Озеро Селигер
12. Торжок

Калужская область

13. Арт-парк Никола-Ленивец
14. Таруса

Ярославская область

15. Переславль-Залесский — Ростов
16. Рыбинск — Мышкин — Тутаев

Московская область

17. Волоколамск — Руза
18. Коломна — Зарайск

- Границы регионов
- Федеральная трасса Р-132
- Границы зон туристической активности
- Ядро всесезонного курорта
- Реализуемые проекты гостиничной инфраструктуры

* Федеральная целевая программа «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации» (2011-2018 и 2019–2025 годы).

Задача 2. **Принципы определения всесезонных курортов**

Зоны развития выделены на основе определения на макротерритории точек притяжения, популярных у туристов мест и развитых городских и природных территорий

Этап 1:

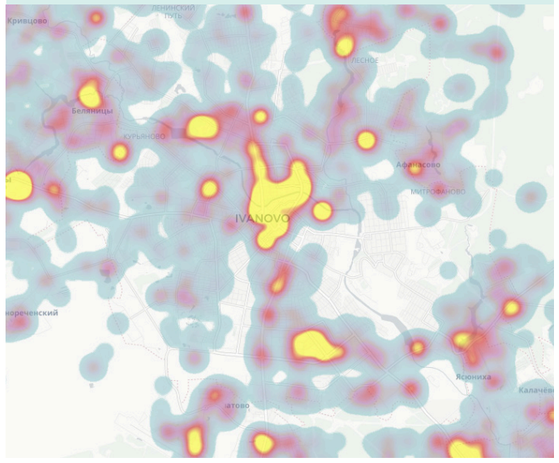
Определение значимых предпосылок для формирования всесезонных курортов

Параметры:

- Наиболее популярные туристические локации по итогам анализа соцсетей;
- Наиболее активные туристические точки по фотографиям в соц. сетях;
- Места концентрации ОКН и природных достопримечательностей;
- Предложения регионов, уточненные в рамках стратегических сессий;
- Определение наиболее привлекательных для отдыха территорий с культурными и природными достопримечательностями;
- Расположение других проектов территориального развития.

Этап 2:

Формирование карты туристической активности



Этап 3:

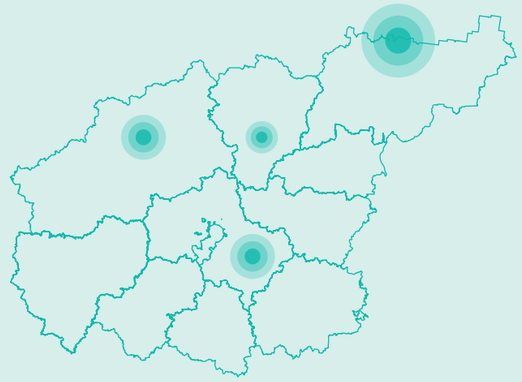
Определение наиболее привлекательных территорий с культурными и природными достопримечательностями для отдыха

Параметры:

- Популярные у туристов малые исторические города с хорошим качеством городской среды и концентрацией объектов культурного наследия;
- Популярные у туристов природные достопримечательности, такие как национальные парки, реки и большие озера;
- Транспортная доступность.

Этап 4:

Формирование 18 всесезонных курортов на территориях с высоким турпотоком и уникальными туристическими объектами



Опыт жизни малого исторического города



г. Суздаль

Отдых на уникальных природных территориях



Национальный парк «Угра»

Концепция всесезонного курорта

Всесезонный курорт БЗК – это зона туристической активности с единым позиционированием, природными и культурно-историческими достопримечательностями, транспортно и инфраструктурно связанная с туристическими центрами региона и насыщенная разнообразным предложением средств размещения

Особенности курорта БЗК

Уникальный комбинированный турпродукт: культура и природа

76% туристов

предпочитают сочетать культурный отдых с другими видами туризма[1]

Расположение вблизи исторических городов

до 20 минут

занимает поездка до туристического центра

Значительный масштаб проектирования

600 га

средний размер курорта (с учетом территории туристического центра, в границах которого ведется проектирование)

По результатам проведенного социологического опроса (выборка: 10 тыс. чел., Россия) туристы предпочитают комбинировать несколько типов туризма во время отдыха. При этом большинство людей предпочитают сочетать культурно-познавательный туризм.

Наличие разнообразного предложения средств размещения

244 номеров

средний размер нового номерного фонда на курорте (2-5*)

Состав концепции

Для администраций — техническое задание на проектирование и работу с инвесторами:

- Комплексное видение развития
- Мероприятия: благоустройство, транспорт, туристическая и инженерная инфраструктура
- Новые точки притяжения и маршруты
- Дорожная карта с мероприятиями, сроками, финансированием и перечнем программ поддержки

Для инвестора — готовый инвестиционный лот:

- Уникальное позиционирование
- Прогноз туристического потока и новых КСР
- Земельные участки
- ТЭПы
- Финансовые модели КСР

3. Ключевые задачи развития макротерритории

3A Управление туристическим потоком

3B Создание нового туристического продукта: всесезонный курорт

3C Актуализация рынка гостиничной и туристической инфраструктуры

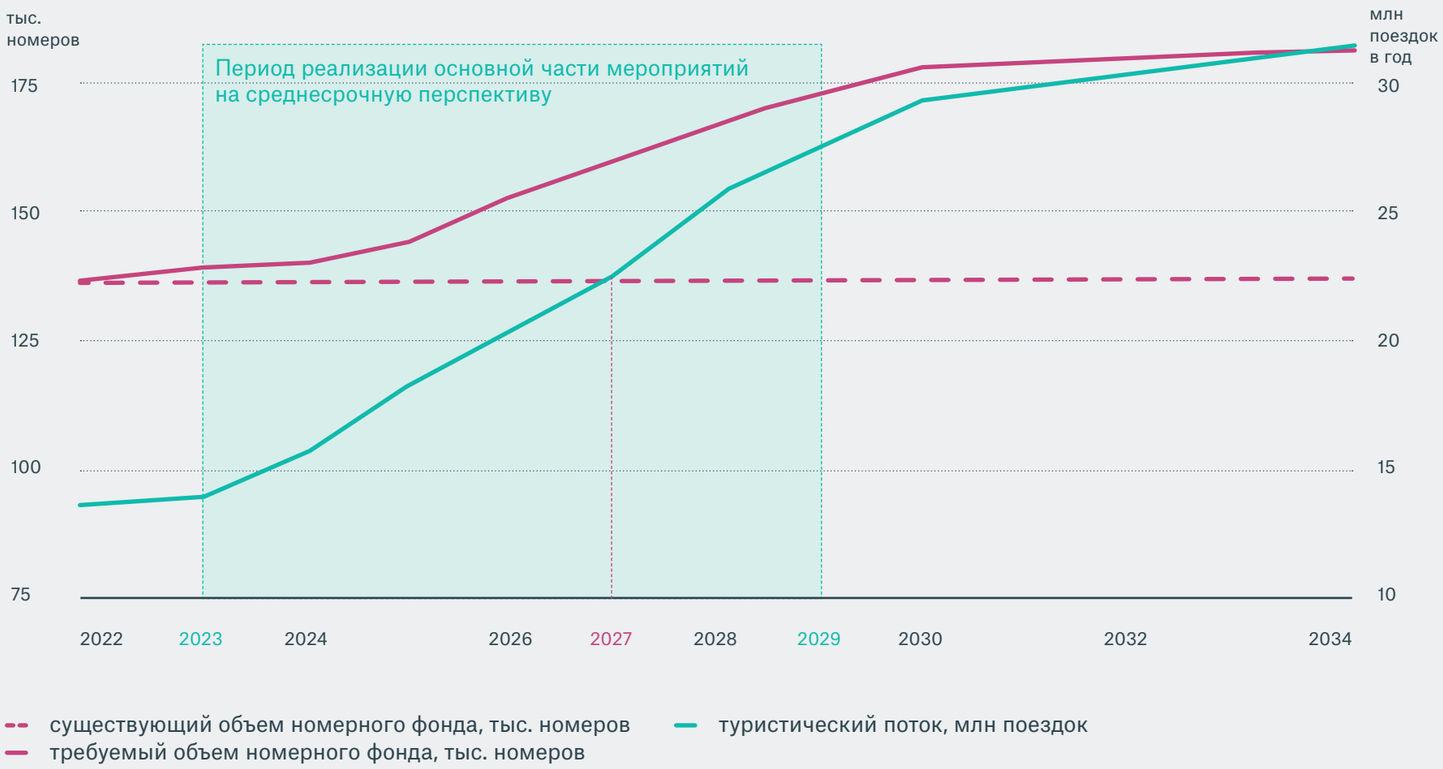
3D Изменение туристического потока в регионах макротерритории

3E Повышение транспортной доступности

3F Формирование туристического бренда территории (архитектурный код)

Цели и задачи направления

С ростом туристического потока существующие гостиницы способны закрыть спрос только до 2027 года[1]



Вызовы и потенциал развития

- Дефицит качественного предложения в высокий сезон вместе с большим количеством объектов в «сером секторе»
- Близость к платежеспособному спросу и уникальность туристического направления
- Высокая концентрация КСР в крупных городах и малое их число в туристически привлекательных малых городах

Принципы развития туристической инфраструктуры

1. Привлечение профессиональных гостиничных операторов для развития качественных гостиничных объектов и сервисов
2. Развитие гостиничной инфраструктуры вне региональных центров в малых городах и на природных территориях
3. Диверсифицированное предложение
4. Всесезонные курорты – только часть предложения, которое поможет перезапустить туризм на территории

Задачи развития

1. Обеспечить туристический поток средствами размещения, в том числе за счет новых территорий развития
2. Диверсифицировать предложение в соответствии с запросами целевой аудитории

Целевые показатели

+46,2 тыс. номеров
(181 тыс. номеров - совокупный номерной фонд к 2035 году)

требуется в макрорегионе до 2035 г. для закрытия прогнозируемого спроса. Новый фонд включает КСР и ИСР в курортах, за их пределами, а также иные реализуемые на территории проекты[1]

с 56 до 65%

достижение целевой среднегодовой загрузки средств размещения всех сегментов к 2035 году[2]

1. Согласно базовому сценарию прогноза туристического потока с учетом запланированных на территории БЗК проектов гостиниц. Численность туристов, проживающих в гостиницах, рассчитывается на основании существующей структуры спроса на гостиницы и на неофициальные гостиницы (частный сектор). Расчет основан на предположении того, что 30% спроса на объекты частного сектора перейдет в гостиницы после появления нового предложения, поскольку ранее посетители выбирали частный сектор лишь из-за стоимости (https://hotelier.pro/tourizm/item/pochemu-turisty-vybirayut-arendu-zhilya-vmesto-prozhivaniya-v-gostinitsakh/). Продолжительность проживания определяется на основании существующего показателя числа ночевок на каждое лицо, размещенное в КСР. Целевая загрузка гостиниц определена на уровне 65%. Объем номерного фонда на территории всесезонных курортов будет актуализирован по мере разработки и согласования 18 всесезонных курортов.
2. На основании базового сценария прогноза туристического потока до 2035 года, целевых показателей загрузки объектов размещения и планов по развитию гостиничной инфраструктуре в соответствии со структурой спроса по данным CORE.XP.

Задача 1. Необходимый объем средств размещения к 2035 году

		Макротерритория	Всесезонные курорты[3]
2021[2]	Номерной фонд, включая коллективные и индивидуальные средства размещения и серый сектор[1]	137 тыс. номеров	9,6 тыс. номеров
	Среднегодовая загрузка коллективных средств размещения[2]	56%	-
2035	Номерной фонд, включая коллективные и индивидуальные средства размещения[3]	181 тыс. номеров	14,4 тыс. номеров
	Среднегодовая загрузка коллективных средств размещения[4]	65%	-

Оценка емкости номерного фонда КСР и ИСР 2035:

181 тыс. номеров[3]

- **108,9 тыс. номеров** существующий номерной фонд КСР (2021 год)[1]
- **+ 16 тыс. номеров** номерной фонд ИСР в 2035 году с учетом сокращения[1]
- **+ 9,9 тыс. номеров** легализация гостиниц серого сектора[1]
- **+ 10,2 тыс. номеров** планируемые крупные проекты на территории БЗК[5]
- **+ 5,3 тыс. номеров** новые гостиницы на территории всесезонных курортов[3]
- **+ 30,7 тыс. номеров** требуемый номерной фонд за границами всесезонных курортов[3]

1. Официальные коллективные средства размещения, Номерной фонд КСР по данным Росстат. Индивидуальные средства размещения на основании данных агрегаторов краткосрочной аренды недвижимости. Номерной фонд гостиниц серого сектора определен на основании анализа средств размещения на территории всесезонных курортов.
2. Среднегодовая загрузка определена, как количество ночевок/коэффициент двойной загрузки номера (1,5))/(количество доступных номеров*365). Загрузка расчитана для 2019 г.
3. Расчет на основании прогнозируемого туристического потока и оценки потенциальной аудитории КСР с учетом перехода части спроса ИСР в новые гостиницы и сокращения объема ИСР за счет перехода объектов на долгосрочный рынок аренды.
4. Целевая среднегодовая загрузка коллективных средств размещения.
5. Планируемые проекты на территории БЗК, с участием институтов развития (Туризм.РФ, ВЭБ.РФ) и без их участия при условии наличия данных о планируемом номерном фонде в открытых источниках.

Задача 1. Прогноз распределения туристических поездок по местам размещения

Места размещения туристов	Объем туристических поездок в 2019[3]	Объем туристических поездок в 2035[3]
Официальные гостиницы (КСР[1])	9,2 млн	20,4 млн
Гостиницы серого сектора[2]	0,4 млн	—
Частный сектор: апартаменты, загородные дома (ИСР[3])	4 млн	3,5 млн
Остальные туристы (круизные, дикие туристы, останавливающиеся в палатках, посещающие друзей и родственников и т.п.)	3,2 млн	6,7 млн
Туристический поток, останавливающийся в КСР и ИСР	**13,6 млн поездок**	**23,9 млн поездок**

Предпосылки прогноза:

1

Развитие инфраструктуры положительно повлияет на возвратность туристов.

2

Строительство новых гостиниц значительно сократит численность проживающих в ИСР за счет перехода части спроса в новые гостиницы.

3

Развитие качественной инфраструктуры привлечет туристов, отказывавшихся от поездок ранее из-за отсутствия гостиниц требуемого качества и категории.

КСР
Классифицированные коллективные средства размещения

Индивидуальные средства размещения (ИСР)
Квартиры, аппартаменты, индивидуальные жилые дома для посуточной аренды

Серый рынок
Квартиры, аппартаменты, индивид, жилые дома с позиционированием КСР (включают в название/описание слова «гостевые дома/хостелы/гостиницы»). От ИСР отличаются наличием сервисов, позиционированием, ценой. Макс. номерной фонд — 10 номеров

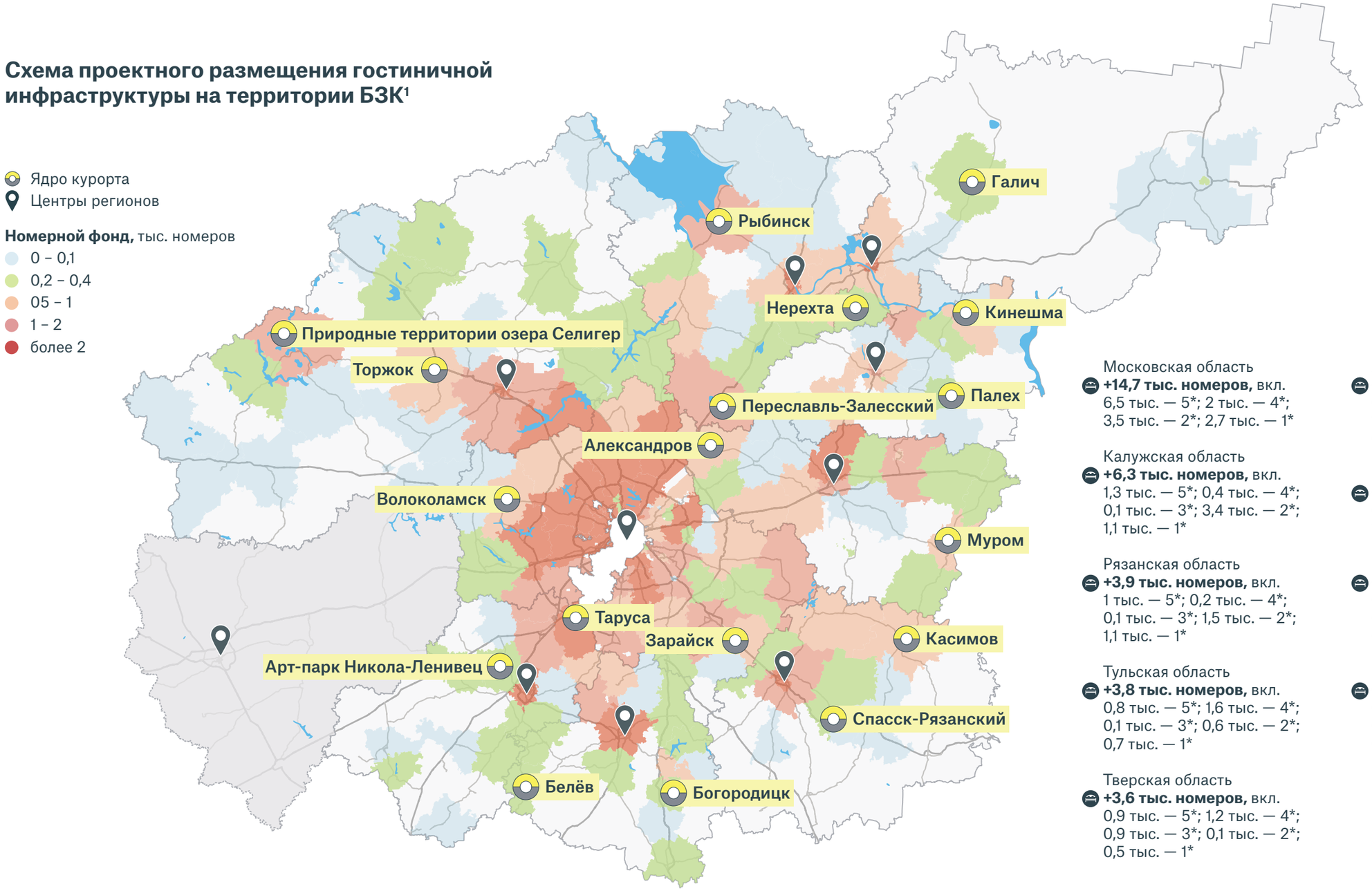
1. Официальные коллективные средства размещения, Численность размещенных лиц по данным Росстат

2. Численность размещенных лиц определена на основании предположения о соответствии среднегодовой загрузки официальных КСР и гостиниц серого рынка. Номерной фонд гостиниц серого сектора определен экспертно на основании анализа средств размешения во всесезонных курортах.
Индивидуальные средства размещения - посуточная аренда апартаментов, загородных домов и т.п. Расчет CORE.XP

Задача 1. Проектное распределение коллективных средств размещения к 2035 г.

Реализация Стратегии позволит перенаправить туристический поток из крупных городов в малые города и на природные территории.

Схема проектного размещения гостиничной инфраструктуры на территории БЗК[1]



Московская область
+14,7 тыс. номеров, вкл.
6,5 тыс. — 5*; 2 тыс. — 4*;
3,5 тыс. — 2*; 2,7 тыс. — 1*

Калужская область
+6,3 тыс. номеров, вкл.
1,3 тыс. — 5*; 0,4 тыс. — 4*;
0,1 тыс. — 3*; 3,4 тыс. — 2*;
1,1 тыс. — 1*

Рязанская область
+3,9 тыс. номеров, вкл.
1 тыс. — 5*; 0,2 тыс. — 4*;
0,1 тыс. — 3*; 1,5 тыс. — 2*;
1,1 тыс. — 1*

Тульская область
+3,8 тыс. номеров, вкл.
0,8 тыс. — 5*; 1,6 тыс. — 4*;
0,1 тыс. — 3*; 0,6 тыс. — 2*;
0,7 тыс. — 1*

Тверская область
+3,6 тыс. номеров, вкл.
0,9 тыс. — 5*; 1,2 тыс. — 4*;
0,9 тыс. — 3*; 0,1 тыс. — 2*;
0,5 тыс. — 1*

Ярославская область
+5,8 тыс. номеров, вкл.
0,8 тыс. — 5*; 2,4 тыс. — 4*;
1,9 тыс. — 3*; 0,5 тыс. — 2*;
0,2 тыс. — 1*

Костромская область
+2,5 тыс. номеров, вкл.
0,7 тыс. — 5*; 0,7 тыс. — 4*;
1 тыс. — 2*; 0,1 тыс. — 1*

Владимирская область
+2,7 тыс. номеров, вкл.
0,7 тыс. — 5*; 0,6 тыс. — 4*;
0,2 тыс. — 3*; 0,6 тыс. — 2*;
0,6 тыс. — 1*

Ивановская область
+2,9 тыс. номеров, вкл.
0,6 тыс. — 5*; 0,2 тыс. — 4*;
0,2 тыс. — 3*; 1,3 тыс. — 2*;
0,6 тыс. — 1*

1. Расчет на основании прогнозируемого туристического потока и оценки потенциальной аудитории КСР с учетом перехода части спроса ИСР в новые гостиницы и сокращения объема ИСР за счет перехода объектов на долгосрочный рынок аренды. В расчете использована целевая среднегодовая загрузка 65%.

Задача 1. Проектное распределение номерного фонда к 2035 году

Структура распределения номерного фонда внутри регионов к 2035 г., тыс. номеров[1]



Структура предложения по категориям гостиниц к 2035 году по регионам[2]



Дополнительная туристическая инфраструктура к 2035 г.[3]



Строительство гостиниц вне региональных центров простимулирует перераспределение туристического потока внутрь регионов. Приведение структуры предложения средств размещения в соответствие с сегментами спроса позволит привлечь в макрорегион новых туристов, ранее отказывавшихся от поездок по Большому Золотому кольцу из-за отсутствия качественной инфраструктуры, а также увеличит количесто поездок на 1 туриста.

1. Структура номерного фонда с учетом реализации стратегии.
2. Структура номерного фонда с учетом реализации стратегии на основании приведения структуры предложения к структуре спроса по сегментам в соответсвии с логнормальным распределением туристов по уровню доходов.
3. Расчет на основании приведения численности объектов инфраструктуры к среднестатистическим данным по топ-3 регионам: Калужская, Рязанская, Ярославская области.

Задача 2. **Диверсифицировать предложение в соответствии с запросами целевой аудитории**

Проблемы гостиничной инфраструктуры БЗК

Отсутствие качественной инфраструктуры

Неразвитость туристических сервисов негативно сказывается на решении туристов о повторном посещении Большого Золотого кольца.

45%
туристов отметили плохо развитую гостиничную инфраструктуру в качестве основной проблемы, препятствующей развитию туризма[1]

Высокая доля проживающих в частном секторе

Часть туристов в высокий сезон выбирает размещение в частном секторе в связи с загруженностью качественных гостиниц, а также из-за отсутствия предложения вблизи точек притяжения. В результате муниципалитеты и регионы недополучают налоговые доходы.

24%
туристов останавливается в объектах частного сектора[2]

30%
туристов, останавливающихся в объектах частного сектора, являются потенциальной аудиторией гостиниц с учетом платежеспособности туристов[5]

Качественные гостиницы характеризуются повышенным спросом

Высокая доля средств размещения морально и физически устарела, качественные гостиницы обладают повышенным спросом. Стоимость предложения в объектах 4-5* не равномерна на территории 9 регионов, в связи с чем данные группы гостиниц рассматриваются вместе.

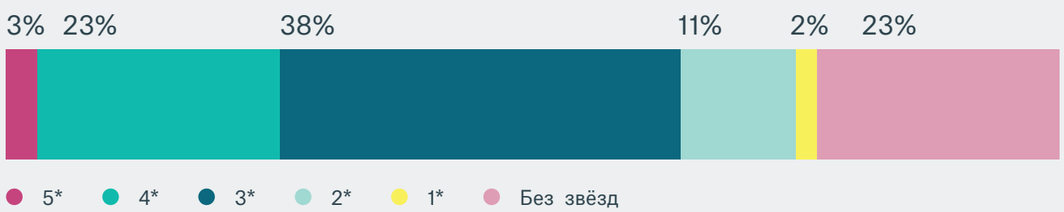
только 4 из 9
регионов предлагают размещение в гостиницах категории 5* [3]

80%
достигает среднегодовая загрузка объектов категорий 4 и 5* [6]

Распределение спроса по категориям гостиниц в 2022 году



Распределение предложения по категориям гостиниц в 2022 году



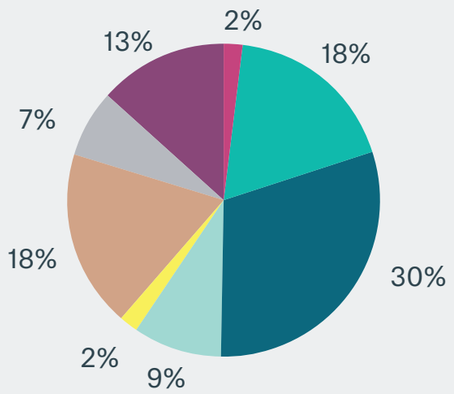
Отсутствие качественной туристической инфраструктуры ограничивает развитие туризма на территории Большого Золотого кольца, что подтверждается социологическим опросом, высокой загрузкой гостиниц 4-5*, а также большим количеством индивидуальных средств размещения.

1. По данным проведенных социологических опросов
2. Расчет CORE.XP.
3. Анализ гостиничной инфраструктуры, CORE.XP
4. Анализ средств размещения на территории всесезонных курортов.
5. По данным социологического опроса, проведенного Авито Недвижимость.
6. По данным интервью с участниками рынка.

Задача 2. **Диверсификация предложения и обновление рынка**

Строительство новых гостиниц категорий 3–5* с привлечением профессиональных гостиничных операторов создаст предложение для туристов, отказывающихся сейчас от поездок в БЗК из-за отсутствия качественного предложения.

Существующее предложение[2]

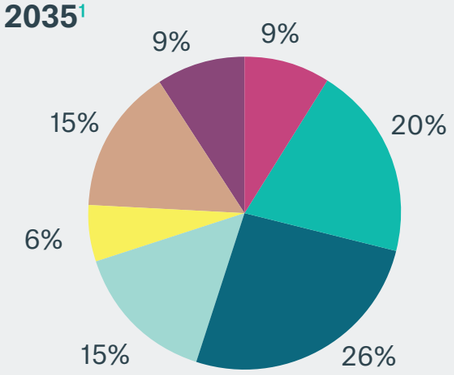


20 %
некачественного номерного фонда[3]

Существующий рынок характеризуется большим количеством некачественного предложения и дефицитом объектов высокого ценового сегмента.

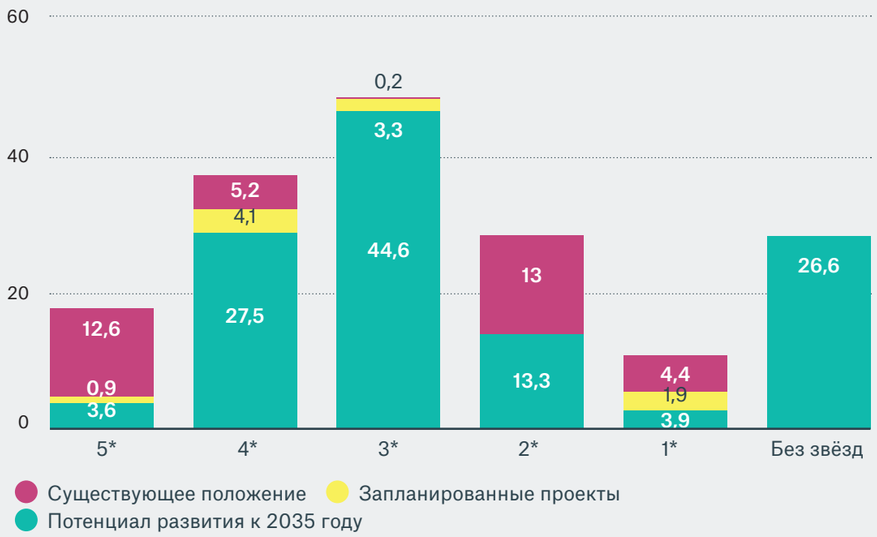
Предложение 2035 соответствует структуре спроса и ожиданиям туристов по уровню оказываемых услуг. Обновление существующего рынка гостиничной инфраструктуры будет стимулировать туристов совершать повторные поездки в БЗК.

Гостиничная инфраструктура 2035[1]



13 %
некачественного номерного фонда[3]

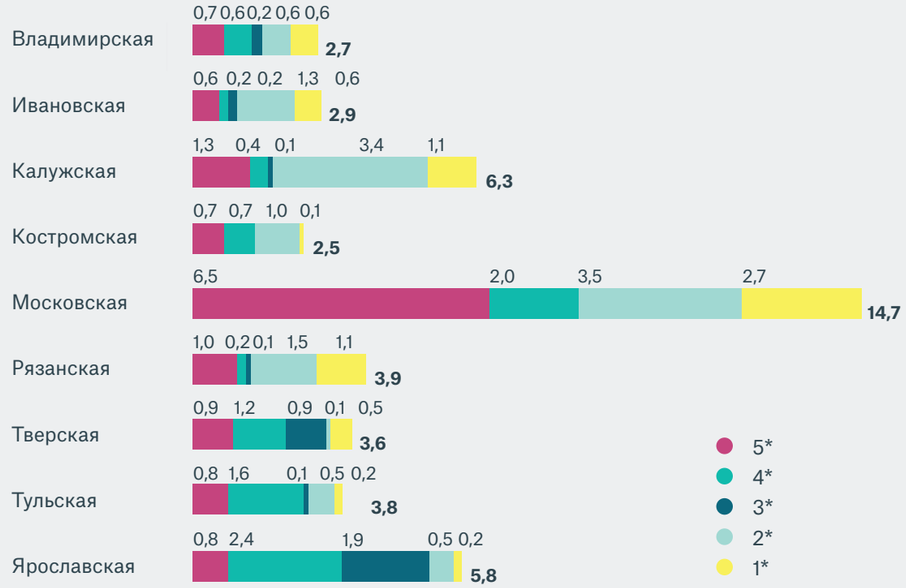
Развитие КСР по сегментам на территории БЗК к 2035 году, тыс. номеров[1]



С учетом существующих объектов, запланированного предложения наибольшим потенциалом для нового строительства обладают объекты 3 и 4*, поскольку в данных категориях присутствует более существенный дефицит предложения.

Ожидаемо большим потенциалом развития гостиничной инфраструктуры обладает Московская область за счет высокого туристического потока. При этом строительство гостиниц категорий 4-5* наиболее востребовано в Московской, Тульской и Ярославской областях за счет двух факторов: роста турпотока и дефицита предложения сегмента выше среднего.

Развитие КСР по сегментам по регионам, тыс. номеров[1]



1. Расчет КБ Стрелка на основании прогнозируемого турситического потока и оценке потенциальной аудитории КСР.
2. Официальные коллективные средства размещения, Номерной фонд КСР по данным Росстат, данные классификация-туризм.рф.
3. На основании анализа средств размещения на териториии всесезонных курортов.

Задача 2. Рекомендуемые приоритетные форматы

Городские отели—гостиницы для сна и завтрака с различным набором сервисов[1]



Гостевой дом / мини-отель	Бизнес-отель	Конгресс-отель	Бутик-отель
5–20 номеров	30–50 номеров	80–150 номеров	50–120 номеров
без звезд - 2*	2–5*	3–4*	4–5*
инфраструктура ограничена, но часто встречается качественный сервис и индивидуальный подход	• ресторан • концеренц-площади • спа (опционально)	• ресторан • концеренц-площади • шатер • развлекательная инфраструктура • спа (опционально)	• ресторан • спа

▲

Преобладающий тип размещения сейчас
Данный тип не требует привлечения крупных инвесторов и операторов, может активно развиваться благодаря поддержке МСП и других льготных программ. В рамках Стратегии мы предполагаем самостоятельное развитие такого формата по мере роста спроса.

Загородные —комфортное пребывание на благоустроенной территории с различным набором сервисов[1]



Курортный отель (резорт-отель)	Круглогодичный глэмпинг	Wellness, medi-spa отель
80–120 номеров	150–250 номеров	100–150 номеров
3–5*	2-4*	4–5*
• ресторан • конференц-залы • шатер для мероприятий (опционально) • развлекательная инфраструктура • инфраструктура для детей • зеленая территория • благоустроенная территория • спа • медицинская инфраструктура	• **зал для завтраков** • **шатер для мерпориятий** • **зеленая территория**	• ресторан • конференц-залы • шатер для мероприятий (опционально) • развлекательная инфраструктура • инфраструктура для детей • зеленая территория • благоустроенная территория • спа • медицинская инфраструктура

- Строительство новых объектов в рамках предлагаемых форматов на территории всесезонных курортов будет соответствовать целям развития Большого Золотого кольца и привлекать туристов, которые отказываются от поездок сейчас из-за отсутсвия инфраструктуры (включая повторные поездки): 45% туристов отметили плохо развитую гостиничную инфраструктуру в качестве основной проблемы, препятствующей развитию туризма.[2]
- Модернизация существующего рынка, состоящего преимущественно из небольших гостевых домов с высокой долей частного сектора, путем строительства более крупных объектов приведет к росту конкуренции и, как следствие, к улучшению качества услуг в существующих объектах.
- В разделе Архитектурный код даны рекомендации к отелям

1. Анализ типов размещения, CORE.XP, 2022 год
2. По данным проведенных социологических опросов

3. Ключевые задачи развития макротерритории

3A Управление туристическим потоком

3B Создание нового туристического продукта: всесезонный курорт

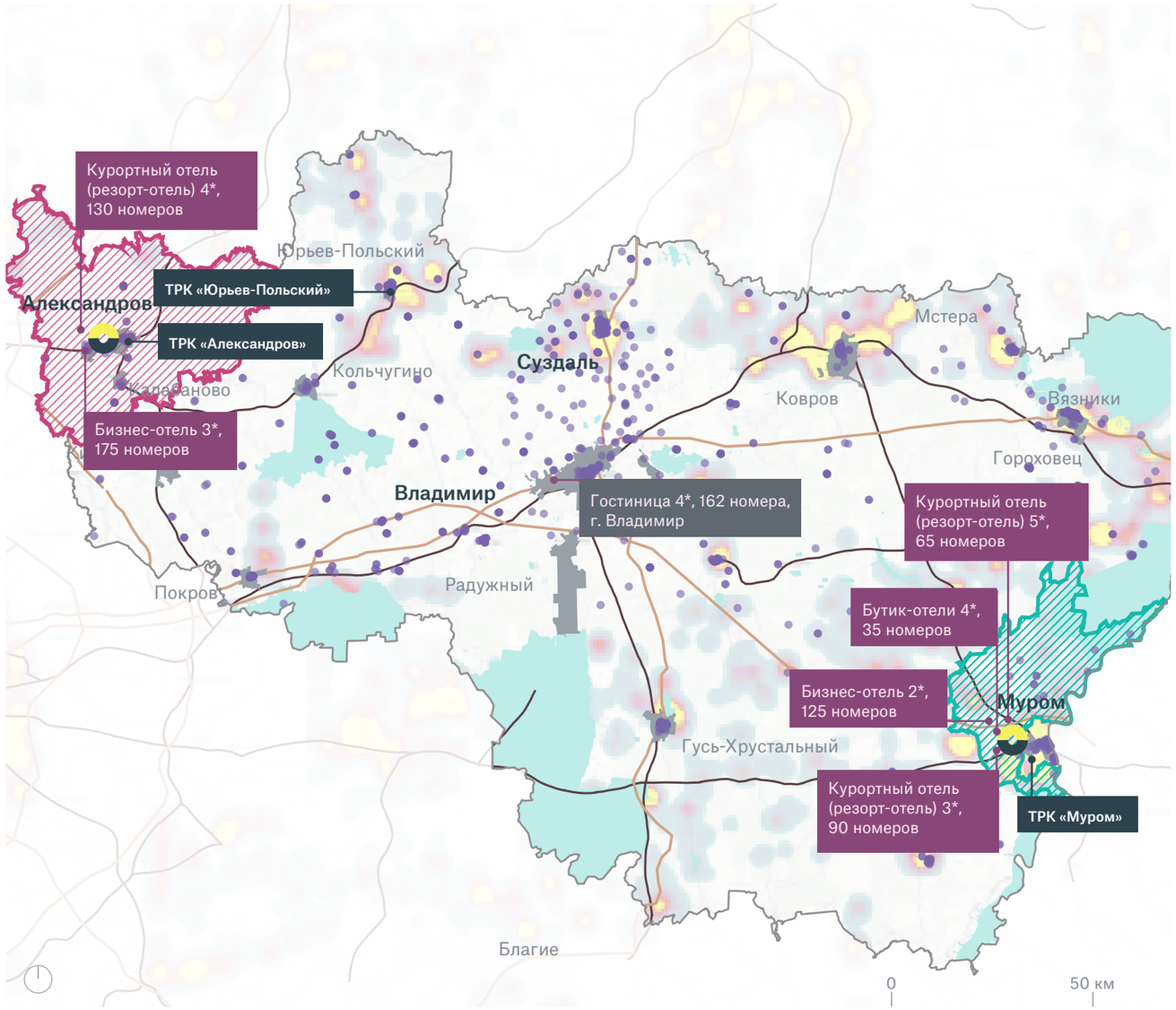
3C Актуализация рынка гостиничной и туристической инфраструктуры

3D Изменение туристического потока в регионах макротерритории

3E Повышение транспортной доступности

3F Формирование туристического бренда территории (архитектурный код)

Владимирская область



1. Туристический поток на основе скорректированных данных мобильных операторов
2. Прогноз туристического потока на основе скорректированных данных мобильных операторов с учетом влияния экономических, геополитических, транспортных и инфраструктурных факторов, а также целевого показателя роста.
3. Прогноз туристического потока по данным региона
4. Структура номерного фонда с учетом предлагаемых мероприятий, основанных на прогнозе туристического потока, а также распределения туристистов по уровню дохода. Данные учитывают серый сектор и индивидуальные средства размещения. Для целей анализа неклассифицированные гостиницы распределены по категориям пропорционально классифицированному фонду.
5. Расчет на основании больших данных Инфопанели «Туризм» Сбер Аналитики, анализа средств размещения и сервисов, предлагаемых туристам на территории

- Концентрация ОКН
- Природные достопримечательности (ООПТ)
- Автомагистрали
- Железная дорога
- Туристско-рекреационные кластеры
- Планируемые проекты гостиниц (в рамках мастер-плана Большого Золотого кольца)
- Иные проекты гостиниц на территории

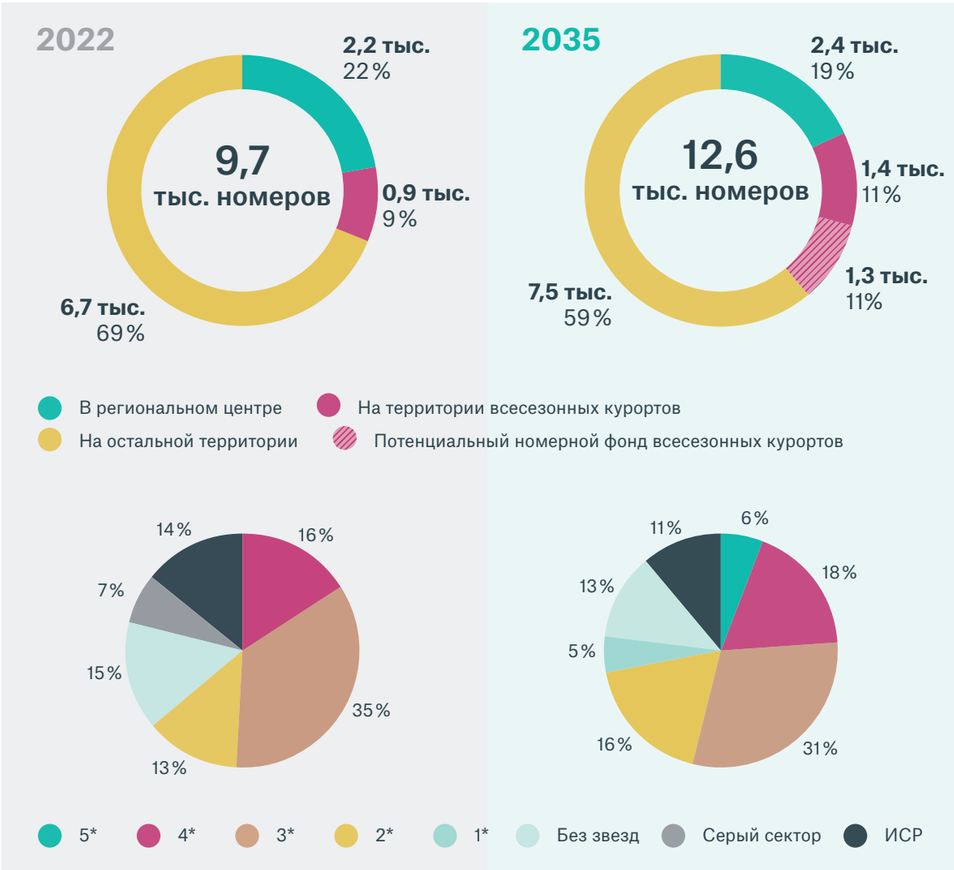
Зоны туристической активности:

- Муром (Городской округ Муром, Муромский район)
- Александров (Александровский район)

Туристический поток

2019	2035 Базовый сценарий	2035 Данные региона
3,2 млн поездок[1]	**6,2** млн поездок[2]	**6,6** млн поездок[3]
1 млн 31% — Поездки туристов	**2,1 млн** 34% — Поездки туристов	**2,5 млн** 38% — Поездки туристов
2,2 млн 69% — Поездки экскурсантов	**4,1 млн** 66% — Поездки экскурсантов	**4,1 млн** 62% — Поездки экскурсантов

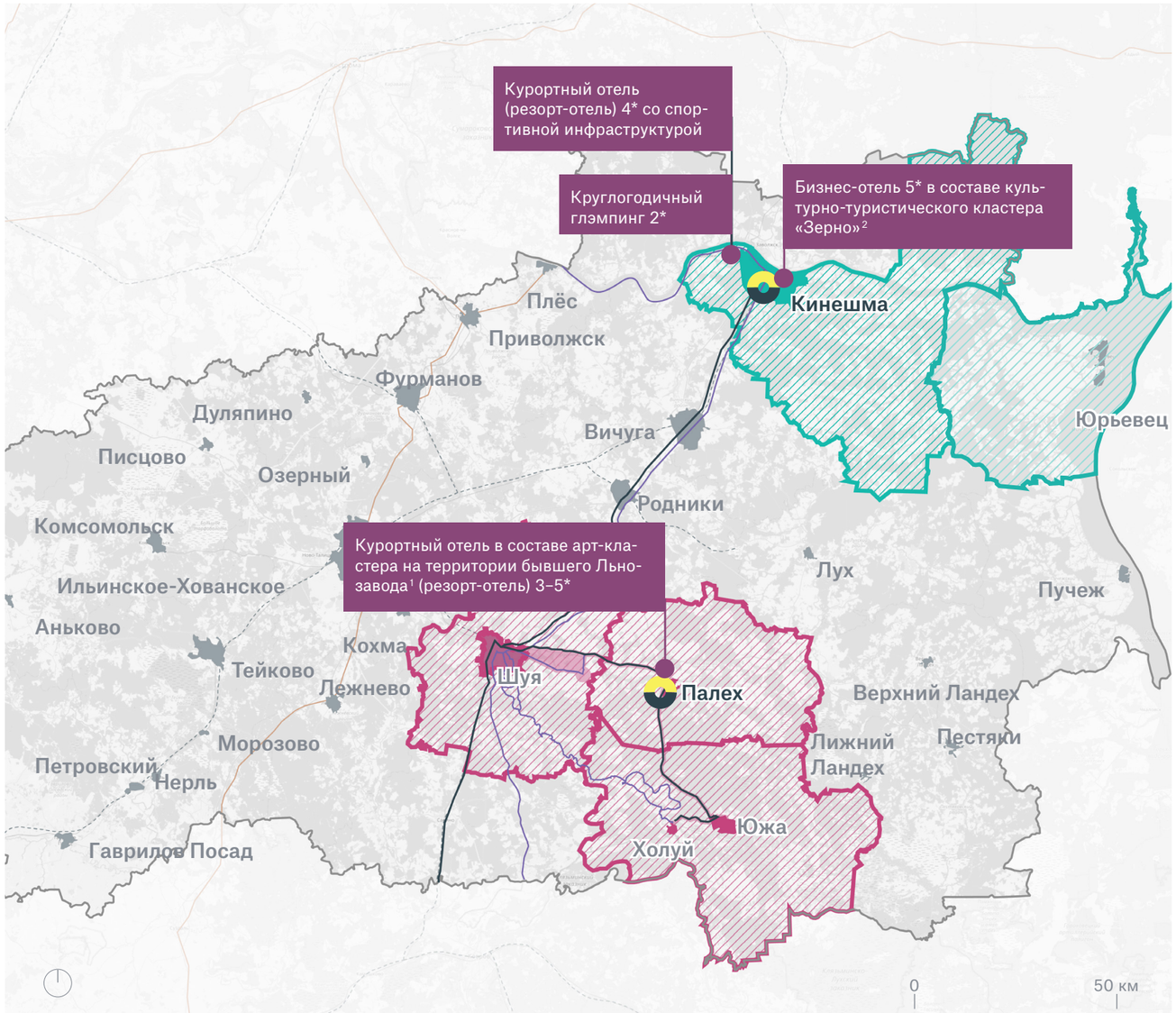
Номерной фонд[4]



Средний чек[5]

2021	2035
2,7 тыс. руб.	**3,6** тыс. руб.

Ивановская область



1. Туристический поток на основе скорректированных данных мобильных операторов
2. Прогноз туристического потока на основе скорректированных данных мобильных операторов с учетом влияния экономических, геополитических, транспортных и инфраструктурных факторов, а также целевого показателя роста.
3. Прогноз туристического потока по данным региона
4. Структура номерного фонда с учетом предлагаемых мероприятий, основанных на прогнозе туристического потока, а также распределения туристистов по уровню дохода. Данные учитывают серый сектор и индивидуальные средства размещения. Для целей анализа неклассифицированные гостиницы распределены по категориям пропорционально классифицированному фонду.
5. Расчет на основании больших данных Инфопанели «Туризм» Сбер Аналитики, анализа средств размещения и сервисов, предлагаемых туристам на территории

- Концентрация ОКН
- Природные достопримечательности (ООПТ)
- Автомагистрали
- Железная дорога
- Туристско-рекреационные кластеры
- Планируемые проекты гостиниц (в рамках мастер-плана Большого Золотого кольца)
- Иные проекты гостиниц на территории

Зоны туристической активности

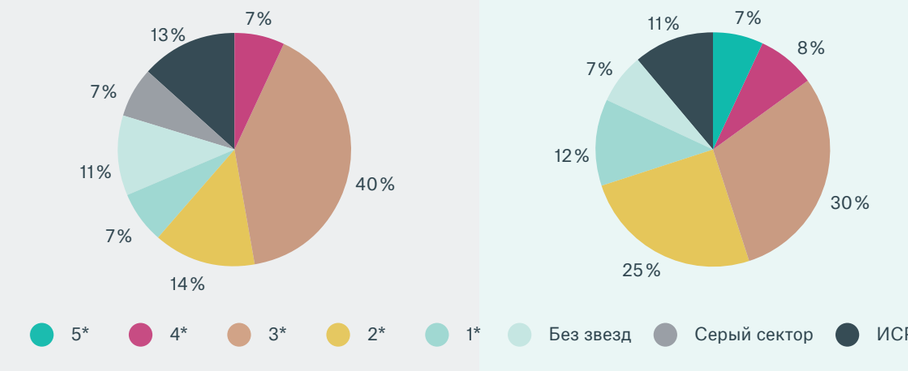
- Кинешма (ГО Кинешма, Кинешемский район, Юрьевецкий район)
- Палех — Шуя — Южа — Холуй (Ивановская область)

Туристический поток

2019	2035 Базовый сценарий	2035 Данные региона
1,2 млн поездок[1]	**2 млн поездок**[2]	**2,3 млн поездок**[3]
0,5 млн — 43 %	0,9 млн — 44 %	1,2 млн — 51 %
0,7 млн — 57 %	1,1 млн — 56 %	1,1 млн — 49 %

Поездки туристов · Поездки экскурсантов

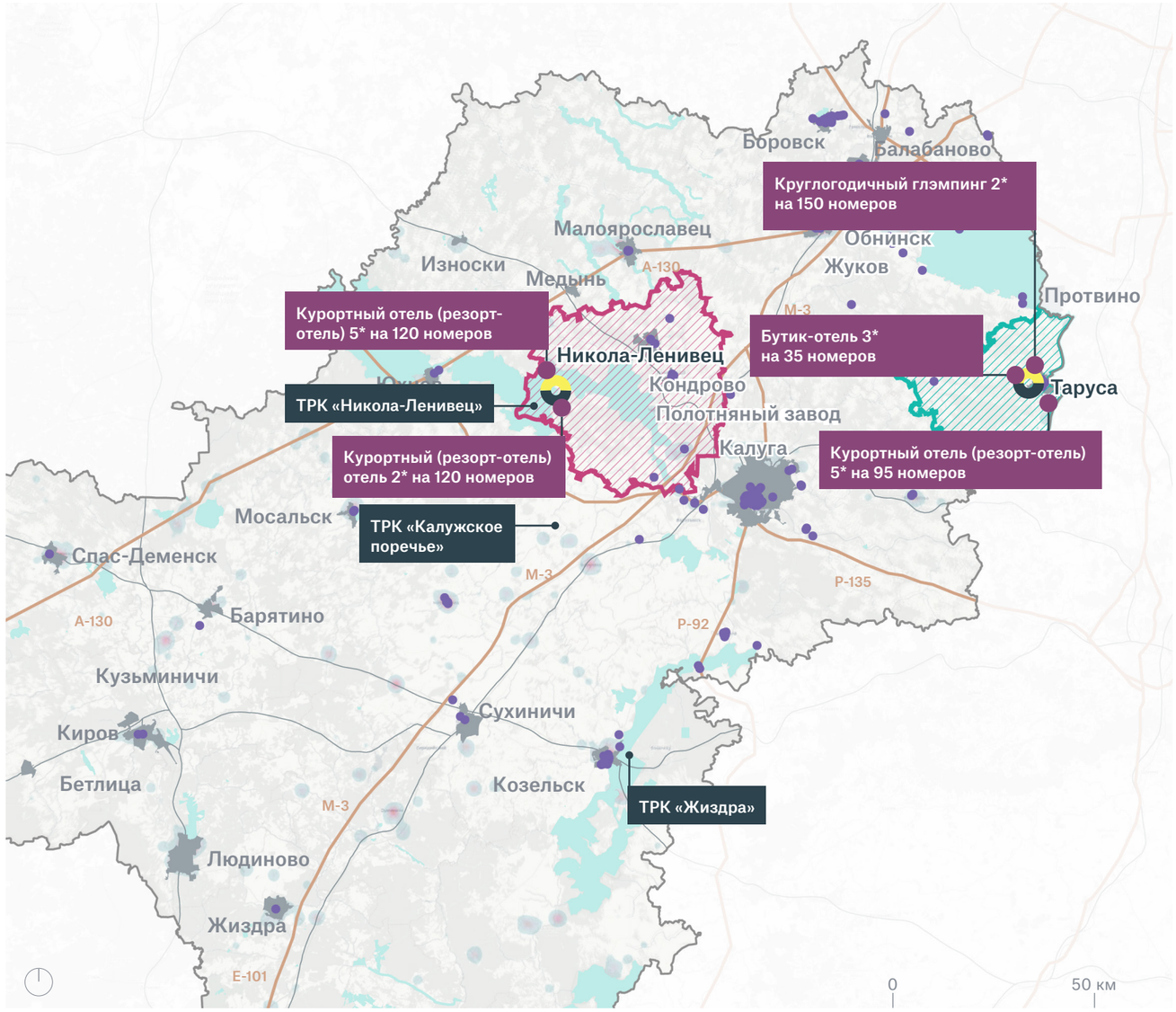
Номерной фонд[4]



Средний чек[5]

2021	2035
2,7 тыс. руб.	**4,0 тыс. руб.**

Калужская область



1. Туристический поток на основе скорректированных данных мобильных операторов
2. Прогноз туристического потока на основе скорректированных данных мобильных операторов с учетом влияния экономических, геополитических, транспортных и инфраструктурных факторов, а также целевого показателя роста.
3. Прогноз туристического потока по данным региона
4. Структура номерного фонда с учетом предлагаемых мероприятий, основанных на прогнозе туристического потока, а также распределения туристистов по уровню дохода. Данные учитывают серый сектор и индивидуальные средства размещения. Для целей анализа неклассифицированные гостиницы распределены по категориям пропорционально классифицированному фонду.
5. Расчет на основании больших данных Инфопанели «Туризм» Сбер Аналитики, анализа средств размещения и сервисов, предлагаемых туристам на территории

- Концентрация ОКН
- Природные достопримечательности (ООПТ)
- Автомагистрали
- Железная дорога
- Туристско-рекреационные кластеры
- Планируемые проекты гостиниц (в рамках мастер-плана Большого Золотого кольца)
- Иные проекты гостиниц на территории

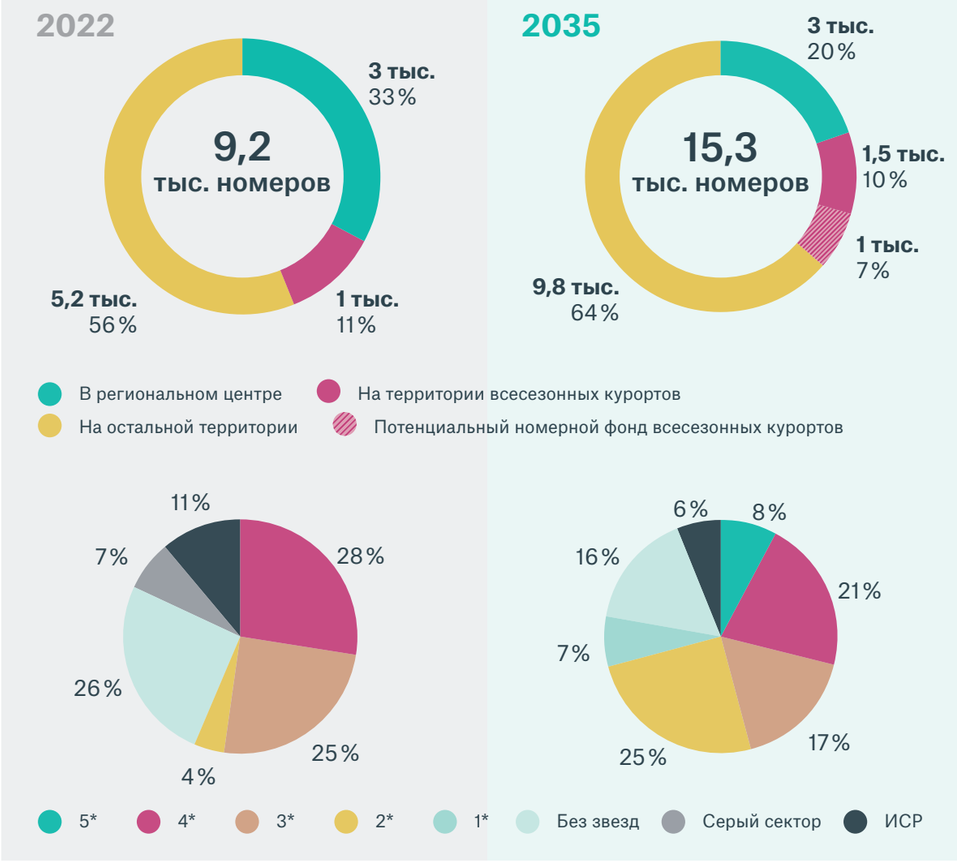
Зоны туристической активности:

- Таруса (Тарусский муниципальный район)
- Никола-Ленивец (Дзержинский муниципальный район)

Туристический поток

2019	2035 Базовый сценарий	2035 Данные региона
2,6 млн поездок[1]	**4,6 млн поездок**[2]	**4,8 млн поездок**[3]
1 млн (38%) — Поездки туристов	1,8 млн (39%) — Поездки туристов	2,0 млн (42%) — Поездки туристов
1,6 млн (62%) — Поездки экскурсантов	2,8 млн (61%) — Поездки экскурсантов	2,8 млн (58%) — Поездки экскурсантов

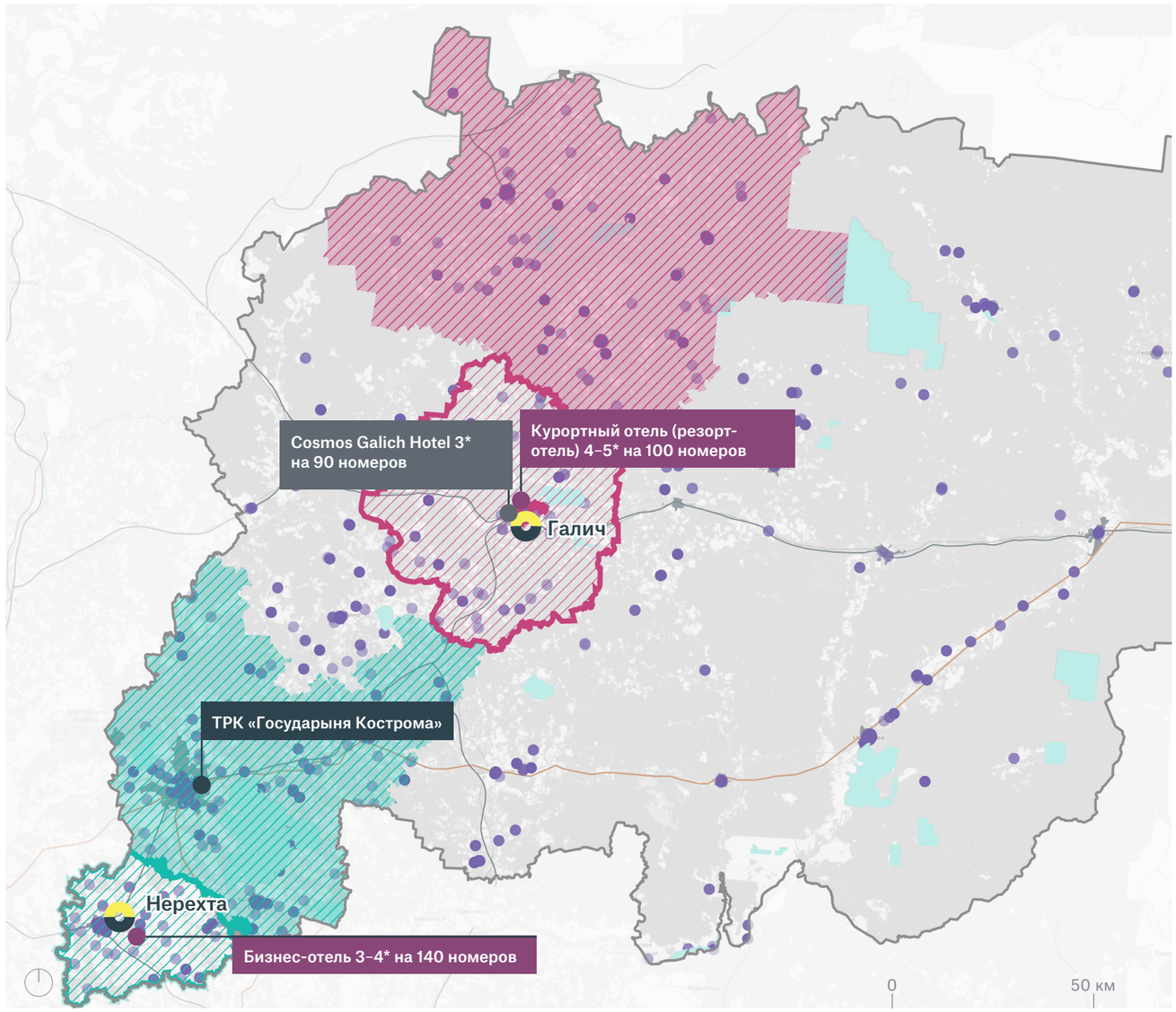
Номерной фонд[4]



Средний чек[5]

2021	2035
3,4 тыс. руб.	**4,1 тыс. руб.**

Костромская область



1. Туристический поток на основе скорректированных данных мобильных операторов
2. Прогноз туристического потока на основе скорректированных данных мобильных операторов с учетом влияния экономических, геополитических, транспортных и инфраструктурных факторов, а также целевого показателя роста.
3. Прогноз туристического потока по данным региона
4. Структура номерного фонда с учетом предлагаемых мероприятий, основанных на прогнозе туристического потока, а также распределения туристистов по уровню дохода. Данные учитывают серый сектор и индивидуальные средства размещения. Для целей анализа неклассифицированные гостиницы распределены по категориям пропорционально классифицированному фонду.
5. Расчет на основании больших данных Инфопанели «Туризм» Сбер Аналитики, анализа средств размещения и сервисов, предлагаемых туристам на территории

- Концентрация ОКН
- Природные достопримечательности (ООПТ)
- Автомагистрали
- Железная дорога
- Туристско-рекреационные кластеры
- Планируемые проекты гостиниц (в рамках мастер-плана Большого Золотого кольца)
- Иные проекты гостиниц на территории

Зоны туристической активности:

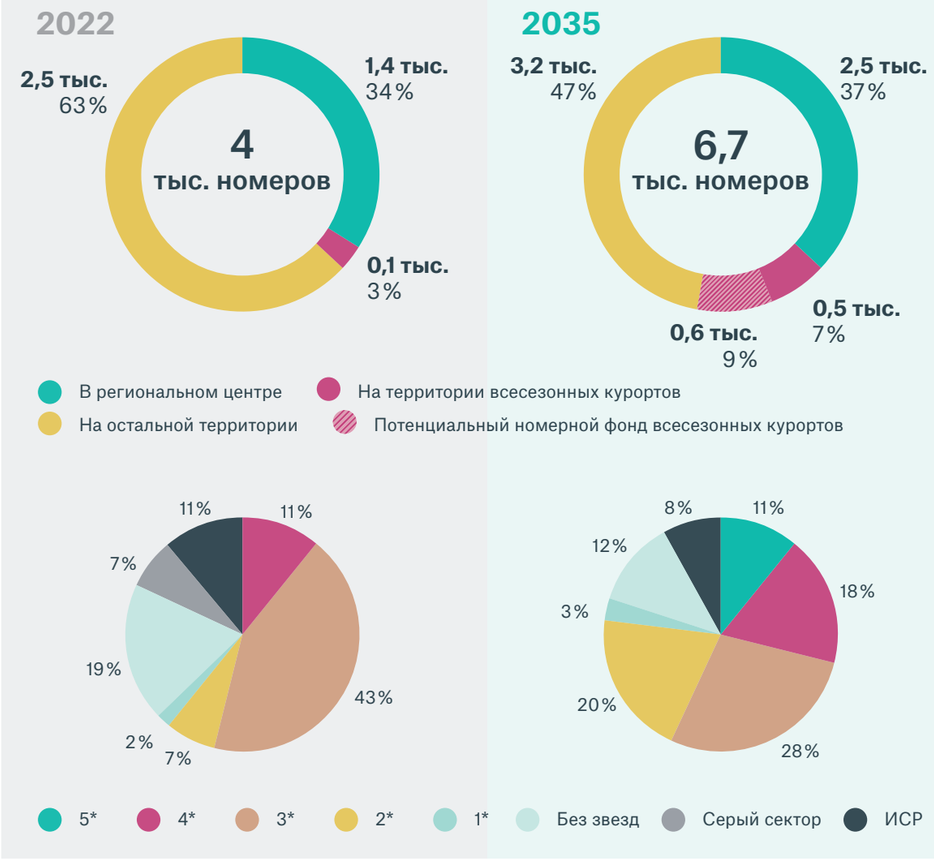
- Нерехта (Нерехтинский район
- Галич (Галичский городской округ, Галичский район)

Туристический поток

2019	2035 Базовый сценарий	2035 Данные региона
0,9 млн поездок[1]	**2,4** млн поездок[2]	**2,9** млн поездок[3]
0,3 млн 33%	**0,8 млн** 33%	**1,3 млн** 45%
0,6 млн 67%	**1,6 млн** 67%	**1,6 млн** 55%

Поездки туристов · Поездки экскурсантов

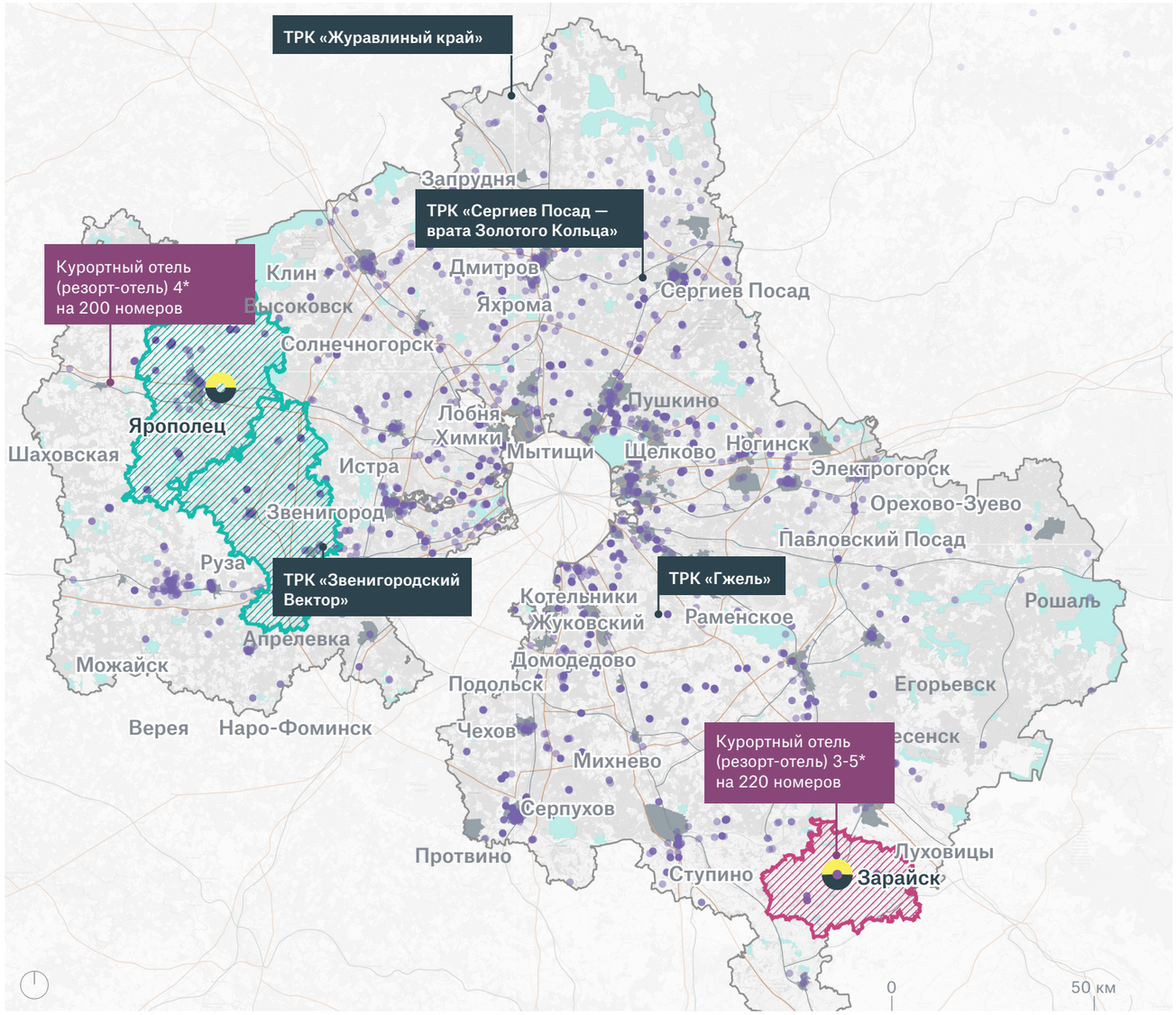
Номерной фонд[4]



Средний чек[5]

2021	2035
2,3 тыс. руб.	**3,7** тыс. руб.

Московская область



1. Туристический поток на основе скорректированных данных мобильных операторов
2. Прогноз туристического потока на основе скорректированных данных мобильных операторов с учетом влияния экономических, геополитических, транспортных и инфраструктурных факторов, а также целевого показателя роста.
3. Прогноз туристического потока по данным региона
4. Структура номерного фонда с учетом предлагаемых мероприятий, основанных на прогнозе туристического потока, а также распределения туристистов по уровню дохода. Данные учитывают серый сектор и индивидуальные средства размещения. Для целей анализа неклассифицированные гостиницы распределены по категориям пропорционально классифицированному фонду.
5. Расчет на основании больших данных Инфопанели «Туризм» Сбер Аналитики, анализа средств размещения и сервисов, предлагаемых туристам на территории

- Концентрация ОКН
- Природные достопримечательности (ООПТ)
- Автомагистрали
- Железная дорога
- Туристско-рекреационные кластеры
- Планируемые проекты гостиниц (в рамках мастер-плана Большого Золотого кольца)
- Иные проекты гостиниц на территории

Зоны туристической активности:

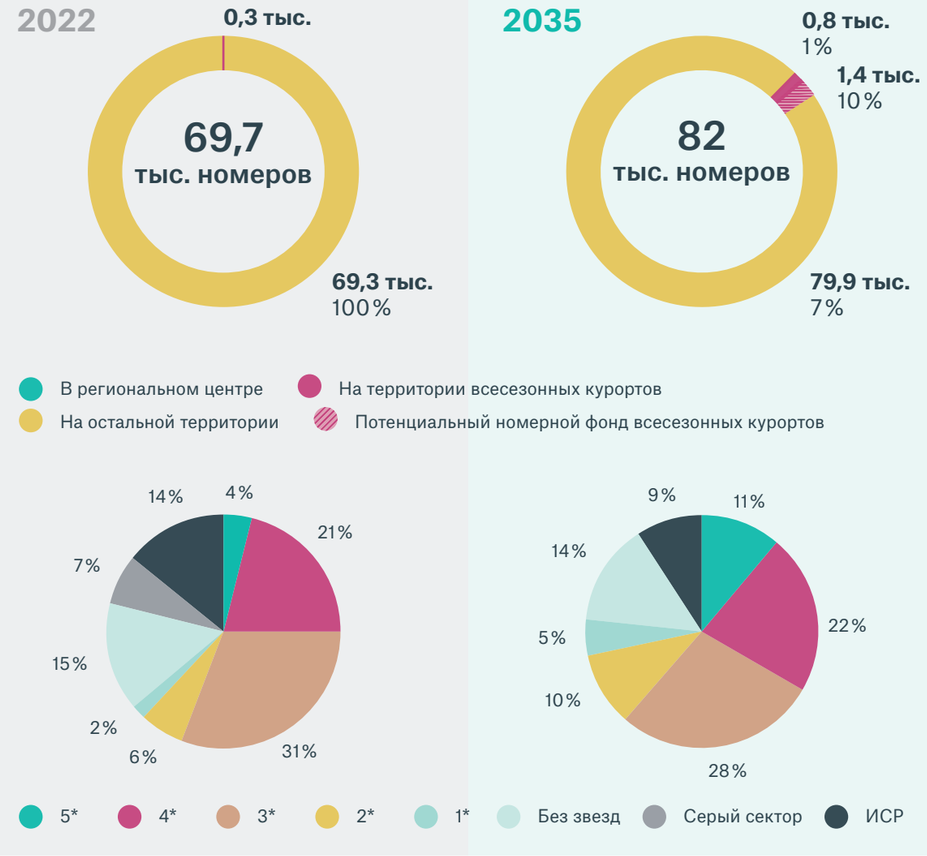
- Волоколамск (Волоколамский городской округ, Рузский городской округ)
- Зарайск (Городской округ Зарайск)

Туристический поток

2019	2035 Базовый сценарий	2035 Данные региона
22,3 млн поездок[1]	**34,1 млн поездок**[2]	**46,2 млн поездок**[3]
10,3 млн 46%	**16,1 млн** 47%	**28,2 млн** 61%
12 млн 54%	**18 млн** 53%	**18,0 млн** 39%

Поездки туристов · Поездки экскурсантов

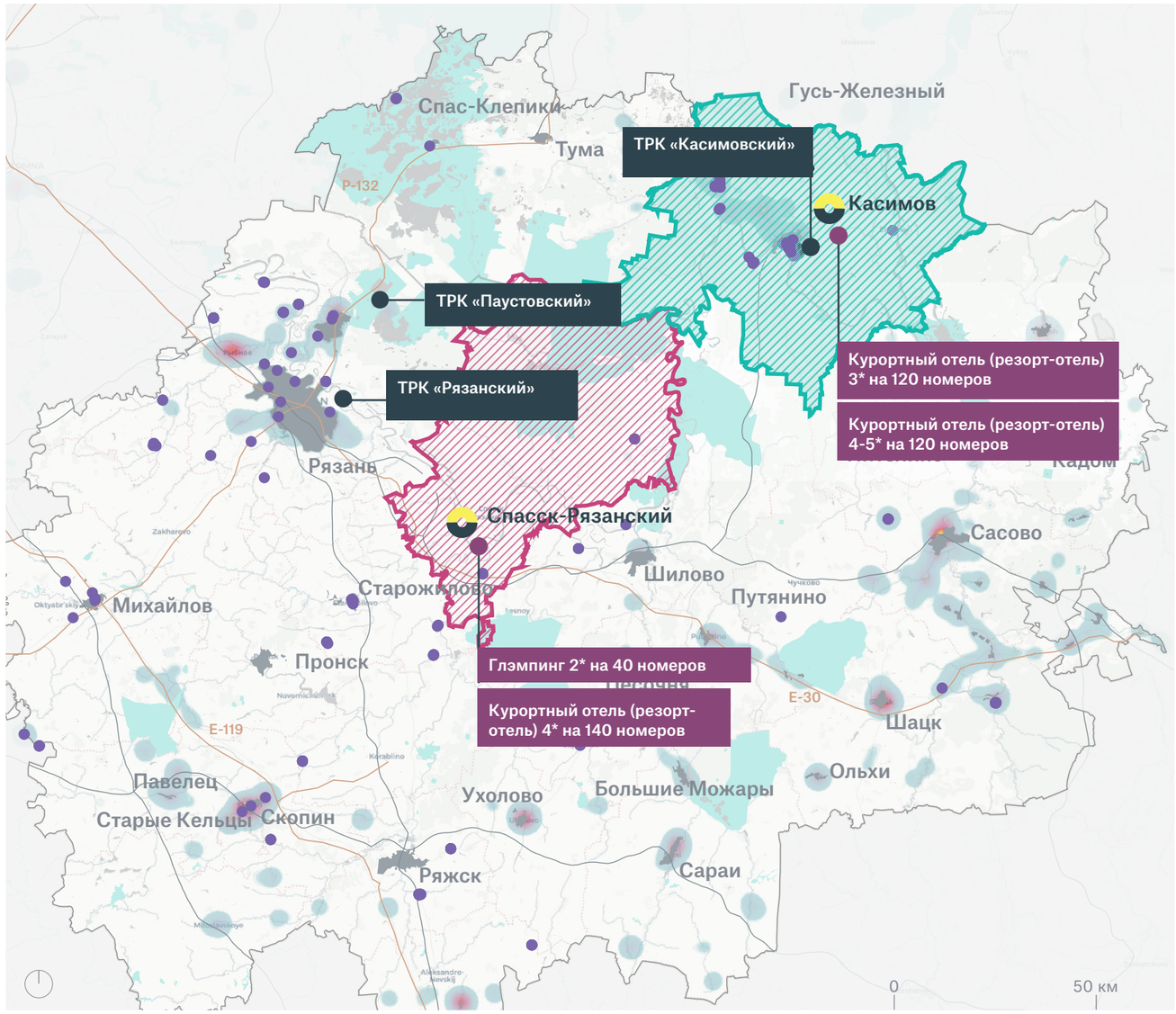
Номерной фонд[4]



Средний чек[5]

2021	2035
3 тыс. руб.	**4,8 тыс. руб.**

Рязанская область



1. Туристический поток на основе скорректированных данных мобильных операторов
2. Прогноз туристического потока на основе скорректированных данных мобильных операторов с учетом влияния экономических, геополитических, транспортных и инфраструктурных факторов, а также целевого показателя роста.
3. Прогноз туристического потока по данным региона
4. Структура номерного фонда с учетом предлагаемых мероприятий, основанных на прогнозе туристического потока, а также распределения туристистов по уровню дохода. Данные учитывают серый сектор и индивидуальные средства размещения. Для целей анализа неклассифицированные гостиницы распределены по категориям пропорционально классифицированному фонду.
5. Расчет на основании больших данных Инфопанели «Туризм» Сбер Аналитики, анализа средств размещения и сервисов, предлагаемых туристам на территории

- Концентрация ОКН
- Природные достопримечательности (ООПТ)
- Автомагистрали
- Железная дорога
- Туристско-рекреационные кластеры
- Планируемые проекты гостиниц (в рамках мастер-плана Большого Золотого кольца)
- Иные проекты гостиниц на территории

Зоны туристической активности:

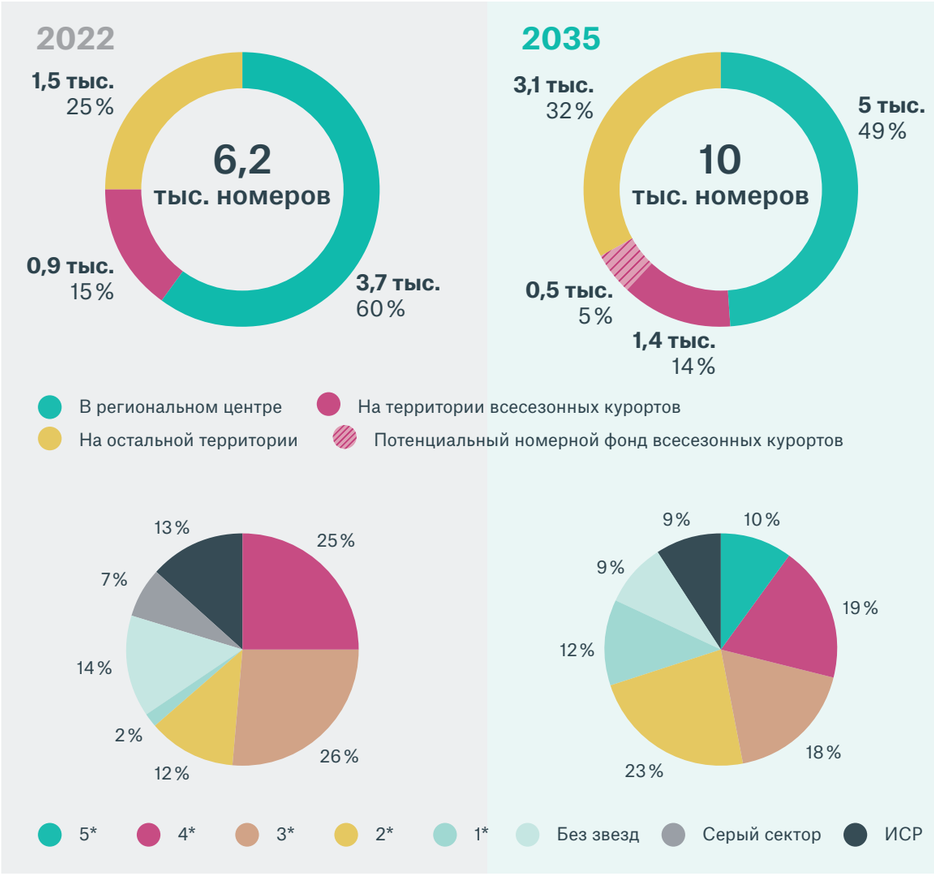
- Касимов (Касимовский район, городской округ Касимов)
- Спасск-Рязанский (Спасский район)

Туристический поток

2019	2035 Базовый сценарий	2035 Данные региона
3,5 млн поездок[1]	**7,8 млн поездок**[2]	**8,1 млн поездок**[3]
0,8 млн — 23 %	1,9 млн — 24 %	5,9 млн — 27 %
2,7 млн — 77 %	5,9 млн — 76 %	2,2 млн — 73 %

Поездки туристов · Поездки экскурсантов

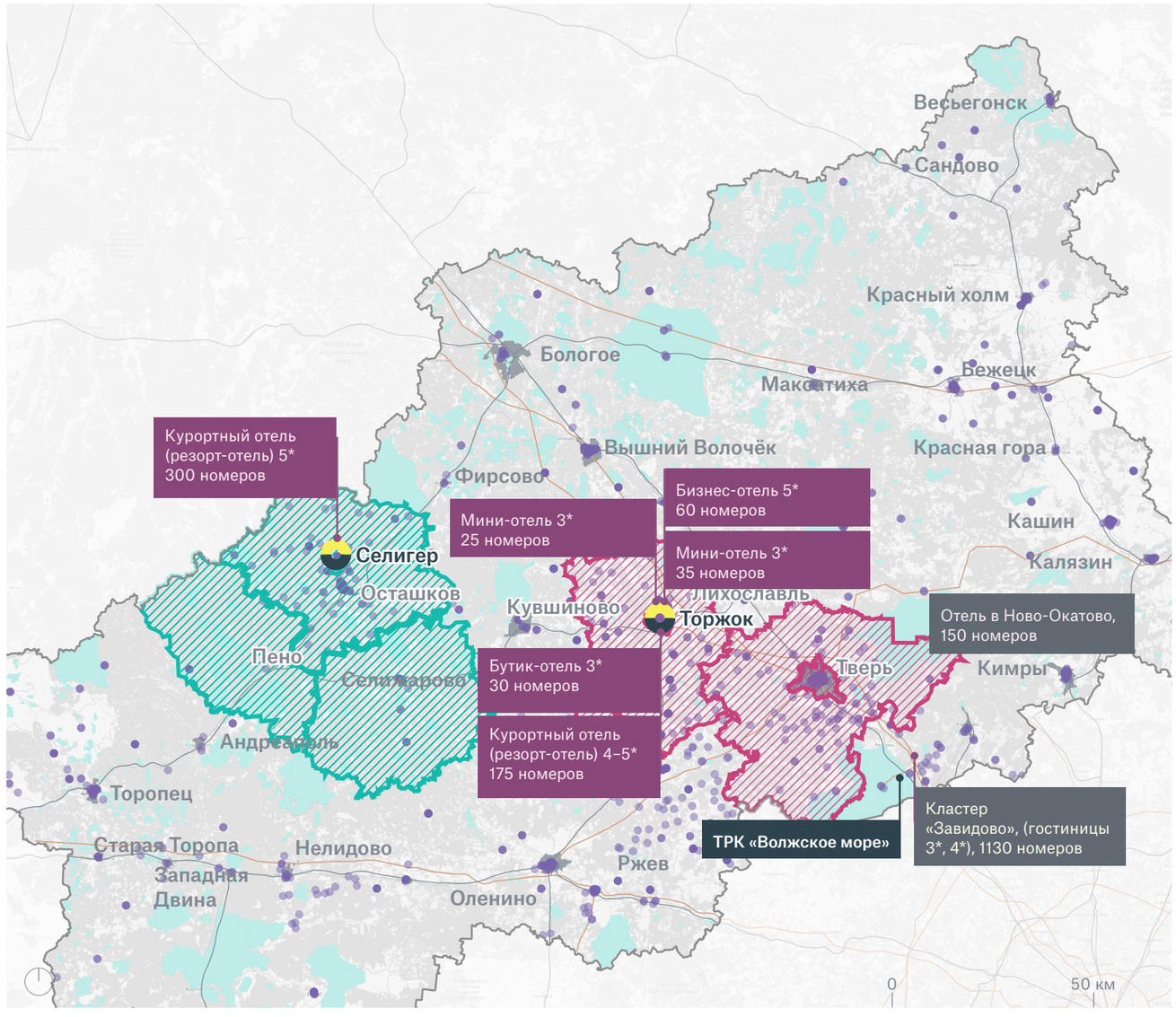
Номерной фонд[4]



Средний чек[5]

2021	2035
3,0 тыс. руб.	**4,2 тыс. руб.**

Тверская область



1. Туристический поток на основе скорректированных данных мобильных операторов
2. Прогноз туристического потока на основе скорректированных данных мобильных операторов с учетом влияния экономических, геополитических, транспортных и инфраструктурных факторов, а также целевого показателя роста.
3. Прогноз туристического потока по данным региона
4. Структура номерного фонда с учетом предлагаемых мероприятий, основанных на прогнозе туристического потока, а также распределения туристистов по уровню дохода. Данные учитывают серый сектор и индивидуальные средства размещения. Для целей анализа неклассифицированные гостиницы распределены по категориям пропорционально классифицированному фонду.
5. Расчет на основании больших данных Инфопанели «Туризм» Сбер Аналитики, анализа средств размещения и сервисов, предлагаемых туристам на территории

- Концентрация ОКН
- Природные достопримечательности (ООПТ)
- Автомагистрали
- Железная дорога
- Туристско-рекреационные кластеры
- Планируемые проекты гостиниц (в рамках мастер-плана Большого Золотого кольца)
- Иные проекты гостиниц на территории

Зоны туристической активности:

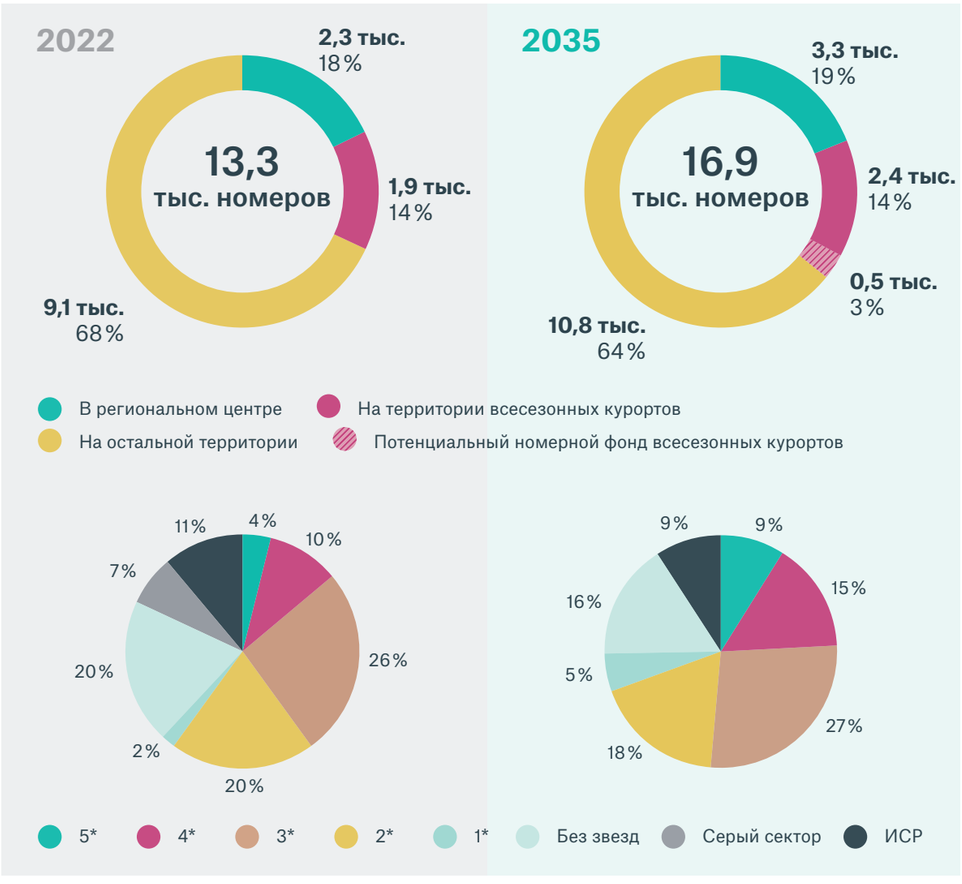
- Селигер (Осташковский, Селижаровский, Пеновский районы)
- Торжок (Торжокский, Кувшиновский, Калининский районы, городской округ Торжок)

Туристический поток

2019	2035 Базовый сценарий	2035 Данные региона
4 млн поездок[1]	**8,4 млн поездок**[2]	**8,7 млн поездок**[3]
1,3 млн · 33%	2,8 млн · 33%	3,1 млн · 36%
2,7 млн · 67%	5,6 млн · 67%	5,6 млн · 64%

Поездки туристов · Поездки экскурсантов

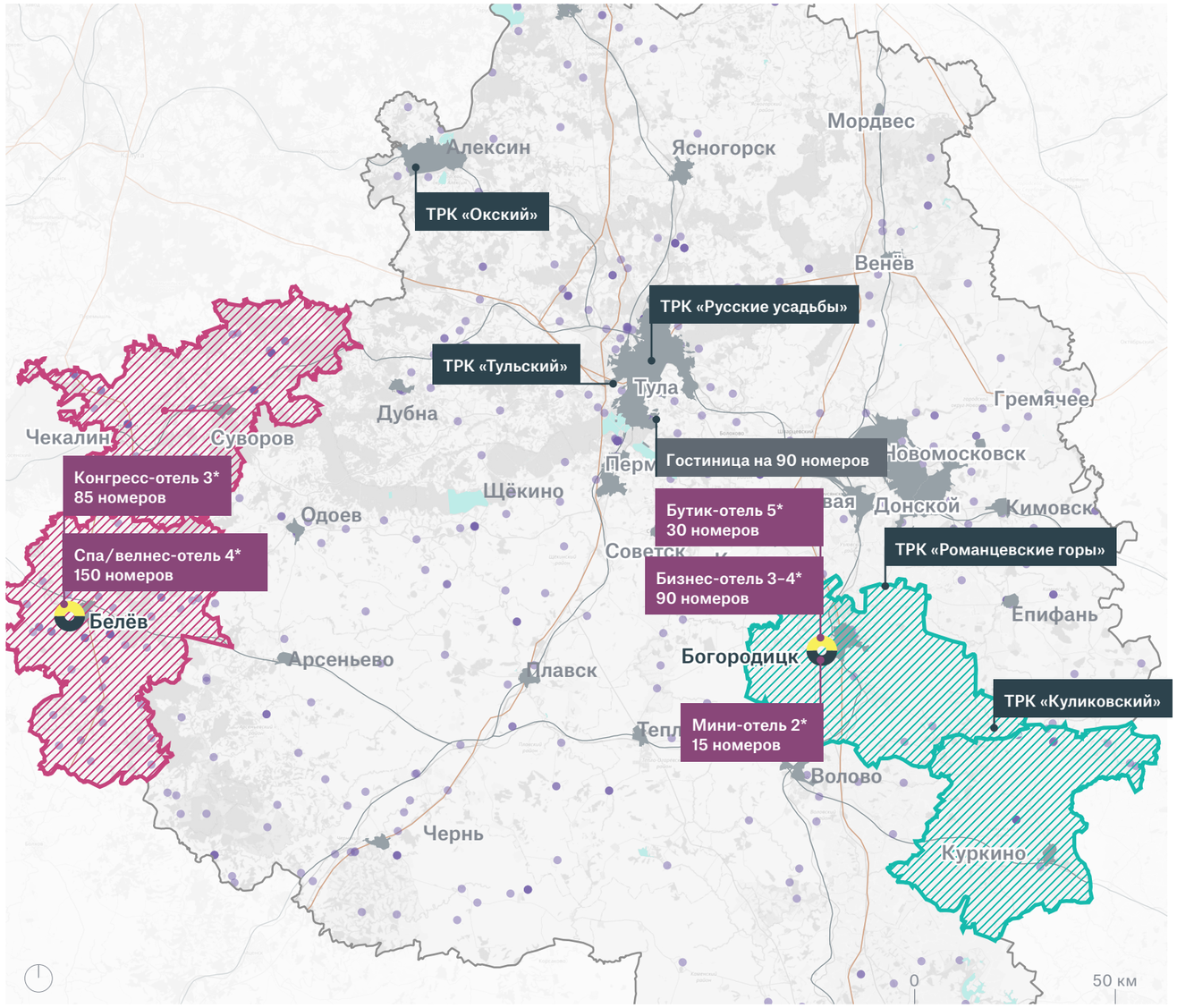
Номерной фонд[4]



Средний чек[5]

2021	2035
2,9 тыс. руб.	**4,0 тыс. руб.**

Тульская область



1. Туристический поток на основе скорректированных данных мобильных операторов
2. Прогноз туристического потока на основе скорректированных данных мобильных операторов с учетом влияния экономических, геополитических, транспортных и инфраструктурных факторов, а также целевого показателя роста.
3. Прогноз туристического потока по данным региона.
4. Структура номерного фонда с учетом предлагаемых мероприятий, основанных на прогнозе туристического потока, а также распределения туристистов по уровню дохода. Данные учитывают серый сектор и индивидуальные средства размещения. Для целей анализа неклассифицированные гостиницы распределены по категориям пропорционально классифицированному фонду.
5. Расчет на основании больших данных Инфопанели «Туризм» Сбер Аналитики, анализа средств размещения и сервисов, предлагаемых туристам на территории

- Концентрация ОКН
- Природные достопримечательности (ООПТ)
- Автомагистрали
- Железная дорога
- Туристско-рекреационные кластеры
- Планируемые проекты гостиниц (в рамках мастер-плана Большого Золотого кольца)
- Иные проекты гостиниц на территории

Зоны туристической активности:

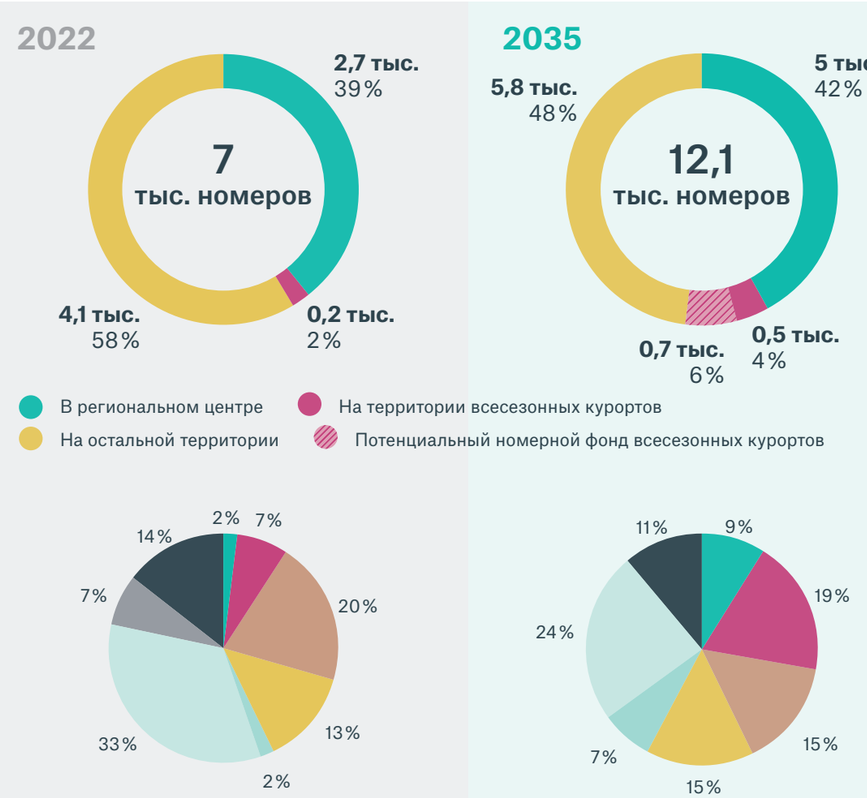
- Богородицк и Куликово поле (Богородицкий, Куркинский районы)
- Белёв (Белёвский, Суворовский районы)

Туристический поток

2019	2035 Базовый сценарий	2035 Данные региона
3 млн поездок[1]	**7 млн поездок**[2]	**7,2 млн поездок**[3]
1 млн 33%	2,4 млн 34%	2,6 млн 36%
2 млн 67%	4,6 млн 66%	4.6 млн 64%

Поездки туристов · Поездки экскурсантов

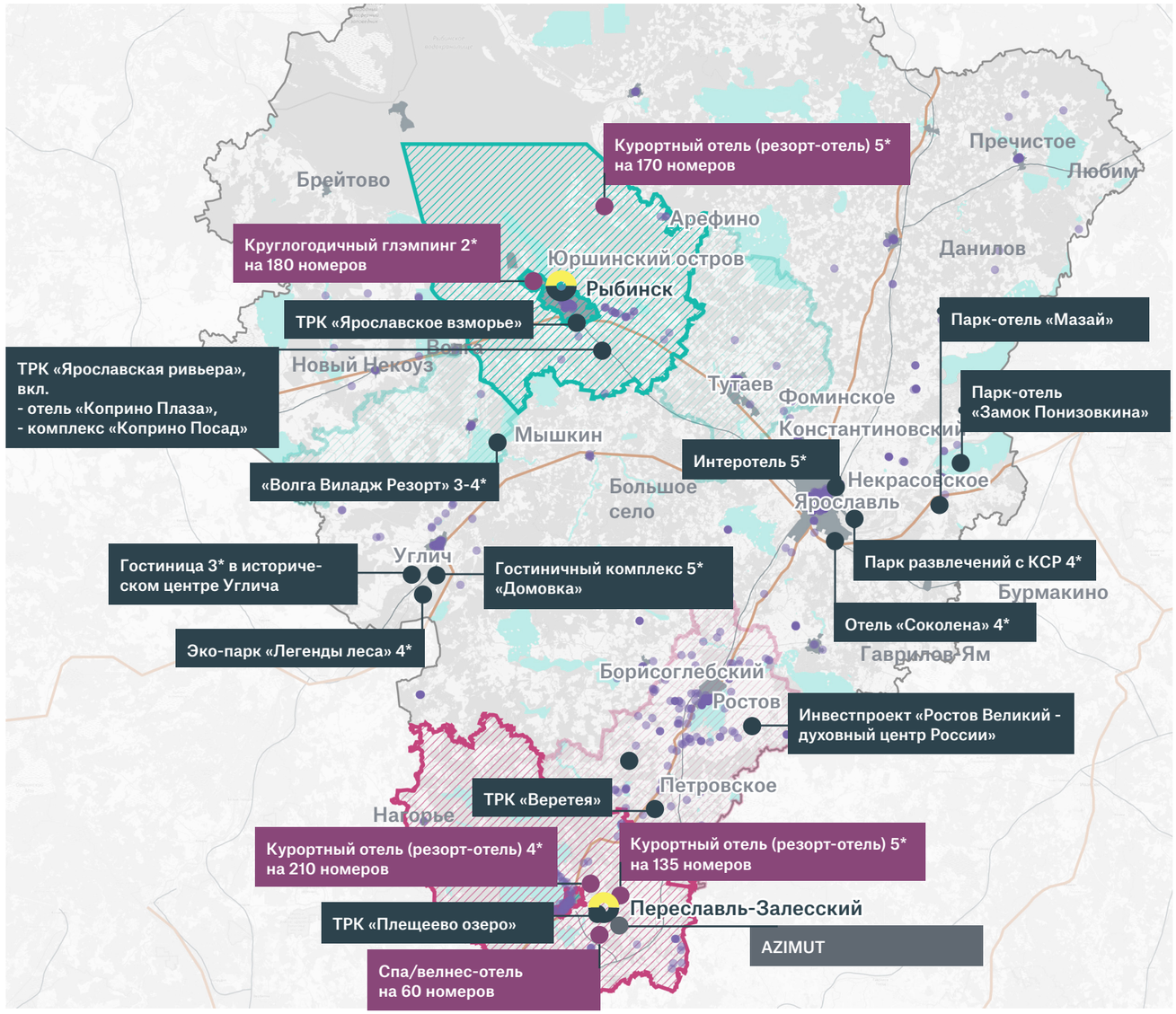
Номерной фонд[4]



Средний чек[5]

2021	2035
2,2 тыс. руб.	**3,5 тыс. руб.**

Ярославская область



1. Туристический поток на основе скорректированных данных мобильных операторов
2. Прогноз туристического потока на основе скорректированных данных мобильных операторов с учетом влияния экономических, геополитических, транспортных и инфраструктурных факторов, а также целевого показателя роста.
3. Прогноз туристического потока по данным региона
4. Структура номерного фонда с учетом предлагаемых мероприятий, основанных на прогнозе туристического потока, а также распределения туристистов по уровню дохода. Данные учитывают серый сектор и индивидуальные средства размещения. Для целей анализа неклассифицированные гостиницы распределены по категориям пропорционально классифицированному фонду.
5. Расчет на основании больших данных Инфопанели «Туризм» Сбер Аналитики, анализа средств размещения и сервисов, предлагаемых туристам на территории

- Концентрация ОКН
- Природные достопримечатель-ности (ООПТ)
- Автомагистрали
- Железная дорога
- Туристско-рекреационные кластеры
- Планируемые проекты гостиниц (в рамках мастер-плана Большого Золотого кольца)
- Иные проекты гостиниц на территории

Зоны туристической активности:

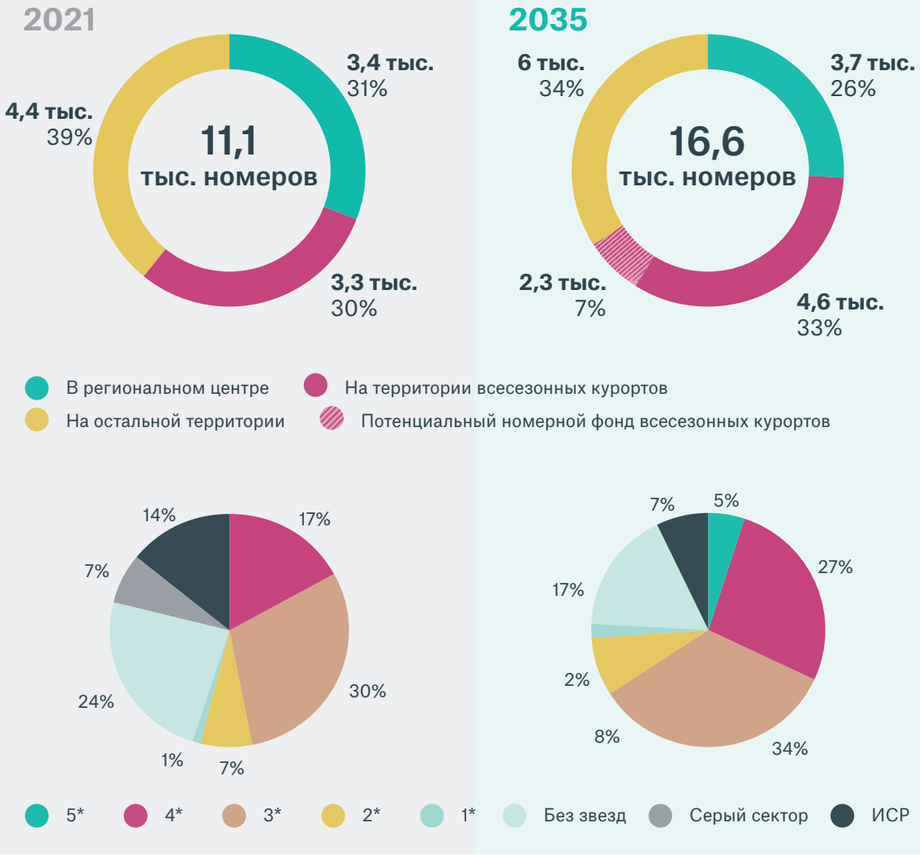
- Мышкин — Рыбинск — Тутаев (городской округ Рыбинск, Рыбинский район)
- Переславль-Залесский — Ростов Великий (городской округ Переславль-Залесский; Ростов-ский район

Туристический поток

2019	2035 Базовый сценарий	2035 Данные региона
3 млн поездок[1]	**4,8 млн поездок**[2]	**6 млн поездок**[3]
1,1 млн 37%	2 млн 42%	3,2 млн 53%
1,9 млн 63%	2,8 млн 58%	2,8 млн 47%

Поездки туристов · Поездки экскурсантов

Номерной фонд[4]



Средний чек[5]

2021	2035
3,7 тыс. руб.	**4,8 тыс. руб.**

3. Ключевые задачи развития макротерритории

3A Управление туристическим потоком

3B Создание нового туристического продукта: всесезонные курорты

3C Актуализация рынка гостиничной и туристической инфраструктуры

3D Изменение туристического потока в регионах макротерритории

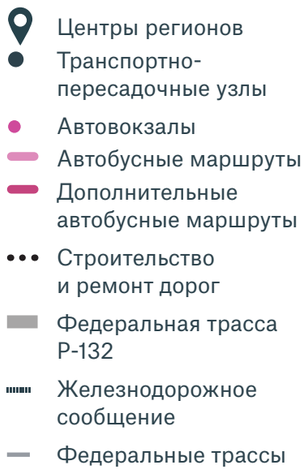
3E Повышение транспортной доступности

3F Формирование туристического бренда территории (архитектурный код)

Цели и задачи направления

Предложения по развитию

Транспортная сеть внутри регионов сформирована, но межрегиональные связи развиты недостаточно.





Вызовы и потенциал развития

- Слабые межрегиональные связи из-за проблем в распределении полномочий по эксплуатации транспортной инфраструктуры[1]
- Инфраструктура водного транспорта не находится в собственности регионов
- Недостаточный пассажиропоток для создания новых регулярных автобусных маршрутов[2]

Принципы развития транспортной инфраструктуры

1. Создание новых связей, позволяющих улучшить доступность всесезонных курортов из Москвы, региональных центров, а также межрегиональную связность
2. Комфортные мультимодальные пассажирские перевозки
3. Улучшение обслуживания перегруженных заторами и труднодоступных территорий
4. Живописные маршруты общественного транспорта

Задачи развития

1. Повышение межрегиональной и внутрирегиональной связности с помощью ликвидации критических разрывов дорожной сети и маршрутов общественного транспорта
2. Комфорт туриста при поездке на разных видах транспорта

Целевые показатели

+906 км
реконструируемых автомобильных дорог[4]

Текущая протяженность
10431 км

+334,8 км
маршрутов водного транспорта

921 км

3302 км
дорог, обслуженных новыми автобусными маршрутами

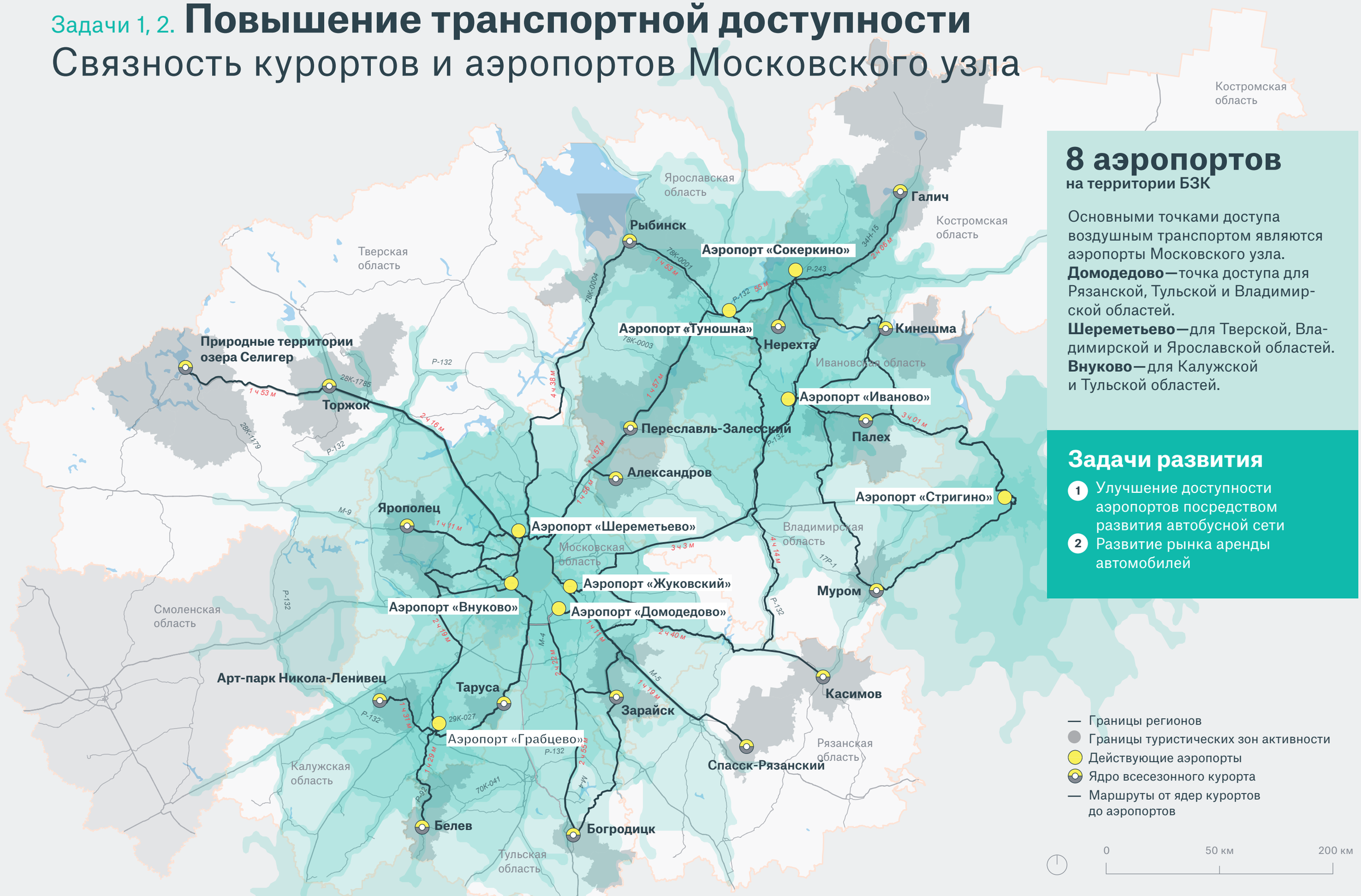
11540 км

1. Межрегиональные решения требуют участия федерального уровня власти.
2. Для туристических целей минимальный пассажиропоток около 100 человек в день для осуществления ~2-3 рейсов в день.
3. На момент написания отчета канатная дорога в Тутаеве находится на стадии проектирования. Строительство дороги планируется завершить к 2025 г.
4. Включая уже запланированные мероприятия в регионах и мероприятия по мастер-плану.

Задачи 1, 2.

Повышение транспортной доступности

Связность курортов и аэропортов Московского узла



8 аэропортов

на территории БЗК

Основными точками доступа воздушным транспортом являются аэропорты Московского узла.
Домодедово—точка доступа для Рязанской, Тульской и Владимирской областей.
Шереметьево—для Тверской, Владимирской и Ярославской областей.
Внуково—для Калужской и Тульской областей.

Задачи развития

1. Улучшение доступности аэропортов посредством развития автобусной сети
2. Развитие рынка аренды автомобилей

— Границы регионов
Границы туристических зон активности
Действующие аэропорты
Ядро всесезонного курорта
— Маршруты от ядер курортов до аэропортов

0 50 км 200 км

Задачи 1, 2. **Повышение транспортной доступности**

Доступность курортов до аэропортов

Регион	Курорт	Км до аэропорта	Время в пути	Название аэропорта	Ядро курорта
Владимирская область	Александров	211	3 ч 12 мин	Ярославль	Александров
		158	2 ч 29 мин	Жуковский	
		155	1 ч 56 мин	Шереметьево	
	Муром	156	2 ч 9 мин	Нижний Новгород	Муром
		242	3 ч 17 мин	Иваново	
Ивановская область	Кинешма — Юрьевец	139	1 ч 57 мин	Кострома	Кинешма
		107	1 ч 29 мин	Иваново	
		241	3 ч 12 мин	Нижний Новгород	
	Шуя — Палех — Южа — Холуй	194	3 ч 1 мин	Нижний Новгород	Палех
		65	1 ч 15 мин	Иваново	
Калужская область	Никола-Ленивец	79	1 ч 31 мин	Калуга	Никола-Ленивец
	Таруса	224	2 ч 51 мин	Внуково	Таруса
		123	1 ч 33 мин	Домодедово	
Костромская область	Кострома и окрестности	145	2 ч 21 мин	Иваново	Нерехта
		52	55 мин	Кострома	
		53	50 мин	Ярославль	
	Галич — Чухлома — Солигалич	127	1 ч 36 мин	Кострома	Галич
Московская область	Коломна — Зарайск	151	2 ч	Домодедово	Зарайск
		133	2 ч	Жуковский	
	Волоколамск — Руза	128	1 ч 30 мин	Шереметьево	Ярополец
		131	1 ч 27 мин	Внуково	
Рязанская область	Касимов	257	4 ч 9 мин	Жуковский	Касимов
		292	4 ч 14 мин	Домодедово	
		310	4 ч 30 мин	Иваново	
	Спасск-Рязанский	228	3 ч 38 мин	Жуковский	Спасск-Рязанский
		233	3 ч 34 мин	Домодедово	
Тверская область	Оз. Селигер	350	4 ч 9 мин	Шереметьево	Селигер
	Торжок	219	2 ч 16 мин	Шереметьево	Торжок
Тульская область	Белёв	111	1 h 29 мин	Калуга	Белёв
	Богородицк — Куликово Поле	209	2 ч 22 мин	Домодедово	Богородицк
		260	2 ч 55 мин	Жуковский	
Ярославская область	Мышкин — Рыбинск — Тутаев	310	4 ч 38 мин	Шереметьево	Рыбинск
		117	1 ч 53 мин	Ярославль	
	Переславль-Залесский — Ростов	177	2 ч 29 мин	Жуковский	Переславль-Залесский
		161	1 ч 57 мин	Шереметьево	
		139	1 ч 57 мин	Ярославль	

Задачи 1, 2. **Повышение транспортной доступности**

Р-132 «Золотое кольцо»



9 регионов

объединяет Р-132

Реализация проекта строительства и реконструкции федеральной трассы позволит улучшить связанность регионов между собой, что повысит доступность ядер всесезонных курортов для туристов из соседних регионов

Задачи развития

1. Обеспечение нормативного состояния съездов от Р-132 до ядер всесезонных курортов

— Границы регионов
Границы туристических зон активности
Ядро всесезонного курорта
— Федеральная трасса Р-132 «Золотое кольцо»
— Съезды с трассы Р-132 к ядрам всесезонных курортов

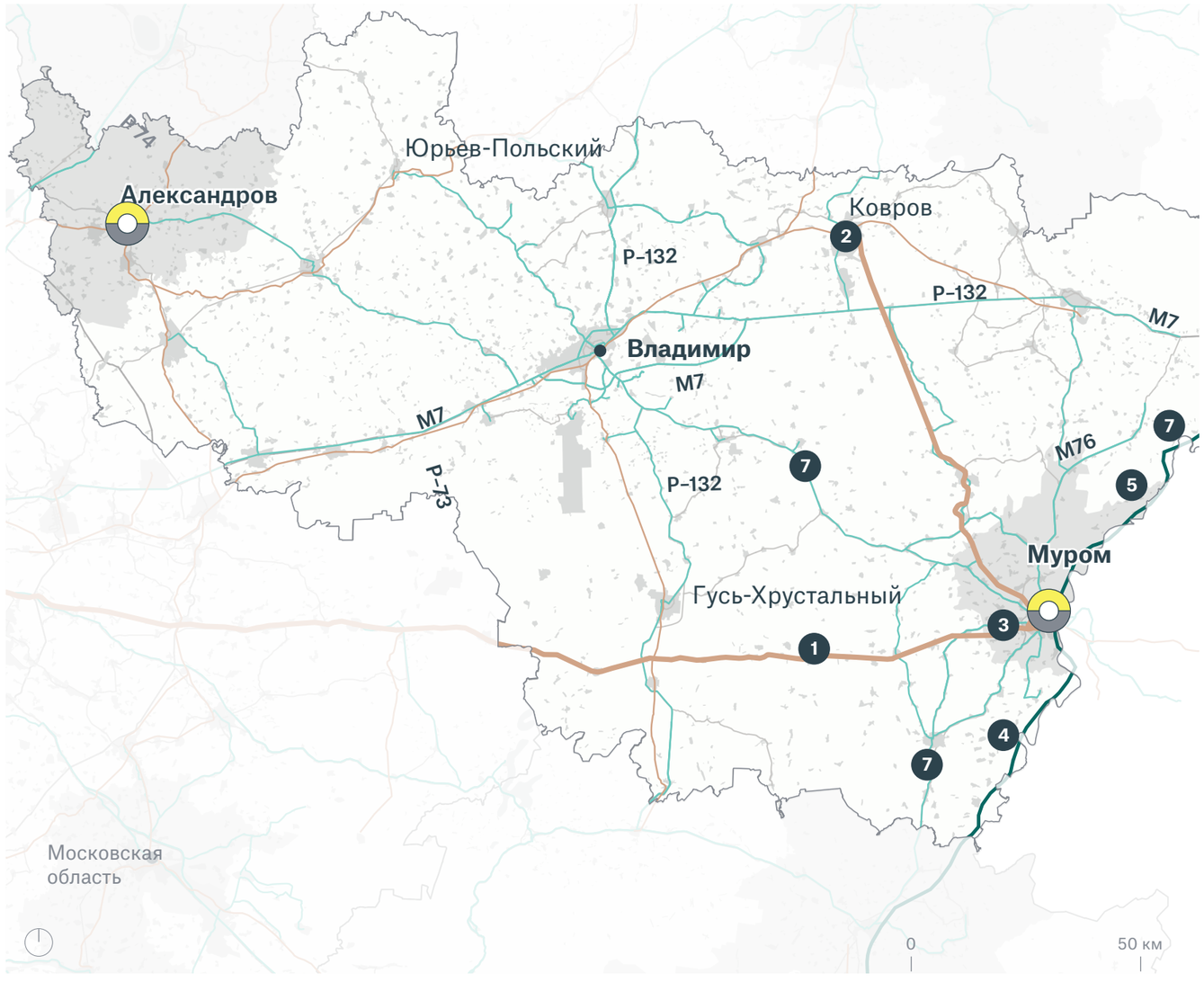
0 50 км 200 км

Задачи 1, 2.

Повышение транспортной доступности

Владимирская область

Схема развития транспортной инфраструктуры



— Граница региона
— Граница всесезонного курорта
— Местные автобусные маршруты
— Межмуниципальные и межрегиональные автобусные маршруты
— Существующие маршруты водного транспорта
— Предлагаемые маршруты водного транспорта
— Железнодорожное сообщение
— Ядро всесезонного курорта
— Транспортно-пересадочные узлы
— Предлагаемые маршруты автобусного транспорта
— Автовокзалы
- - Новые дороги

Муром

1. Организация движения дневных поездов Москва — Муром или Москва — Муром — Арзамас с расписанием, удобным для посещения городов туристами в дневное время (утром из Москвы, вечером в Москву)
2. Продление железнодорожного маршрута Муром — Ковров до Владимира и увеличение интенсивности движения до 3 поездов в сутки
3. Строительство нового остановочного пункта «Владимирское шоссе» с организацией пересадки с железнодорожного транспорта на автобусный
4. Интенсификация круизного сообщения на линии Москва — Рязань — Касимов — Муром — Нижний Новгород
5. Создание дневного круизного маршрута на скоростных судах Нижний Новгород — Муром
6. Создание единого терминала водного транспорта для круизных судов и речного такси с обустройством подходов и подъездов к ним
7. Повышение качества и интенсивности междугороднего сообщения по направлениям: Муром — Владимир, Муром — Гороховец, Муром — Нижний Новгород, Муром — Рязань

Александров

1. Организация движения дневных поездов Москва — Муром или Москва — Муром — Арзамас с расписанием, удобным для посещения городов туристами в дневное время (утром из Москвы, вечером в Москву)
2. Продление маршрута Муром — Ковров до Владимира и увеличение интенсивности движения в этом направлении до 3 поездов в сутки. Строительство нового остановочного пункта «Владимирское шоссе» с организацией пересадки с железнодорожного транспорта на автобусный
3. Интенсификация круизного сообщения на линии Москва — Рязань — Касимов — Муром — Нижний Новгород
4. Создание дневного круизного маршрута на скоростных судах Нижний Новгород — Муром
5. Создание единого терминала водного транспорта для круизных судов и речного такси с обустройством подходов и подъездов к ним
6. Повышение качества и интенсивности междугороднего сообщения по направлениям: Муром — Владимир, Муром — Гороховец, Муром — Нижний Новгород, Муром — Рязань

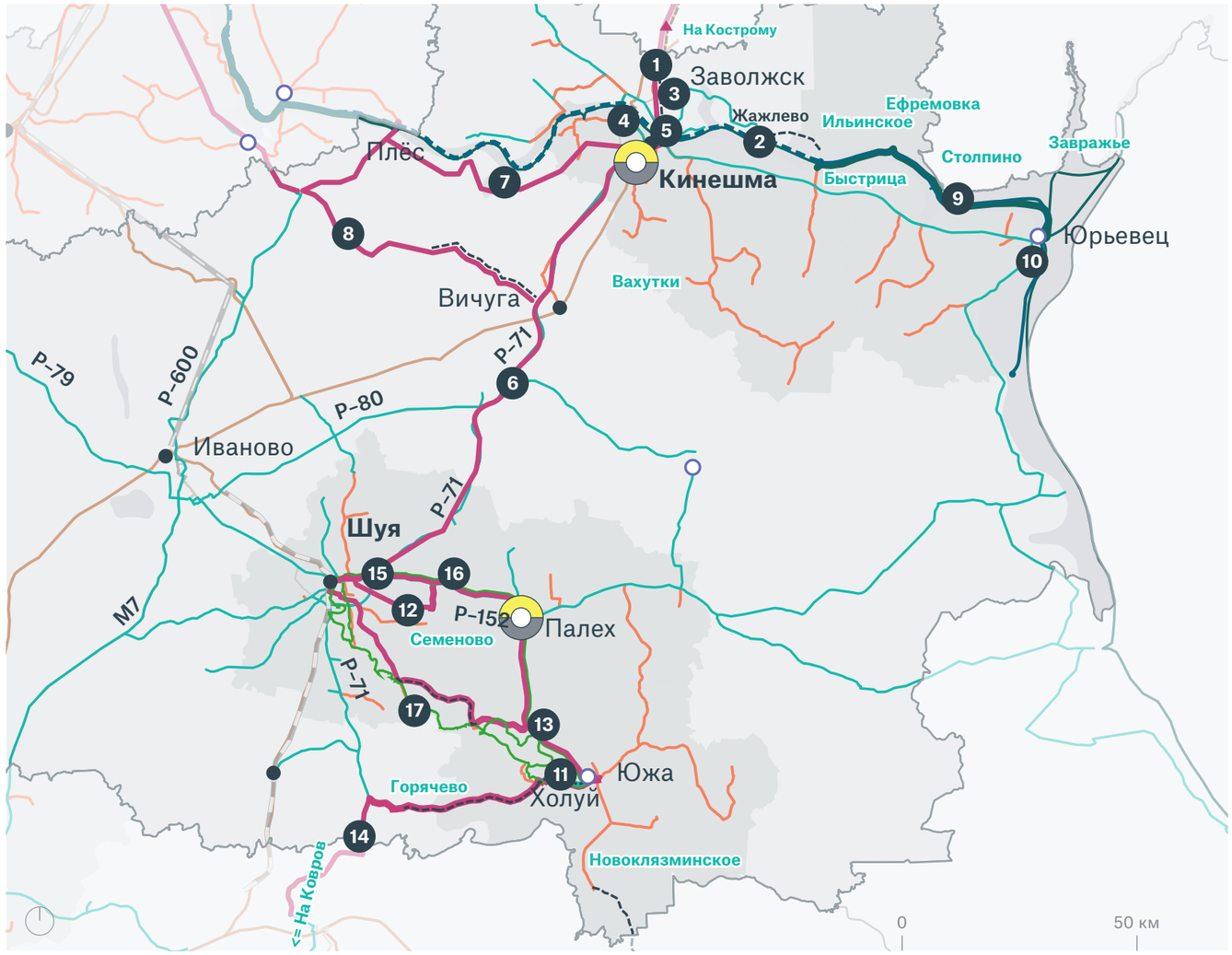
1. Запланировано документами территориального и стратегического планирования.

Задачи 1, 2.

Повышение транспортной доступности

Ивановская область

Схема развития транспортной инфраструктуры



— Граница региона
Граница всесезонного курорта
Местные автобусные маршруты
Межмуниципальные и межрегиональные автобусные маршруты
Существующие маршруты водного транспорта
Предлагаемые маршруты водного транспорта
Железнодорожное сообщение
Ядро всесезонного курорта
Транспортно-пересадочные узлы
Предлагаемые маршруты автобусного транспорта
Автовокзалы
Новые дороги
Велосипедный маршрут

Кинешма

1. Реконструкция региональных автодорог 24Н-079, 24Н-167, 24Н-022, 34К-90
2. Строительство автодороги от Жажлево до Ильинского
3. Ремонт региональных автодорог 24К-082 Заволжск — Островское и 34Н-6 Островское — Заволжск
4. Организация сети пунктов аренды / проката автомобилей с возможностью сдачи автомобиля в г. Иваново и г. Шуе
5. Комплексная реконструкция привокзальной площади и автостанции Кинешмы. (Строительство перронов и мест для отстоя автобусов, реконструкция подъезда к автостанции и пешеходной инфраструктуры между зданием вокзала и автостанцией)
6. Возобновление автобусного сообщения Кинешма — Шуя
7. Запуск прямой автобусной линии Кинешма — Плёс
8. Возобновление автобусного сообщения Кострома — Кинешма
9. Организация водного сообщения Кинешма — Юрьевец — Пучеж
10. Размещение и/или обновление причалов

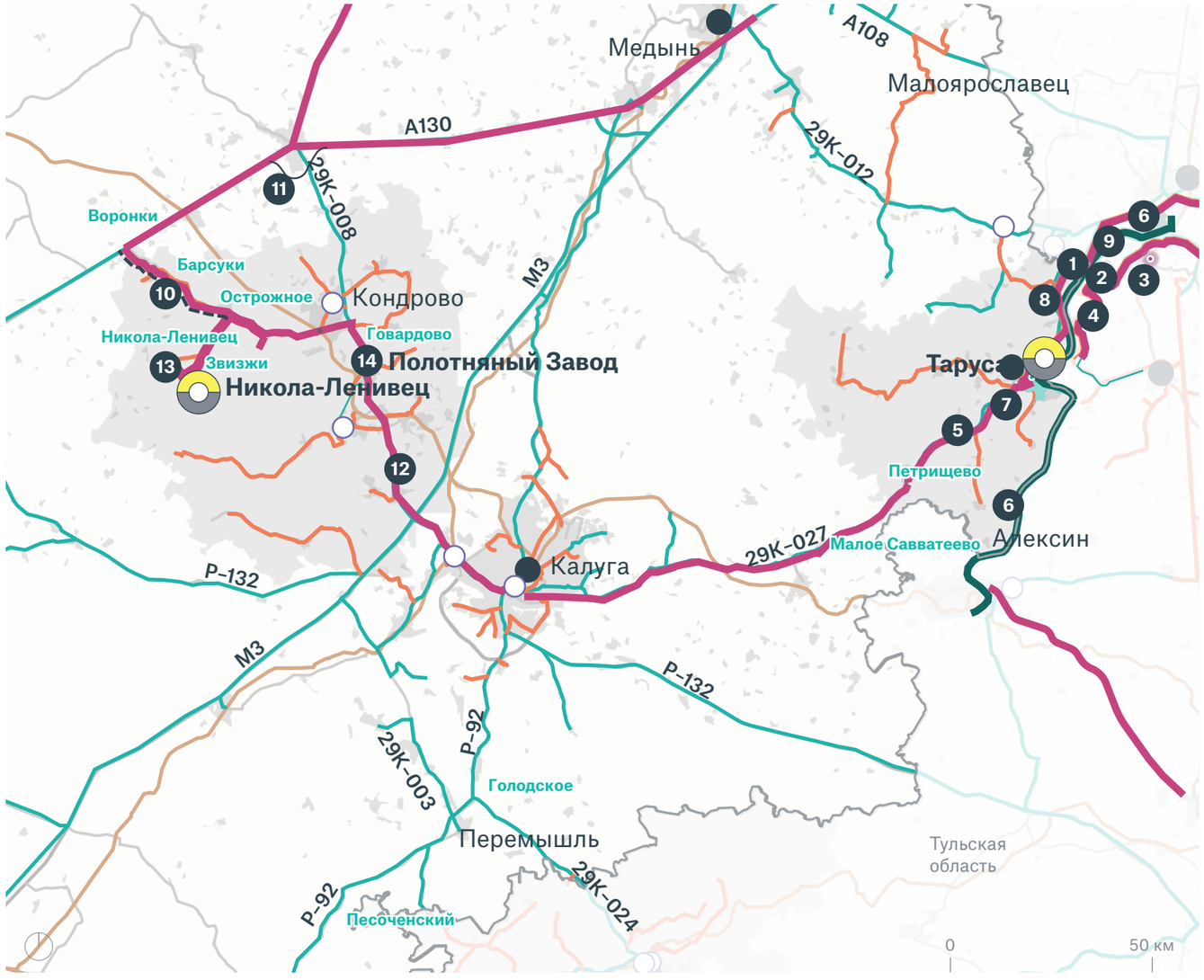
Палех

11. Ремонт асфальтированных и реконструкция гравийных участков автодороги 24Н-324 Южа — Холуй — Дубакино
12. Ремонт асфальтированных и реконструкция гравийных участков автодороги 24Н-309 Кудряково — Семеново
13. Запуск прямой автобусной линии Шуя (ж/д вокзал) — Палех — Южа — Холуй
14. Развитие автобусного сообщения по направлению Южа — Ковров — Владимир
15. Развитие системы автоматизированной оплаты проезда, модернизация подвижного состава, формирование оптимального расписания
16. Создание сети велосипедных маршрутов по направлению Шуя — Палех — Южа — Холуй с ответвлениями к объектам притяжения
17. Создание сети велосипедных маршрутов по направлению Шуя — Сергеево — Клочково — Хотимль — Преображенское — Холуй с ответвлениями к объектам притяжения

1. Запланировано документами территориального и стратегического планирования.

Задачи 1, 2. Повышение транспортной доступности Калужская область

Схема развития транспортной инфраструктуры



— Граница региона
Граница всесезонного курорта
Местные автобусные маршруты
Межмуниципальные и межрегиональные автобусные маршруты
Существующие маршруты водного транспорта
Предлагаемые маршруты водного транспорта
Железнодорожное сообщение
Ядро всесезонного курорта
Транспортно-пересадочные узлы
Предлагаемые маршруты автобусного транспорта
Автовокзалы
Новые дороги

Таруса

1. Строительство автомобильного моста и участка дороги Дракино — Ильинский пруд (Подмоклово)
2. Новый участок дороги на участке Дракино — Ильинский пруд
3. Транспортно-пересадочный узел (ТПУ) на базе ж/д станции 107 км
4. Автобусный маршрут: Пл. 107 км — Таруса; Пл. 107 км — Поленово
5. Автобусные экспресс-маршруты: Серпухов — Таруса — Калуга; Тула — Алексин — Таруса — Серпухов
6. Маршрут туристического трансфера: Таруса — Серпухов — Подмоклово — Поленово
7. Продление автобусных маршрутов в направлении Тулы, Калуги, Москвы
8. Шесть причалов речных марин для частного транспорта вне г. Таруса
9. Водный туристический маршрут: Серпухов — Подмоклово — Поленово — Таруса

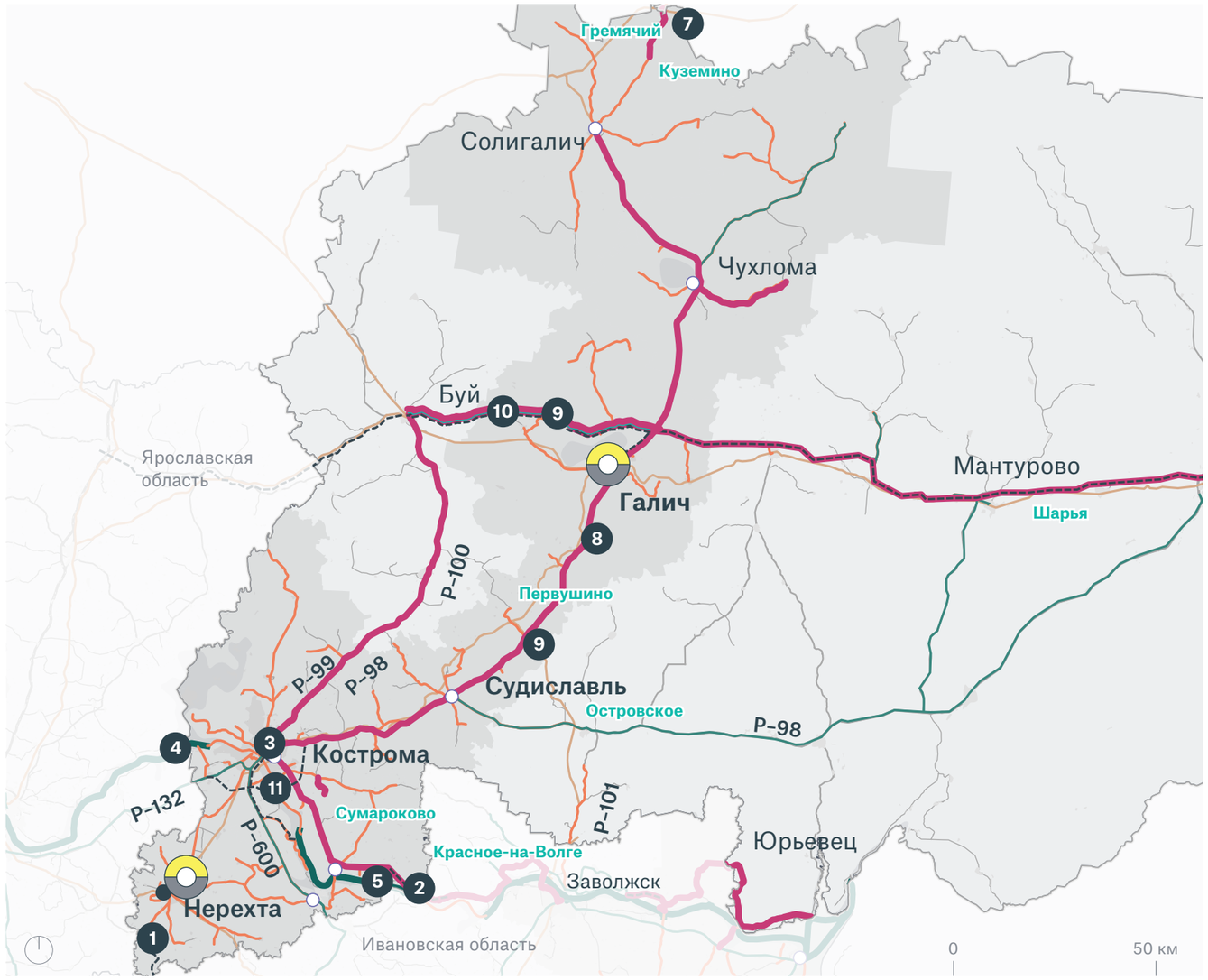
Никола-Ленивец

10. Реконструкция дорог д. Воронки — с. Острожное — 29Н-094 Кондрово — Галкино — Острожное — Барсуки и 29Н-093 А130 Москва — Малоярославец — Рославль
11. Обход г. Медыни, дорога А130 Москва — Малоярославец — Рославль[1]
12. Прямой автобусный маршрут Калуга — Кондрово — Острожное — Звизжи — Никола-Ленивец (д. Кольцово)
13. Организация туристических автобусов в дни проведения фестивалей: Калуга — Никола-Ленивец, Москва — Никола-Ленивец, Малоярославец — Никола-Ленивец
14. Автобусный маршрут Полотняный завод — Кондрово — Никола-Ленивец

1. Запланировано документами территориального и стратегического планирования.

Задачи 1, 2. Повышение транспортной доступности Костромская область

Схема развития транспортной инфраструктуры



— Граница региона
— Граница всесезонного курорта
— Местные автобусные маршруты
— Межмуниципальные и межрегиональные автобусные маршруты
— Существующие маршруты водного транспорта
— Предлагаемые маршруты водного транспорта
— Железнодорожное сообщение
Ядро всесезонного курорта
Транспортно-пересадочные узлы
Предлагаемые маршруты автобусного транспорта
Автовокзалы
Новые дороги

Нерехта

1. Реконструкция автодороги Нерехта — Писцово — Иваново
2. Реконструкция участка автодороги Кострома — Заволжск
3. Организация ТПУ на базе железнодорожного вокзала Кострома-Новая и пригородной автостанции г. Костромы
4. Запуск скоростной водной линии Ярославль — Кострома
5. Водный маршрут Кострома — Красное-на-Волге — Плёс

Галич

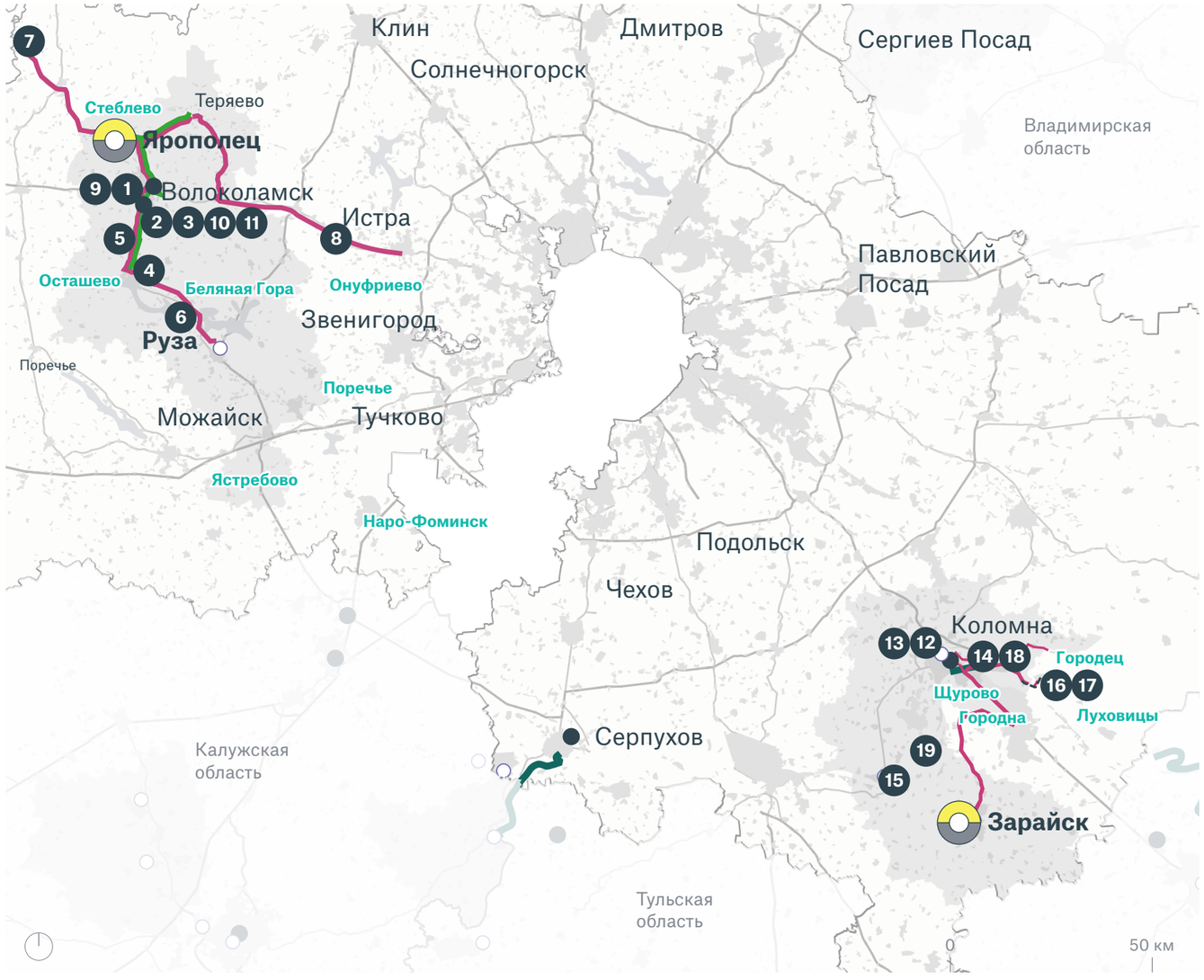
7. Реконструкция участка автодороги Куземино — Гремячий, создание прямого выхода в Тотемский район Вологодской области (автодорога А123)
8. Запуск ускоренного пригородного поезда Кострома — Галич — Шарья
9. Интенсификация автобусного сообщения по направлениям Кострома — Судиславль — Галич и Кострома — Сусанино — Буй, Галич — Чухлома — Солигалич
10. Введение нового автобусного маршрута Галич — Буй
11. Обход Костромы

Задачи 1, 2.

Повышение транспортной доступности

Московская область

Схема развития транспортной инфраструктуры



- Граница региона
- Граница всесезонного курорта
- Местные автобусные маршруты
- Межмуниципальные и межрегиональные автобусные маршруты
- Существующие маршруты водного транспорта
- Предлагаемые маршруты водного транспорта
- Железнодорожное сообщение
- Ядро всесезонного курорта
- Транспортно-пересадочные узлы
- Предлагаемые маршруты автобусного транспорта
- Автовокзалы
- Новые дороги
- Велосипедный маршрут

Ярополец

1. Реконструкция дорог ул. Волоколамской, 50-летия Победы и Ново-Шоссейной (велопешеходные пути в профиле улиц)
2. Формирование двух ТПУ на базе ж/д вокзала и автовокзала г. Волоколамска
3. Реконструкция привокзальной площади (обустройство пешеходных подходов и остановочных пунктов, авто- и велопарковок)
4. Обустройство велопешеходных связей в центре г. Волоколамска и на связи Волоколамск — Ярополец — Теряево — Осташево
5. Запуск прямого автобусного сообщения Ярополец — Теряево — Чисмена — Москва и/или Ярополец — Волоколамск — Москва
6. Запуск прямого автобусного сообщения автобусная станция Волоколамск — Осташево — Беляная гора — Руза
7. Запуск автобусной линии Волоколамск — Лотошино — Ярополец — Тверь
8. Запуск автобусной линии Руза — Онуфриево — Истра
9. Размещение новых и обустройство существующих остановочных пунктов и подходов к ним на пути следования туристов
10. Формирование оптимального расписания маршрутов, согласованного с ж/д транспортом с целью повышения привлекательности общественного транспорта для направлений Волоколамск — Ярополец, Ярополец — Теряево, Ярополец — Теряево — Чисмена, Волоколамск — Осташево
11. Развитие системы автоматизированной оплаты проезда, модернизация подвижного состава

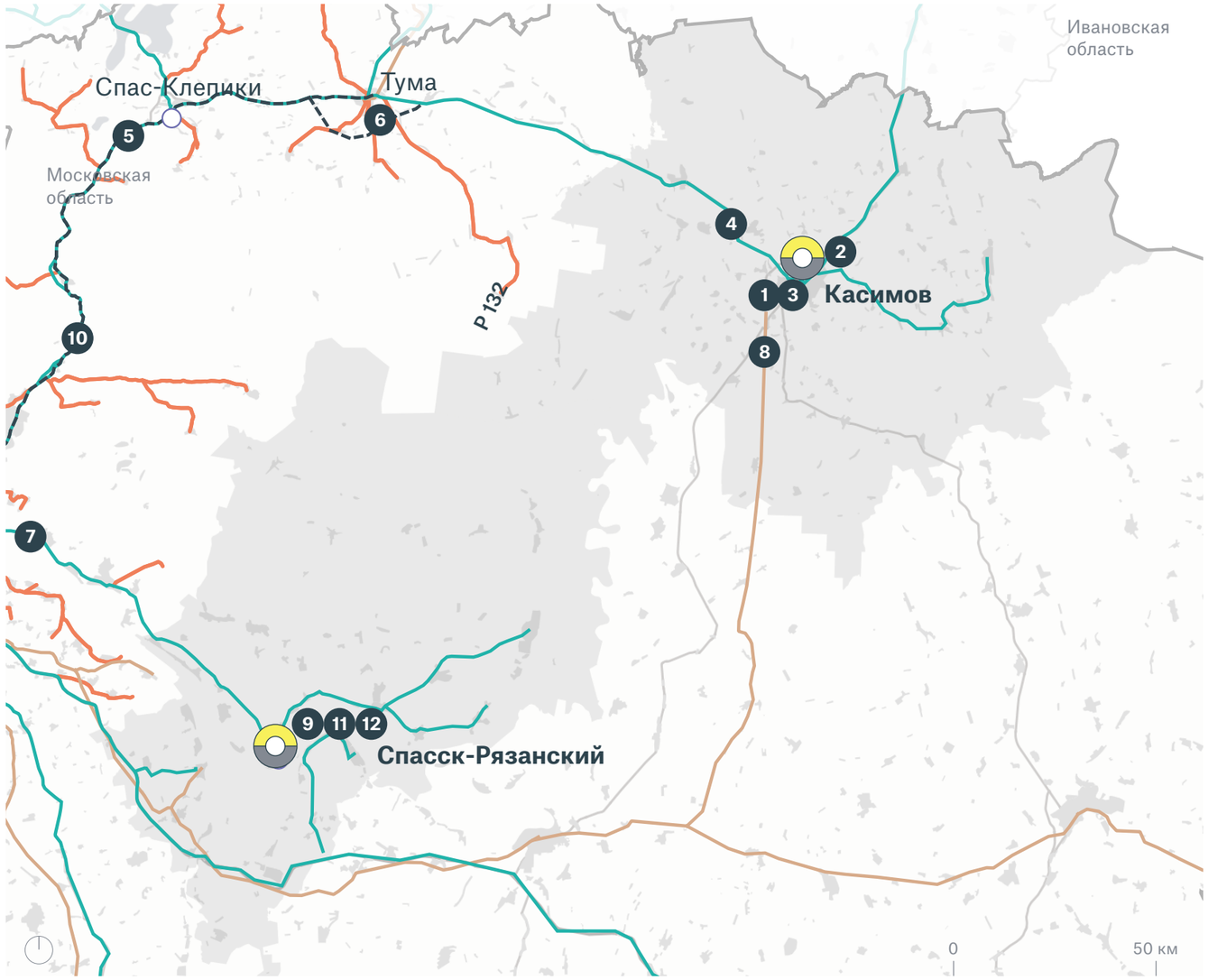
Коломна

12. Создание ТПУ на базе станции Голутвин с благоустройством территории (организация крытых автобусных остановок, стоянки для такси, пунктов аренды автомобиля и средств микромобильности, высадка растений, установка МАФ, мощение тротуара, установка фонарей, установка элементов навигации)
13. Организация остановки отдельных поездов дальнего следования на станции Голутвин, в том числе удлинение посадочных платформ
14. Создание ТПУ на базе остановочного пункта Коломна с благоустройством территории (организация крытых автобусных остановок, стоянки для такси, пунктов аренды автомобиля, средств микромобильности, высадка растений, установка МАФ, мощение тротуара, установка фонарей, установка элементов навигации)
15. Реконструкция / модернизация остановочных пунктов ж/д транспорта (Кудрявцево, остановочный пункт 30 км, станция Озёры)
16. Строительство автодороги Городец — а/д 46Н-05067
16. Строительство капитального моста через Москву-реку в районе Митяево вместо существующего наплавного (Парфентьевского) с последующим развитием улично-дорожной сети
17. Интенсификация движения автобусов по маршрутам Коломна — Городец (продление до парома Дединово), Коломна — Дединово
18. Обустройство новых и реконструкция существующих причалов водного туристического маршрута: «Бочманово» в Коломне, «Притыка» в Трегубово, «Причал» в Колычево
19. Увеличение частоты рейсов на легких судах по маршруту Коломна — Трегубово

Задачи 1, 2. **Повышение транспортной доступности**

Рязанская область

Схема развития транспортной инфраструктуры



— Граница региона
— Граница всесезонного курорта
— Местные автобусные маршруты
— Межмуниципальные и межрегиональные автобусные маршруты
— Существующие маршруты водного транспорта
— Предлагаемые маршруты водного транспорта
— Железнодорожное сообщение
Ядро всесезонного курорта
Транспортно-пересадочные узлы
— Предлагаемые маршруты автобусного транспорта
Автовокзалы
- - Новые дороги

Касимов

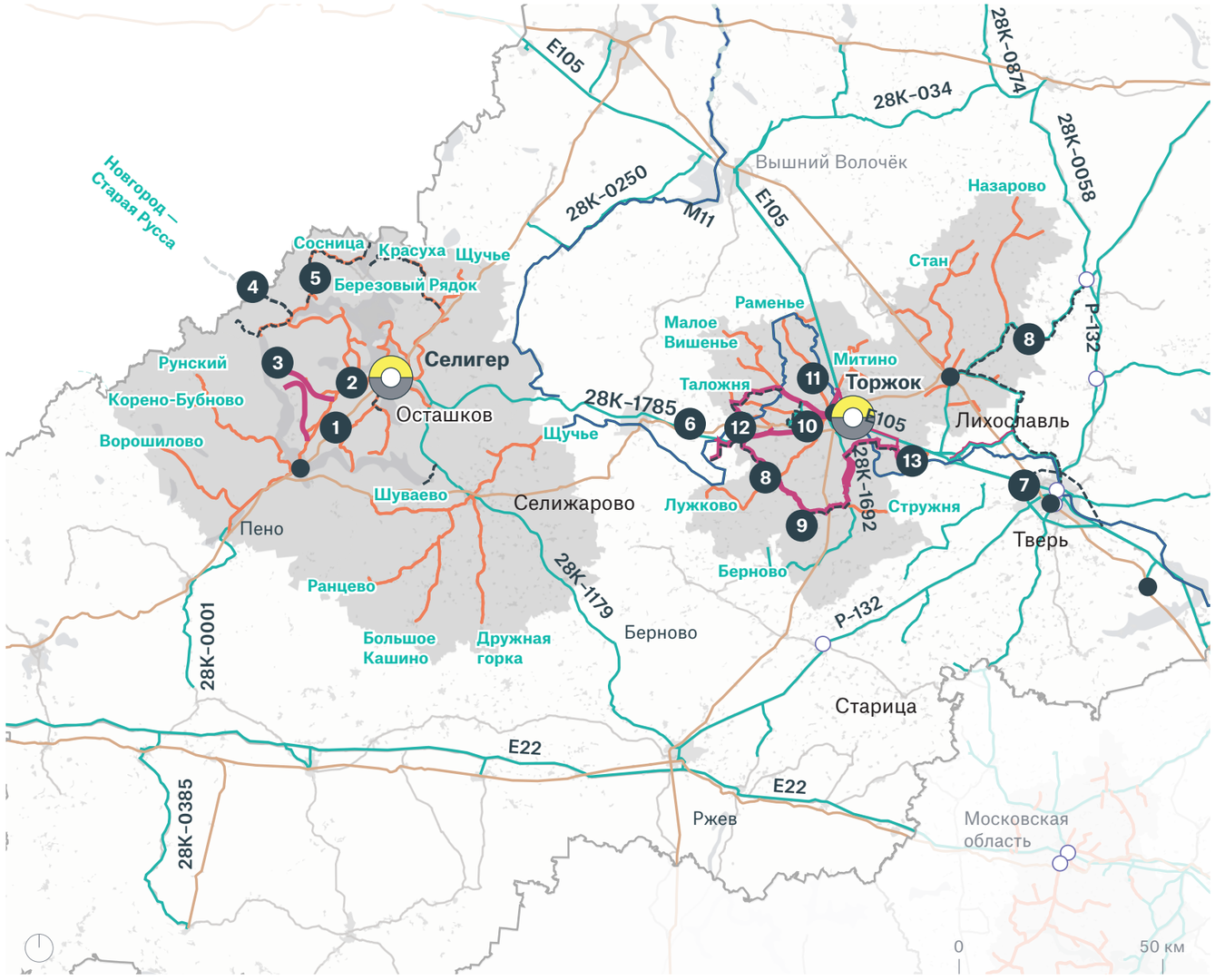
1. Введение туристических поездов по направлению Москва — Рязань — Касимов с организованной доставкой туристов от вокзала Касимова до городского центра и обратно
2. Организация ТПУ на существующей автостанции
3. Восстановление речного порта для приема круиза «Московская кругосветка»
4. Интенсификация движения автобусов по маршрутам:
   - №504 Рязань — Касимов, с продлением его от Приокского автовокзала до автотрассы Рязань-1
   - №695 Касимов — Нижний Новгород
   - №428 Касимов — Муром
   - №2962 Касимов — Владимир
5. Реконструкция участков автодороги федерального значения Р-132 «Золотое кольцо» от г. Рязани до р.п. Тума со строительством необходимых обходов населенных пунктов
6. Строительство обхода р.п. Тума
7. Развитие автодорожного направления Москва — Егорьевск путем реконструкции существующих и строительства новых участков

Спасск-Рязанский

8. Введение туристических поездов выходного дня по направлению Москва — Рязань — Шелухово — Касимов с организованной доставкой туристов от вокзала станции Шелухово до городища Старая Рязань и Ново-Ольговского городища.
9. Организация ТПУ на базе существующей автостанции г. Спасск-Рязанский
10. Развитие движения по водным маршрутам по р. Ока «Константиново — Рязань — Спасск — Шилово - Касимов
11. Интенсификация движения автобусов по маршрутам:
    - №565 Рязань — Исады до Фатьяновки, введение дополнительных укороченных рейсов с сопутствующими мероприятиями,
    - №186 Рязань — Спасск-Рязанский,
    - введение автобусного маршрута от станции Шелухово до села Фатьяновка
12. Строительство автодороги Никитино — Разбердеево

Задачи 1, 2. Повышение транспортной доступности Тверская область

Схема развития транспортной инфраструктуры



— Граница региона
Граница всесезонного курорта
Местные автобусные маршруты
Межмуниципальные и межрегиональные автобусные маршруты
Существующие маршруты водного транспорта
Предлагаемые маршруты водного транспорта
Железнодорожное сообщение
Ядро всесезонного курорта
Транспортно-пересадочные узлы
Предлагаемые маршруты автобусного транспорта
Автовокзалы
Новые дороги

Селигер

1. Организация железнодорожных экскурсионных рейсов по направлению Осташков — Пено — Соблаго — Селижарово — Кувшиново — Торжок (300 км)
2. Организация ТПУ на базе ж/д и автовокзала
3. Запуск автобусной линии по направлению автодороги 28К-0001 — Заёво — Ширковский погост — Ширково
4. Реконструкция дорог по направлению Молвотицы — Свапуще для улучшения связности с Новгородской областью
5. Реконструкция дорог по направлению Демянск — Полново — Сосница

Торжок

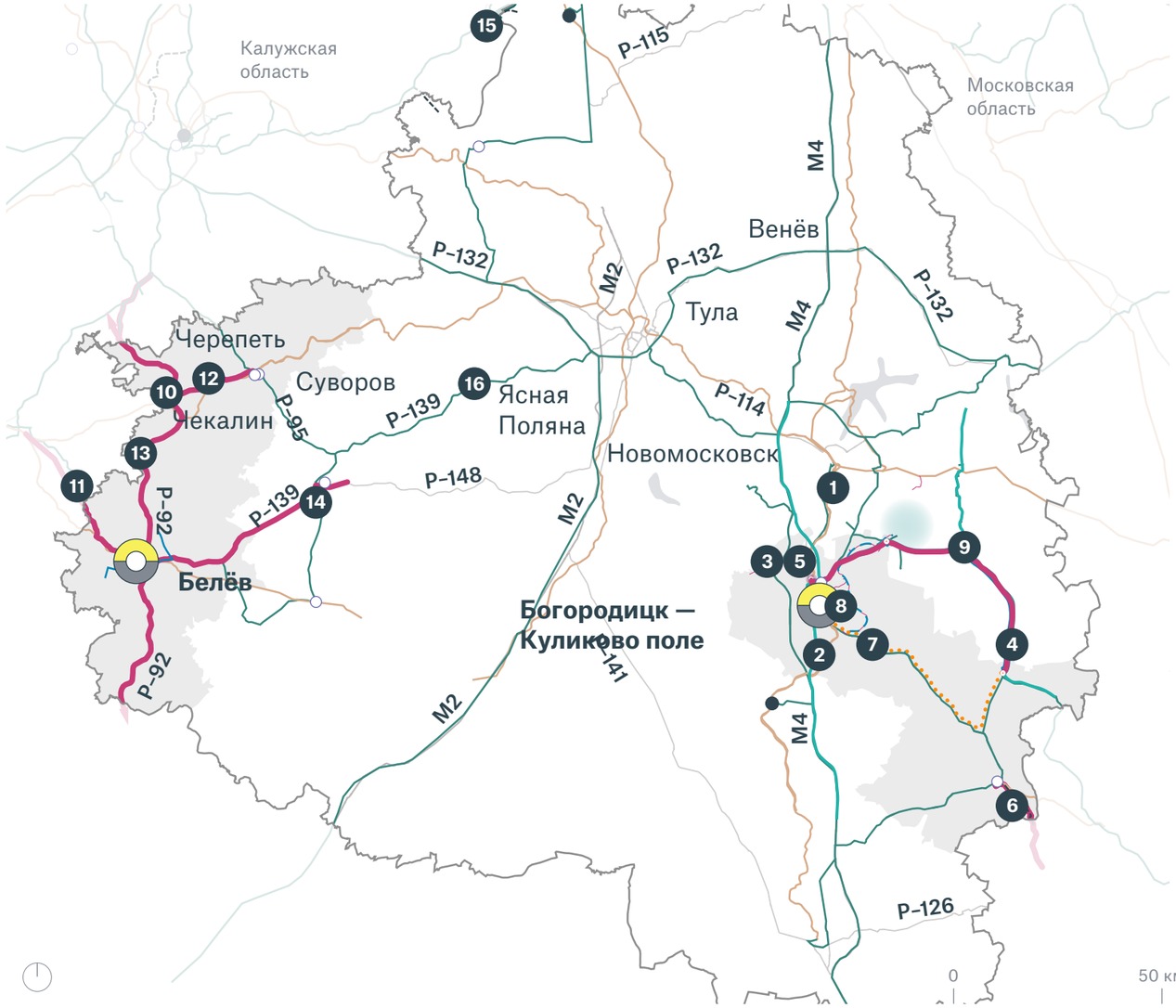
6. Организация железнодорожных экскурсионных рейсов по направлению Осташков — Пено — Соблаго — Селижарово — Кувшиново — Торжок
7. Интенсификация движения пригородных электропоездов Тверь — Торжок и согласование их расписания с поездами Москва — Тверь
8. Реконструкция автомобильных дорог 28Н-1692, 28Н-1693, 28Н-1704, 28Н-0873, 28Н-0854, 28Н-1697, 28Н-1721, 28Н-1723, 28Н-1762, 28Н-1761, 28Н-1757, 28Н-1711
9. Реконструкция а/д 28Н-1668 и строительство ее продолжения до пересечения с а/д 28Н-1776
10. Веломаршрут в городской черте Торжка
11. Веломаршрут Торжок — Митино
12. Веломаршрут между Торжком и усадьбами
13. Обустройство причалов водного туристического маршрута

Задачи 1, 2.

Повышение транспортной доступности

Тульская область

Схема развития транспортной инфраструктуры



Богородицк

1. Организация ускоренного ж/д маршрута Жданка — Узловая — Тула-1-Курская
2. Запуск прямых поездов Москва — Ожерелье — Узловая-1 — Жданка — Ефремов
3. Организация остановки большего количества поездов дальнего следования на ст. Жданка
4. Организация межмуниципального автобусного маршрута Богородицк — Куликово поле
5. Перенос части функций существующего автовокзала к ж/д вокзалу с сохранением остановки межмуниципальных и туристических автобусов
6. Ремонт автомобильных дорог
7. Реконструкция автомобильной дороги с организацией велополосы
8. Организация пунктов проката СММ
9. Организация велодорожки от Богородицка до Куликова поля

Белёв

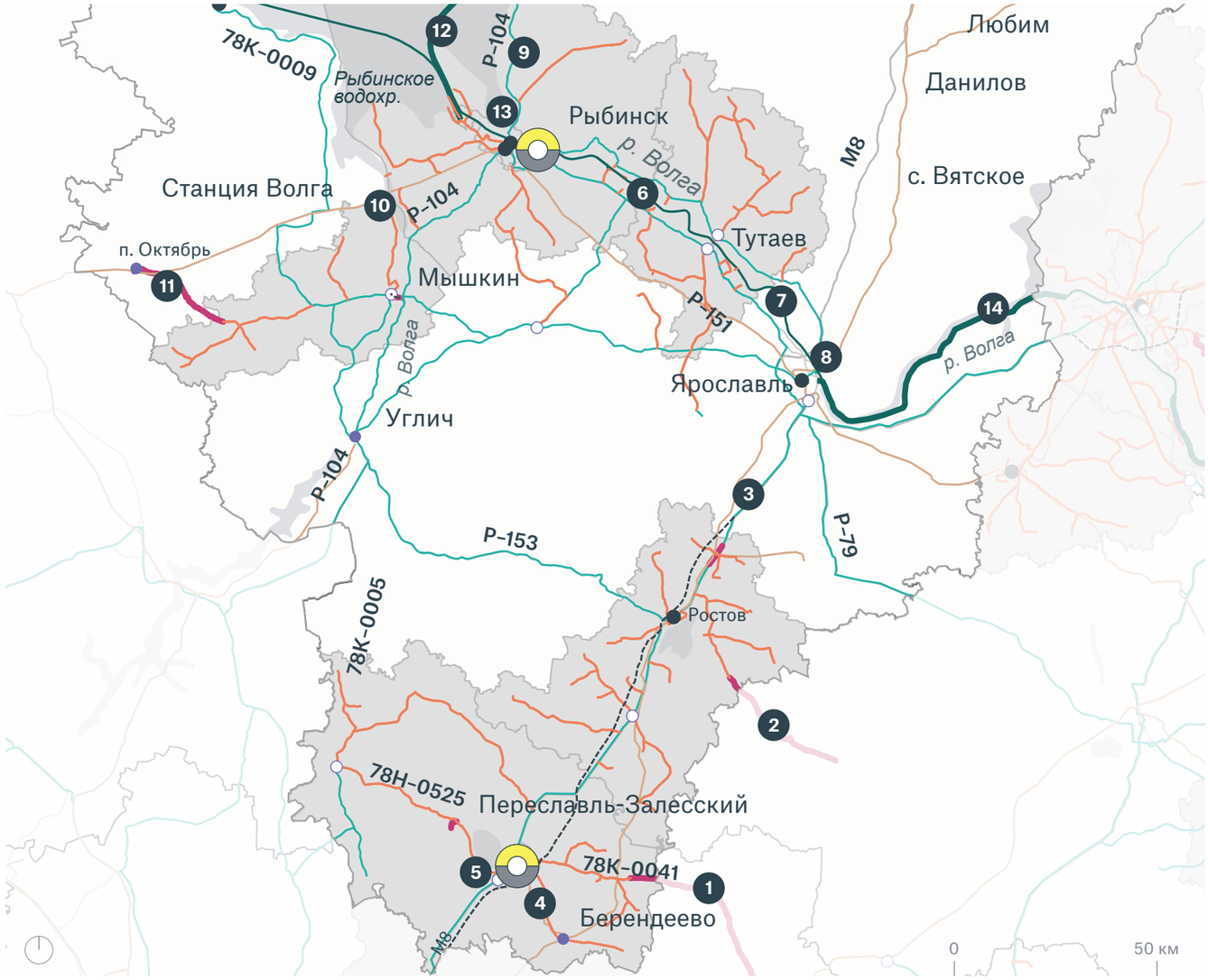
10. Интенсификация автобусного движения Калуга — Чекалин — Белёв — Болохов — Орел, добавление остановки в Чекалине
11. Восстановление автобусного сообщения Белёв — Козельск
12. Интенсификация движения на маршруте Суворов — Чекалин
13. Организация прямого автобусного сообщения Суворов — Белёв
14. Организация прямого автобусного сообщения Тула — Крапивна — Одоев — Белёв
15. Ремонт автомобильных дорог
16. Запуск туристического поезда по маршруту Москва — Сухиничи — Козельск — Белёв — Черепеть — Тула — Москва

- Граница региона
- Граница всесезонного курорта
- Местные автобусные маршруты
- Межмуниципальные и межрегиональные автобусные маршруты
- Существующие маршруты водного транспорта
- Предлагаемые маршруты водного транспорта
- Железнодорожное сообщение
- Ядро всесезонного курорта
- Транспортно-пересадочные узлы
- Предлагаемые маршруты автобусного транспорта
- Автовокзалы
- Новые дороги

Задачи 1, 2. # Повышение транспортной доступности

Ярославская область

Схема развития транспортной инфраструктуры



— Граница региона
Граница всесезонного курорта
Местные автобусные маршруты
Межмуниципальные и межрегиональные автобусные маршруты
Существующие маршруты водного транспорта
Предлагаемые маршруты водного транспорта
Железнодорожное сообщение
Ядро всесезонного курорта
Транспортно-пересадочные узлы
Предлагаемые маршруты автобусного транспорта
Автовокзалы
Новые дороги

Переславль-Залесский

1. Запуск автобусной линии Переславль-Залесский — Юрьев-Польский — Суздаль — Владимир (автобусный парк)
2. Запуск автобусных линий Ростов — Ильинское-Хованское — Иваново и Переславль-Залесский
3. Усиление движения поездов Москва — Переславль-Залесский (+ 3 рейса ежедневно)
4. Запуск пригородных поездов по линии Берендеево — Переславль-Залесский
5. Создание ТПУ в Переславле-Залесском[1]

Рыбинск

6. Организация ускоренного железнодорожного сообщения Москва — Ярославль — Рыбинск
7. Электрификация и строительство второго пути на участке Ярославль — Рыбинск (по СТП РФ)
8. Согласование расписания поездов Ярославль — Рыбинск с поездами, следующими через Ярославль
9. Ремонт дороги на участке Волково-Пахонино — Григорово
10. Формирование организованного ТПУ Волга и согласование расписания поездов на станции и автобусов на Мышкин
11. Реконструкция региональной автодороги 78К-0018 Углич — Воскресенское
12. Организация скоростного регулярного водного маршрута Рыбинск — Пошехонье — Череповец
13. Строительство и реконструкция причальной инфраструктуры
14. Развитие водного маршрута между Ярославлем и направлением Кострома – Плес

1. Запланировано мероприятиями региона

3. Ключевые задачи

3A Управление туристическим потоком

3B Создание нового туристического продукта: всесезонные курорты

3C Актуализация рынка гостиничной и туристической инфраструктуры

3D Изменение туристического потока в регионах макротерритории

3E Повышение транспортной доступности

3F Территориальное брендирование (архитектурный код)

— Территориальное брендирование регионов

— Применение символов регионов для территориального брендирования

— Новые архитектурные символы

— Новые туристические продукты

Территориальное брендирование регионов

Визуальные элементы брендинга и позиционирование

Для каждого региона были подобраны визуальные элементы брендинга и позиционирование из уникальных узнаваемых и новых символов, которые представляют локальную идентичность территории. Материалы собраны на основе мнения представителей региона, анализа социальных сетей и экспертной оценки.

Большое Золотое кольцо

Большая история путешествий

Владимирская область

Путешествие на землю
богатырей и древних преданий

Ивановская область

Путешествие
за рождественскими чудесами



Калужская область

Путешествие в открытый космос души русской

Костромская область

Путешествие
за таинственной сказкой

Московская область

Путешествие
к авангарду культур

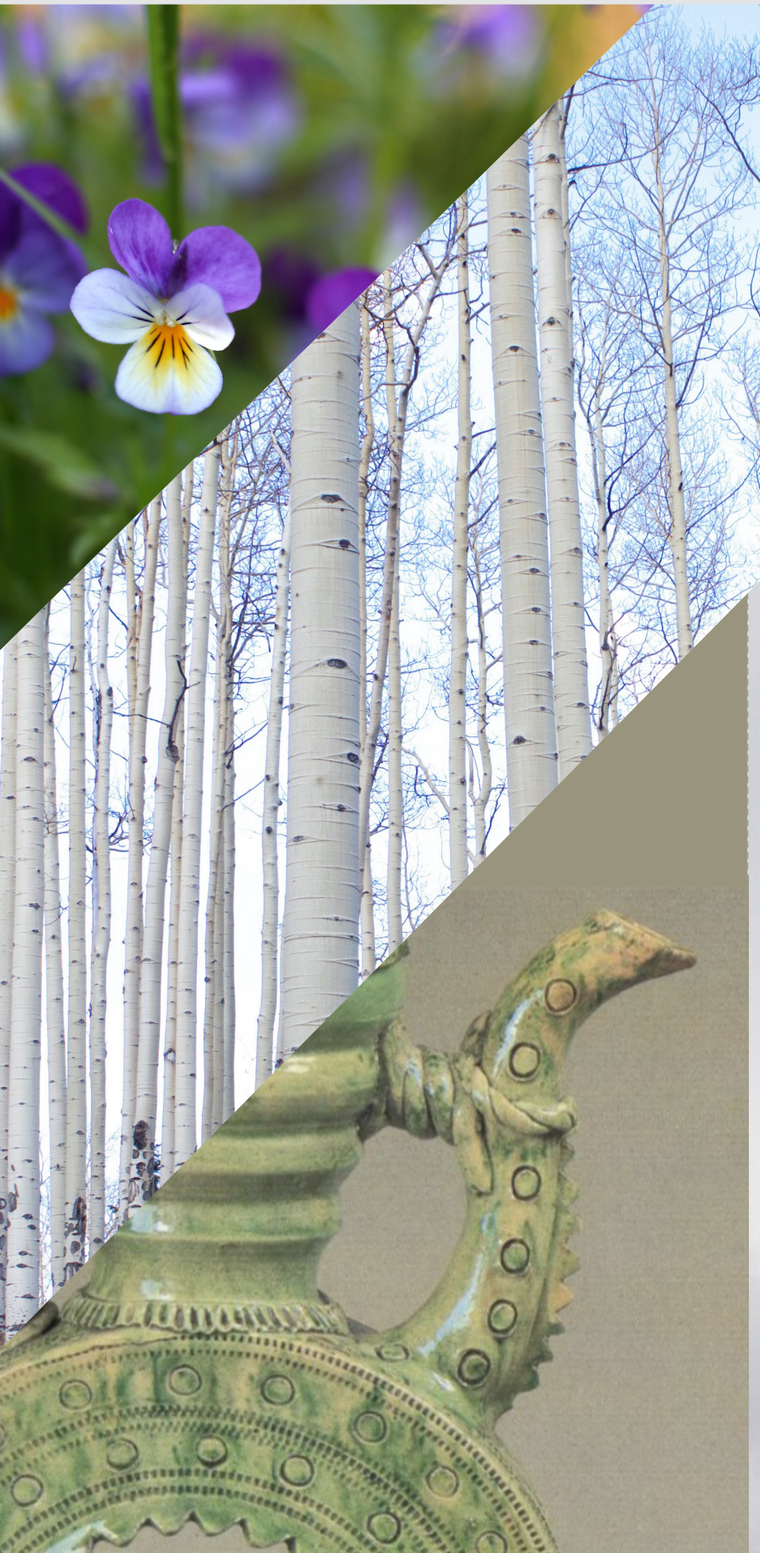






Рязанская область

Путешествие в край березового ситца



Тверская область

Путешествие
к заповедным озерам

Тульская область

Путешествие в кузницу русской мысли

Ярославская область

Путешествие в гавань
чудесных открытий







Туристический образ регионов

Справка к элементам образа

ВЛАДИМИРСКАЯ ОБЛАСТЬ

- Ромашка
- Владимирская вишня
- Узор «Русский камень» (хрусталь)
- «Витязь на распутье» В. Васнецова (Богатырь)
- Успенский собор
- Дмитриевский собор (фрагмент), Белокаменная резьба
- Церковь Покрова на Нерли (фрагмент)

ИВАНОВСКАЯ ОБЛАСТЬ

- Тополь черный
- Иван-да-марья
- Ивановские ситцы
- Палехская миниатюра
- «Купчиха за чаем» Б. Кустодиева (Кинешма — город купцов, запечатленный на картинах Кустодиева)
- Лаковая миниатюра Холуя

КАЛУЖСКАЯ ОБЛАСТЬ

- Сосна
- Калужница, или желтый лютик
- Космос (Государственный музей истории космонавтики Циолковского, спутник на флаге Калуги)
- Тарусская вышивка
- Никола-Ленивец
- Памятник 600-летию Калуги

КОСТРОМСКАЯ ОБЛАСТЬ

- Ель
- Иван-чай
- Деревянное зодчество
- Скань
- Картина А. Саврасова «Грачи прилетели», изображение костромского села Молитвино (ныне Сусанино)
- Вышивание и художественное шитье
- Болота

МОСКОВСКАЯ ОБЛАСТЬ

- Липа (Липовые аллеи)
- Васильки
- Гжель
- Жостово
- Павлопосадские платки
- Коломенская пастила

РЯЗАНСКАЯ ОБЛАСТЬ

- Береза
- Полевая фиалка
- Кадомский вениз
- Скопинская художественная керамика
- Михайловское кружево
- Храмовый комплекс с. Погост
- Рязанский калинник

ТВЕРСКАЯ ОБЛАСТЬ

- Бересклет
- Лен
- Геометрический узор, используемый в Тверской области (Тверской узор)
- Золотошвейное ремесло, торжокские золотошвеи
- Деревянная архитектура (наличники)
- Калязинская колокольня
- Нило-Столобенская пустынь (озеро Селигер)

ТУЛЬСКАЯ ОБЛАСТЬ

- Яблоня
- Богородичная трава, изображена на гербе города Богородицка (Чабрец)
- Мята (Фестиваль «Дикая Мята»)
- Пряничные доски (клеймо)
- Тульский самовар и пряники
- Белёвская пастила
- Филимоновская глиняная игрушка
- Кузнечное дело
- Солярные знаки

ЯРОСЛАВСКАЯ ОБЛАСТЬ

- Пионы (Фестиваль пионов)
- Сирень
- Вода
- Фестивали воздухоплавания в Переславле-Залесском
- Финифть
- «Петровская флотилия на Переславском озере 25 августа 1692 года» Д.Н. Кардовского

Методика подбора элементов

Деревья подобраны в соответствии с результатами всероссийского голосования, в рамках акции «Аллея России»[1].

Травы и цветы подобраны в соответствии с принципами символичности для региона, устойчивости и неприхотливости роста.

Остальные символы характеризуют наиболее популярные и упоминаемые символы региона на основе анализа отзывов в социальных сетях.

1. Акция проводилась в 2014 г. в соответствии с распоряжением Правительства РФ, организаторы Акции — Министерство природных ресурсов и экологии РФ и Фонд содействия охране окружающей среды «Природа».

Туристический образ регионов

Туристические символы

На основе коллажей были разработаны региональные символы, которые представляют собирательный образ регионов и будут использованы для территориального брендинга.

ВЛАДИМИРСКАЯ ОБЛАСТЬ



Торговые ряды



Ромашка



Гусь-Хрустальный

ИВАНОВСКАЯ ОБЛАСТЬ



Кисть (Палех)



Рождественская ель



Ткацкая промышленность

КАЛУЖСКАЯ ОБЛАСТЬ



Спутник



Желудь (дуб)



Бобур (Никола-Ленивец)

КОСТРОМСКАЯ ОБЛАСТЬ



Костромской сыр



Сосны



Ювелирное искусство

МОСКОВСКАЯ ОБЛАСТЬ



Гжель



Павлопосадский платок



Луховицкий огурец

РЯЗАНСКАЯ ОБЛАСТЬ



Леденец-петушок



Грибы



Береза

ТВЕРСКАЯ ОБЛАСТЬ



Волжские круизы



Калязинская колокольня



Земляника

ТУЛЬСКАЯ ОБЛАСТЬ



Тульский самовар



Белевские яблоки



Кондуки

ЯРОСЛАВСКАЯ ОБЛАСТЬ



Фестиваль воздухоплавания



Пион



Вейк-серфинг на Плещеевом озере

Применение символов регионов для территориального брендирования

Образ путешествия по Большому Золотому кольцу 2035

Въездные аллеи

Единая навигация

Туристическая инфраструктура
с уникальными дизайн-решениями
на основе региональных символов

Гостиничный комплекс
Красная горка

Костромская область

ПУТЕШЕСТВИЕ
ЗА ТАИНСТВЕННОЙ
СКАЗКОЙ

Применение символов регионов для территориального брендирования

Визуальные решения

Территориальный брендинг объединит 9 областей в один макрорегион, создавая целостный, но при этом уникальный опыт путешествия для туристов в каждый момент пути.

1. Ландшафтная стратегия
въездные аллеи
из деревьев и растений,
присущих конкретному
региону



2. Туристическая инфраструктура
точки взаимодействия
со средой БЗК



3. Единая туристическая навигация
с элементами
туристического образа
региона по городам
и достопримечательностям



Решение 1. Ландшафтная стратегия
Въездные аллеи *

Линейные связи (автомобильные дороги и веломаршруты) составляют единый маршрут БЗК, соединяющий ключевые туристические центры. Для формирования его узнаваемого образа предлагается ландшафтная стратегия его оформления.

Исторические предпосылки оформления поъездных дорог на территориях БЗК



- **Выделение основных подъездных путей.** Повышение статуса объекта
- **Создание настроения**: парадного, торжественного или лиричного
- **Фокус на объект**, расположенный в конце аллеи, маршрута
- **Комфорт перемещения.** Защита от солнца, ветра, пыли, дождя

Ландшафтный символ линейных связей



Пример Московской области: Липа обыкновенная**

- **узнаваемый образ** куполообразная форма кроны
- **устойчивый вид** на территории Московской области
- **выносливый и морозостойкий вид** может расти в любых условиях

Въездные аллеи вдоль дорог

Рядовая посадка липы обыкновенной в придорожную полосу вдоль трассы при подъезде к городу.

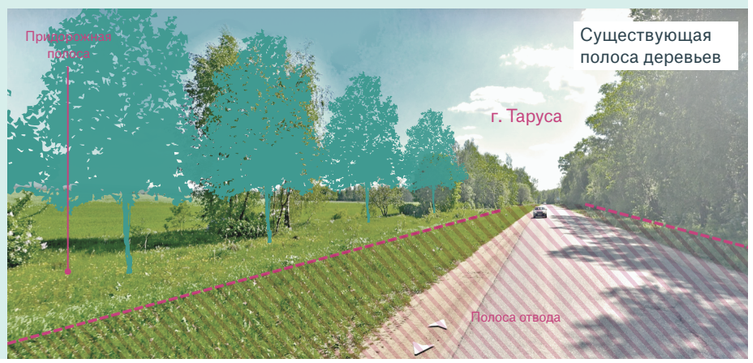
Применение:

Видовой маршрут БЗК
- двухрядная въездная аллея
- длина аллеи от 3 км (3 мин. на трассе при скорости 90 км/ч)
- изменение плотности рядовой посадки по мере приближения к городу

Подъезды к аттракторам
- двухрядная аллея
- длина аллеи от 300 м (для загородных гостиниц)

Дороги межмуниципального значения
- однорядная правосторонняя въездная аллея (при невозможности высадки справа, допускается левосторонняя посадка)
- длина аллеи от 500 м



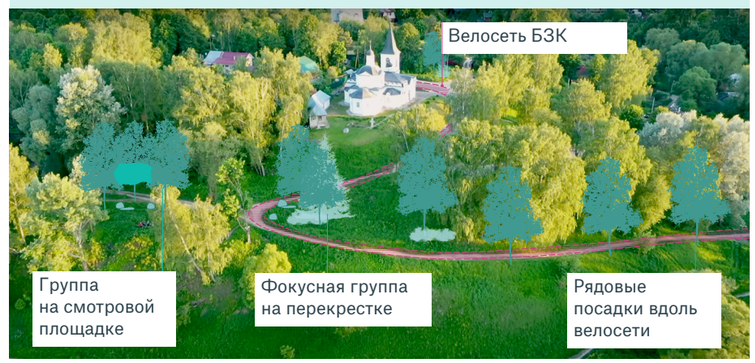


Фокусные группы вдоль маршрутов

Формирование растительных композиций вдоль маршрутов из устойчивых местных растений с использованием липы обыкновенной.

Применение:

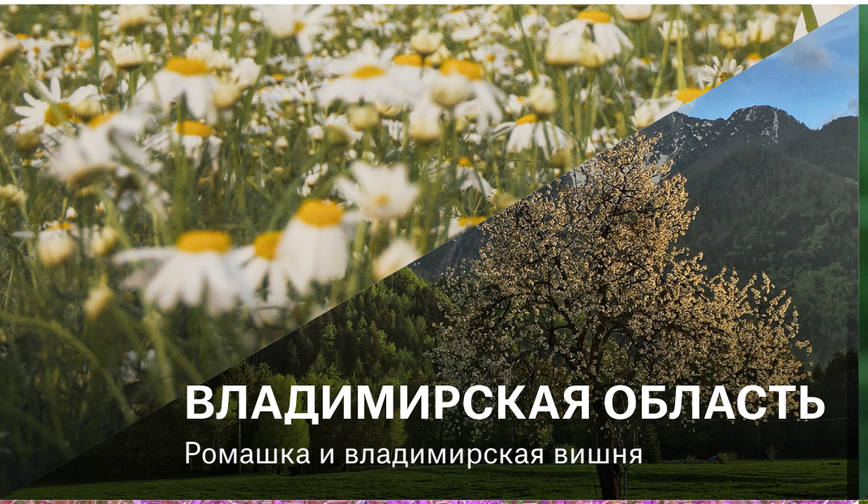
Веломаршруты
Точки велопроката
Парковки БЗК



* подробнее см. Приложение 2 отчета, стр 7–14
** Представленные решения и обоснования применимы и к другим растениям-символам регионов БЗК.

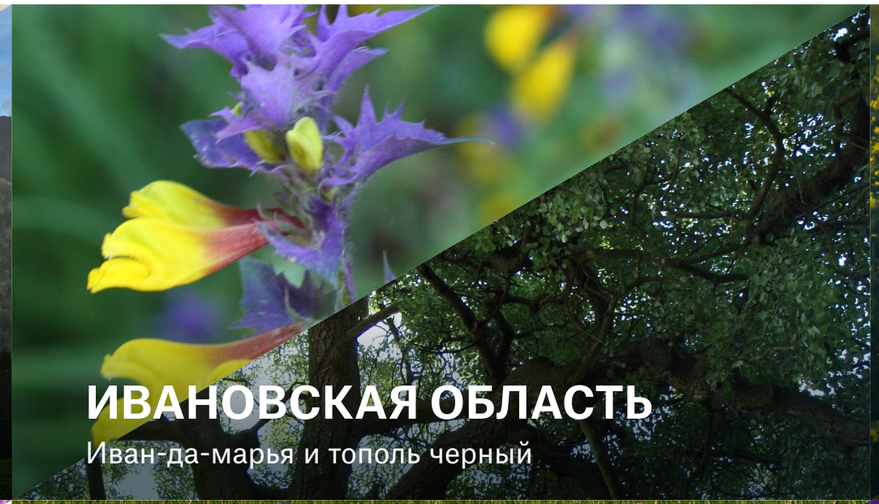
Решение 1. **Ландшафтная стратегия**

Соответствие регионов и растений



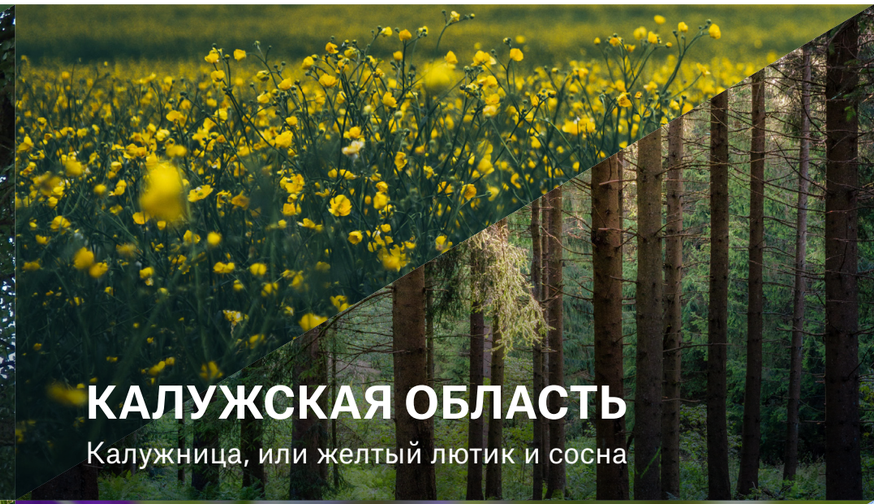
ВЛАДИМИРСКАЯ ОБЛАСТЬ

Ромашка и владимирская вишня



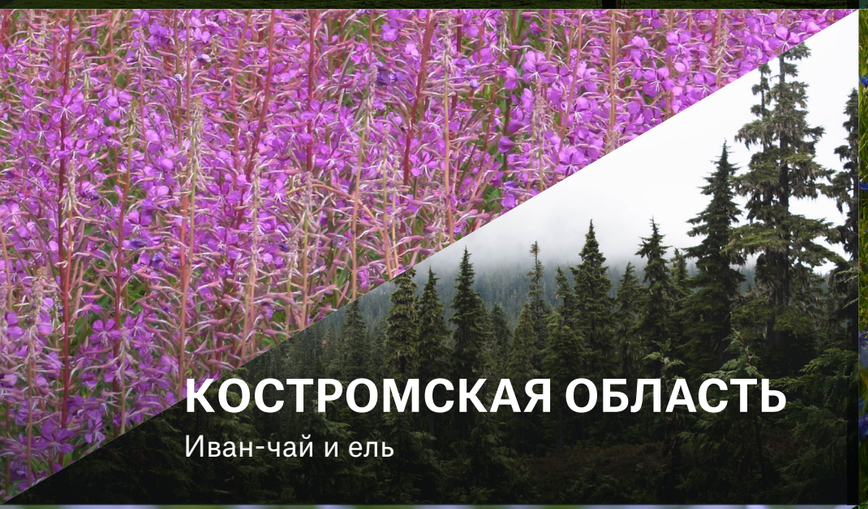
ИВАНОВСКАЯ ОБЛАСТЬ

Иван-да-марья и тополь черный



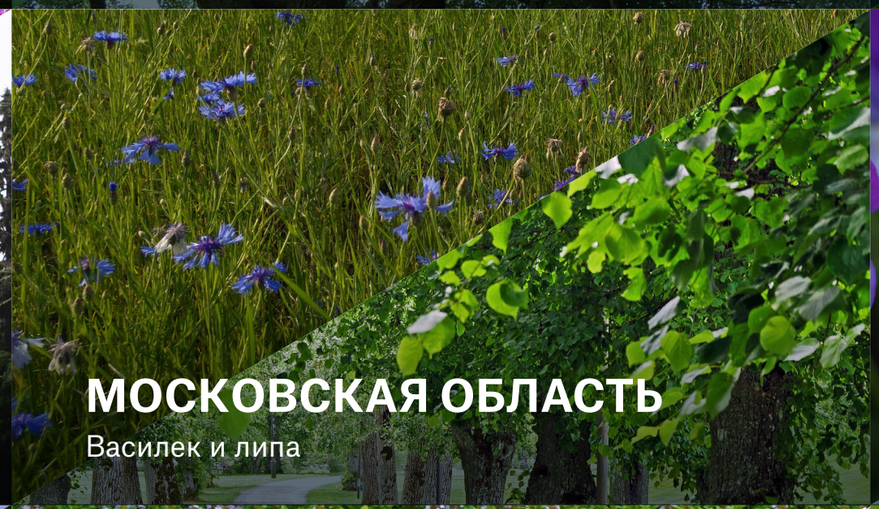
КАЛУЖСКАЯ ОБЛАСТЬ

Калужница, или желтый лютик и сосна



КОСТРОМСКАЯ ОБЛАСТЬ

Иван-чай и ель



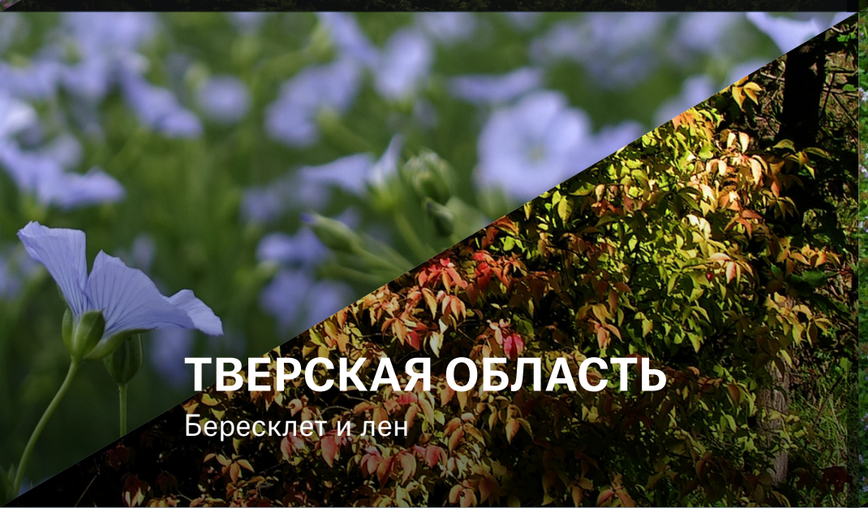
МОСКОВСКАЯ ОБЛАСТЬ

Василек и липа



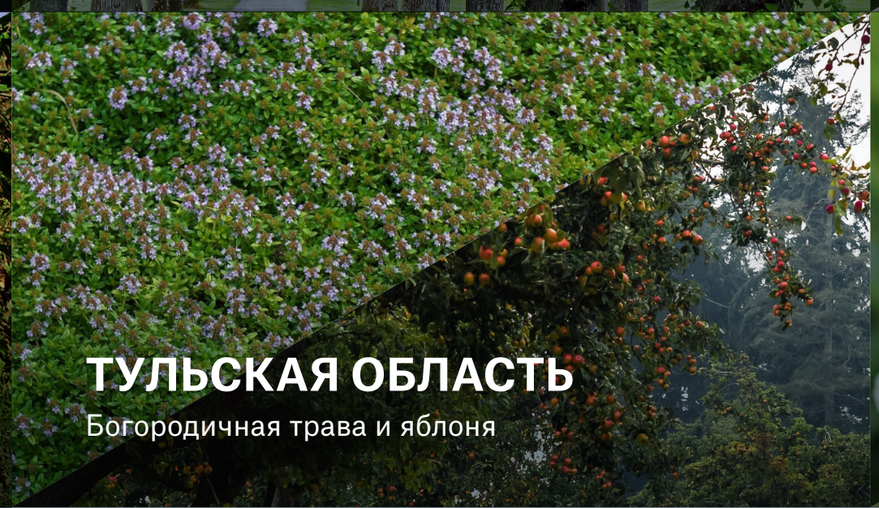
РЯЗАНСКАЯ ОБЛАСТЬ

Полевая фиалка и береза



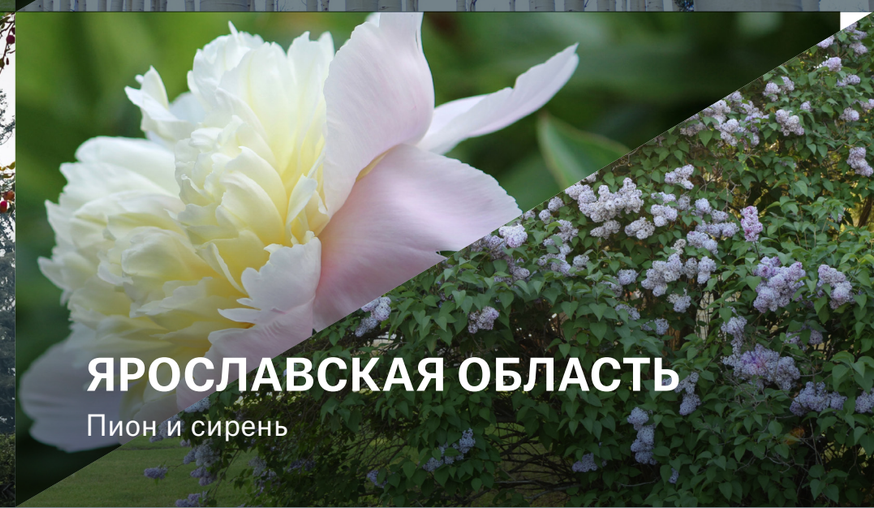
ТВЕРСКАЯ ОБЛАСТЬ

Бересклет и лен



ТУЛЬСКАЯ ОБЛАСТЬ

Богородичная трава и яблоня



ЯРОСЛАВСКАЯ ОБЛАСТЬ

Пион и сирень

Решение 2.

Туристическая инфраструктура

Точки комфорта на базе ТИЦ

Точка комфорта — инфраструктурный элемент БЗК, который сочетает в себе функции информационного центра, комфортного кратковременного отдыха туристов, организацию услуг гидов.



* Представленное на визуализации здание не является объектом культурного наследия

Параметры:

100 м²
минимальная площадь для новой точки[1]

20 м²
минимальная площадь двора

15 чел.
вместимость

Единство дизайна

Для обеспечения узнаваемости точек комфорта БЗК в городской среде рекомендуется интеграция в их дизайн региональных символов.
Все решения по брендированию (цвета, паттерны, принципы нанесения и т.д.) должны быть сформированы после разработки и утвержения брендбука.[2]

1. В общую площадь не включены технические сопутствующие помещения.
2. В Приложении 2 отчета представлены варианты работы с условным паттерном и цветом.

Типология точек комфорта

Встроенная точка

Встраивание (дополнение) обязательными базовыми функциями существующих «точек входа в город»

Условия размещения:
большой поток туристов, наличие существующих сервисов.

Объекты размещения:
существующие объекты инфраструктуры (вокзалы, автостанции, заправки и т.д.)



существующие сервисы + дополнение необходимыми

Комплексная (полноценная) точка

Отдельно стоящее здание или часть помещений в здании, с возможностью организации входной зоны/дворовой территорией в туристическом центре (историческая среда) с полным набором необходимых функций.

Условия размещения:
туристический центр города; большая туристическая проходимость; пешеходная доступность (в т. ч. МГН); наличие коммуникаций;
площади, необходимые по расчету, характерный элемент среды.



интерьерное пространсово



дворовое/входное пространство

Объекты размещения:



Отдельностоящее здание и двор
– характерный элемент среды, в т.ч. ОКН, приспособленный под современное использование;
– допускается строительство нового объекта с ипользованием разработанного архкода;
– занимает все здание и дворовую территорию.



Часть существующего здания и входная зона
– часть площадей в здании, в т.ч. ОКН, приспособленном под современное использование;
– допускается располагать новом здании;
– приветствуется кафе в соседнем помещении.



На базе существующих ТИЦ
– при наличии или возможности расположения всех функциональных зон точки комфорта в полном объеме и требуемом качестве.

Решение 2. # Туристическая инфраструктура

Точки взаимодействия со средой

Точка взаимодействия — это благоустроенные элементы взаимодействия туристов с природой, раскрывающие привлекательность места за счет реализации разных видов туристических активностей. Являются частью туристических маршрутов.

Смотровая площадка



* Представленная визуализация не является проектным решением

Места отдыха



Смотровая площадка



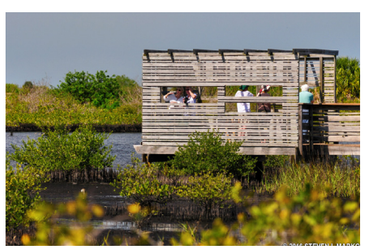
Пляж



Пирс



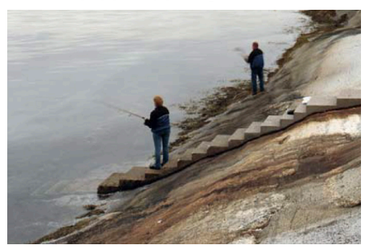
Места для наблюдения за животными



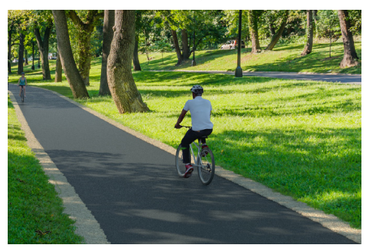
Площадка для наблюдения за звездами



Площадка для рыбалки



Транзитные пути



Принципы организации

1 Устойчивое развитие

- долговечные и экологичные материалы

2 Комфорт/доступность

- являются частью маршрутов БЗК
- удобное расположение и безбарьерная среда
- наличие обязательного перечня элементов инфраструктуры*
- создание комфортных условий взаимодействия за счет создания микроклиматического комфорта (тени, ветрозащиты, солнцезащиты, подогрева поверхностей)

3 Раскрытие идентичности

- использование существующих, популярных локаций с наилучшими ландшафтными характеристиками
- дополнительное усиление ландшафтных характеристик при необходимости (расчистка видов, укрепление берегов, намыв песка, террасирование склонов, высадка растений и т.д.)
- создание новых точек взаимодействия с целью максимального раскрытия уникальных особенностей среды и разнообразия маршрутов

4 Единство дизайна

- единые принципы организации пространства (функциональное зонирование, типология элементов)
- на каждой точке взаимодействия установка единых элементов БЗК для ориентирования и размещения информации

5 Запрет на использование псевдоисторических элементов

- новые элементы благоустройства имеют нейтральный современный дизайн**, не нарушающий и не вступающий в спор с историческим и природным окружением
- по возможности замена существующих элементов среды с излишним декором, морально устаревшие и ненадежные конструкции

* Полный перечень элементов, рекомендаций по организации и блок–схемы см. Приложение 2 и Раздел Туристическая инфраструктура отчета.

** Современный нейтральный стиль – совокупность лаконичных форм и объемов со следующими характеристиками: отсутствие излишнего декора, антивандальность, эргономичность , функциональность, долговечность материалов, сдержанные натуральные цвета

Решение 2. Туристическая инфраструктура
Типовые элементы благоустройства

Элементы благоустройства должны отвечать общим принципам комфорта и формировать единый образ для городских и природных точек взаимодействия в рамках одной территории.

Скамейка без спинки



Скамейка-бревно



Лежак



Ограждение



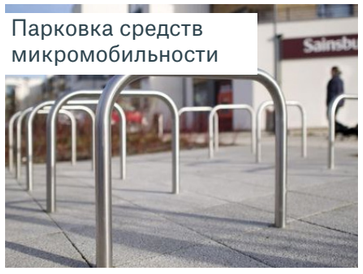
Скамейка со спинкой



Обеденная группа #1



Парковка средств микромобильности



Опора освещения



Боллард



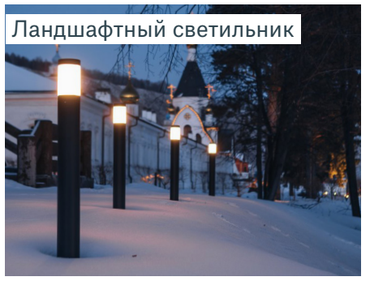
Площадка для сбора ТКО



Урна



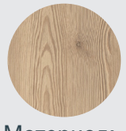
Ландшафтный светильник



Характеристики современного стиля

- простая лаконичная форма
- отсутствие излишнего декора
- антивандальность
- эргономичность
- функциональность
- долговечность материалов
- сдержанные натуральные цвета

Палитра материалов (пример)[1]



Материал: лиственница горная



Материал: металл/ пластик

Алгоритм работы с существующими точками

Выбраный подход к обновлению		Рекомендация
дополнение элементами в существующем стиле	▶	рекомендуется дополнение элементами, которые соответствуют уже существующему стилю
дополнение элементов в новом стиле	▶	рекомендуется только с соблюдением нейтрального современного стиля[2] элементов благоустройства
замена всех элементов (приоритетный вариант)	▶	

\+

обязательное дополнение территории единым элементом БЗК (навигация/информация)

Формирование новых точек

нейтральный современный стиль* всех элементов благоустройства	+	единые элементы БЗК (навигация/информация)

1. Подобное описание материалов и палитра цветов по RAL представлена в Приложении 2 настоящего отчета.

2. Современный нейтральный стиль – совокупность лаконичных форм и объемов со следующими характеристиками: отсутствие излишнего декора, антивандальность, эргономичность , функциональность, долговечность материалов, сдержанные натуральные цвета.

Решение 2. Туристическая инфраструктура
Рекомендации по благоустройству среды

Рекомендуется разработка дизайн-кода для каждого города БЗК на основе представленных рекомендаций. Для городов БЗК, имеющих уже разработанный дизайн-код необходим контроль над его использованием. При введении дизайн-кода требуется учет существующей в городе нормативной документации.

Фасадные решения зданий

Рекомендуется:

- Расположение и размеры вывесок в соответствии с утвержденной документацией или рекомендациями, представленными ниже
- Обеспечение своевременного ремонта аварийных фасадов
- Оформление козырьков, входных групп и приямков в современном нейтральном стиле, либо воспроизведение точной исторической копии
- Соблюдение требований для удобства МГН, например дополнение пандусами входных групп

Запрещается:

- Использование сайдинга, фасадных панелей для отделки в историческом центре города
- Использование ярких открытых и флюоресцентных цветов

Вывески

Рекомендуется:

- Размещать вывески размера, утвержденного в дизайн–коде.
  При отсутствии дизайн–кода необходима его разработка
- Оформлять вывески в нейтральных цветах в соотвествии с дизайн-кодом города

Запрещается:

- Использование ярких открытых, пестрых и флюорисцентных цветов, кроме вывесок компаний с зарегистрированным товарным знаком
- Размещать вывески на декоративных элементах фасадов
- Использование бегущей строки, мигающих или переливающихся вывесок

Элементы благоустройства

Рекомендуется:

- Использование нейтрального современного стиля*
- Использование элементов благоустройства из дерева и металла
- Ограждения участков, выходящие на улицу должны быть проницаемые, высота должна быть определена для каждого города с учетом параметров среды и градрегламентов (ПЗЗ)

Запрещается:

- Использование элементов в псевдоисторическом стиле с множеством декоративных элементов
- Использование ярких и флюорисцентных цветов
- Закрывать виды на природные ландшафты, точки притяжения и объекты культурного наследия

Решения по озеленению

Рекомендуется:

- Высаживать устойчивые виды растений с учетом антропогенной нагрузки на территорию
- Раскрытие видовых осей на природные ландшафты и объекты культурного наследия
- Формирование тени с помощью озеленения в местах отдыха
- На исторических улицах, в местах концентрации объектов культурного наследия высота штамба деревьев должна составлять 2,5–3 м для формирования визуальных связей и лучшего обзора исторической среды

Запрещается:

- Красить белой краской стволы деревьев
- Закрывать виды на природные ландшафты, точки притяжения и объекты культурного наследия
- Не рекомендуется высадка однолетних растений в связи с тем что это значительная часть ежегодных расходов бюджета. Рекомендуется переходить на формирование цветников из многолетних растений

* Современный нейтральный стиль – совокупность лаконичных форм и объемов со следующими характеристиками: отсутствие излишнего декора, антивандальность, эргономичность , функциональность, долговечность материалов, сдержанные натуральные цвета

Решение 3. Единая туристическая навигация

Для формирования единой системы навигации БЗК предлагается использовать систему ландшафтных ориентиров, встроенных в окружающую среду.

Линейка навигационных элементов[1]

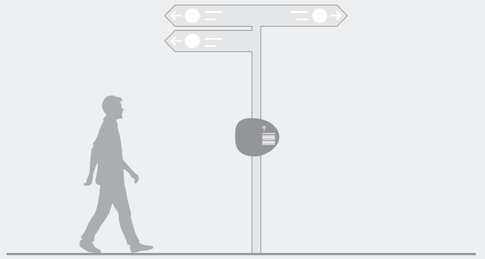
Единый элемент БЗК = информация + навигация + рекреация



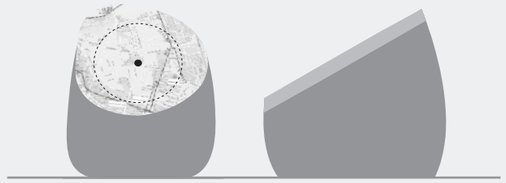
Стенд
Информационный стенд с большой картой



Большой камень
Инфотабличка, возможность опереться/ присесть



Информационная табличка на опоры освещения/столбы
Табличка–маркер для стесненных условий



Карта/макет
Информационный стенд с малой картой/ объемный макет



Малый камень
Инфотабличка, возможность встать



Маркер
Табличка–маркер для стесненных условий

Размещение на маршрутах:

Стенд, карта/макет: главные и второстепенные входы на объект; перекрестки, точки комфорта; природные и городские точки взаимодействия
Большой и малый камни: природные и городские точки взаимодействия; у объектов наследия, памятных мест и т.д.
Компановка по 2–3 элемента для установки диалога между посетителем и средой.

Варианты изготовления основной формы:

1. Шлифованный бетон (с добавлением камня в массе)



2. Печать на 3D принтере (бетон+эпоксидная смола)



3. Стеклопластик



Ключевые принципы

1 Единство дизайна

- формирование узнаваемого образа
- интеграция региональных символов
- применение единых принципов размещения системы ориентирования на всей территории макрорегиона

2 Устойчивое развитие

- долговечные и экологичные материалы

3 Комфорт/доступность

- интуитивно понятное взаимодействие
- сомасштабность и эргономичность
- высота конструкции и расположение информационного поля внизу исключает засвечивание текста против солнца, облегчает чтение (дети, пожилые, МГН), не закрывает вид на объект

4 Раскрытие идентичности

- снижение визуального шума среды за счет отказа от типовых пешеходных указателей
- интеграция в исторический и природный ландшафт за счет простой природной формы и натуральных цветов
- сохранение исторических видов (не мешает просмотру памятников, не нарушает видовые раскрытия на памятники)

1. Формообразование и параметры производства разрабатывается отдельным проектом

Новые архитектурные символы

Новые архитектурные шедевры станут частью современного образа БЗК. В рамках национального конкурса[1] будут разработаны 9 уникальных всесезонных объектов[2], по одному в каждом из регионов. Они представят локальную идентичность и станут настоящим туристическим событием.

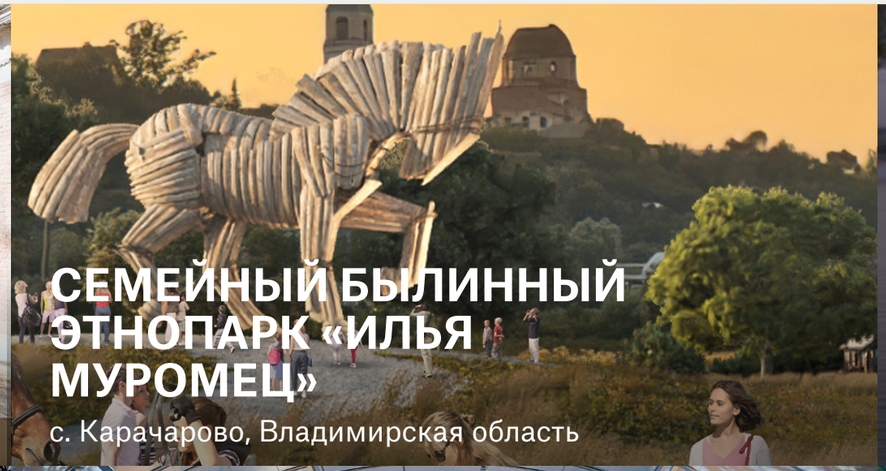
Основные принципы

1. Архитектурный шедевр
2. Всесезонность
3. Локальная идентичность
4. Туристическое событие



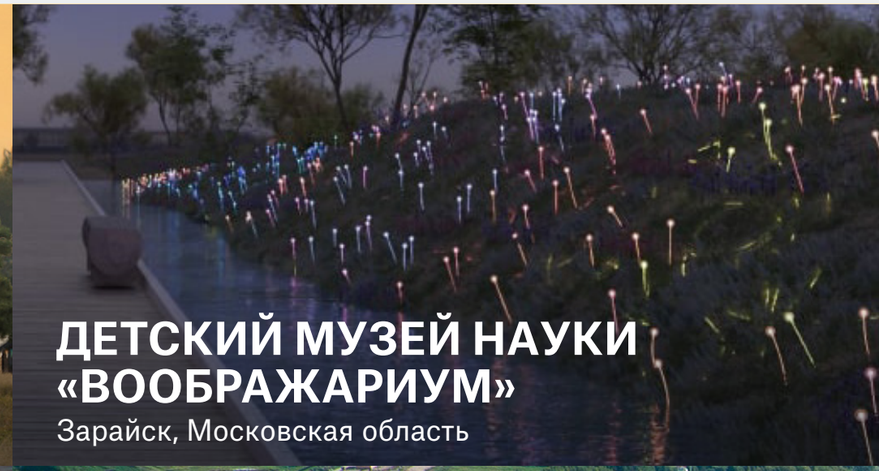
ЦЕНТР И МАСТЕРСКАЯ АКТУАЛЬНОГО ИСКУССТВА «ФАБРИКА АРТА»

Никола-Ленивец, Калужская область



СЕМЕЙНЫЙ БЫЛИННЫЙ ЭТНОПАРК «ИЛЬЯ МУРОМЕЦ»

с. Карачарово, Владимирская область



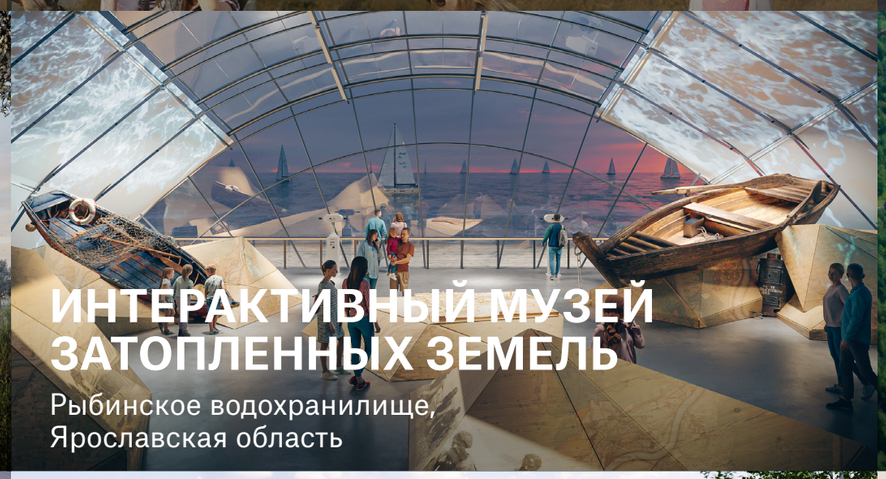
ДЕТСКИЙ МУЗЕЙ НАУКИ «ВООБРАЖАРИУМ»

Зарайск, Московская область



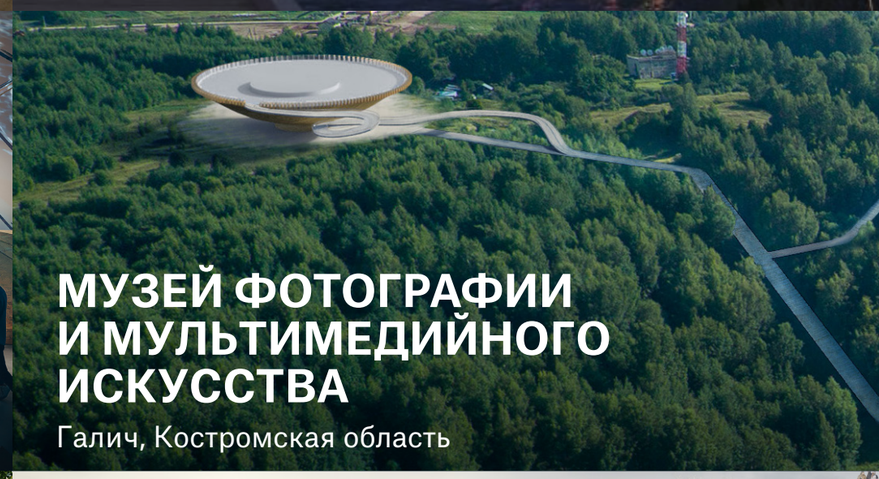
КУЛЬТУРНО-ВЫСТАВОЧНЫЙ ЦЕНТР «ВСЕЛЕННАЯ ЯБЛОКА»

Белёв, Тульская область



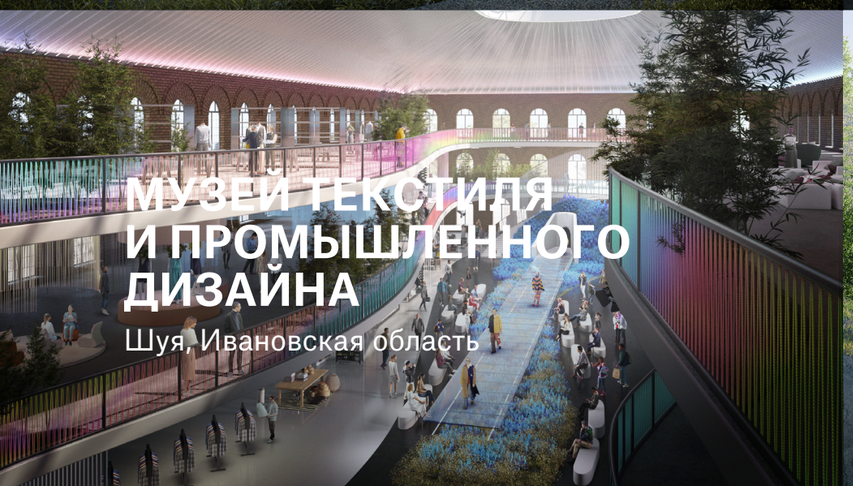
ИНТЕРАКТИВНЫЙ МУЗЕЙ ЗАТОПЛЕННЫХ ЗЕМЕЛЬ

Рыбинское водохранилище, Ярославская область



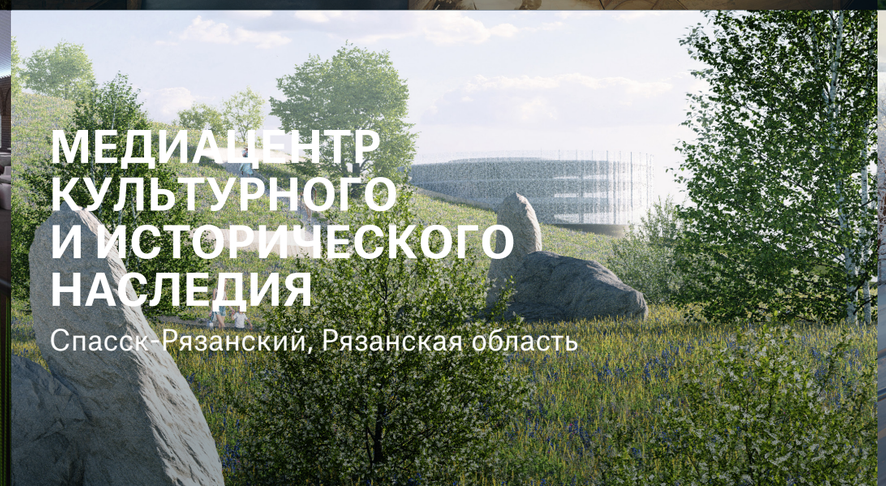
МУЗЕЙ ФОТОГРАФИИ И МУЛЬТИМЕДИЙНОГО ИСКУССТВА

Галич, Костромская область



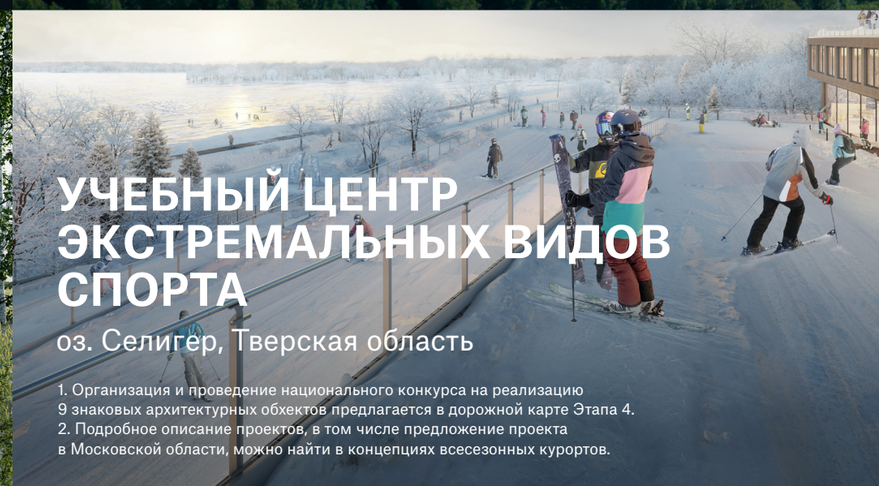
МУЗЕЙ ТЕКСТИЛЯ И ПРОМЫШЛЕННОГО ДИЗАЙНА

Шуя, Ивановская область



МЕДИАЦЕНТР КУЛЬТУРНОГО И ИСТОРИЧЕСКОГО НАСЛЕДИЯ

Спасск-Рязанский, Рязанская область



УЧЕБНЫЙ ЦЕНТР ЭКСТРЕМАЛЬНЫХ ВИДОВ СПОРТА

оз. Селигер, Тверская область

1. Организация и проведение национального конкурса на реализацию 9 знаковых архитектурных обхектов предлагается в дорожной карте Этапа 4.
2. Подробное описание проектов, в том числе предложение проекта в Московской области, можно найти в концепциях всесезонных курортов.

Новые туристические продукты

Повысить привлекательность макротерритории для туристов могут новые туристические продукты, предлагающие уникальный опыт путешествия по регионам Большого Золотого кольца.



1. Велосеть Большого Золотого кольца



2. Единый видовой маршрут Большое Золотое кольцо



3. Всесезонные курорты



4. Масштабные события

Продукт 1.

Велосеть Большого Золотого кольца

Концентрация культурных объектов и равнинная местность центральной России позволяют запустить уникальный формат отдыха — велопутешествие. Это размеренные поездки между историческими населенными пунктами на расстоянии дневного переезда (~50 км). Велосеть задействует весь потенциал территории, открывая новые локации для туристов.

Проектная схема веломаршрута Большого Золотого кольца



- Вело1 — веломаршрут с собственной инфраструктурой на стадии реализации
- Кольцевой маршрут Большое Золотое кольцо
- Магистральные маршруты
- Хордовые маршруты
- Туристический веломаршрут Подмосковья
- Центры всесезонных курортов
- Центры регионов

Масштаб реализации

~5 тыс. км

дорог можно приспособить для веломаршрутов, с учетом максимального задействования существующей инфраструктуры

>1000

городов, населенных пунктов и достопримечательностей будут расположены на маршруте

9,5 млн поездок

совершат велолюбители к 2035[1]

Составляющие маршрута

Кольцевой маршрут Большое Золотое кольцо
между региональными центрами и всесезонными курортами

Магистральные маршруты
Москва — региональные центры

Хордовые маршруты
между малыми городами или достопримечательностями на расстоянии 1 дня пути (~50 км)

0 — 200 км

1. Потенциальное количество ежегодных поездок по велосети БЗК на основе базового прозного турпотока БЗК в соответствии с данными онлайн социологического исследования.

Продукт 1. **Велосеть Большого Золотого кольца**
Инфраструктура велосети

Принципы развития

Небольшое расстояние между городами
Для комфортного и насыщенного путешествия необходимо, чтобы расстояние между городами можно было проехать за один день: 50–80 км

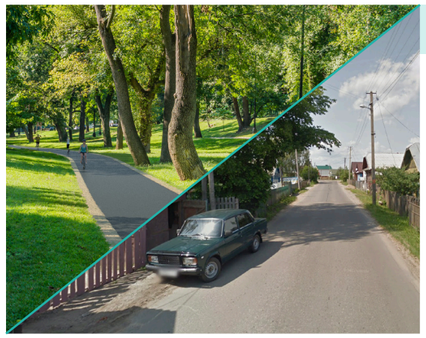
Живописные виды
Для повышения интереса пользователей важно при выборе трассировки определить самые живописные территории между городами

Разнообразие сценариев
Для привлечения различных типов пользователей важно создать веломаршруты как для опытных велопутешественников, так и для обычных любителей активного отдыха[2]

Удобное ж/д сообщение
Для удобства велопутешественников необходима удобная железнодорожная связь между городами[3]

Качество существующих покрытий
Для снижения стоимости реализации веломаршрута предлагается прокладывать трассы частично по существующим пригодным для велодвижения дорогам

Состав инфраструктуры успешного веломаршрута[1]



Дороги для велодвижения

Велодорожки при высоком трафике или отсутствии дороги, велополосы при трафике менее 3500 авт./сут., при трафике менее 2000 авт./сут. возможно совместное движение. Для минимизации затрат на инфраструктуру необходимо максимально задействовать существующие велодорожки и дороги местного значения.



Пункты питания и киоски

Пункты питания необходимо размещать на участках маршрута с интенсивным трафиком движения. Идеальный интервал расположения мест отдыха — 15 км.



Знаки и навигация

Навигация должна отвечать всем национальным стандартам. Кроме того, наиболее удачным считается размещение навигационных знаков у каждого поворота, каждые 5 км пути без поворотов. Указатели до крупнейших достопримечательностей в идеале, должны встречаться каждые 15 км.



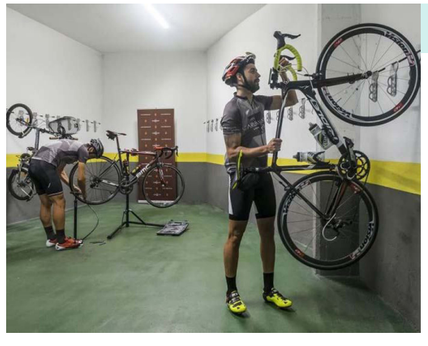
Места отдыха

Места отдыха необходимо размещать на каждом участке маршрута с интенсивным трафиком движения. Идеальный интервал расположения мест отдыха — 15 км. Места отдыха представляют собой места для питания и отдыха, защищенные от ветра и дождя навесом и оснащенные санитарными узлами.



Пункты ремонта

Небольшие пункты ремонта, вендинговые автоматы с запасными частями или станции для обслуживания велосипедов необходимо размещать на участках маршрута с интенсивным трафиком движения.



Места размещения

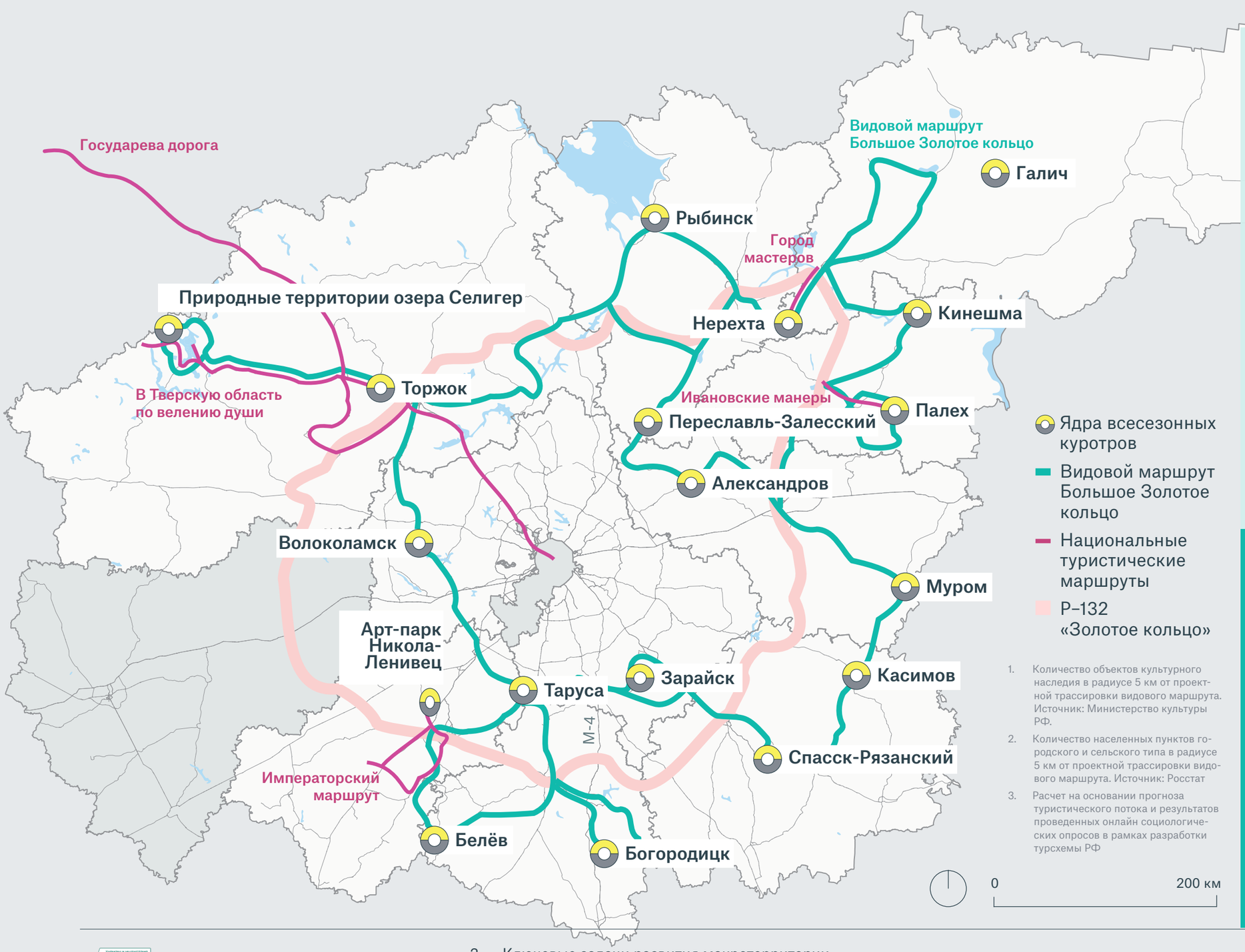
Места размещения должны располагаться в радиусе 5 км от участков маршрута с интенсивным трафиком движения. Рекомендуется оснащение существующих мест размещения местами для хранения велосипедов.

1. Требования к инфраструктурному наполнению приведены согласно стандартам сертификации веломаршрутов от European Cyclists Federation. Интенсивный траффик движения составляет более 2 тыс. чел./день.
2. Опытные велопутешественники и любители отличаются по требованиям к частотности расположения инфраструктуры на маршруте. Подробно градация рассматривается в стандартах сертификации веломаршрутов European Cyclists Federation. В рамках мастер-плана БЗК описываются оптимальные требования к инфраструктуре, способные привлечь любителей активного отдыха.
3. Железнодорожное сообщение рассматривается как наиболее удобное для путешествия с велосипедом. Автобусы и маршрутки, как правило, не приспособлены для перевозки велосипедов.

Продукт 2.

Единый видовой маршрут Большое Золотое кольцо

Единый видовой маршрут Большого Золотого кольца — новый формат отдыха, который позволит охватить ключевые достопримечательности макротерритории. Он соединит самые красивые места Центральной России вдали от шумных трасс.



1. Количество объектов культурного наследия в радиусе 5 км от проектной трассировки видового маршрута. Источник: Министерство культуры РФ.
2. Количество населенных пунктов городского и сельского типа в радиусе 5 км от проектной трассировки видового маршрута. Источник: Росстат
3. Расчет на основании прогноза туристического потока и результатов проведенных онлайн социологических опросов в рамках разработки турсхемы РФ

Масштаб реализации

~3,6 тыс.км
протяженность видового маршрута

>7 тыс.
достопримечательностей[1]

>4,5 тыс.
населенных пунктов[2]

12,7 млн поездок
совершат автопутешественники по маршруту к 2035[3]

Ключевые элементы маршрута

1. Видовые раскрытия
2. Современные точки отдыха
3. Въездные аллеи на подъездах к всесезонным курортам
4. Единая система навигации

Продукт 2. **Единый видовой маршрут Большое Золотое кольцо**

Ключевые принципы создания маршрута

Рекомендуется закрепить единый видовой маршрут Большого Золотого кольца в качестве национального туристического маршрута.

Принципы создания национальных маршрутов[1]

Комплексность

Видовой маршрут должен охватывать не менее трех точек притяжения единой тематики.

Значимость

Видовой маршрут должен содержать в себе не менее одного объекта показа, относящегося к Списку всемирного наследия, объектам культурного наследия или особо ценным природным или антропогенным объектам.

Сценарность

Видовой маршрут должен быть организован таким образом, чтобы предоставить туристу возможность самостоятельно определять продолжительность, темп и точку начала осмотра.

Навигация

На видовом маршруте должна быть расположена необходимая туристическая навигация[2]. Необходима разработка брендированных карт и путеводителей.

Инфраструктура[3]

На видовом маршруте должны быть расположены:

- санитарные остановки, каждые 100 км или 1,5 ч. пути;
- места размещения и объекты питания, каждые 300 км или 5 ч. пути.

Рекомендуемые элементы единого видового маршрута

Видовые раскрытия

Рекомендуется создание сети смотровых площадок по пути следования маршрута. Лучшие виды на городские и природные территории можно обозначить арт-объектами от местных художников и архитекторов.



Мультимодальность

При разработке маршрута рекомендуется учитывать потребности велосипедистов[4], а также судоходные реки и популярные маршруты общественного транспорта.



Распределение потоков

Рекомендуется трассировать маршрут таким образом, чтобы равномерно распределять туристов между точками притяжения и регионами.



Рекомендуется комплексная проработка единого видового маршрута в рамках соответствующего межрегионального проекта

1. Согласно Постановлению Правительства РФ №2086 от 29.11.21 «Об утверждении правил определения национальных туристических маршрутов».
2. Подробнее о брендированной туристической навигации см. раздел «Архитектурный код» отчета.
3. Согласно 132-ФЗ «Об основах туристической деятельности в Российской Федерации».
4. Подробнее о потребностях велосипедистов см. «Инфраструктура велосети», стр. 67 в настоящем отчете.

Продукт 3. Всесезонные курорты

Стилевые архитектурные подходы

При формировании подхода к архитектурным решениям необходимо использовать принцип отказа от псевдоисторических объектов в архитектурной среде и элементах благоустройства. Создавать архитектурную среду БЗК с учетом трех основных стилевых подходов

Аутентичная реставрация

с. Большое Болдино, Нижегородская обл.



Применение

- Объекты ОКН (с приспособлением под современное использование)
- Исторически ценные градоформирующие объекты

Описание

Полное восстановление исторического облика под надзором специалистов

Диалог старого с новым

г. Суздаль, Владимирская обл.



Применение

- Объекты ОКН (с приспособлением под современное использование)
- Исторически ценные градоформирующие объекты
- Аутентичные здания
- Элементы среды (павильоны, башни, мосты, ограждения, берегоукрепление, мощение)

Описание

Сохранение ценных аутентичных элементов:
- конструкций;
- фасадов;
- элементов декора.

Дополнение новыми объемами в современном стиле на контрасте к ценным историческим элементам

Современная архитектура

г. Таруса, Калужская обл.



Применение

- Гостиничные комплексы
- Новое строительство
- Новые элементы туристической инфраструктуры (павильоны, туалеты, мосты, смотровые, пристани, элементы благоустройства)

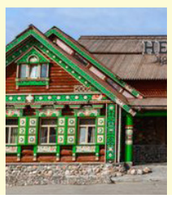
Описание

Здания и сооружения в современном стиле нейтральных цветов, лаконичных форм и объемов с использованием натуральных материалов

Отказ от псевдоисторических элементов и объектов



формирование архитектурных объектов в «историческом стиле» с искаженными пропорциями, с нарушением стилевых особенностей;



искажение фасадного декора в пропорциях и материалах;



использование элементов благоустройства «в историческом стиле» не имеющие связи с историческими аналогами;



обильное использование кованых элементов для создания псевдоисторической среды

Продукт 3. **Всесезонные курорты**

Организация среды на территориях под гостиницы

Усадебные комплексы некогда тактично вплелись в городские и природные ландшафты по всей стране, образовав особую культурную среду, которая может стать прообразом новой гостиничной инфраструктуры, с особыми культурными ценностями.

Принципы организации усадебной среды

Ландшафтная среда



Ландшафт—основа выразительного образа
Максимальное использование возможностей природного ландшафта для планировки (здания на холмах, пруды для отражения и объема и т.д.)

Парк—составляющая усадебной жизни, театральная декорация
Аллеи—основа композиции и жизненные артерии парков и усадеб (место прогулок и встреч, расставаний, транзиты между зонами).
Поляны, партеры—место созерцания, отдыха, праздника, действа
Прогулочные пути место отдыха, уединения.
Разнообразие среды достигается формированием системы пейзажных картин на всей территории

Архитектурная среда



Создание единого архитектурного ансамбля
(главный дом с террасой, флигели, гостевые дома, оранжереи, павильоны, беседки, бани, гроты, хоз. постройки и т.д.)

Сочетание красоты и пользы
Каждое сооружение, кроме выразительного образа, имело определенное функциональное назначение: «каскад»—плотина, грот — купальня, оранжерея—сад и т. д

Связь архитектуры и природы
Планировочные оси зданий переходили в ландшафт, в аллеи
Создание иллюзии открытого ландшафта в доме—росписи на стенах с изображениями садов, фонтанов, флоры и фауны, а также организация террас

Образ жизни усадьбы



- Локальный культурный центр
- Место увеселения
- Место, где всегда гостят друзья, родственники, соседи
- Отдых от суеты
- Место уединения
- Возможность концентрации на работе (наука, творчество)
- Место объединения семьи, друзей
- Общение единомышленников
- Лечение природой, свежим воздухом

Принципы формирования среды в новых отелях БЗК

Ландшафтная среда



Использование ландшафта для создания уникального образа
Формирование уникальной туристической среды с использованием природных особенностей территории и окружения. Раскрытие самых выгодных видов и скрытие нежелательных.

Парк при отеле—новая туристическая достопримечательность

Архитектурная среда



Архитектура, располагающая к единению с природой
Главный дом—по-прежнему должен быть основой композиции и содержать основные функции всего комплекса, остальные сооружения визуально растворяются в ландшафте. Гостевые дома распределены по территории, раскрывая лучшие ландшафтные виды. Такая структура может быть одним из предполагаемых прототипов.

Многообразие архитектурной среды
Все сооружения должны проектироваться, создавая трансформируемое пространство, которое будет легко преобразовываться под разные потребности и открывающим большие возможности использования

Новая среда гостеприимства

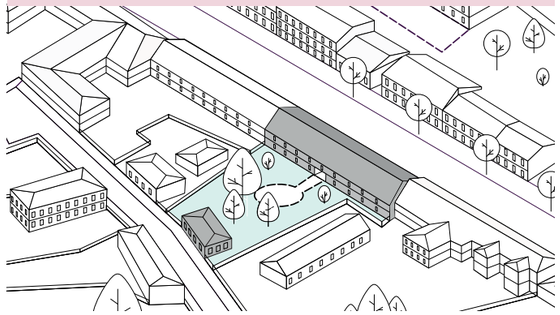


Гостиничные комплексы—часть общего туристического пространства

- Всесезонный отдых
- Атмосфера усадебной жизни
- Проведение различных мероприятий (выделение отдельных зон на этапе зонирования—чтобы не мешали отдыху) в зависимости от расположения и масштаба территории
- Локальные мероприятия—торжества, праздники, лекции..
- Крупные мероприятия (в том числе городские) концерты, фестивали, лекции, ярмарки и т.д.

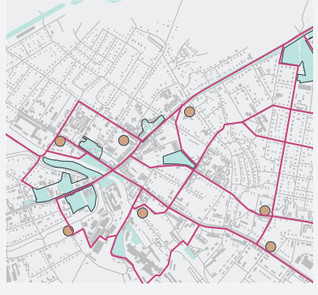
Продукт 3. **Всесезонные курорты**
Морфология размещения в среде

Гостиничные комплексы в структуре БЗК должны стать не просто элементами рекреации посетителей в закрытых локациях, они должны сформировать принципиально новую инфраструктурную сеть, которая свяжет городские и природные территории. Вынесет культурную комфортную среду за границы города и вернет в городскую среду природную составляющую.

Тип гостиничной инфраструктуры	Параметры среды и архитектуры	Особенности использования	Приоритетные форматы
Городской комплекс 	**Плотная городская среда** • Небольшой размер земельного участка, от 0,5 га • Расположение дома : по красной линии • Объемно–пространственные параметры зависят от градостроительной документации и параметров среды[1] • Соответствие законодательству по регулированию высотности новых зданий • Тип крыши: вальмовая, скатная • Материалы отделки: камень, дерево	• Возможность подключения к городским сетям • Наличие сервисов в прилегающей застройке и шаговой доступности • Проведение локальных закрытых мероприятий для малых аудиторий • Расположение номерного фонда ограничено только параметрами земельного участка • Обязательно наличие зеленого двора (сада) или террасы как части открытого пространства в здании	• Бизнес-отель • Конгресс-отель • Бутик-отель
Загородный комплекс 	**Разреженная городская среда** • Средний размер земельного участка, от 2 га • Расположение дома: по красной линии или с отступом • Высотность не более 18 м[2] • Тип крыши: вальмовая, скатная • Материалы отделки: камень, дерево	• Возможность подключения к городским сетям • Сервисы в шаговой доступности • Возможность проведения локальных, закрытых, больших мероприятий (на прилегающих территориях) • Расположение номерного фонда ограничено окружающей средой (наличием деревьев, водных объектов, рельефом и т.д.), при этом более разнообразно по сравнению с городской средой • Сад/парк на территории отеля	• Курортный отель (резорт-отель) • Круглогодичный глэмпинг • Wellness, medi-спа отель

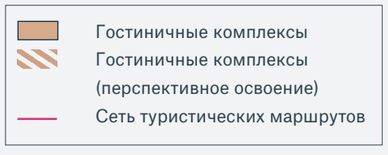
Концептуальная схема формирования единой гостиничной сети

Городская среда



Загородная среда





- Объединение локально расположенных комплексов в единую сеть.
- Постепенное освоение новых территорий

1. Град регламенты: Федеральный уровень Приказ Министерства Культуры «Об утверждении границ исторического поселения...», Региональный уровень Постановление Губернатора области «Об утверждении границ достопримечательного места...» , Местный уровень: Правила землепользования и застройки муниципального образования
2. Высотность ограничена 18 м для загородных и природных комплексов, для того чтобы здания не закрывали виды на природные территории и вписывались в окружающую среду. Комплексы высотой свыше 18м создают диссонирующую среду в природной территории и могут нарушать ландшафтно–визуальные связи (средняя высота деревьев 15–20 м).

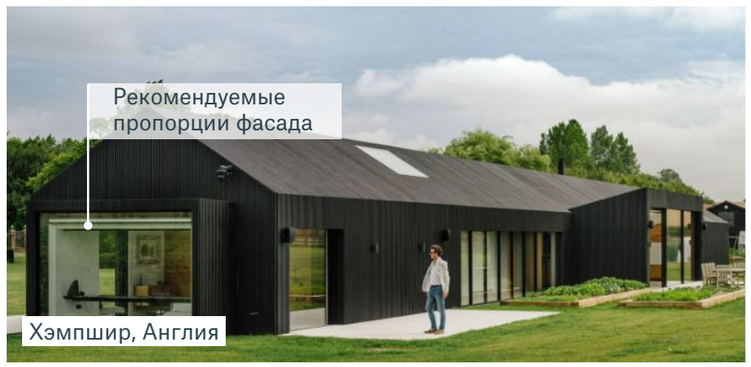
Продукт 3. **Всесезонные курорты**

Примеры визуального образа

Архитектурные решения новых объектов на территории Большого Золотого кольца должны быть сомасштабны человеку. Добиться большей просматриваемости пространства помогут пропорции фасада и остекление зданий, открытые объекты рекреации.

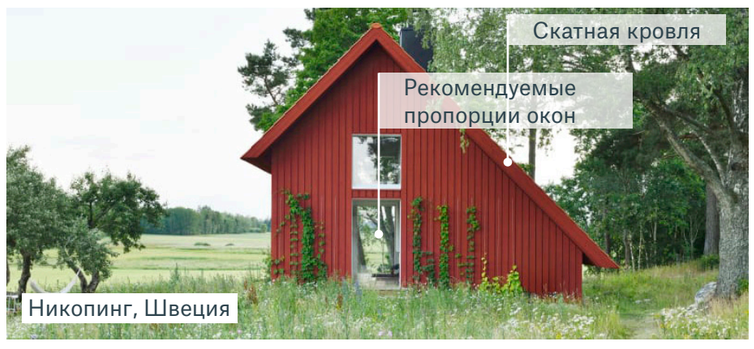
Главный дом

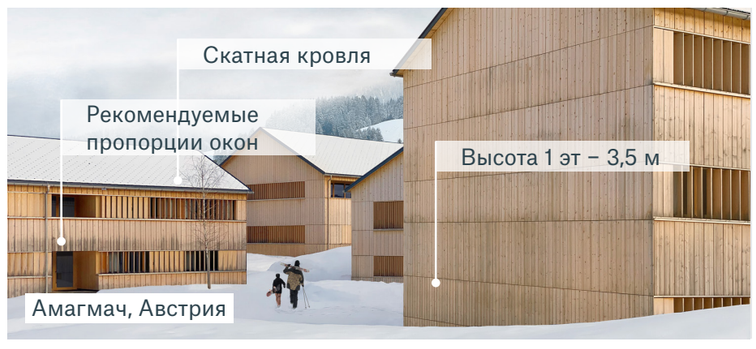


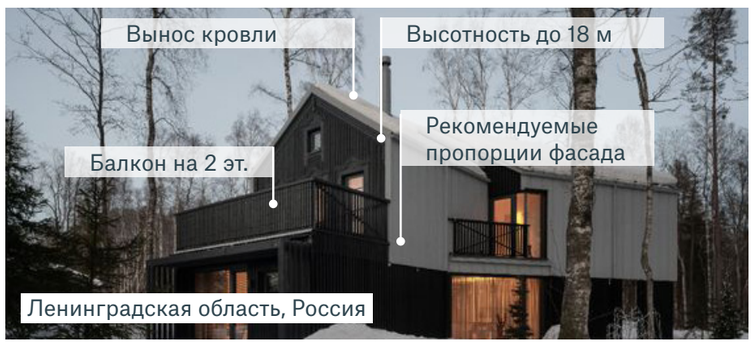




Гостевые дома

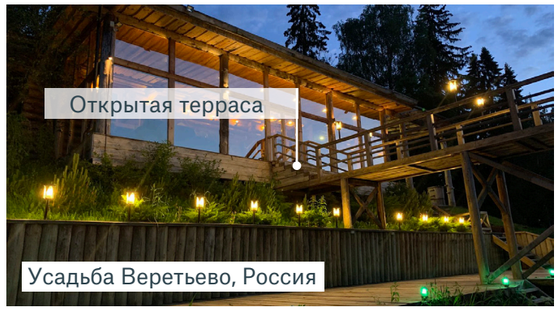




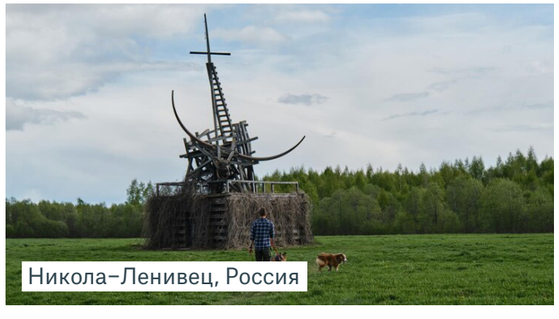


Объекты рекреации

Баня и сауна на воде



Места отдыха с арт–объектами



Творческая мастерская



Летние кинотеатры



Продукт 3. **Всесезонные курорты**

Параметры объемных решений гостиничной инфраструктуры

Параметры должны стать основой для создания объемно-композиционной структуры гостиниц. Данные параметры предназначены для городских и загородных комплексов.

1 Главный фасад дома

Пропорции основных частей главного фасада — 1:2, 2:1, 1:1,5. Возможны комбинации пропорций

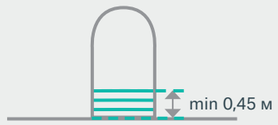


2 Главный вход дома

Акцентирование главного входа в здание с помощью пластики фасада, ориентация с главного фасада



Уровень отметки входа на первый этаж для формирования парадного крыльца мин. 0,45 м

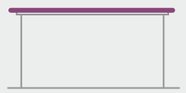


3 Кровля

Допустимая форма кровли — вальмовая, скатная*



Запрещенный тип кровли — плоская



* Для формирования общего визуального образа объектов на территории БЗК выбран единый узнаваемый элемент – форма кровли, которая отсылает к традициям усадебных архитектурных ансамблей, и дополнена современным прочтением. Усадебные комплексы некогда тактично вплелись в городские и природные ландшафты по всей стране, образовав особую культурную среду, которая может стать прообразом новой гостиничной инфраструктуры.

4 Этажность

Высота первого этажа минимум 3,5 м



Максимальная высотность 18 м для загородных гостиниц.



5 Пространства

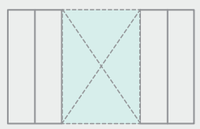
Формирование общественных и частных пространств внутри гостевых домов — общие гостиные и отдельные номера



Открытые пространства (террасы, лоджии, веранды) рекомендуется размещать с северной теневой стороны дома



Наличие закрытых пространств (опционально) — зимние сады, внутренние дворики, холлы, вестибюли, эксплуатируемые кровли



Высотность ограничена до 18 м для загородных комплексов, для того чтобы здания не закрывали виды на природные территории и вписывались в окружающую среду. Комплексы высотой свыше 18м создают диссонирующую среду в природной территории и могут нарушать ландшафтно-визуальные связи (средняя высота деревьев 15–20 м). Для городского комплекса высотность может быть выше и регулируется параметрами градостроительной документации.

6 Оконные проемы

Минимальный процент остекления второстепенного фасада[1] 1 этажа 30%. Для создания связи с ландшафтной средой



Минимальный процент остекления главного фасада 1 этажа 20%



1. Второстепенным фасадом считается неглавный фасад здания

Продукт 4. Масштабные события

Пример события: выставочный футбольный турнир «Большое Золотое кольцо»

Для маркетингового продвижения макротерритории рекомендуется организация новых межрегиональных событий федерального уровня. В качестве таких масштабных событий могут выступать спортивные турниры, культурные и гастрономические фестивали, в которых участвуют все регионы Большого Золотого кольца.

Звездное спортивное событие

Основа фестивальной программы — это уникальные футбольные события, разработанные специально для «Футбольного лета», среди которых можно выделить кинофестиваль фильмов о футболе «Смотри футбол», показы легендарных футбольных матчей «8 великих матчей» и кибертурниры «FIFA-батл».

Дополнительные активности

Кинофестиваль фильмов о футболе «Смотри футбол»

Лучшие художественные и документальные фильмы о футболе, легендарных матчах, командах и игроках на большом экране под открытым небом.



Просмотр легендарных матчей по футболу «8 великих матчей»

История великой игры, рассказанная в восьми легендарных матчах. Знаменитые игроки и забытые герои, красивые победы и трагические поражения.



Кибертурнир по игре FIFA «FIFA-батл»

Настоящий турнир для поклонников игры и шанс выступить за свою любимую команду в виртуальном футболе на большом экране.



Участники турнира

Одна из команд РПЛ в качестве приглашенной звезды

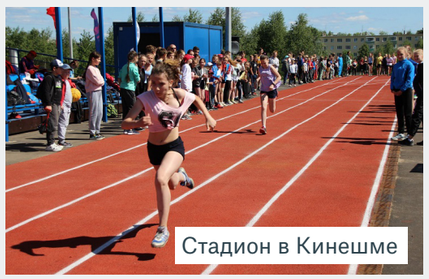
Межрегиональная федерация футбола «Золотое Кольцо» — российская любительская футбольная федерация

География турнира



Стадионы в региональных столицах БЗК

+



Площадки просмотра и событийного фестиваля в новых курортах БЗК

Потенциальные спонсоры и площадки показа турнира

МАТЧ!

Яндекс

4. Механизмы и методики реализации

4. Механизмы и методики реализации

4A Специальные экономические режимы

4B Выравнивание сезонности спроса: событийное программирование

4C Работа с объектами культурного наследия на территории

4D Обеспечение сбалансированной антропогенной нагрузки: природные территории

4E Обеспечение сбалансированной антропогенной нагрузки: территории населенных пунктов

4F Обеспечение устойчивости инженерных ресурсов

4G Обеспечение рынка труда кадрами в сфере туризма

Развитие всесезонных курортов БЗК создает особые инвестиционные потребности Территории

Основные инвестиционные задачи развития Территории заключаются в создании всесезонных курортов, развитии существующей среды и развитии туристических продуктов

1. Создание инфраструктуры всесезонного курорта

Инфраструктура всесезонного курорта включает
- места размещения туристов;
- туристическую инфраструктуру, обеспечивающую комфортное пребывание и мобильность туристов на территории;
- коммуникационный каркас;
- сопутствующие аттракторы для развития событийной программы и спорта на территории всесезонного курорта.

2. Развитие культурно–исторического наследия и сохранение природы

На территории всесезонных курортов будут присутствовать
- культурные достопримечательности и объекты локальной идентичности, формирующие образ места и генерирующие туристический поток;
- ландшафтные зоны, леса и парки, реки и озера, территории ООПТ, формирующие образ территории.

3. Повышение качества туристических услуг и создание разнообразия туристических продуктов

Развитие Территории предполагает:
- создание нового качества туристических услуг, как в гостиницах, так и в рамках предложения туристических продуктов всесезонных курортов.
- создание широкой линейки туристических продуктов, в том числе развитие разных видов туризма и создание предложения поездок и маршрутов разной продолжительности.

Инвестиционные потребности для развития всесезонных курортов заключаются в привлечении инвесторов, а также создании условий для развития туристических инвестиционных проектов

Инвесторы, заинтересованные в развитии туристической инфраструктуры

- Преференциальные условия для привлечения инвесторов;
- Создание площадки для привлечение широкого круга инвесторов.

Преференции для туристических инвестиционных проектов

- Льготы и преференции для создания объектов капитального строительства;
- Льготы и преференции для осуществления туристической деятельности;
- Преференциальные условия для проектов с ОКН и ООПТ.

Наличие минимальной инфраструктуры для старта туристического инвестиционного проекта

- Базовая инфраструктура для функционирования проекта (например, инженерные сети).

Существующие виды специальных режимов для стимулирования инвестиционной деятельности территорий

Комплексное развитие территории[1]

Комплексное развитие жилой и нежилой застройки, незастроенной территории и комплексное развитие территории по инициативе правообладателей земельных участков.

Преимущества:

- законом субъекта может быть предусмотрено право налогоплательщика уменьшить суммы налога на прибыль организаций (авансового платежа), подлежащего уплате в бюджет субъекта (18% из 20% ставки налога на прибыль):
- не более 100% суммы расходов на создание объектов транспортной и коммунальной инфраструктур, а также не более 80% суммы расходов на создание объектов социальной инфраструктуры, в том числе расходы на их приобретение, сооружение, доведение до состояния, в котором они пригодны для использования;
- не более 90% суммы расходов на научные исследования и (или) опытно–конструкторские разработки.

Специальный режим возможен при наличии преференциальных условий в региональном законодательстве

Моногорода[2]

Монопрофильные муниципальные образования с особым статусом и мерами поддержки для инвесторов.

Преимущества:

- займы лизинговым компаниям от 5 до 250 млн рублей на срок до 15 лет под 0% годовых;
- займы на концессионные, ГЧП и МЧП–проекты — от 25 млн до 1 млрд рублей со ставкой от 0 до 5% годовых;
- займы индивидуальным предпринимателям для реализации инвестпроектов;
- софинансирование строительства и реконструкции объектов социальной инфраструктуры.

Специальный режим предусматривает возможность создания на территории ТОСЭР

ТОСЭР[3]

Территории опережающего социально–экономического развития, создаваемые в рамках субъекта страны и устанавливающие особый режим для предпринимательской и иной деятельности с целью привлечения инвестиций и развития экономики. Создаются ТОСЭР туристическо–рекреационной направленности.

Преимущества:

- предоставление налоговых льгот для резидентов территорий.

Специальный режим предусматривает возможность поддержки туристическо– рекреационной деятельности

ОЭЗ[4]

Особые экономические зоны — это территории с особым режимом для предпринимательской деятельности, на которой также может применяться свободная таможенная зона. Создаются ОЭЗ туристическо–рекреационной направленности.

Преимущества:

- предоставление налоговых и таможенных льгот для резидентов территорий.

Специальный режим предусматривает возможность поддержки туристическо–рекреационной деятельности

Масштабный инвестиционный проект[5]

Проект, реализующийся в социально и экономически значимых сферах на территории субъекта РФ и предусматривающий необходимость увеличения рабочих мест (на 1% и более) и налоговых поступлений в региональный бюджет (не менее 5 млн руб.). Проекты могут быть реализованы в том числе для для развития туристической инфраструктуры и строительства кемпингов.

Преимущества:

- получение земельных участков в аренду без проведения торгов.

Специальный режим имеет ограниченные преимущества

Возможно применение специального режима на территории БЗК

Наиболее перспективные режимы для территории БЗК

Специальный режим имеет ограченные преимущества при применении на территории БЗК

1. Градостроительный кодекс Российской Федерации;.
2. Постановление Правительства РФ от 22.06.2015 г. N 614 «Об особенностях создания территорий опережающего социально–экономического развития на территориях монопрофильных муниципальных образований Российской Федерации (моногородов)».
3. Федеральный закон от 29.12.2014 №473 «О территориях опережающего социально–экономического развития в Российской Федерации».
4. Федеральный закон от 22.07.2005 №116 «Об особых экономических зонах в Российской Федерации.
5. Закон Московской области от 18.03.2015 г. N 27/2015–ОЗ «Об установлении критериев...».

ТОСЭР и ОЭЗ создают преференциальные условия для развития туристко-рекреационных территорий

Особые экономические зоны (ФЗ-116 от 22.07.2015)

- **49 лет — срок действия особой экономической зоны**
- **120 млн руб. — требуемый объем инвестиций от резидентов**
- **Таможенные преференции с целью привлечения прямых иностранных инвестиций**
- **Преференциальная зона создается на территории вне города, есть инженерная инфраструктура**

Территории опережающего социально-экономического развития (ФЗ-473 от 29.12.2014)

- **70 лет — срок действия ТОСЭР**
- **50 млн руб. (5 млн руб. в первый год, 45 млн руб. в следующие 10 лет) — требуемый объем инвестиций от резидентов**
- **20 рабочих мест в 1 год и 30 рабочих мест в течение следующих лет**
- **х 2 кол-во рабочих мест для существующих предприятий**
- **Преференциальная зона создается на территории города**

	Особые экономические зоны (туристическо-рекреационные) ФЗ-116 от 22.07.2015	Территории опережающего социально-экономического развития ФЗ-473 от 29.12.2014	Обычный режим налогообложения
Налог на прибыль, зачисляемый в федеральный бюджет	**0%** для резидентов туристического кластера 10 лет	**0%** в течение 5 лет с момента получения первой прибыли	**2%**
Налог на прибыль, зачисляемый в региональный бюджет	**Не более 13,5%** срок и ставку устанавливает субъект Российской Федерации	**Не более 5%** в течение 5 лет с момента получения первой прибыли, и не может быть менее 10% в течение следующих 5 лет	**18%** (налоговая ставка может быть понижена законами субъектов Российской Федерации для отдельных категорий налогоплательщиков, но не ниже 13,5%)
Налог на имущество организаций	Срок и ставку устанавливает субъект Российской Федерации	Возможность освобождения от уплаты	Налоговые ставки устанавливаются законами субъектов Российской Федерации и не могут превышать 2,2%
Земельный налог	**0% на 10 лет** Возможность применения ускоренной амортизации с коэффициентом 2	Возможность освобождения от уплаты	**Не более 1,5%**
Транспортный налог	**0% на 5 лет,** срок может быть продлен законом субъекта Российской Федерации	—	Определяется в зависимости от характеристик транспортного средства
НДС	**20%**	Возможность возмещения налога в заявительном порядке	**20%**
Тарифы страховых взносов	ПФ РФ — 6% ФСС РФ — 1,5% ФФОМС — 0,1% **Всего: 7,6%**	ПФ — 20% ФСС — 2,9% ФФОМС — 5,1% **Всего: 28%**	ПФ РФ — 22% ФСС РФ — 2,9% ФФОМС — 5,1% **Всего: 30%**

4. Механизмы и методики реализации

4A Специальные экономические режимы

4B Выравнивание сезонности спроса: событийное программирование

4C Работа с объектами культурного наследия на территории

4D Обеспечение сбалансированной антропогенной нагрузки: природные территории

4E Обеспечение сбалансированной антропогенной нагрузки: территории населенных пунктов

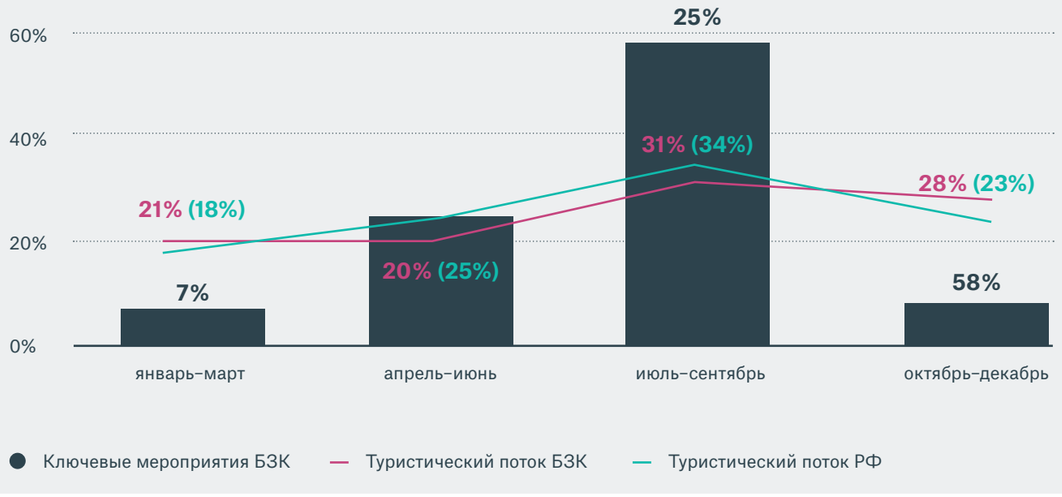
4F Обеспечение устойчивости инженерных ресурсов

4G Обеспечение рынка труда кадрами в сфере туризма

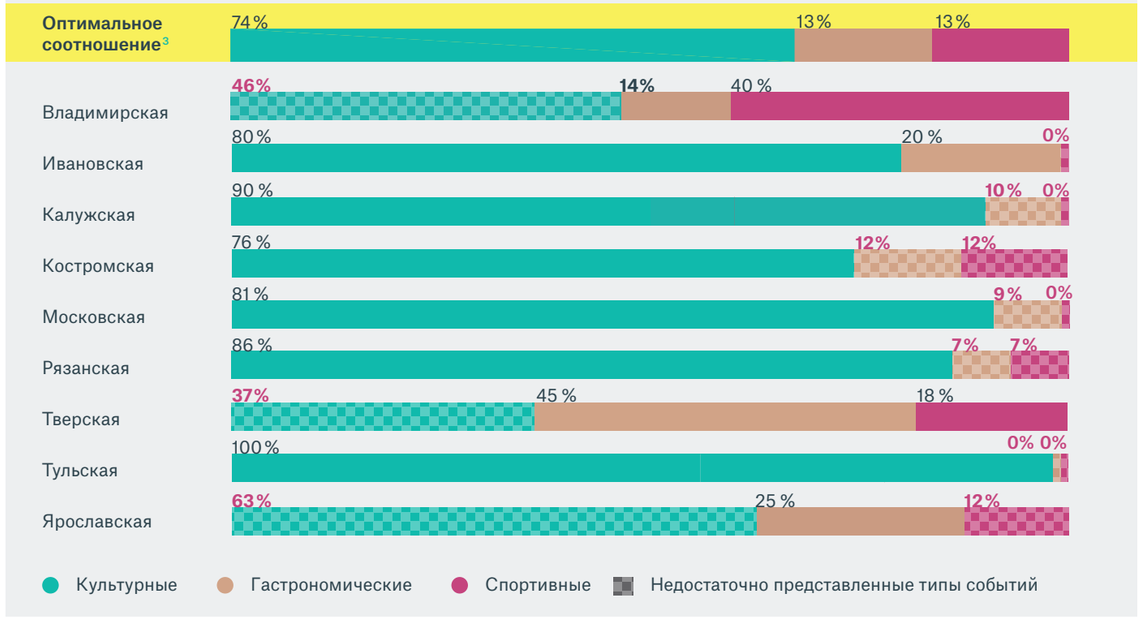
Потенциал развития событийной программы

Существующее положение

Сезонность мероприятий и туристического потока БЗК[1, 2]



Распределение ключевых событий по типам, %[1]



Зима и осень самые непопулярные месяцы для проведения событий

Регионы БЗК меньше других в России страдают от сезонности туризма: поездки сюда совершаются даже в межсезонье. Тем не менее дополнительное событийное наполнение холодных месяцев помогло бы еще больше реализовать всесезонный потенциал территории.

В холодный сезон необходимо развивать событийную программу путем создания новых узнаваемых мероприятий, работающих на бренд города или всесезонного курорта. Возможно повышение качества или привлечение внимания к существующим мероприятиям с помощью мастер–бренда БЗК. Это позволит увеличить продолжительность и количество туристических поездок.

Туристический продукт регионов БЗК недостаточно разнообразен

Традиционное для БЗК наполнение событийной программы — культурные события (театральные фестивали, выставки, литературные вечера, мероприятия, связанные с народными промыслами, и многое другое).

В большинстве регионов распределение по типам событий недостаточно сбалансировано, в то время как соблюдение этого баланса могло бы помочь разнообразить туристический продукт. В Тверской, Владимирской областях ключевые гастрономические и спортивные события присутствуют в достаточном количестве, в связи с чем рекомендуется сконцентрировать внимание на смягчении сезонности с помощью новых культурных мероприятий.

1. На основе комплексного анализа, проведенного на этапе 1.
2. Данные по турпотоку сформированы на основе статистики по КСР за 2019 г.

3. Оптимальное соотношение определялось как среднее значение распределения типов событий по областям. Культурные события преобладают в модели т.к. обладают большей вариативностью и потенциалом привлечения аудиторию.

Туристическое социокультурное программирование смягчит сезонность и привлечет новую аудиторию

Схема функционально-событийной активности макрорегиона: локации проведения существующих и предлагаемых событий[1]

Задачи социокультурного программирования на БЗК

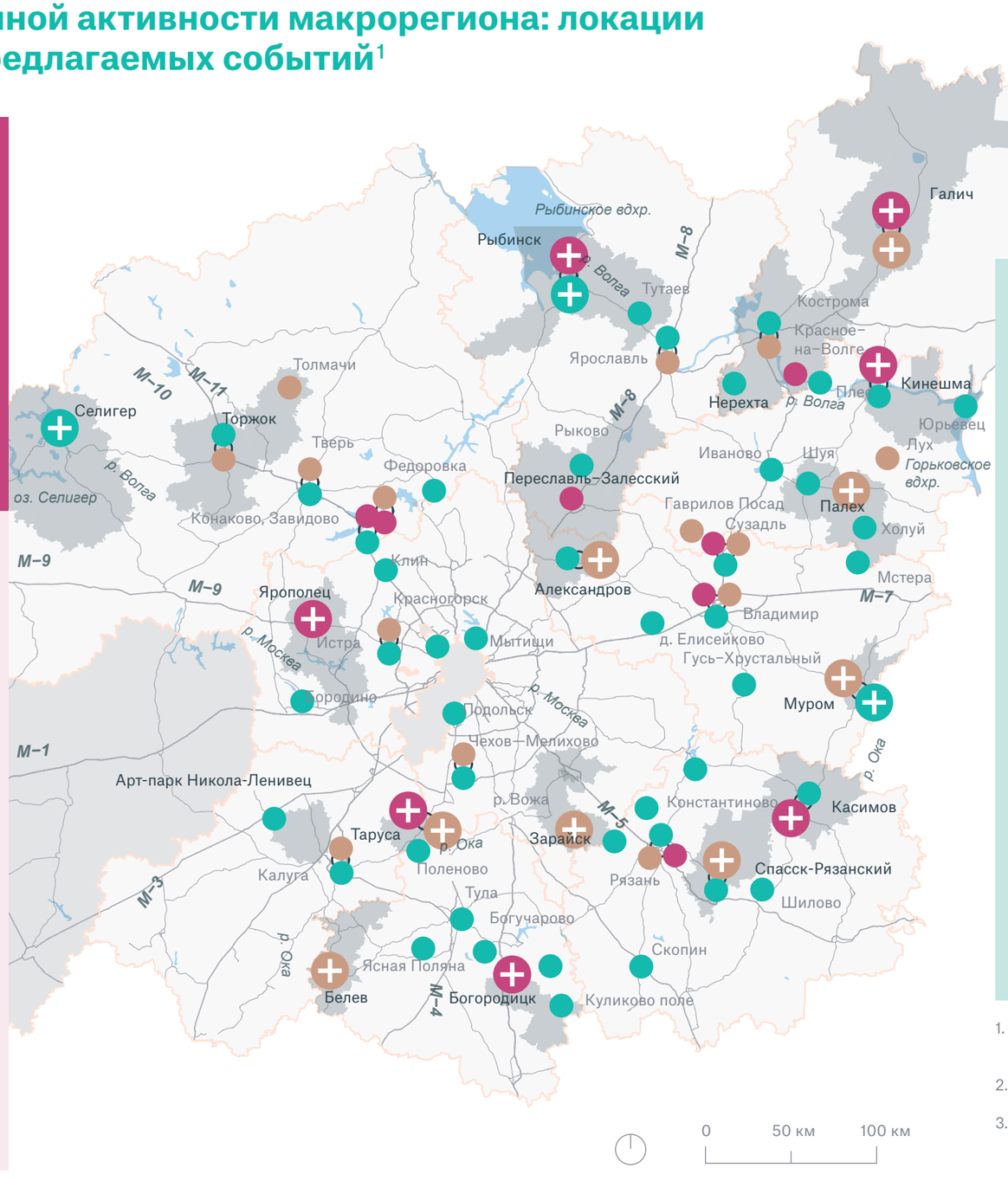
1. Создание дополнительных аттракторов для туристов в межсезонье
2. Развитие и укрепление локальной идентичности всесезонных курортов
3. Создание разнообразного туристического продукта в макрорегионе

Тематика ключевых событий на БЗК:

- **Культурные**—литературные вечера, театральные и музыкальные фестивали, исторчиеские реконструкции и многое другое. Новые культурные события должны быть связаны с локальной идентичностью регионов и всесезонных курортов;
- **Гастрономические**—события для любителей гастротуризма, раскрывающие локальные специалитеты регионов и всесезонных курортов;
- **Спортивные**—события для любителей активного туризма: массовые забеги или заплывы, вело- и лыжные марафоны. Спортивные события используют уникальные природные особенности территории и обладают высоким потенциалом всесезонности.

Места проведения ключевых событий:

- Существующей тематики
- Тематики, рекомендуемой к развитию[3]
- Границы всесезонных курортов



Правила проведения мероприятий в малых городах и природных территориях[2]

1. **Вклад в местную экономику**
Организация событий должна проводиться совместно с местными предприятиями, выступая в качестве драйвера для их развития
2. **Осознанное производство и потребление**
Использование перерабатываемых материалов участниками мероприятий и организация сбора отходов и его переработка
3. **Социальный комфорт для жителей и туристов**
Сомасштабность туристического потока численности жителей, минимизация конфликтов

1. Ключевые события, проведенные в регионах, были выделены в рамках комплексного анализа макротерриториии в отчете 1 этапа.
2. Рекомендации сформированы согласно целям устойчивого развития ООН 8, 11 и 12.
3. Перечень предлагаемых тематик и временных слотов новых ключевых событий приведен далее в разделе.

Подход к развитию событийной программы на БЗК

Параметры отбора рекомендуемых мероприятий для реализации

1

Сомасштабность
Небольшие мероприятия для сохранения идентичности малого города и природных территорий (до 50 тыс. чел.)[1]

Фестиваль электронной музыки Signal, Никола-Ленивец



Из-за статуса ООПТ у площадки организаторами был сделан упор на осознанное потребление: совместно с Российским экологическим оператором был организован раздельный сбор мусора, численность посетителей не превышала 20 тыс. чел.

2

Всесезонность
Новые события в межсезонье, согласованные по времени проведения между регионами БЗК

Фестиваль «Русское рождество» в Шуе



Зимний фестиваль, посвященный русским традициям празднования рождества. Благодаря особенностям сезона и уникальной атмосфере, в городе появился значимый зимний аттрактор. Главную площадь Шуи посещают около 40 тыс. чел. ежедневно, мероприятия фестиваля — до 10 тыс. чел.

3

Идентичность
Новые события должны работать на бренд курорта и разнообразие туристического продукта

Golden Ring Ultra Trail в Суздале



Ежегодный забег на различные дистанции вокруг города Суздаля и по его территории. Маршрут проходит по уникальному природному ландшафту и рядом с объектами культурного наследия Суздаля. Ежегодно на забег приезжают более 5 тыс. чел. со всего мира.

4

Регулярность
Повторяющиеся регулярные события вместо разовых для увеличения эффектов[2] от проведения событий

Фестиваль современного искусства «Арт-овраг» («Выкса») в Выксе



Регулярный фестиваль, проводящийся с 2011 года, нацелен на развитие культуры и бренда моногорода благодаря тесному взаимодействию жителей и современных художников. Ежегодно фестиваль посещают около 10 тыс. человек.

Рекомендованные события должны быть организованны с поддержкой представителей местного самоуправления

Административная поддержка
Местной администрации необходимо помочь локальным инициативам в поисках и согласовании площадок для проведения событий

Информационная поддержка
События необходимо поддерживать через каналы коммуникации публичной власти, организаторы события должны получить необходимую для создания успешного продукта информацию о территории

Экономическая поддержка
По возможности инициированные события должны получить финансовую поддержу со стороны государства в виде грантов или налоговых льгот

1. Порог численности участников является экспертной оценкой, предоставленной профильными консультантами.
2. Эффектов равномерного распределения турпотока по сезонам, развития локальной идентичности и разнообразия туристического продукта регионов.

Необходимы новые типы мероприятий в межсезонье и единый календарь событий БЗК

< 50 тыс. чел.
рекомендуемая единовременная численность участников каждого мероприятия, согласно принципу сомасштабности

17 событий
минимальное рекомендуемое новое количество ключевых событий в межсезонье для развития всесезонности

13 городов и территорий
разнообразят событийную программу новыми типами мероприятий, связанными с локальной идентичностью места

Ежегодно
рекомендуется проводить представленные мероприятия для увеличения эффектов, согласно принципу регулярности

Возможное распределение новых и существующих ключевых событий в межсезонье на территории БЗК[1]

Сезон	Зима			Весна/Лето	Осень		
	Январь	Февраль	Март		Октябрь	Ноябрь	Декабрь
Владимирская	Культурное событие в Александрове +	Гастрособытие во Владимире				Гастрособытие в Муроме +	
Ивановская	Культурное событие в Шуе	Спортивное событие в Кинешме +			Культурное событие в Иваново		Гастрособытие в Палехе +
Калужская	Спортивное событие в Тарусе +		Культурное событие в Никола-Ленивце		Гастрособытие в Тарусе +	Культурное событие в Калуге	
Костромская		Спортивное событие в Галиче +	Культурное событие в Костроме				Гастрособытие в Галиче +
Московская	Гастрособытие в Зарайске +				Спортивное событие в Яропольце +		
Рязанская			Гастрособытие в Спасске-Рязанском +		Культурное событие в Спасске-Рязанском		Спортивное событие в Касимове +
Тверская	Культурное событие на Селигере +	Гастрособытие в Торжке				Культурное событие в Твери	Культурное событие в Торжке +
Тульская		Спортивное событие в Богородицке +				Гастрособытие в Белеве +	
Ярославская		Культурное событие в Рыбинске +	Гастрособытие в Ярославле		Культурное событие в Ярославле	Культурное событие в Ярославлее	Спортивное событие в Рыбинске +

Культурное · Гастрономическое · Спортивное · + **Новые ключевые события**

1. Рекомендации составлены в соответствии с распределением сезонности и тематики событий, выделенных в отчете 1 этапа как приоритетные.

Инфраструктура и ландшафт всесезонных курортов станут площадкой для новых мероприятий

Рекомендуемые места проведения в зависимости от типов мероприятий[1]

Небольшие культурные и гастрономические события — центр города или культурные учреждения

Развитие таких типов мероприятий возможно непосредственно в городской среде: ярмарки и фестивали могут проходить на главной площади, а более специализированные культурные фестивали — в городских домах культуры и других культурных учреждениях.

Места размещения:
Концертные площадки в домах культуры или отдельные концертные залы от 50 чел.;
Открытые городские площади и парки на 1000–5 000 чел.

Спортивные события и масштабные культурные фестивали — большие открытые пространства, природные объекты

Для спортивных соревнований, музыкальных и исторических фестивалей необходимо наличие больших открытых пространств, которое определяется объективными природными параметрами среды региона или курорта.

Места размещения:
Территории на природе для спортивных мероприятий на 500–1000 чел.;
Территории на природе для масштабных фестивалей до 50 000 чел.

Деловые события — конференц-залы и форумы всесезонных курортов

Для развития делового туризма требуются вместительные залы и большие пространства. Ввиду того, что деловой туризм узконаправлен и требует специфической инфраструктуры, не пригодной для остальных типов мероприятий, рекомендуется использовать гостиничную инфраструктуру.

Места размещения:
Конференц-холлы и трансформируемые переговорные комнаты от 50 чел. для наиболее популярных форматов мероприятий.

Пример: центральная площадь, город Шуя



Пример: природные территории под городом Переславль-Залесский



Пример: конференц-зал в отеле, Таруса



1. Рекомендации даны на основании анализа ключевых мероприятий выделеных в регионах в отчете 1 этапа.

4. Механизмы и методики реализации

4A Специальные экономические режимы

4B Выравнивание сезонности спроса: событийное программирование

4C Работа с объектами культурного наследия на территории

4D Обеспечение сбалансированной антропогенной нагрузки: природные территории

4E Обеспечение сбалансированной антропогенной нагрузки: территории населенных пунктов

4F Обеспечение устойчивости инженерных ресурсов

4G Обеспечение рынка труда кадрами в сфере туризма

Развитие туризма как механизм сохранения наследия

Объекты наследия БЗК составляют большой потенциал, являясь точками притяжения для туристов, и при определенных условиях туризм может быть эффективной мерой для работы с ОКН. Однако сейчас законодательство устанавливает жесткие ограничения по работе с наследием, а механизмы реализации туристических проектов на основе наследия развиты слабо.

1/5 ОКН России

местного, регионального и федерального значения находится на территории БЗК

13 тыс. ОКН

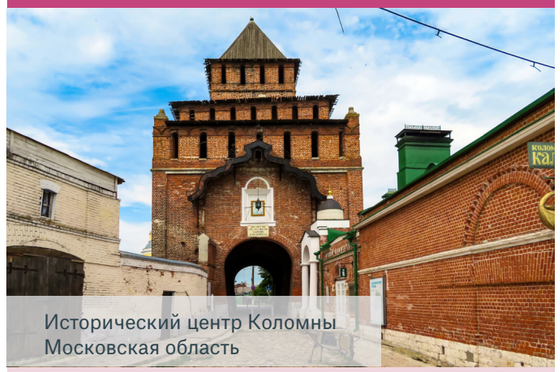
на территории БЗК нуждаются в проведении работ по восстановлению[1]

40% и 72%

российских и иностранных туристов соответственно едут в БЗК ради осмотра исторических достопримечательностей[2]

Типы и особенности объектов культурного наследия макротерритории[3]

Историческая среда

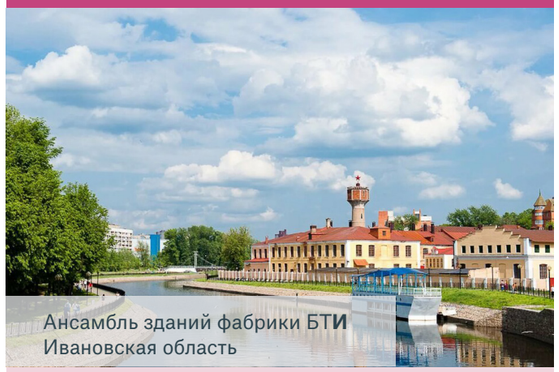


Исторический центр Коломны
Московская область

Городские усадьбы, доходные дома, исторические бани и торговые ряды

- Небольшой общий объем построек
- Средне и сильно урбанизированные территории формируют историческую среду, наполненную точками коммерческой активности
- Непрерывный уличный фронт

Промышленные объекты



Ансамбль зданий фабрики БТИ
Ивановская область

Исторические промышленные территории, фабрики и заводы

- Большой общий объем зданий
- Располагаются на урбанизированной территории, однако плотность жилой застройки низкая
- Коммерция может заполнять здания, формирующие внешнюю границу ансамбля, внутри ансамбля точки коммерческой активности отсутствуют

Отдельные объекты наследия



Усадьба Степановское–Волосово
Тверская область

Как ансамбли, так и отдельные объекты: загородные усадьбы, монастыри

- Слабо урбанизированные и не урбанизированные территории
- Плохая транспортная доступность
- Не вмещают точки коммерческой активности

Приспособление ОКН под туристические функции может быть успешным для сохранения и развития ОКН

1. Расчет не включает природные территории и города Палех и Холуй ввиду отсутствия данных.
2. Данные Минкультуры России.
3. На основе материалов по результатам форсайт–сессии в рамках разработки Туристической схемы РФ.

Существующая практика работы с историческим наследием

Российский опыт (успешный)

Дом жилой с лавками (Соляной склад)



Основные причины успеха:

- Льготная аренда «Рубль за метр»
- Вовлечение частного сектора в эффективное управление государственной собственностью

Механизм реализации	Льготная аренда аварийных памятников на 49 лет, из которых 7 отводятся на работы по сохранению объекта. При этом чем быстрее будет сделан ремонт, тем быстрее будет установлена ставка рубль за метр
Расположение	Кострома, Костромская область
Использование до адаптации	Государственное учреждение
Состояние до	Требуется реставрация
Использование после адаптации	Торгово-выставочный, гостинично-ресторанный комплекс с проведением культурно-массовых мероприятий «Соляной склад»
Состояние после	Отреставрирован и приспособлен под туристические функции

Усадьба Полотняный завод (Усадьба Гончаровых)

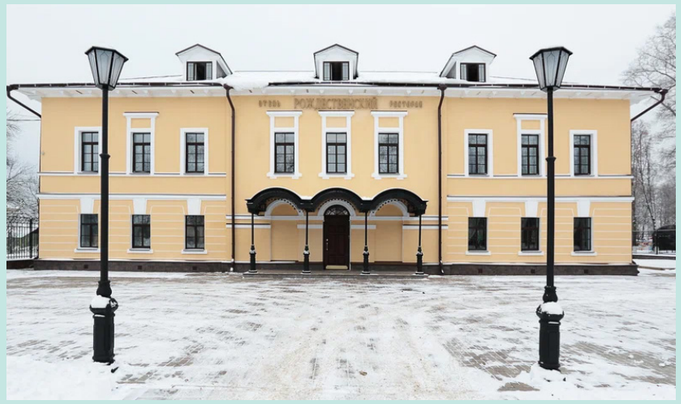


Основные причины успеха:

- Достаточность финансирования, привлечение средств в рамках ГЧП
- Закрепление обязательств между публичным партнером и частным инвестором

Механизм реализации	На средства инвестора в рамках концессионного соглашения с закреплением обязательств между государством и инвестором (аренда с дополнительными гарантиями со стороны государства)
Расположение	пос. Полотняный завод, Калужская область
Использование до адаптации	Не использовался
Состояние до	Пострадал от пожара и последующих разрушений. Требует восстановления
Использование после адаптации	Музей бумаги «Бузеон», отель «ГончаровЪ»
Состояние после	Восстановлен, отреставрирован и приспособлен в том числе под туристические функции

Здание уездных присутственных мест



Основные причины успеха:

- Достаточность финансирования, средства собственника

Механизм реализации	Адаптировано на средства собственника. Самостоятельное определение новой туристической функции и финансовой модели проекта
Расположение	Ростов, Ярославская область
Использование до адаптации	Жилой дом
Состояние до	Требуется реставрация
Использование после адаптации	Отель «Рождественский»
Состояние после	Проведены реставрационные работы, адаптировано под туристические функции

Существующая практика работы с историческим наследием

Российский опыт (успешный)

Здание городского училища



Основные причины успеха:

- Достаточность финансирования, региональные средства
- За счет региональных средств разработана проектная документация для реставрации исторического здания

Механизм реализации	Выделены средства из регионального бюджета: разработана проектная документация и проведена реставрация
Расположение	Бежецк, Тверская область
Использование до адаптации	Музей
Состояние до	Требует реставрации
Использование после адаптации	Бежецкий литературно-мемориальный и краеведческий музей
Состояние после	Проведена реставрация, работы по внешним и внутренним инженерным сетям, благоустроена территория

Бывшая гостиница Пожарского



Основные причины успеха:

- Достаточность финансирования, привлечение средств федерального бюджета
- Инициатива всероссийского историко-этнографического музея (федеральный) и выделение средств из федерального бюджета

Механизм реализации	Выделены средства из федерального бюджета
Расположение	Торжок, Тверская область
Использование до адаптации	Выставочный центр, кафе
Состояние до	Требует реставрации
Использование после адаптации	Восстановлен сувенирный магазин «Варшавскій магазинъ», выставочный центр и кафе
Состояние после	Проведена реставрация, дополнено современными туристическими функциями

Российский опыт (неудачный)

Усадьба «Любаново»



Основные причины неудачи

- Отсутствие возможности расторгнуть договор со стороны арендатора яв случае невозможности продолжить работы
- Унифицированные сроки для реставрации ОКН разного типа и масштаба

Механизм реализации	Льготная аренда аварийных памятников на 49 лет, из которых 7 отводятся на работы по сохранению объекта. При этом чем быстрее будет сделан ремонт, тем быстрее будет установлена ставка рубль за метр
Расположение	д. Любаново, Московская область
Использование до адаптации	Не использовался
Состояние до	Требуется реставрация, часть зданий руинированы
Использование после адаптации	Планировался русский музей с рестораном и гостиницей. Проект заморожен
Состояние после	Проведено укрепление фундамента. Требует реставрации, часть зданий руинированы

Существующая практика работы с историческим наследием

Российский опыт (неудачный)

Усадьба Богданово–Витово



Основные причины неудачи

Нехватка у собственника мотивации проводить реставрационные работы, вследствие чего работы продолжаются ~15 лет

Механизм реализации	Собственные средства инвестора
Расположение	п. Трифоново, Костромская область
Использование до адаптации	Не использовался
Состояние до	Требует реставрации
Использование после адаптации	Гостевые дома под аренду
Состояние после	Восстановлена часть зданий, проведены противоаварийные работы. Реставрация продолжается

Усадьба Пущино–на–Наре



Основные причины неудачи

Риски, с которыми инвестор не справился, столкнувшись с финансовыми и законодательными трудностями, в результате чего не успевает в семилетний срок завершить реставрацию

Механизм реализации	Льготная аренда аварийных памятников на 49 лет, из которых 7 отводятся на работы по сохранению объекта. При этом чем быстрее будет сделан ремонт, тем быстрее будет установлена ставка рубль за метр
Расположение	д. Пущино, Московская область
Использование до адаптации	Не использовался
Состояние до	Требует реставрации, почти полностью разрушено
Использование после адаптации	Планировались ресторан, бутик–отель. Проект заморожен
Состояние после	Проведены противоаварийные работы. Требует реставрации, почти полностью разрушено

Дом жилой И.А. Метелкина



Основные причины неудачи

Отсутствие достаточной аналитики для понимания потенциала направления адаптации объекта наследия и его приспособления для современного туристического использования

Механизм реализации	Собственные средства инвестора в рамках проекта «Сказочная Кострома — родина Снегурочки»
Расположение	Кострома, Костромская область
Использование до адаптации	Банк
Состояние до	Требует реставрации
Использование после адаптации	Музей Снегурочки, посещаемость оказалась ниже прогнозируемой
Состояние после	Отреставрирован и приспособлен для современного использования

Существующая практика работы с историческим наследием

Международный опыт

Замок Шато де Гудан



Основные причины успеха:

- База недвижимости с объектами наследия, включающая подробную информацию о состоянии объекта
- Консультационные услуги инвестору

Механизм реализации	Подобран по базе недвижимости, включающей раздел с объектами наследия. Реставрация проходит при оказании консультационных услуг Управления по сохранению архитектуры Франции
Расположение	Шато-Верден, Франция
Использование до адаптации	Не использовался
Состояние до	Обрушение крыши и внутренних несущих конструкций, заросшие руины. Требуется восстановление и реставрация
Использование после адаптации	Резиденция владельца, отель. Помещения под аренду для мероприятий. Планируется адаптация под музыкальные фестивали
Состояние после	Восстановлена часть здания, которая адаптирована под туристические функции

Дом Джорджа Паттерсона



Основные причины успеха:

- Руководство принятыми принципами адаптации
- Консультационные услуги инвестору

Механизм реализации	Инвестор руководствовался принятыми в Австралии принципами адаптации наследства, органы власти оказали услуги проверки соответствия проекта принятой норме
Расположение	Сидней, Австралия
Использование до адаптации	Склад, использовалась только неразрушенная часть здания
Состояние до	Пострадал от пожара, разрушения от погодных воздействий. Риск сноса
Использование после адаптации	Гостиничный комплекс и бутик-отель, клуб, ресторан
Состояние после	Интегрирован в историческую ткань города, восстановлен и адаптирован в том числе под туристические функции

Винные погреба Неготинской краины



Основные причины успеха:

- Восстановление памятника в рамках образовательной международной программы
- Привлечение внимания органов власти и получение гранта за создание новых форматов работы с наследием

Механизм реализации	Летние школы архитекторов Германии и Сербии совместно занимались восстановлением винных погребов. Проект ЕС по культурному наследию и туризму выделил школе грант на восстановление памятника в рамках создания образовательных форматов сохранения наследия и укрепления международных связей.
Расположение	Район города Неготин, Сербия
Использование до адаптации	Памятник истории и архитектуры. Объект малопопулярный относительно аналогичных винных погребов в регионе
Состояние до	Частично разрушен. Требуется восстановление
Использование после адаптации	Памятник истории и архитектуры. Туристический объект вносит вклад в развитие туризма Сербии
Состояние после	Восстановлен и отреставрирован

Существующая практика работы с историческим наследием

Международный опыт

Аббатство Лэнгли



Основные причины успеха:

- Договор на управление объектом наследия между владельцем и специальной комиссией по наследию с закреплением обязанностей сторон и предоставлением услуг в заявительной форме
- Консультационные услуги инвестору

Механизм реализации	Заключение договора на управление объектом наследия между владельцем и специальной комиссией по историческим зданиям, в рамках которого от владельца предполагается своевременное оформление заявки на выделение средств на восстановление и адаптацию объекта. Подбор типа договора на управление, оформление заявки на грант а также консультации по выбору направления адаптации осуществляются комиссией по историческим зданиям Historic England
Расположение	Норфолк, Великобритания
Использование до адаптации	Закрыт для публичного доступа
Состояние до	Заросшие руины, частично разрушена крыша и открыты внутренние части здания. Требуется восстановление и реставрация
Использование после адаптации	Доступна для посещений и проведения мероприятий, увлекательная туристическая достопримечательность Норфолка
Состояние после	Восстановлен и адаптирован под туристические функции

Солодовни Уэллс



Основные причины успеха:

- Передача права собственности НКО
- Льготная аренда
- Привлечение внимания заинтересованной общественности и краудфандинг

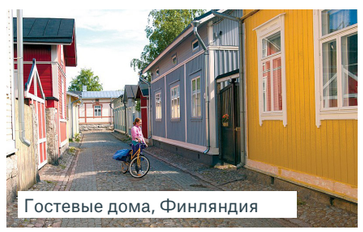
Механизм реализации	Переход права собственности — из государственной в общественную (НКО) по условиям 100-летней аренды. С помощью огласки привлекаются спонсоры, проводится краудфандинг
Расположение	Норфолк, Великобритания
Использование до адаптации	Общественное пространство, выставочный центр
Состояние до	Функционирует, но сильно изношено. Требуется восстановление и реставрация
Использование после адаптации	Многофункциональное обещественное пространство: туристический центр, помещения под аренду для местных стартапов и кафе
Состояние после	Расширен за счет пристройки, отреставрирован и адаптирован в том числе под туристические функции

Форматы современного использования наследия в туристических целях

Примеры туристических функций, подходящих для размещения в ОКН

Историческая среда

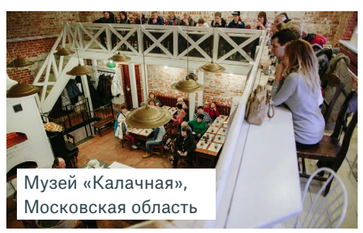
Гостевой дом



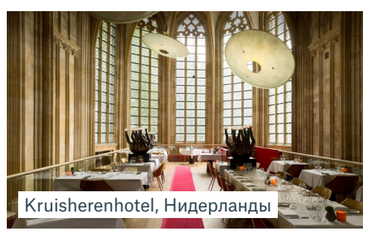
Отель



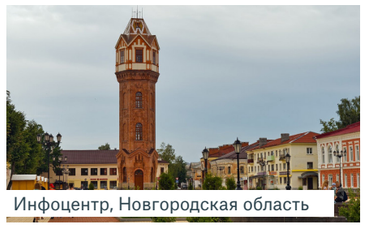
Интерактивный музей



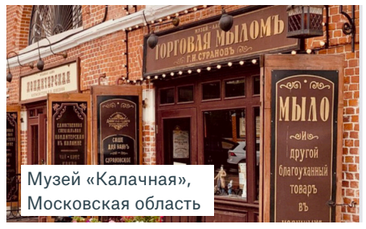
Ресторан / кафе



ТИЦ



Сувениры / местная продукция



Промышленные объекты

Арт-пространство / галерея



Площадка для мероприятий



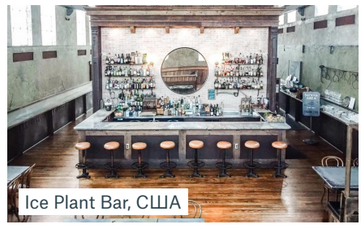
Лофт-апартаменты / апарт-отель



Спа-комплексы / бассейны



Фуд-маркет / ресторан



ТИЦ



Отдельные объекты наследия

Бутик-отель



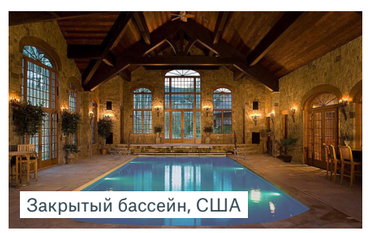
Площадки для мероприятий



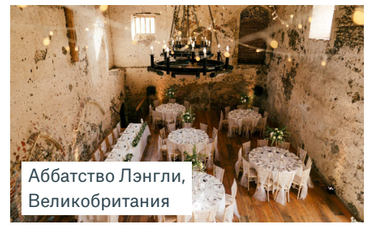
Музейный комплекс



Спа-комплексы / бассейны



Ресторан



Эффекты для города в результате реализации проектов

- Полностью восстановленный ОКН вместо заброшенного
- Ревитализация промышленных территорий
- Снижение расходов на поддержание памятников
- Рост стоимости недвижимости поблизости
- Доход от аренды частному инвестору
- Новые точки притяжения
- Новые бизнесы, развитие МСП
- Новые рабочие места
- Рост налоговых поступлений
- Рост туристического потока

Вызовы исторической среды макрорегиона и рекомендации

Что мешает превратить наследие в ресурс

Дефицит информации о состоянии ОКН для инвесторов

- Отсутствие данных об инвестиционной привлекательности ОКН
- Дефицит информации о возможностях работы с ОКН для заинтересованных лиц
- Отсутствие открытых данных о техническом состоянии и основных обременениях ОКН

Решение

Предоставление консультационных услуг заинтересованным лицам

- Подбор релевантных запросу инвестора ОКН по единой базе[1]
- Создание профильной дирекции по методическому сопровождению проектов сохранения и развития исторических территорий и ОКН
- Предоставление технической документации и рекомендаций по технической адаптации ОКН под новые функции

Что мешает превратить наследие в ресурс

Дефицит экспертизы и аналитики

- Отсутствие информации об успешных примерах и инициативах, а также аналитики для выявления эффективных механизмов адаптации ОКН
- Отсутствие опыта у инвесторов по реализации проектов с ОКН

Решение

Инициация и реализация проектов

- Онлайн-карта реализованных проектов разных категорий и направлений адаптации ОКН — с описанием и аналитикой
- Создание сети локальных площадок для встреч активных сообществ по работе с наследием — рабочих групп из НКО, стейкхолдеров, местных администраций, студентов и др.

Что мешает превратить наследие в ресурс

Административные барьеры и высокие финансовые риски

- Зарегулированность процедур при работе с ОКН
- Нехватка бюджета у региональных и муниципальных властей, на чьх балансах находятся ОКН
- Отсутствие финансовых и иных стимулов и мер поддержки инвесторов

Решение

Единые принципы адаптации наследия и система предоставления грантов

- Ключевые принципы работы с наследием — Стандарт адаптации ОКН
- Программы передачи объектов наследия из государственной собственности в руки заинтересованных лиц
- Мероприятия по привлечению инвестиций, подбор грантов и помощь в оформлении заявки

Необходимые элементы для реализации проектов по адаптации объектов ОКН под туристические функции[2]

Информация	Экспертиза	Финансирование	Механизмы	Стандарт
Реестр объектов, подлежащих адаптации, техническая документация и консультации по направлениям адаптации	Определение финансовой модели проекта и источников финансирования; разработка стратегии управления ОКН после адаптации	Тематические субсидии и гранты на адаптацию объектов наследия под туристические функции	Направленные на повышение привлекательности ОКН в глазах инвесторов	Свод правил и принципов адаптации объектов наследия
⊖	⊖	✓	✓	⊖

⊖ Отсутствует ✓ Работает неэффективно

1. Пример инициативы по созданию базы данных объектов наследия Зарайска: Гео-лаборатория исторических ценностей. URL: http://dom.dal.team/
2. На основе документов специализирующихся на наследии иностранных организаций: Heritage England — правительственный орган Великобритании, оказывающий поддержку и консультации для девелоперов объектов наследия. URL: https://historicengland.org.uk OpenHeritage — проект в рамках программы Horizon 2020 Европейского Союза, в рамках которого исследуются и агрегируются успешные практики и эффективные механизмы адаптации наследия. URL: https://openheritage.eu/ New uses for heritage places guidelines for the adaptation of historic buildings and sites — свод правил и принципов адаптации объектов наследия Австралии. URL: https://www.environment.nsw.gov.au/-/media/OEH/Corporate-Site/Documents/Heritage/new-uses-for-heritage-places-guidelines-for-historic-buildings-sites-adaptation.pdf%20

4. Механизмы и методики реализации

4A Специальные экономические режимы

4B Выравнивание сезонности спроса: событийное программирование

4C Работа с объектами культурного наследия на территории

4D Обеспечение сбалансированной антропогенной нагрузки: природные территории

4E Обеспечение сбалансированной антропогенной нагрузки: территории населенных пунктов

4F Обеспечение устойчивости инженерных ресурсов

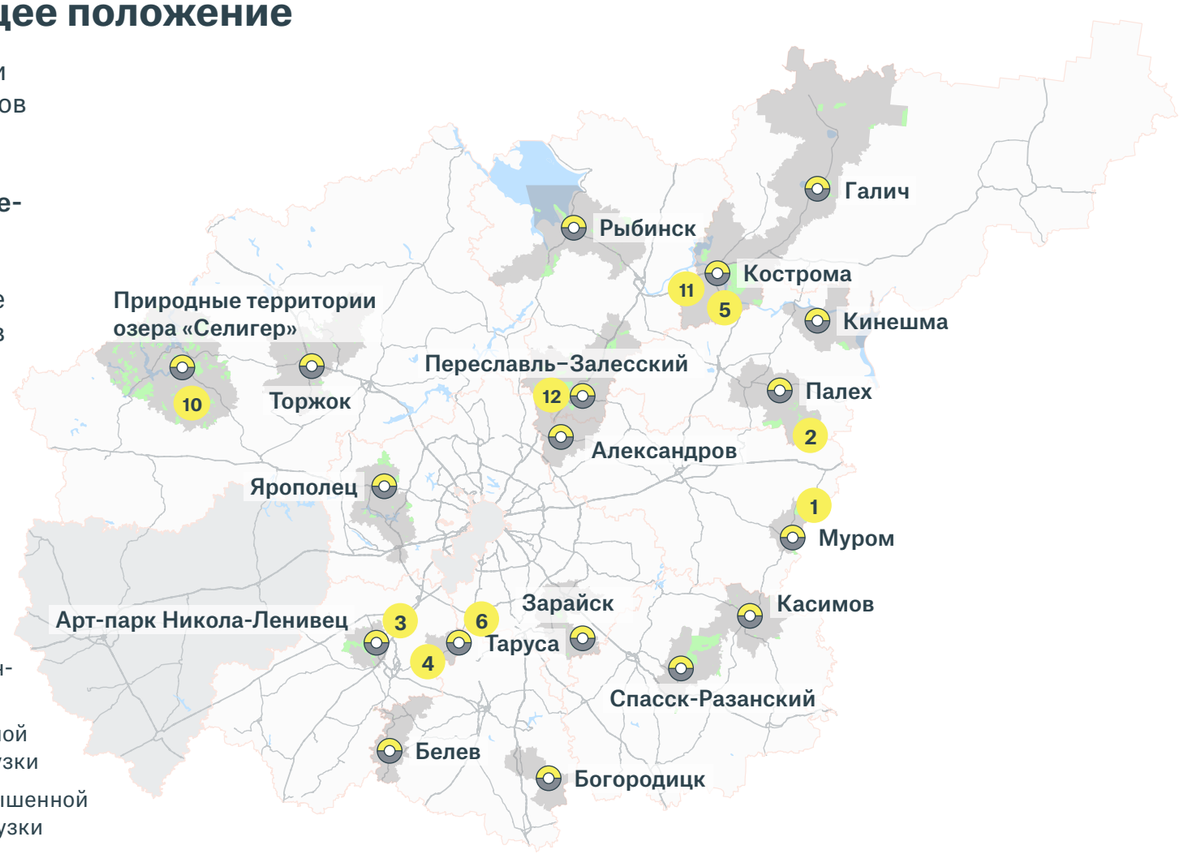
4G Обеспечение рынка труда кадрами в сфере туризма

Обеспечение сбалансированной антропогенной нагрузки: природные территории

Существующее положение

Всего на территории всесезонных курортов **410 ООПТ, (в т.ч. 13 ООПТ — федерального значения)**

Текущее предельное количество туристов на территории ООПТ всесезонных курортов БЗК **45 тыс. чел./день**



- Территории всесезонных курортов
- ООПТ без повышенной антропогенной нагрузки
- ООПТ с зонами повышенной антропогенной нагрузки

Вызовы и потенциал развития

- Неравномерное распределение антропогенной нагрузки по наиболее ценным природным территориям БЗК (ООПТ)
- Низкий уровень развития инфраструктуры, поддерживающей рекреационную емкость ООПТ

Принципы устойчивого развития макротерритории

1. Создание туристической инфраструктуры, поддерживающей рекреационную емкость ООПТ
2. Функциональное зонирование в рамках ООПТ
3. Равномерное распределение туристов между ООПТ
4. Мониторинг объема турпотока ООПТ в соответствии с допустимыми значениями нагрузки и рекреационной емкости ООПТ
5. Снижение антропогенной нагрузки в зонах ООПТ с превышением предельных значений

Задачи развития

1. Определение территорий ООПТ с повышенной антропогенной нагрузкой
2. Создание инфраструктуры, поддерживающей экологию для снижения нагрузки в зонах ООПТ, где она превышена, и для поддержания рекреационной емкости остальных зон ООПТ

Целевые показатели

13
федеральных ООПТ будут подготовлены для развития туризма на территории БЗК

Методология

Антропогенная нагрузка

Степень прямого и косвенного воздействия людей и их хозяйственной деятельности на природу в целом и на ее отдельные экологические компоненты и элементы (ландшафт, природные ресурсы, виды живого и т.д.)[1].

Рекреационная нагрузка и рекреационная емкость

- Это степень непосредственного влияния **отдыхающих людей, их транспорта, строительства жилых объектов и других сооружений на природные комплексы или рекреационные объекты**[2].
- Для всесезонных курортов БЗК оценивается рекреационная емкость для наиболее ценных природных территориий — ООПТ.

Методология расчета антропогенной нагрузки

1 шаг. Анализ зон посещения ООПТ

- Анализ фотографий из социальных сетей позволил определить зоны посещения внутри ООПТ всесезонных курортов и их площадь (S)[3]
- Определение предельного показателя для расчета нагрузки в 1 чел./га[4]

2 шаг. Расчет текущей нагрузки на зоны посещения ООПТ

- Рекреационная емкость для туристов в зонах посещения ООПТ определена путем исключения нагрузки со стороны жителей всесезонных курортов

Формула расчета рекреационной емкости[5]

$$E = 1 \text{ чел./га} - 15\% * P/S_т,$$

P — население всесезонных курортов, 15% в соответствии с Методикой[5]
Sт — площадь зон посещения ООПТ

3 шаг. Определение возможного количества туристов в ООПТ

- Площадь зон посещения ООПТ и рекреационная емкость позволяет определить возможное количество туристов в зонах посещения ООПТ[6]

		Шаг 1		Шаг 2	Шаг 3
Всесезонный курорт	**Площадь ООПТ, тыс. га**	**Площадь зон посещения туристами ООПТ всесезонного курорта, тыс. га**	**% площади зон посещения от всей площади ООПТ**	**Рекреационная емкость территорий ООПТ для посещения туристами, чел./га**	**Возможное кол-во туристов в зонах посещения ООПТ туристами, чел./день**
Муром	30	0	0.0%	**–0.3**	**0**
Белев	0.1	0	0.0%	0.9	49
Таруса	0.3	0.1	33.3%	0.9	53
Богородицк — Куликово Поле	0.5	0	0.0%	0.9	64
Коломна — Зарайск	9	0.1	1.1%	0.8	68
Кинешма — Юрьевец	8	0.5	6.3%	0.5	254
Галич — Чухлома — Солигалич	35	0	0.0%	0.9	262
Торжок	819	0.3	0.0%	0.9	296
Спасск-Рязанский	23	0.2	0.8%	1	419
Александров	0.7	0.3	42.8%	0.9	501
Переславль-Залесский — Ростов	80	0.7	0.9%	0.9	616
Шуя — Палех — Южа — Холуй	23	0	0.0%	0.8	727
Касимов	5	0.5	10%	1	915
Волоколамск — Руза	28	1	3.6%	1	949
Никола-Ленивец	37	1.2	3.2%	0.9	1105
Мышкин — Рыбинск — Тутаев	49	2.1	4.3%	0.6	1192
Кострома и окрестности	85	2.3	2.7%	0.5	1217
Озеро «Селигер»	800	2.5	0.3%	1	2455

Источники:
1. МЧС России
2. Реймерс Н.Ф. Природопользование: учеб. пособие. — М.: Мысль, 1990.
3. Для анализа были выбраны гексагоны с концентрацией фото более 100 ед., Urbanmetrix, КБ Стрелка
4. Землянский Д.Ю., Климанова О.А., Илларионова О.А., Колбовский Е.Ю. Экологическая емкость туристических территорий: подходы к оценке, индикаторы и алгоритмы расчета. — М.: ВАВТ, 2020;
   Методические рекомендации по разработке норм и правил по благоустройству территорий муниципальных образований. Министерство регионального развития Российской Федерации, 2011; Временная методика определения рекреационных нагрузок на природные комплексы при организации туризма, экскурсий, массового повседневного отдыха и временные нормы этих нагрузок. Государственный комитет СССР по лесному хозяйству, 1987.
5. Методические рекомендации по разработке норм и правил по благоустройству территорий муниципальных образований. Министерство регионального развития Российской Федерации, 2011; Marion J. & Wimpey J. Environmental Impacts of Mountain Biking: Science Review and Best Practices.
6. Количество туристов определяется умножением площади зон посещения ООПТ туристами на экологическую нагрузку.

Определение территорий ООПТ с повышенной антропогенной нагрузкой

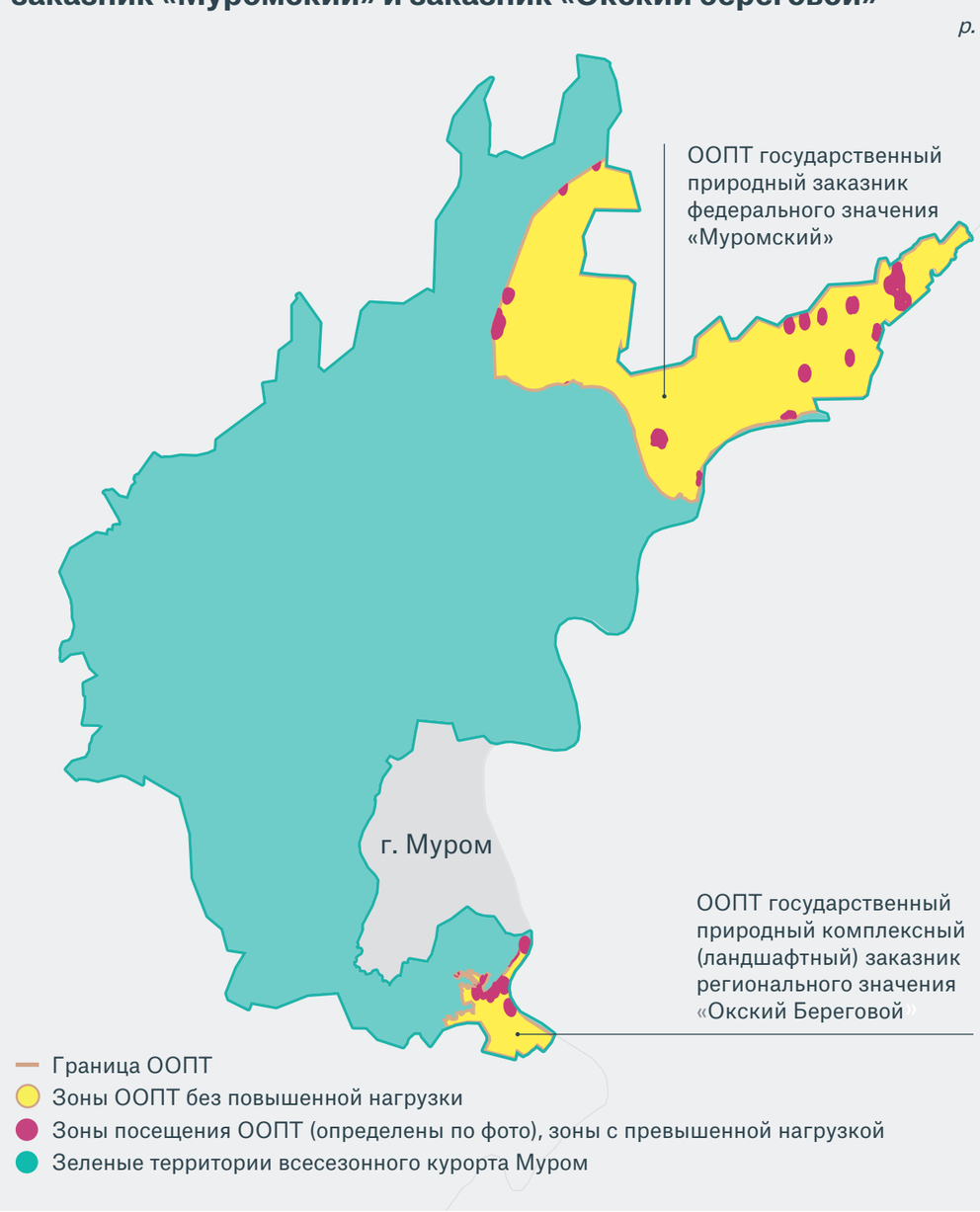
Основные характеристики антропогенной нагрузки на ООПТ Мурома — заказник «Муромский» и заказник «Окский береговой»

– 0,3 чел./га
рекреационная емкость на территории посещения ООПТ всесезонного курорта Муром

0 чел.
возможное кол–во туристов в зонах посещения ООПТ всесезонного курорта Муром в текущий момент

На территории ООПТ всесезонного курорта Муром требуется создание туристической инфраструктуры для повышения рекреационной емкости территории и снижения текущей антропогенной нагрузки.

Карта текущей антропогенной нагрузки на ООПТ заказник «Муромский» и заказник «Окский береговой»



Создание инфраструктуры для снижения нагрузки на ООПТ и поддержания положительной рекреационной емкости ООПТ при росте турпотока

Реализация рекомендаций позволит снизить рекреационную нагрузку в зонах ООПТ всесезонного курорта Муром, где показатели уже превышены, и позволит поддерживать экологическую нагрузку положительной для других ООПТ с ростом турпотока.

Проектирование туристических маршрутов, создание тропиночной сети и экомаршрутов для распределения турпотоков в рамках ООПТ;

Создание зон отдыха для зонирования территории и распределения турпотоков;

Создание зон для природных активностей: хайкинга, велокросса, катания на лодках, рыбалки и т.д., включив их в общую инфраструктуру ООПТ.

Создание зон складирования отходов для снижения антропогенного влияния на ООПТ;

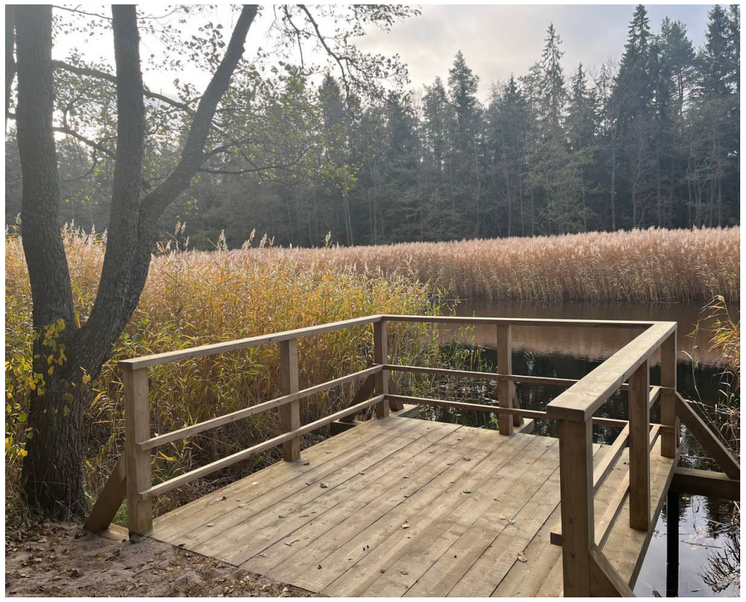
Создание защитных полос, дренажа и других инженерных коммуникаций, в соответствии с законодательством ООПТ.



Экотропа в Балтийском заповеднике



Зона отдыха в Кургальском заповеднике



Зона для рыбалки в Кургальском заповеднике

4. Механизмы и методики реализации

4A Специальные экономические режимы

4B Выравнивание сезонности спроса: событийное программирование

4C Работа с объектами культурного наследия на территории

4D Обеспечение сбалансированной антропогенной нагрузки: природные территории

4E Обеспечение сбалансированной антропогенной нагрузки: территории населенных пунктов

4F Обеспечение устойчивости инженерных ресурсов

4G Обеспечение рынка труда кадрами в сфере туризма

Обеспечение сбалансированной антропогенной нагрузки: территории населенных пунктов

Сферы негативного влияния избыточного туризма[1]

Городские сообщества
Конфликты туристов и местных



Антитуристический стрит-арт в Венеции

Городская экономика
Высокая зависимость экономики от туризма



Полупустые улицы в Дубровнике во время пандемии

Городская экология
Повышенная нагрузка на рекреационную инфраструктуру



Переполненный парк в Амстердаме

Отношение жителей БЗК к эффектам избыточного туризма[2]

30 %
опасаются конфликтов с туристами

61 %
опасаются роста цен на услуги и товары

20 %
опасаются ухудшения экологической обстановки

Вызовы и потенциал развития[1]

- Избыточный туризм — совокупность негативных эффектов на все сферы жизни города, связанных с чрезмерно высоким туристическим потоком;
- Невозможно предсказать туристический поток, который перегрузит город, однако можно выявить наиболее уязвимые точки города;
- Избыточный туризм наблюдается в небольшом количестве туристических направлений, однако может привести к утрате туристической привлекательности.

Принципы борьбы с эффектами избыточного туризма[1]

1. Продуманное и сомасштабное развитие туризма в городе
2. Фокус на интенсивное развитие потока: повышение среднего времени пребывания в городе, среднего чека и привлечение новых аудиторий
3. Соучаствующее проектирование для учета интересов горожан и местного бизнеса
4. Постоянный мониторинг социальных, экономических и экологических показателей города

Задачи развития

1. Предотвратить или снизить негативные эффекты, связанные с рисками избыточного туризма для городских сообществ
2. Предотвратить или снизить негативные эффекты, связанные с рисками избыточного туризма для городской экономики
3. Предотвратить или снизить негативные эффекты, связанные с рисками избыточного туризма для городской экологии

Целевые показатели

17 **городов вблизи ядер всесезонных курортов**

успешно предотвращают негативные эффекты, вызванные избыточным туризмом, или борются с ними

1. Peeters et al. Research for TRAN Committee — Overtourism: impact and possible policy responses. European Parliament, Policy Department for Structural and Cohesion Policies, Brussels, 2018.
2. Согласно результатам социологического исследования, проведенного в рамках работы над отчетом 1 этапа.

Решение проблемы избыточного туризма возможно с помощью комплекса социальных и градостроительных мер

Дубровник, Хорватия[3]



Население, тысяч человек	43
Площадь в административных границах, тысяч га	213

Проблемы:
- большой туристический поток, неконтролируемое развитие туристических услуг в центре города;
- загрязнение и деградация памятников, отмеченная ЮНЕСКО.

Меры борьбы с избыточным туризмом:
- ограничено количество круизных лайнеров;
- ограничено количество туристических сервисов в центре города (ресторанов, сувенирных лавок);
- приняты градостроительные и социальные меры по сохранению облика исторического центра и культурных традиций города;
- начато постоянное наблюдение за основными сферами влияния избыточного туризма.

Меры стратегического планирования были хорошо приняты экспертами и общественностью

Венеция, Италия[4]



Население, тысяч человек	258
Площадь в административных границах, тысяч га	4145

Проблемы:
- большой туристический поток, не приносящий городу выгоду из–за большого количества экскурсантов;
- социальное напряжение между туристами и горожанами;
- загрязнение и деградация памятников, отмеченная ЮНЕСКО.

Меры борьбы с избыточным туризмом:
- введены меры контроля туристических потоков: ограничен проход туристов по отдельным улицам в дни пиковой нагрузки;
- введены штрафы за загрязнение улиц и неподобающее поведение в общественных местах;
- введен динамический налог на посещение города для экскурсантов (чем ранее запланирован визит, тем меньшая сумма взимается).

Меры, сегрегирующие туристов и горожан, вызвали дополнительное недовольство обеих групп

Амстердам, Нидерланды[5]



Население, тысяч человек	907
Площадь в административных границах, тысяч га	2193

Проблемы:
- большое количество туристов, загрязняющих городскую среду и ведущих себя неуважительно по отношению к местному населению;
- вытеснение жилой функции из прилегающих к туристическому центру районов города.

Меры борьбы с избыточным туризмом:
- запрещены непристойные развлечения, вызывающие у жителей наибольший дискомфорт;
- ограничено маркетинговое продвижение города как туристического направления;
- начата кампания по продвижению малоизвестных достопримечательностей за пределами туристического центра города, туристам предлагается ближе общаться с горожанами;
- ограничено развитие новых сервисов, ориентированных на туристов в центре города.

Меры стратегического планирования были хорошо приняты экспертами и общественностью

1. Здесь и далее данные согласно Хорватскому статистическому бюро.
2. Здесь и далее данные согласно Национальному институту статистики Италии (Itstat) и департаменту туризма города Венеции.
3. Здесь и далее данные согласно департаменту исследований и статистики Амстердама (OIS), а также голландскому статистическому центру (CBS).

Выводы
- Избыточный туризм может наблюдаться в городах с любыми морфологическими особенностями;
- В случае выявления негативных эффектов избыточного туризма необходимо принятие комплекса мер социальной и градостроительной политики;
- Прямолинейные ограничительные меры могут привести к дополнительным конфликтам.

Методология оценки рисков избыточного туризма для городов

Показатели оценки рисков избыточного туризма для разных сфер городской жизни

1 **Риски для городских сообществ:**
Интенсивность туристического потока[2]
Как часто местные жители и туристы потенциально могут взаимодействовать друг с другом в городе, а также насколько поток туристов сомасштабен местному сообществу.

Способ расчета

Показатель рассчитывается как отношение числа туристов и экскурсантов к числу местных жителей.

$$\frac{T + D}{P}$$

где
T — количество туристов за расчетный год;
D — количество экскурсантов за расчетный год;
P — численность населения в расчетном году.

2 **Риски для городской экономики:**
Вклад туризма в ВГП[3]
Степень зависимости городской экономики от туризма. Более высокий показатель может свидетельствовать о риске фокуса городской политики на развитии исключительно туристической инфраструктуры и услуг.

Способ расчета

Показатель рассчитывается как доля вкладов всех отраслей, связанных с туризмом, в ВГП города[4].

$$\sum_{i\,t}^{i} GVA^{reg}_{i} * \frac{S^{mun}_{i}}{S^{reg}_{i}}$$

где
$\sum_{i\,t}^{i}$ — сумма показателей по отраслям i из множества туристических отраслей t;
GVA^{reg}_{i} — валовая добавленная стоимость[5] отрасли i на региональном уровне;
S^{mun}_{i} — фонд оплаты труда отрасли i на муниципальном уровне;
S^{reg}_{i} — фонд оплаты труда отрасли i на региональном уровне.

3 **Риски для городской экологии:**
Обеспеченность рекреационными территориями[5]
Насколько существующие озелененные общественные пространства города могут удовлетворять потребности горожан и туристов.

Способ расчета

Показатель рассчитывается как отношение числа туристов и экскурсантов к числу местных жителей.

$$\frac{(P + T_i + D_i)/S_o}{a_P}$$

где
P — население города;
T_i — количество туристов в городе в пиковый момент i;
D_i — количество экскурсантов в городе в пиковый момент i;
S_o — площадь общедоступных зеленых насаждений (скверы, парки);
a_p — норматив[2] обеспеченности озелененными пространствами для городов с населением P.

СРЕДНЕЕ ЗНАЧЕНИЕ

=

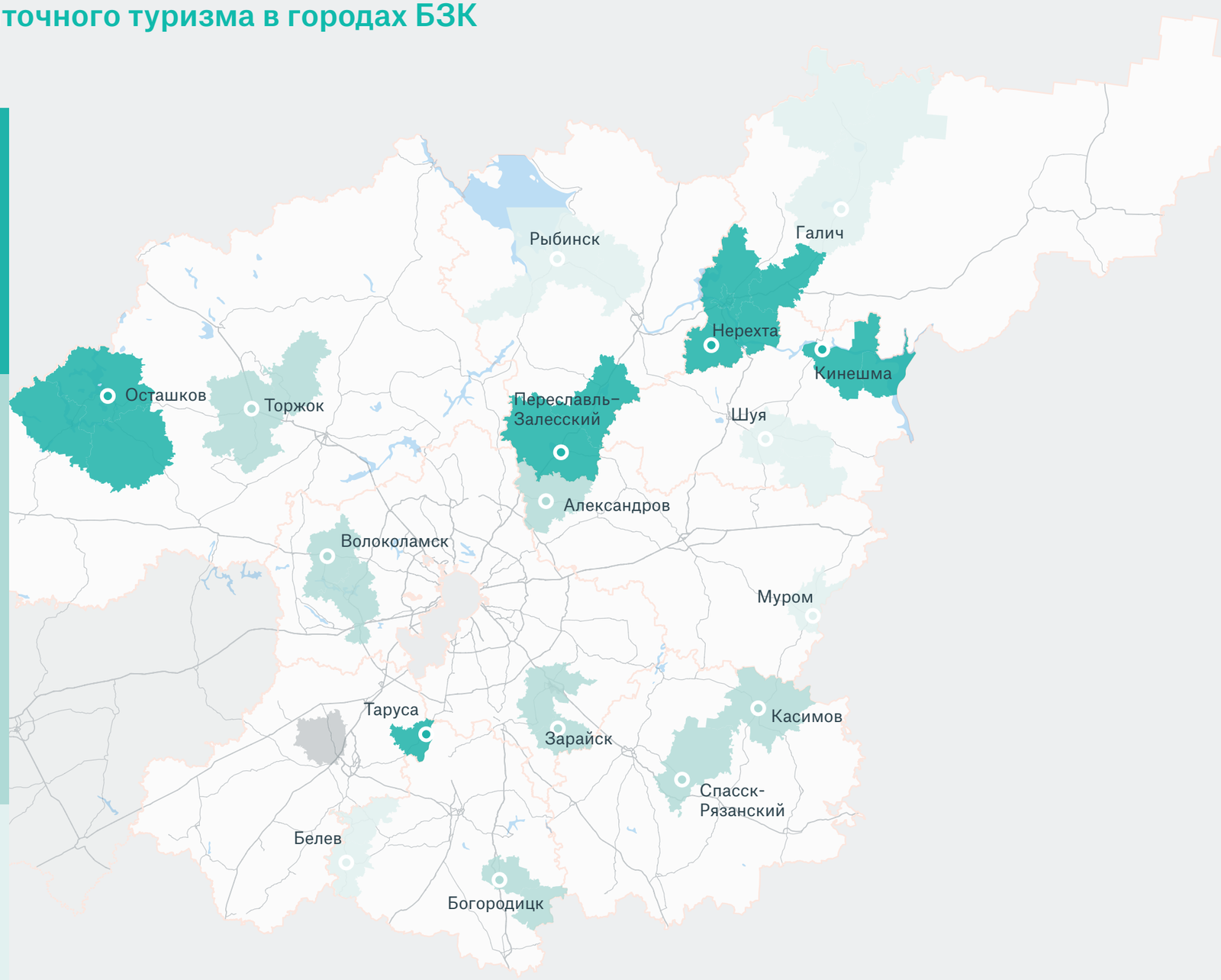
Риск избыточного туризма[6]

1. Глобальный консенсунс в современных исследованиях — невозможность расчета предельного значения турпотока для предотвращения избыточного туризма. Снижение негативных эффектов от избыточного туризма может быть достигнуто только комплексом мер, а не простым регулированием количества туристов. Подробнее: Peeters et al. Research for TRAN Committee — Overtourism: impact and possible policy responses. European Parliament, Policy Department for Structural and Cohesion Policies, Brussels, 2018.
2. Методология оценки согласно Европейскому экологическому агентству и материалам World Trade & Tourism Council.
3. ВГП — валовый городской продукт, методология оценки согласно материалам World Trade & Tourism Council.
4. В рамках данного исследования туристическими отраслями считаются отрасли согласно рубрикаторам ОКВЭД: «Деятельность гостиниц и предприятий общественного питания», «Деятельность в области культуры, спорта, организации досуга и развлечений» и «Предоставление прочих видов услуг». Данный набор отраслей позволяет сравнивать российские города с зарубежными аналогами.
5. Расчет согласно нормативу СНиП II-60-75, аналогичный расчет производится Европейским экологическим агентством.
6. Рассчитывается как среднее значение суммы квантилей всех показателей.

Результаты оценки рисков избыточного туризма

Схема результатов оценки рисков избыточного туризма в городах БЗК

Город[1]	Группа[2]
Спасск-Рязанский	**Города с повышенным риском избыточного туризма**
Таруса	**Требуется применение мер, направленных на снижение негативного влияния избыточного туризма**
Переславль-Залесский	
Нерехта	
Осташков	
Богородицк	**Города со средним риском избыточного туризма**
Касимов	Необходим мониторинг состояния всех сфер жизни города для предупреждения негативных эффектов избыточного туризма
Зарайск	
Александров	
Торжок	
Шуя	
Кинешма	
Волоколамск	
Рыбинск	**Города с незначительным риском избыточного туризма**
Муром	Меры по предотвращению негативных эффектов могут быть необходимы в будущем
Галич	
Белёв	



1. Здесь и далее рассматривается город, ближайший к ядру всесезонного курорта. Во всесезонном курорте «Арт-парк Никола-Ленивец» нет поселений городского типа, в связи с чем нагрузка на них не рассматривается в данном разделе.
2. Распределение по группам составлено согласно отклонению от среднего результата по БЗК. Более низкое значение, чем среднее, соответствует незначительному риску, более высокое — повышенному.

Предотвращение негативных эффектов для городских сообществ

Интенсивность туризма напрямую не означает наличие конфликтов, их частота обусловлена множеством социокультурных факторов. Уже сейчас некоторые города БЗК приближаются или превышают показатель интенсивности туризма, характерный для международных направлений. Повышенный риск избыточного туризма также может быть связан с малой численностью населения (Осташков, Спасск–Рязанский).

Интенсивность туристического потока, тур./местн.[1]

Венеция (95 тур./местн.)

Дубровник (34 тур./местн.)

Амстердам (23 тур./местн.)

Таруса	40,8
Спасск-Рязанский	12,4
Переславль-Залесский	11,2
Осташков	10,4
Волоколамск	4,8
Торжок	4,4
Касимов	4,0
Рыбинск	2,4
Муром	2,2
Богородицк	2,1
Зарайск	1,9
Кинешма	1,7
Александров	1,7
Галич	1,0
Белёв	0,9
Шуя	0,5
Нерехта	0,3

1. Методология оценки согласно Европейскому экологическому агентству и материалам World Trade & Tourism Council. Расчет КБ Стрелка по данным за 2019 г.
2. Verissimo M. et al. 'Overtourism and tourismphobia: A systematic literature review' in Tourism, Volume 68, № 2, 2020, pp. 156–169.
3. Здесь и далее группы риска распределены исходя из квантиля, в котором находится показатель: 1 — повышенный риск, 2–4 — умеренный, 5 — незначительный.
4. Приведено по: Peeters et al. Research for TRAN Committee — Overtourism: impact and possible policy responses, European Parliament, Policy Department for Structural and Cohesion Policies, Brussels (2018).

Риски для городских сообществ[2]

- Психологический дискомфорт для горожан и туристов;
- Появление конфликтных ситуаций между горожанами и туристами.

Группы городов по риску для городских сообществ[3]

Повышенный риск, требуется повышенное внимание к состоянию городских сообществ и применение соответствующих мер;

Умеренный риск, требуется мониторинг состояния городских сообществ для выявления потребности в специальных мерах;

Незначительный риск, необходимо применение общих мер для предотвращения избыточного туризма.

Рекомендации по снижению рисков[4]

1 Равномерное распределение туристического потока

- Создание и продвижение альтернативных, в т.ч. загородных аттракторов и событийной программы для перераспределения потока в пространстве и в течение года;
- Ввод дополнительной платы за посещение туристами наиболее загруженных аттракторов.

2 Мониторинг общественного мнения

- Проведение регулярных социологических исследований отношения горожан и туристов к существующему туристическому потоку в городе.

Предотвращение негативных эффектов для городской экономики

Высокая зависимость от экономики туризма может привести к неконтролируемому развитию туристических функций в центре города, утрате аутентичности и туристической привлекательности. Наибольший риск высокой зависимости от экономики туризма у индустриальных городов, где промышленность в упадке и туристические отрасли приобретают высокую значимость.

Вклад туристических отраслей в ВГП, %[1]

Богородицк	**20,1%**
Переславль-Залесский	**4,3%**
Таруса	**4,2%**
Нерехта	**3,3%**
Зарайск	2,8%
Спасск-Рязанский	2,7%
Шуя	2,6%
Кинешма	2,5%
Осташков	2,4%
Торжок	2,4%
Галич	1,9%
Волоколамск	1,8%
Александров	1,7%
Рыбинск	1,5%
Муром	1,3%
Касимов	1,0%
Белёв	0,9%

Венеция (25%)

Амстердам (18%)

Средний вклад доминирующей отрасли в ВГП моногородов БЗК равен 33%[3]

1. Методология расчета по материалам World Trade & Tourism Council. Расчет КБ Стрелка по данным Росстата для муниципальных образований БЗК. Для зарубежных бенчмарков рассчитывался соответствующий показатель на уровне туристического региона в связи с недоступностью данных в разрезе муниципалитетов. Данные за 2019 г.
2. Приведено по: Peeters et al. Research for TRAN Committee — Overtourism: impact and possible policy responses. European Parliament, Policy Department for Structural and Cohesion Policies, Brussels, 2018.
3. Расчет КБ Стрелка, в расчете учитывались монопоселения, имеющие статус города.
4. Валовая добавленная стоимость является вкладом определенной отрасли в валовый региональный продукт, расчет произведен по данным Росстата.

Риски для городской экономики[2]

- Преобладание экономики туризма и игнорирование потребностей горожан: замещение инфраструктуры для горожан туристической инфраструктурой;
- Деградация образа города и его туристической привлекательности в результате неконтролируемой застройки центра города, утрата видовых ландшафтов.

Группы городов по риску для городской экономики

Повышенный риск, требуется повышенное внимание к состоянию городской экономики и применение соответствующих мер;

Умеренный риск, требуется мониторинг состояния городской экономики для выявления потребности в специальных мерах;

Незначительный риск, необходимо применение общих мер для предотвращения избыточного туризма.

Рекомендации по снижению рисков[4]

1 Создание условий, при которых местные жители почувствуют положительные эффекты от экономики туризма

- Создание административных и финансовых мер поддержки бизнесов и услуг, направленных на местных жителей;
- Улучшение условий труда в туристическом секторе: повышение доходов и престижа профессии.

2 Учет туристического развития города в документах планирования

- Зонирование туристического центра, которое предотвратит хаотичное разрастание туристических функций;
- Сохранение исторического облика центра с помощью охранной документации.

Предотвращение негативных эффектов для городской экологии

Норматив обеспеченности озелененными территориями позволяет оценить комфорт проживания в городе. Уже сейчас Касимов и Нерехта не обладают достаточным количеством озелененных территорий для удовлетворения потребности туристов и местных. Популярные туристические направления: Таруса, Переславль–Залесский, напротив, имеют достаточный рекреационный запас.

Выполнение норматива обеспеченности озелененными пространствами, обесп./норм.[1;2]

Касимов	**0,5**
Нерехта	**0,8**
Зарайск	**0,8**
Спасск-Рязанский	**1,0**
Александров	1,2
Рыбинск	1,4
Кинешма	1,6
Муром	1,6
Осташков	1,9
Шуя	1,9
Волоколамск	2,2
Белёв	2,8
Богородицк	2,8
Переславль-Залесский	3,7
Торжок	4,1
Таруса	14,8
Галич	32,9

Амстердам (1,7)

Венеция (1,9)

1. Расчет КБ Стрелка по данным платформы Urban Metrics, для международных примеров взяты данные Европейского экологического агентства. По данным за 2019 г.
2. Норматив по СНиП II–60–75 «Планировка и застройка городов и сельских населенных пунктов».
3. Согласно результатам социологического опроса, проведенного на Этапе 1.
4. Peeters et al. Research for TRAN Committee — Overtourism: impact and possible policy responses. European Parliament, Policy Department for Structural and Cohesion Policies, Brussels, 2018.
5. Шуя имеет большую обеспеченность зелеными насаждениями, чем Осташков. Представленные в таблице одинаковые показатели являются результатом округления.

Риски для городской экологии[4]

- Высокая нагрузка на озелененные общественные пространства в городе, которая может привести к их деградации;
- Сокращение зеленых площадей в результате неконтролируемого развития туристических объектов: новые объекты замещают озелененные пространства.

Группы городов по риску для городской экологии

Повышенный риск, требуется повышенное внимание к состоянию городской экологии и применение соответствующих мер;

Умеренный риск, требуется мониторинг состояния городской экологии для выявления потребности в специальных мерах;

Незначительный риск, необходимо применение общих мер для предотвращения избыточного туризма.

Рекомендации по снижению рисков[4]

1 Повышение привлекательности загородных территорий

- Создание и продвижение альтернативных аттракторов, в т.ч. загородных, для разгрузки наиболее востребованных рекреационных зон.

2 Предотвращение сокращения рекреационных территорий

- Предотвращение застройки зеленых территорий с помощью зонирования и присваивания охранных статусов зеленой инфраструктуре города;
- Создание новых элементов зеленой инфраструктуры, например новых парков.

4. Механизмы и методики реализации

4A Специальные экономические режимы

4B Выравнивание сезонности спроса: событийное программирование

4C Работа с объектами культурного наследия на территории

4D Обеспечение сбалансированной антропогенной нагрузки: природные территории

4E Обеспечение сбалансированной антропогенной нагрузки: территории населенных пунктов

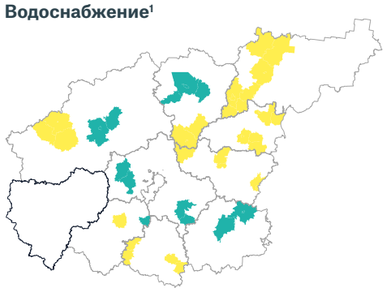
4F Обеспечение устойчивости инженерных ресурсов

4G Обеспечение рынка труда кадрами в сфере туризма

Обеспечение устойчивости инженерных ресурсов[1]

Существующее положение

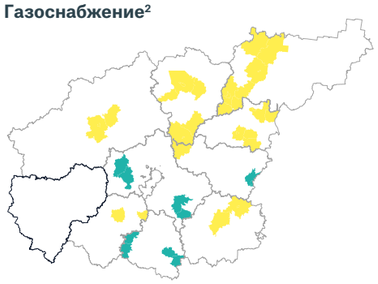
Водоснабжение[1]



Наличие централизованного водоснабжения в ядре курорта:

● есть ● есть на части территории ● нет

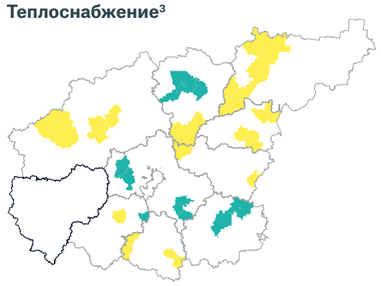
Газоснабжение[2]



Наличие сети газоснабжения в ядре курорта:

● есть ● есть на части территории ● нет

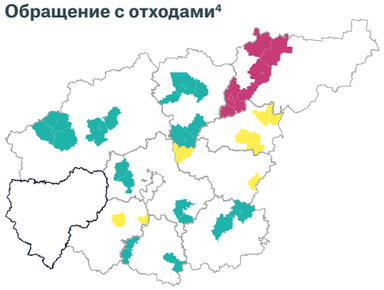
Теплоснабжение[3]



Наличие централизованного теплоснабжения в ядре курорта:

● есть ● есть на части территории ● нет

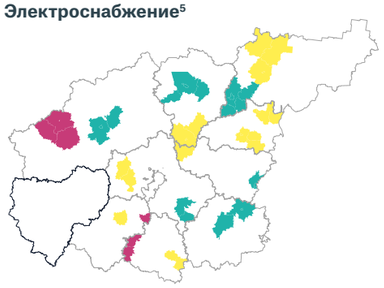
Обращение с отходами[4]



Объемы обработки ТКО (тонн в год/чел):

● 7,1–7,95 ● 3,12–6,08 ● 2,33–2,85

Электроснабжение[5]



Свободная для технологического присоединения мощность, МВА:

● 194,6–493,8 (высокая) ● 55,2–102,8 (средняя) ● 18,2–50,2 (низкая)

Для строительства новых туристических объектов и развития существующих требуются дополнительные мощности по основным видам ресурсов. Их наличие и доступность в регионе и на конкретной территории является важным фактором увеличения инвестиционной привлекательности.

Вызовы и потенциал развития

- Снижение надежности по причине высокого износа существующих сетей
- Недостаток финансирования
- Применение устаревшего малоэффективного оборудования

Принципы развития инженерной инфраструктуры

1. Увеличение инвестиций в развитие и модернизацию инженерной инфраструктуры с максимальным привлечением частных инвесторов
2. Применение практик устойчивого градостроительного развития, использование возобновляемых природных ресурсов, уменьшение выбросов и загрязнения окружающей среды
3. Повышение энергоэффективности зданий, сооружений, уменьшение потерь

Ключевые мероприятия и проекты

1. Развитие инфраструктуры для раздельного сбора, переработки и утилизации ТКО
2. Повторное использование серых стоков и утилизации черных стоков канализации
3. Использование технологий позволяющих достичь устойчивого развития
4. Применение автономных систем жизнеобеспечения для природных территорий

Задачи развития

1. Применение современных технологий и обновление инженерных сетей
2. Повышение инвестиционной привлекательности недоступных территорий посредством создания устойчивой инженерной инфраструктуры

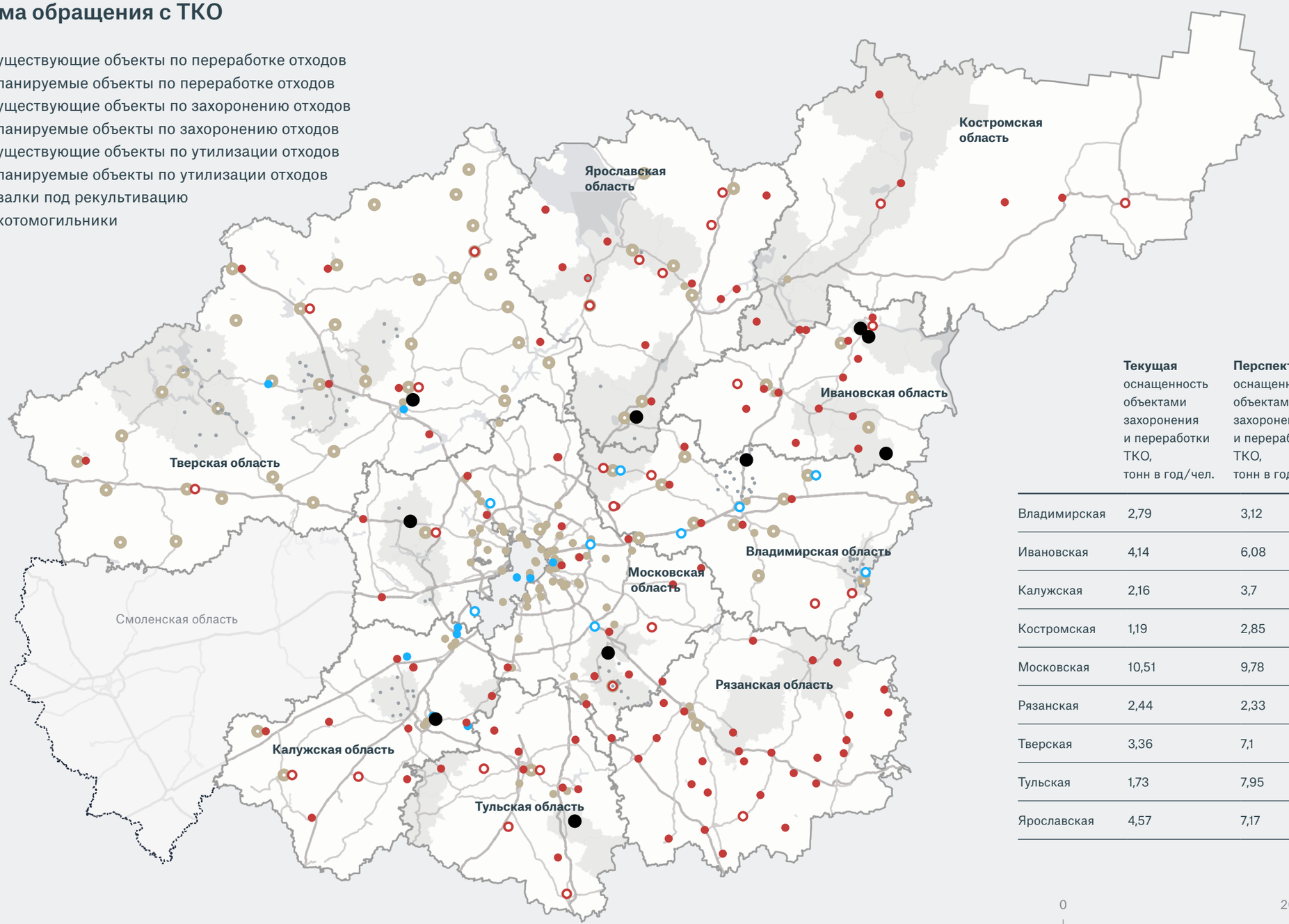
1. Здесь и далее в разделе рассматриваются инженерные ресурсы территорий всесезонных курортов.

Система сбора и утилизации ТКО

Сравнение возможности удовлетворения прогнозных потребностей

Схема обращения с ТКО

- Существующие объекты по переработке отходов
- Планируемые объекты по переработке отходов
- Существующие объекты по захоронению отходов
- Планируемые объекты по захоронению отходов
- Существующие объекты по утилизации отходов
- Планируемые объекты по утилизации отходов
- Свалки под рекультивацию
- Скотомогильники



	Текущая оснащенность объектами захоронения и переработки ТКО, тонн в год/чел.	**Перспективная** оснащенность объектами захоронения и переработки ТКО, тонн в год/чел.
Владимирская	2,79	3,12
Ивановская	4,14	6,08
Калужская	2,16	3,7
Костромская	1,19	2,85
Московская	10,51	9,78
Рязанская	2,44	2,33
Тверская	3,36	7,1
Тульская	1,73	7,95
Ярославская	4,57	7,17

0 — 200 км

Возможность удовлетворения прогнозных потребностей при развитии туристической инфраструктуры

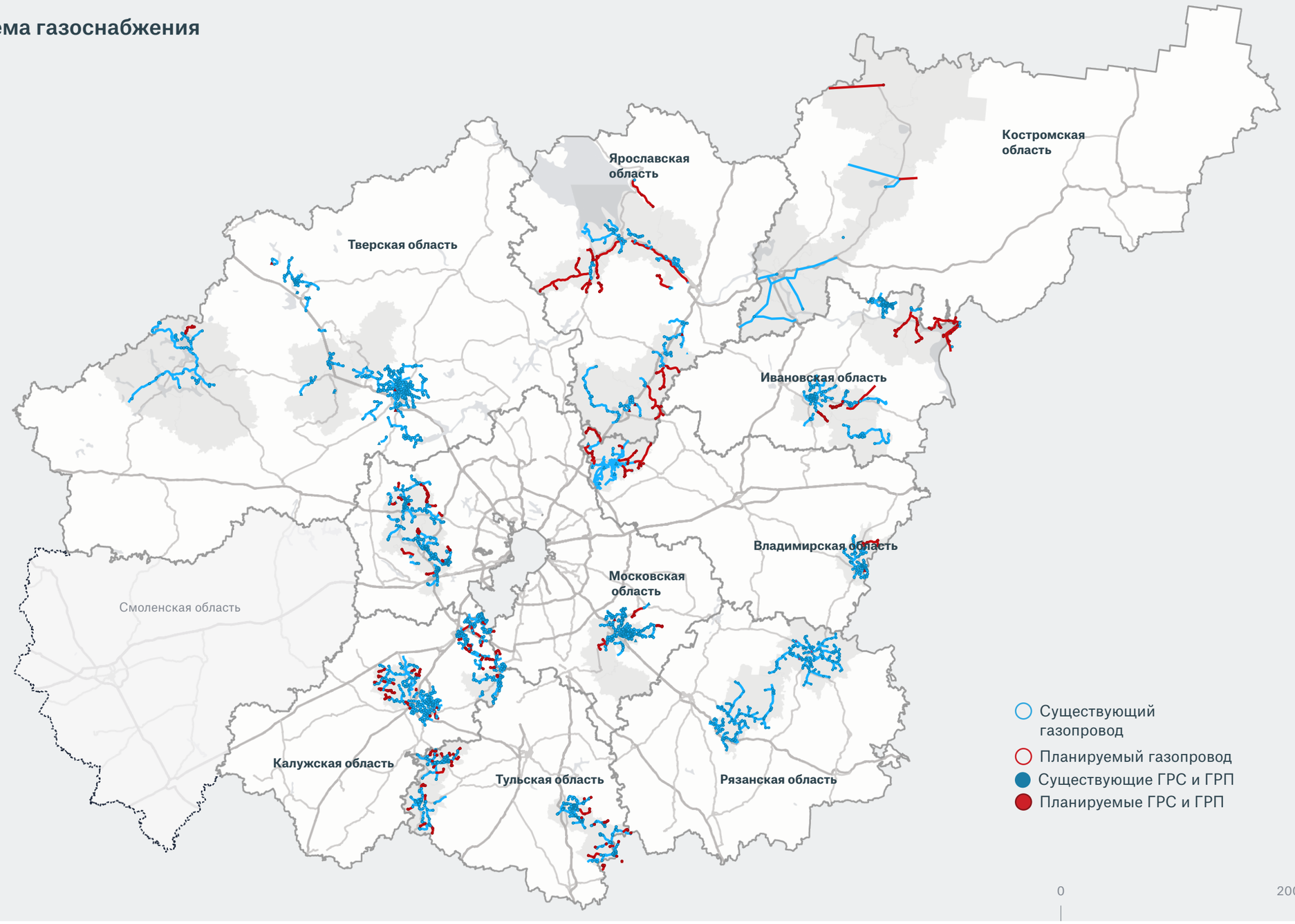


Газоснабжение

Сравнение возможности удовлетворения прогнозных потребностей

Возможность удовлетворения прогнозных потребностей при развитии туристической инфраструктуры

Схема газоснабжения

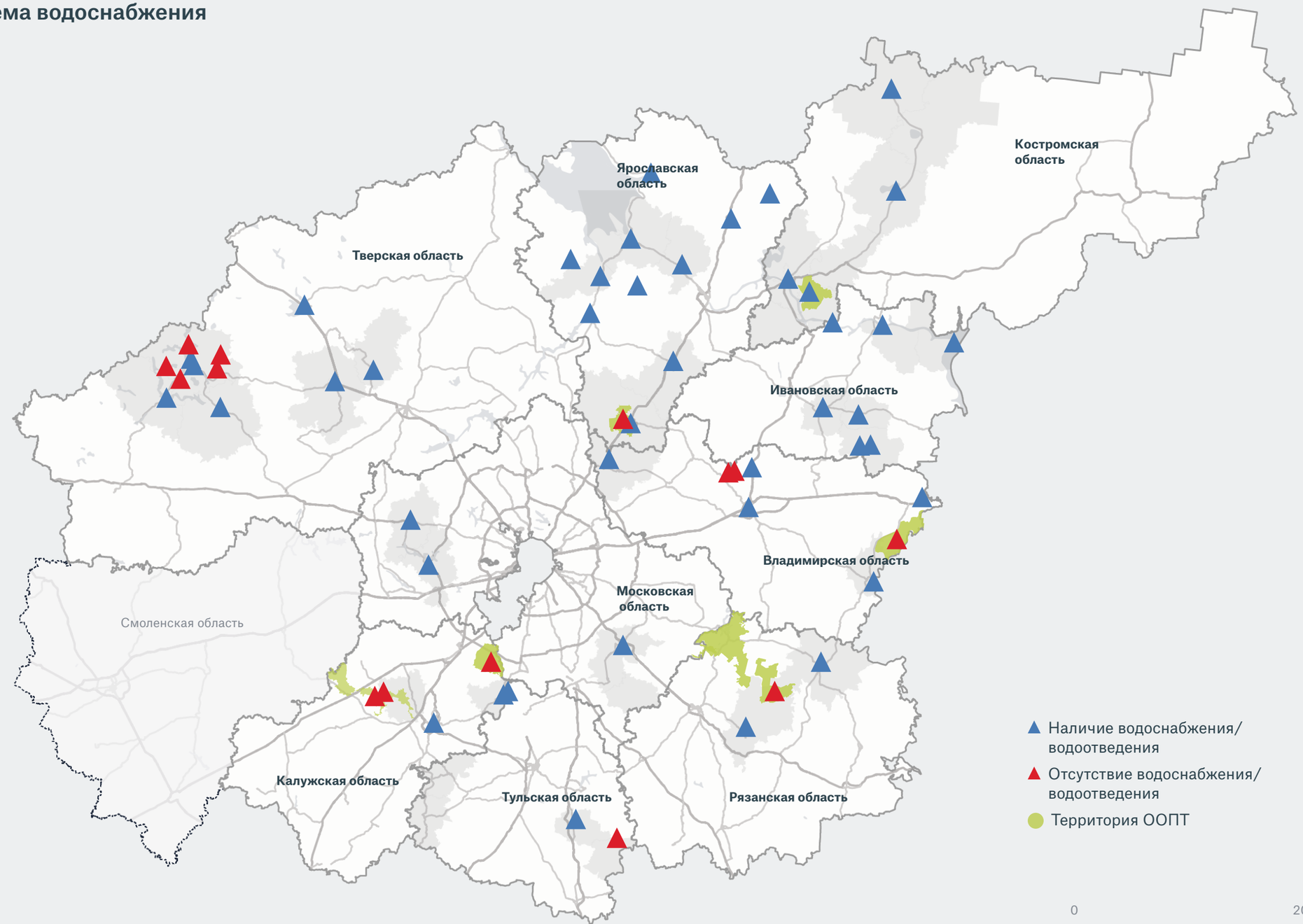




Инженерная инфраструктура

Водоснабжение и водоотведение

Схема водоснабжения



Возможность удовлетворения прогнозных потребностей при развитии туристической инфраструктуры

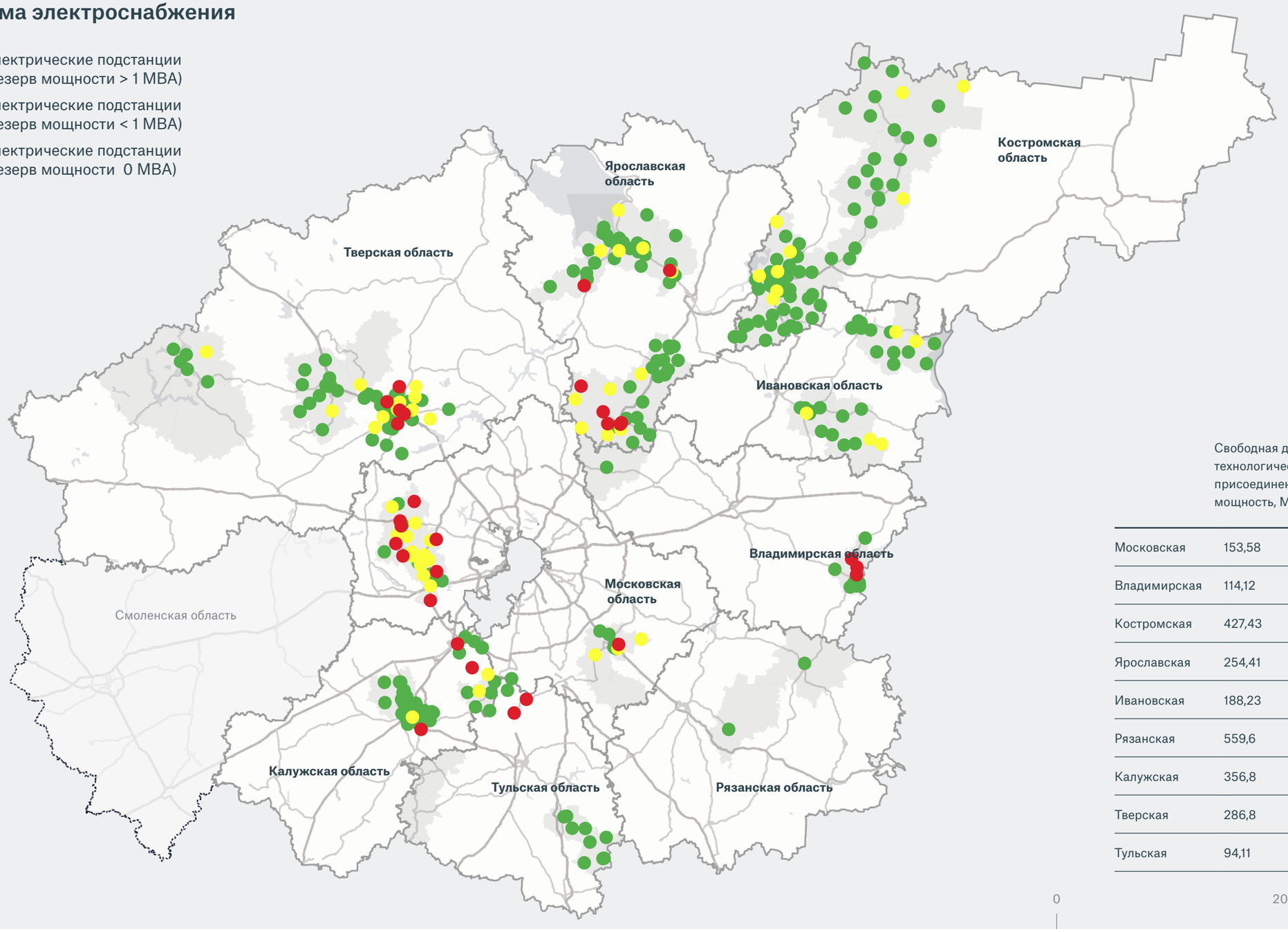


Инженерная инфраструктура

Электроснабжение

Схема электроснабжения

- Электрические подстанции (резерв мощности > 1 МВА)
- Электрические подстанции (резерв мощности < 1 МВА)
- Электрические подстанции (резерв мощности 0 МВА)



Свободная для технологического присоединения мощность, МВА

Московская	153,58
Владимирская	114,12
Костромская	427,43
Ярославская	254,41
Ивановская	188,23
Рязанская	559,6
Калужская	356,8
Тверская	286,8
Тульская	94,11

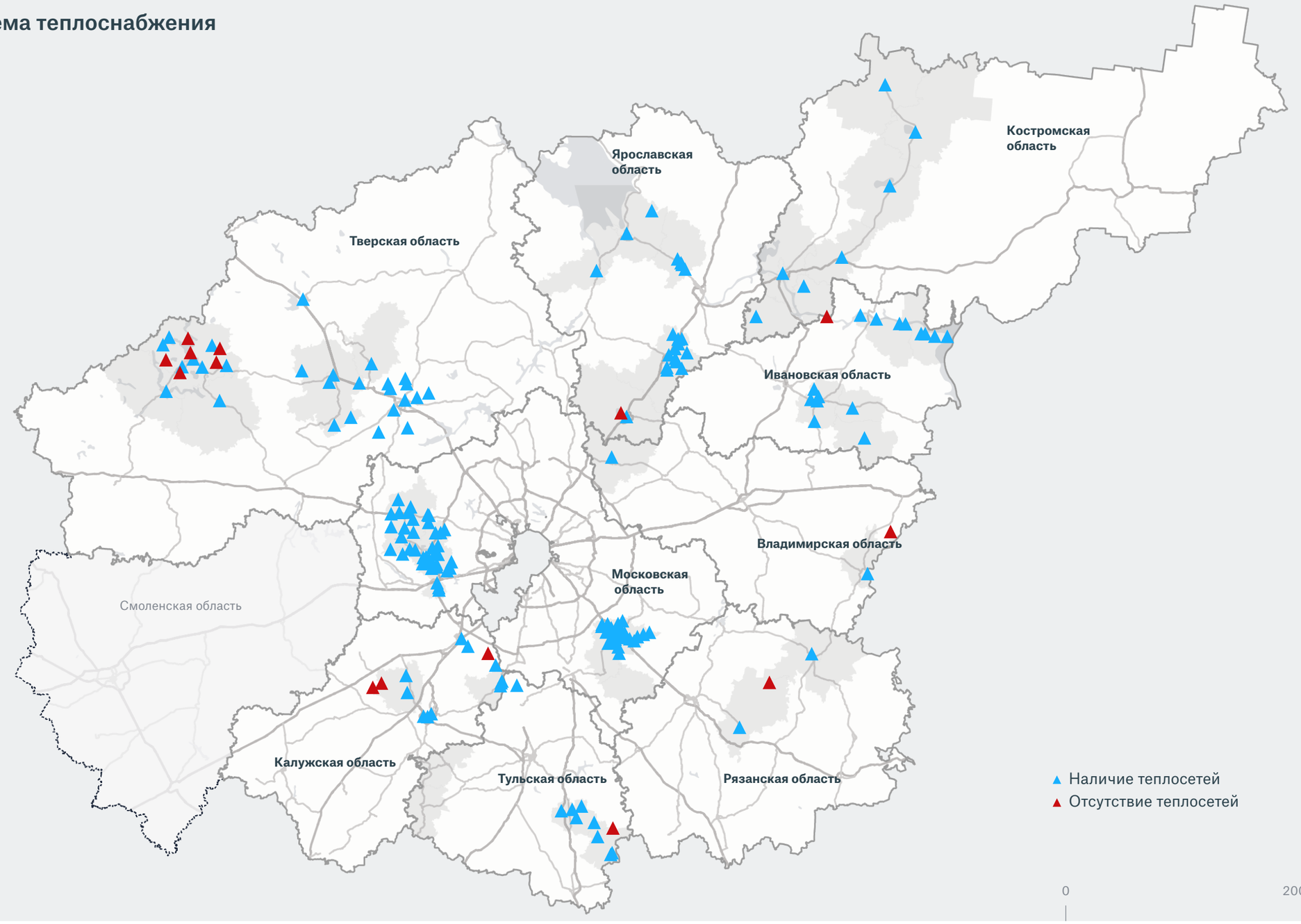
Возможность удовлетворения прогнозных потребностей при развитии туристической инфраструктуры



Инженерная инфраструктура

Теплоснабжение

Схема теплоснабжения

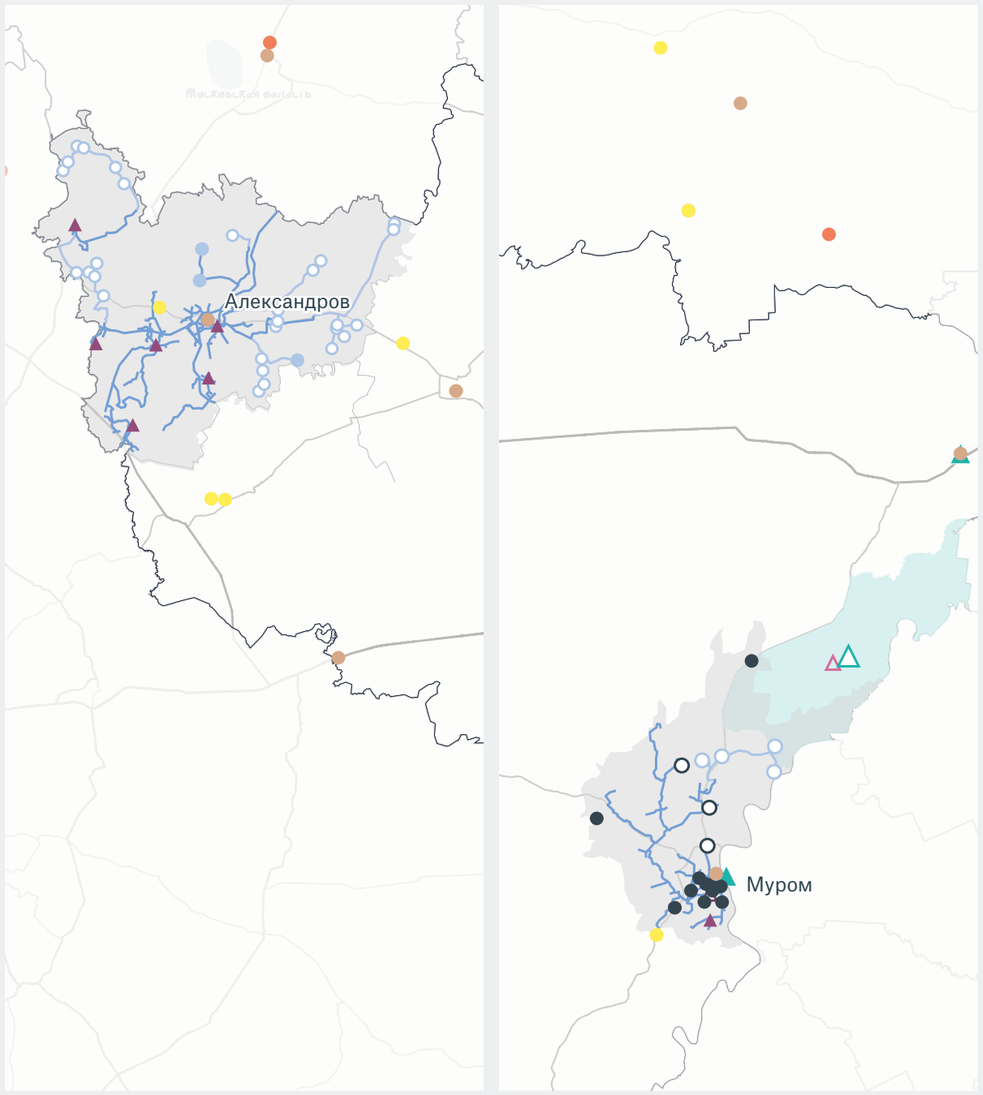


Возможность удовлетворения прогнозных потребностей при развитии туристической инфраструктуры



Инженерная инфраструктура

Владимирская область



Граница региона
Граница муниципальных образований
всесезонного курорта
Территории ООПТ в границах рассмотрения
Захоронение ТКО
Переработка ТКО
Утилизация ТКО
Свалка
Центральное теплоснабжение
Теплоснабжение отсутствует

Центральное водоснабжение
Водоснабжение отсутствует
Существующий газопровод
Планируемый газопровод
Существующие ГРС и ГРП
Планируемые ГРС и ГРП
Электроподстанции (Резерв > 1 МВА)
Электроподстанции (Резерв < 1 МВА)
Электроподстанции (Резерв = 0 МВА)

Возможность удовлетворения прогнозных потребностей при развитии туристической инфраструктуры

Александров:

Газоснабжение	Водоснабжение и водоотведение	Система сбора, утилизации ТКО	Теплоснабжение	Электроснабжение
Высокая	**Средняя**	**Средняя**	**Средняя**	**Средняя**
Город Александров имеет высокую степень обеспеченности. Будут дополнительно газифицированы 9 населенных пунктов и построено 27,8 км газопроводов.	Город Александров на текущий момент имеет централизованное водоснабжение и водоотведение	Текущие мощности по захоронению и переработке ТКО во Владимирском регионе оцениваются как средние и низкие соответственно.	Город Александров на текущий момент имеет централизованное теплоснабжение	Территория имеет среднюю степень обеспеченности электроэнергией. Резерв мощности электрических подстанций туристической зоны составляет 29,3 МВА.

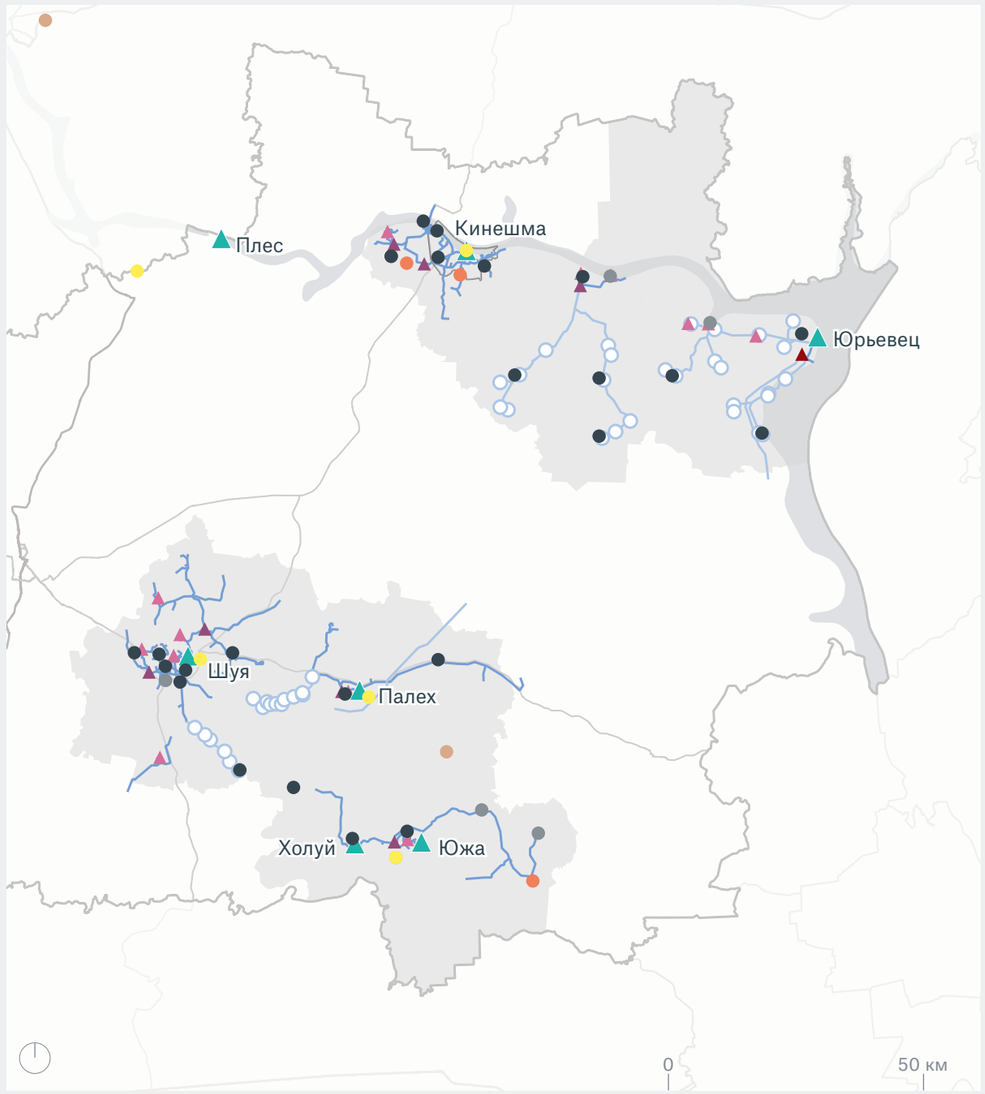
Муром:

Газоснабжение	Водоснабжение и водоотведение	Система сбора, утилизации ТКО	Теплоснабжение	Электроснабжение
Средняя	**Средняя**	**Высокая**	**Средняя**	**Средняя**
Город Муром и Муромский район на текущий момент имеет высокую степень газификации. Будут дополнительно газифицированы 4 населенных пункта и построено 21,9 км газопроводов.	Город Муром и Муромский район на текущий момент имеют централизованное водоснабжение и водоотведение	Запланированы дополнительные мощности которые заменят действующие и снизят количество захороняемого мусора за счет его переработки и утилизации.	Город Муром текущий момент имеет централизованное теплоснабжение[4]. Природные территории не подключены к централизованной системе отопления.	Город Муром и Муромский район на текущий момент имеют высокую степень обеспеченности электроэнергией. Резерв мощности электрических подстанций туристической зоны составляет 84,82 МВА

1 МУП Суздальские коммунальные системы (МУП СКС) и МУП Владимир Водоканал
2 МУП Водоканал г. Муром
3 ООО «Суздальтеплосбыт» и АО «Владимирские коммунальные системы»
4 ООО «Владимиртеплогаз»

Инженерная инфраструктура

Ивановская область



Граница региона
Граница муниципальных образований всесезонного курорта
Захоронение ТКО
Переработка ТКО
Утилизация ТКО
Свалка
Центральное теплоснабжение
Теплоснабжение отсутствует
Центральное водоснабжение
Водоснабжение отсутствует
Существующий газопровод
Планируемый газопровод
Существующие ГРС и ГРП
Планируемые ГРС и ГРП
Электроподстанции (Резерв > 1 МВА)
Электроподстанции (Резерв < 1 МВА)
Электроподстанции (Резерв = 0 МВА)

Возможность удовлетворения прогнозных потребностей при развитии туристической инфраструктуры

Кинешма — Юрьевец:

Газоснабжение

Средняя

Города Кинешма, Юрьевец и Плес газифицированы. а их районы на текущий момент имеют низкую степень газификации. Будут дополнительно газифицированы 27 населенных пунктов и построено 147 км газопроводов.

Водоснабжение и водоотведение

Средняя

Города Кинешма и Юрьевец на текущий момент имеют централизованное водоснабжение и водоотведение[1]

Система сбора, утилизации ТКО

Высокая

Запланированы дополнительные мощности которые заменят действующие и снизят количество захороняемого мусора за счет его переработки и утилизации.

Теплоснабжение

Высокая

Города Кинешма и Юрьевец на текущий момент имеют централизованное теплоснабжение[3].

Электроснабжение

Средняя

Города Кинешма, Юрьевец и их районы имеют среднюю степень обеспеченности электроэнергией. Резерв мощности электрических подстанций туристической зоны составляет 68,97 МВА.

Шуя — Палех — Южа — Холуй:

Газоснабжение

Средняя

Города Шуя, Палех и Южа газифицированы, а их районы на текущий момент имеют среднюю(Шуя) и низкую(Палех, Южа) степень газификации . Будут дополнительно газифицированы 17 населенных пунктов и построено 54,7 км газопроводов.

Водоснабжение и водоотведение

Средняя

Города Палех и Шуя на текущий момент имеют централизованное водоснабжение и водоотведение[2]

Система сбора, утилизации ТКО

Высокая

Запланированы дополнительные мощности которые заменят действующие и снизят количество захороняемого мусора за счет его переработки и утилизации.

Теплоснабжение

Средняя

Города Палех, Щуя, Юрьевец на текущий момент имеют централизованное теплоснабжение[4]. В с. Холуй отсутствует централизованное теплоснабжение.

Электроснабжение

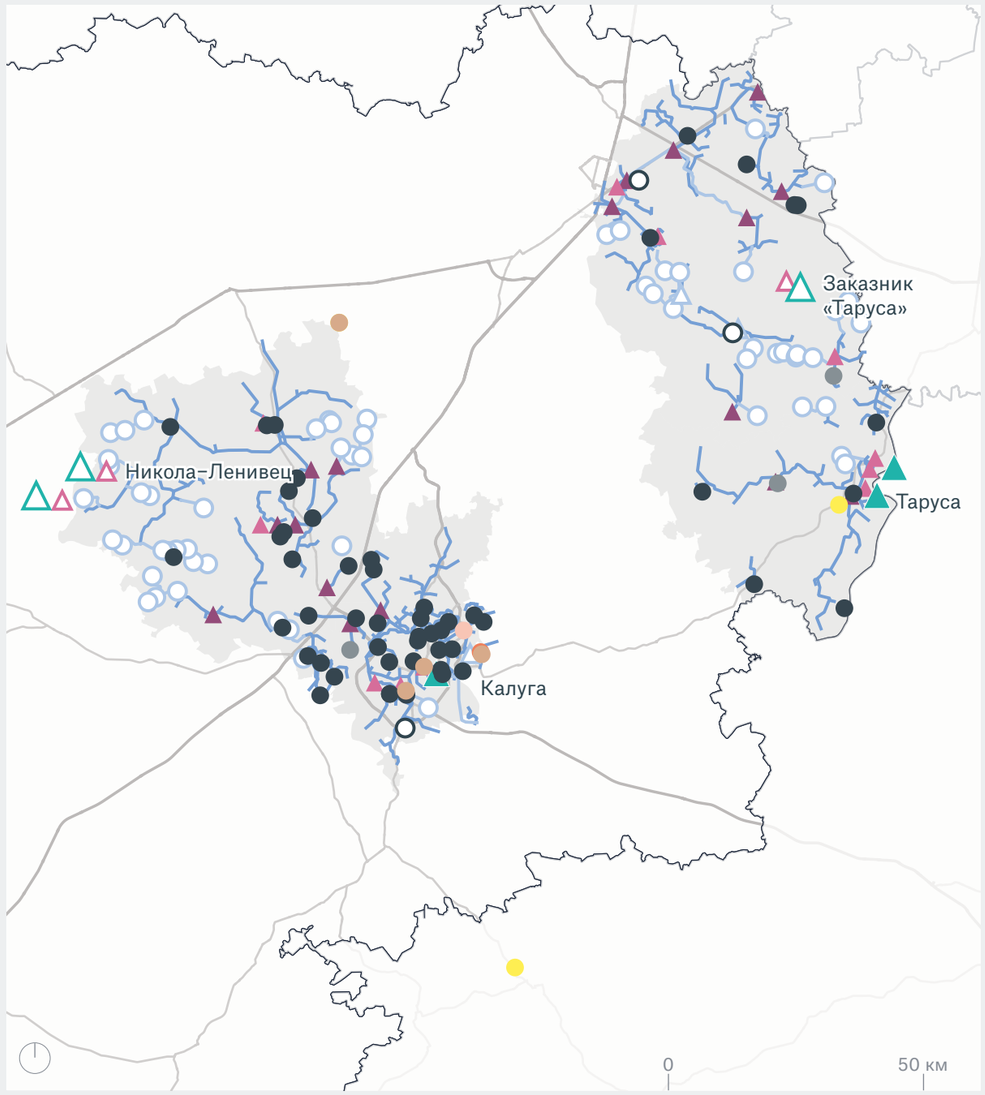
Средняя

Город Шуя и ее район на текущий момент имеют высокую степень обеспеченности электроэнергией, города Южа и Палех и их районы – низкую. Резерв мощности электрических подстанций туристической зоны составляет 119,26 МВА.

1. Г.о. Кинешма АО Водоканал Иваново и МУП Муниципальная управляющая компания, г. Юрьевец/ООО Аква–город
2. МУП Палехский туристский центр и подразделение г. о. Шуя АО Водоканал Иваново
3. МУП г. Кинешмы "ОК и ТС" и ООО "Сетевик", ООО "Районная котельная №2" в г. Юрьевец
4. МУП "Шуйскское Ок и Тс", ООО "Теплосервис", ООО "Объединенные котельные"

Инженерная инфраструктура

Калужская область



Граница региона
Граница муниципальных образований всесезонного курорта
Захоронение ТКО
Переработка ТКО
Утилизация ТКО
Свалка
Центральное теплоснабжение
Теплоснабжение отсутствует
Центральное водоснабжение
Водоснабжение отсутствует
Существующий газопровод
Планируемый газопровод
Существующие ГРС и ГРП
Планируемые ГРС и ГРП
Электроподстанции (Резерв > 1 МВА)
Электроподстанции (Резерв < 1 МВА)
Электроподстанции (Резерв = 0 МВА)

Возможность удовлетворения прогнозных потребностей при развитии туристической инфраструктуры

Никола–Ленивец:

Газоснабжение

Средняя

Степень газификации парка низкая, однако будут дополнительно газифицированы 34 населенных пунктов и построено 77,5 км газопроводов.

Водоснабжение и водоотведение

Средняя

На территории парка Никола–Ленивец, который входит в территорию национального парка Угра не предусмотрено централизованное водоснабжение и водоотведение

Система сбора, утилизации ТКО

Высокая

Запланированы дополнительные мощности которые заменят действующие и снизят количество захороняемого мусора за счет его переработки и утилизации.

Теплоснабжение

Низкая

На территории парка Никола–Ленивец, который входит в территорию национального парка Угра не предусмотрено централизованное теплоснабжение.

Электроснабжение

Средняя

Текущая степень обеспеченности электроэнергией парка Никола–Ленивец оценивается как низкая.
Резерв мощности электрических подстанций туристической зоны составляет 337,88 МВА.

Таруса:

Газоснабжение

Высокая

Город Таруса на имеет среднюю степень газификации, при этом степень газификации Тарусского района оценивается как низкая. Будут дополнительно газифицированы 25 населенных пунктов и построено 87,15 км газопроводов.

Водоснабжение и водоотведение

Высокая

В городе Таруса на текущий момент за центральное водоснабжение и водоотведение отвечает ГП Калугаоблводоканал.

Система сбора, утилизации ТКО

Высокая

Запланированы дополнительные мощности которые заменят действующие и снизят количество захороняемого мусора за счет его переработки и утилизации.

Теплоснабжение

Высокая

Город Таруса на текущий момент имеет централизованное теплоснабжение[1].

Электроснабжение

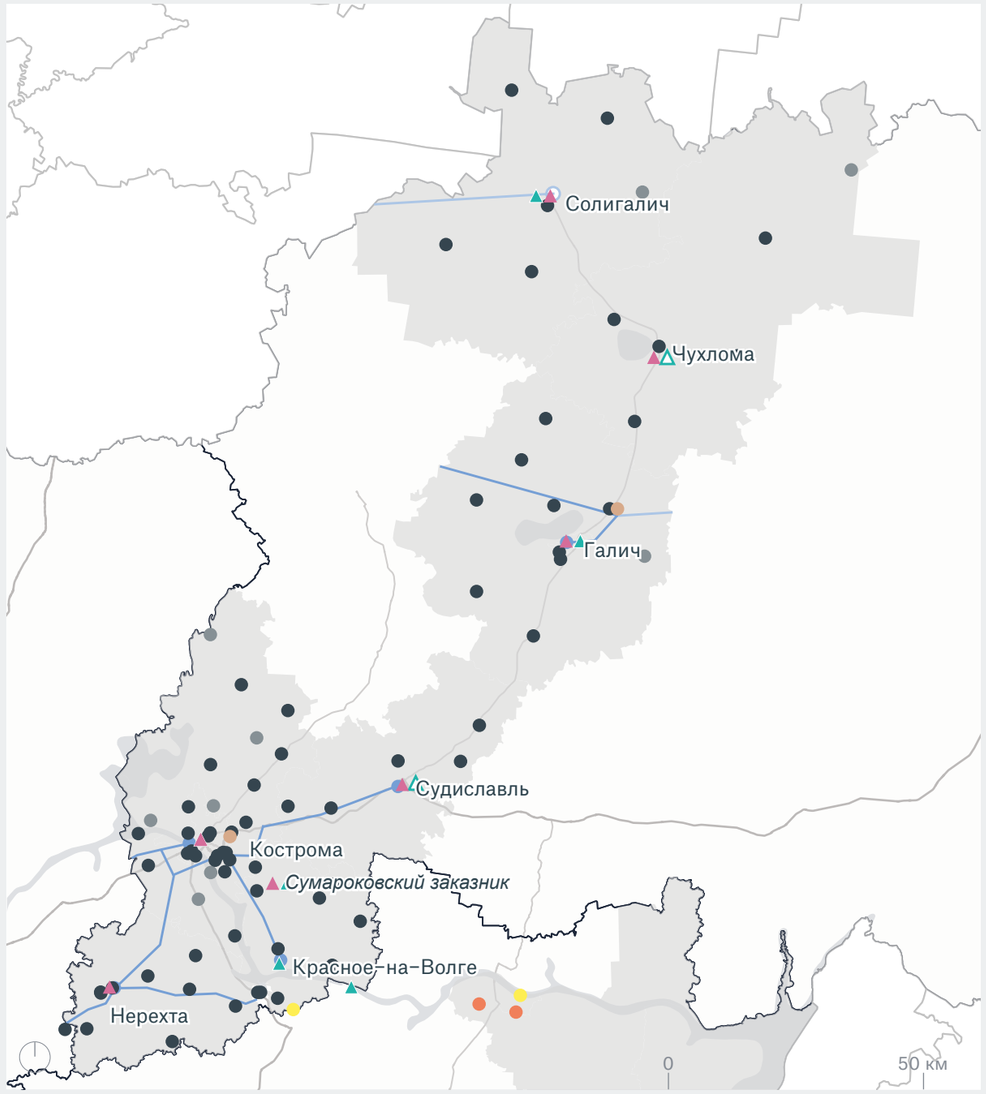
Низкая

Город Таруса и Тарусский район имеют низкую степень обеспеченности электроэнергией.
Резерв мощности электрических подстанций туристической зоны составляет 18,92 МВА.

1. МУП "ТКП"

Инженерная инфраструктура

Костромская область



Граница региона
Граница муниципальных образований всесезонного курорта
Захоронение ТКО
Переработка ТКО
Утилизация ТКО
Свалка
Центральное теплоснабжение
Теплоснабжение отсутствует

Центральное водоснабжение
Водоснабжение отсутствует
Существующий газопровод
Планируемый газопровод
Существующие ГРС и ГРП
Планируемые ГРС и ГРП
Электроподстанции (Резерв > 1 МВА)
Электроподстанции (Резерв < 1 МВА)
Электроподстанции (Резерв = 0 МВА)

Возможность удовлетворения прогнозных потребностей при развитии туристической инфраструктуры

Кострома и окрестности:

Газоснабжение	Водоснабжение и водоотведение	Система сбора, утилизации ТКО	Теплоснабжение	Электроснабжение
Средняя	**Средняя**	**Высокая**	**Средняя**	**Высокая**
Кострома газифицирована. Область включена в программу газификации до 2028*.	Город Кострома на текущий момент имеет централизованное водоснабжение и водоотведение[1], однако природные территории не обеспечены инфраструктурой.	Запланированы дополнительные мощности которые заменят действующие и снизят количество захороняемого мусора за счет его переработки и утилизации.	Город Кострома на текущий момент имеет централизованное теплоснабжение[3], однако природные территории не обеспечены инфраструктурой.	Город Кострома и Костромской район на текущий момент имеют высокую степень обеспеченности электроэнергией. Резерв мощности электрических подстанций туристической зоны составляет 372,24 МВА.

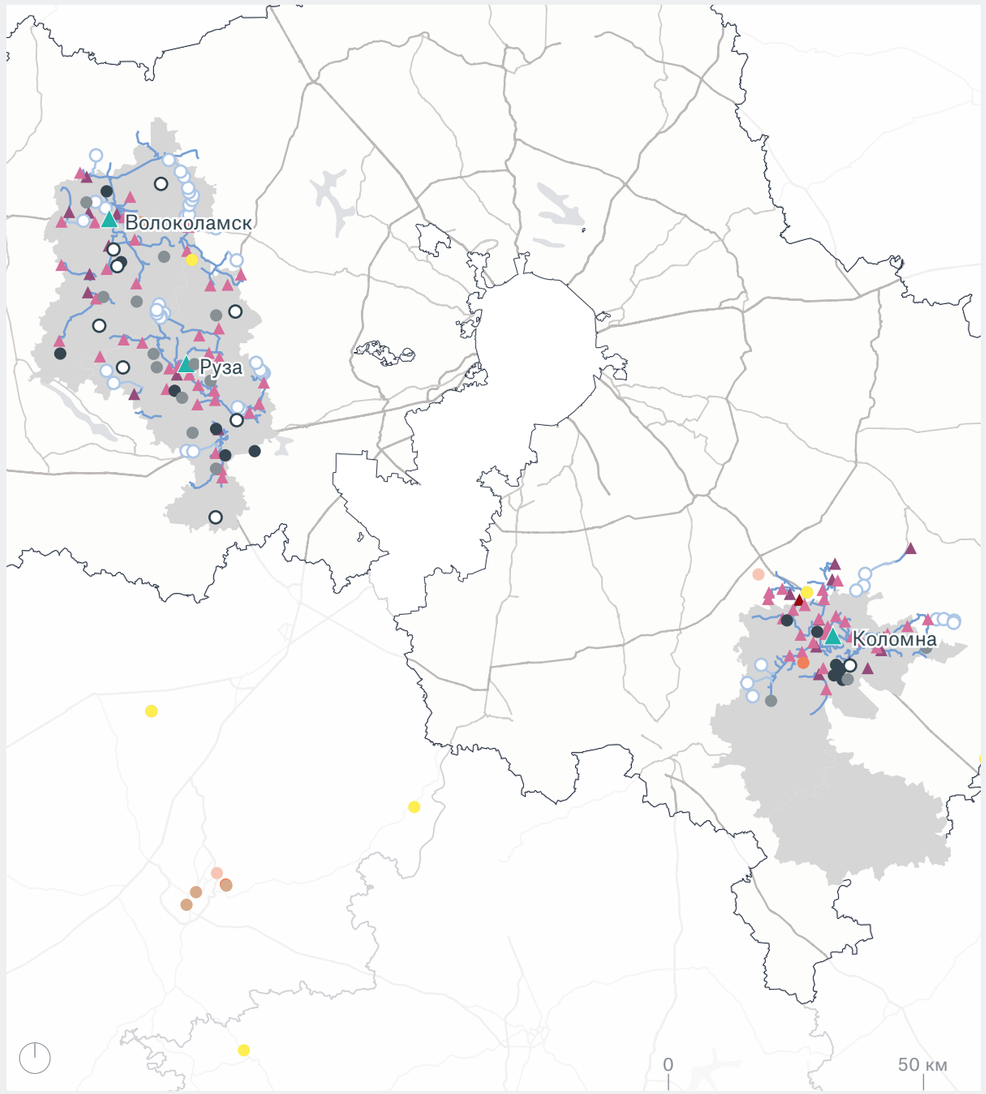
Галич — Чухлома — Солигалич:

Газоснабжение	Водоснабжение и водоотведение	Система сбора, утилизации ТКО	Теплоснабжение	Электроснабжение
Средняя	**Средняя**	**Высокая**	**Средняя**	**Средняя**
Галич газифицирован. Будут дополнительно построено 52,35 км газопроводов.	Города Галич и Солигалич на текущий момент имеют централизованное водоснабжение и водоотведение[2]	Запланированы дополнительные мощности которые заменят действующие и снизят количество захороняемого мусора за счет его переработки и утилизации.	Город Галич на текущий момент имеет централизованное теплоснабжение[4]. В городе Солигалич централизованное теплоснабжение отсутствует.	Города Галич и Солигалич и их районы на текущий момент имеют среднюю степень обеспеченности электроэнергией. Резерв мощности электрических подстанций туристической зоны составляет 55,12 МВА.

1. МУП КостромаАгроВодоканал
2. МУП Райводоканал Солигаличского района
3. ПАО «ТГК-2», ООО «Газпром теплоэнерго Иваново» Филиал «Костромской»
4. МУКП «Галичская теплоснабжающая организация», АО «Галичский автокрановый завод»

Инженерная инфраструктура

Московская область



Возможность удовлетворения прогнозных потребностей при развитии туристической инфраструктуры

Коломна — Зарайск:

Газоснабжение	Водоснабжение и водоотведение	Система сбора, утилизации ТКО	Теплоснабжение	Электроснабжение
Высокая	**Высокая**	**Высокая**	**Высокая**	**Высокая**
Коломна и Коломенский район имеют высокую степень газификации. Будут дополнительно газифицированы 10 населенных пунктов и построено 37 км газопроводов.	Город Коломна и Коломенский район на текущий момент имеют централизованное водоснабжение и водоотведение[1]	Текущие мощности по захоронению и переработке ТКО в Московском регионе оцениваются как высокие. Запланированы дополнительные мощности которые заменят действующие.	Город Коломна и Коломенский район на текущий момент имеют централизованное теплоснабжение[3].	Город Коломна и Коломенский район на текущий момент имеют высокую степень обеспеченности электроэнергией. Резерв мощности электрических подстанций туристической зоны составляет 68,09 МВА.

Волоколамск — Руза:

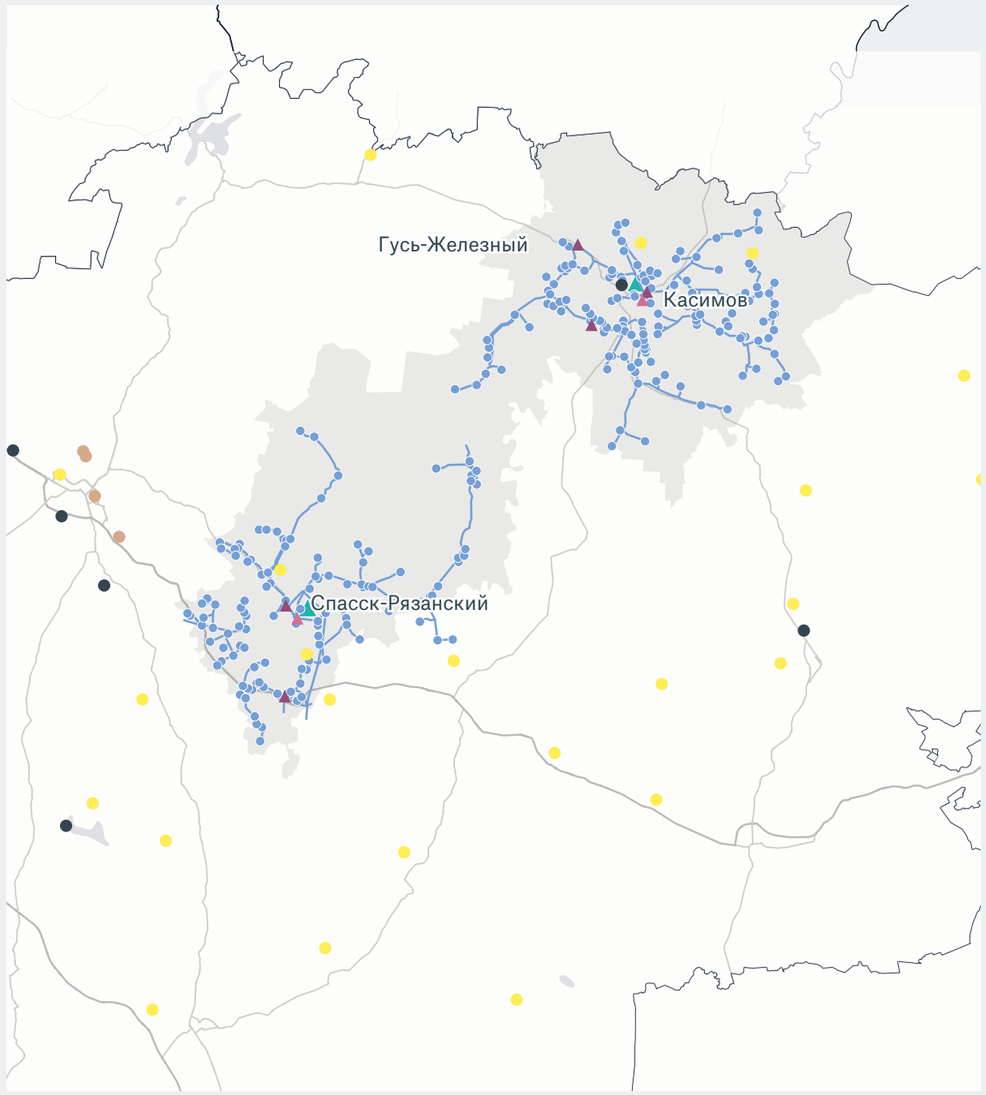
Газоснабжение	Водоснабжение и водоотведение	Система сбора, утилизации ТКО	Теплоснабжение	Электроснабжение
Высокая	**Высокая**	**Высокая**	**Высокая**	**Средняя**
Города Волоколамск и Руза имеют высокую степень газификации. Будут дополнительно газифицированы 33 населенных пункта и построено 84,3 км газопроводов.	Города Волоколамск и Руза на текущий момент имеют централизованное водоснабжение и водоотведение[2]	Текущие мощности по захоронению и переработке ТКО в Московском регионе оцениваются как высокие. Запланированы дополнительные мощности которые заменят действующие.	Города Волоколамск и Руза и их районы на текущий момент имеют централизованное теплоснабжение.	Города Волоколамск и Руза и их районы на текущий момент имеют среднюю степень обеспеченности электроэнергией. Резерв мощности электрических подстанций туристической зоны составляет 85,49 МВА.

- Граница региона
- Граница муниципальных образований всесезонного курорта
- Захоронение ТКО
- Переработка ТКО
- Утилизация ТКО
- Свалка
- Центральное теплоснабжение
- Теплоснабжение отсутствует
- Центральное водоснабжение
- Водоснабжение отсутствует
- Существующий газопровод
- Планируемый газопровод
- Существующие ГРС и ГРП
- Планируемые ГРС и ГРП
- Электроподстанции (Резерв > 1 МВА)
- Электроподстанции (Резерв < 1 МВА)
- Электроподстанции (Резерв = 0 МВА)

1. МУП Тепло Коломны объединенные инженерные системы, МУП Коммунальное хозяйство Коломенского муниципального района
2. АО Волоколамское ПТП РЖКХ и АО ЖИЛСЕРВИС
3. МУП «Тепло Коломны объединенные инженерные системы»
4. АО «Волоколамское ПТП РЖКХ» и АО «Жилсервис»

Инженерная инфраструктура

Рязанская область



Граница региона
Граница муниципальных образований всесезонного курорта
Захоронение ТКО
Переработка ТКО
Утилизация ТКО
Свалка
Центральное теплоснабжение
Теплоснабжение отсутствует
Центральное водоснабжение
Водоснабжение отсутствует
Существующий газопровод
Планируемый газопровод
Существующие ГРС и ГРП
Планируемые ГРС и ГРП
Электроподстанции (Резерв > 1 МВА)
Электроподстанции (Резерв < 1 МВА)
Электроподстанции (Резерв = 0 МВА)

Возможность удовлетворения прогнозных потребностей при развитии туристической инфраструктуры

Касимов:

Газоснабжение

Средняя

Касимов газифицирован, Касимовский район имеет среднюю степень газификации. Мероприятия по дополнительной газификации не запланированы.

Водоснабжение и водоотведение

Высокая

Город Касимов имеет централизованное водоснабжение и водоотведения

Система сбора, утилизации ТКО

Высокая

Запланированы дополнительные мощности которые заменят действующие и снизят количество захороняемого мусора за счет его переработки и утилизации.

Теплоснабжение

Высокая

Город Касимов имеет централизованное теплоснабжение.

Электроснабжение

Высокая

Город Касимов средне обеспечен электроэнергией. Резерв мощности электрических подстанций туристической зоны составляет 11,84 МВА.

Спасск-Рязанский:

Газоснабжение

Средняя

Город Спасск-Рязанский газифицирован, однако Спасск-Рязанский район имеет среднюю степень газификации. Запланировано техническое перевооружение ГРС "Кирицы"

Водоснабжение и водоотведение

Средняя

Город Спасск-Рязанский имеют централизованное водоснабжение и водоотведение, однако территории района не имеют[1]

Система сбора, утилизации ТКО

Высокая

Запланированы дополнительные мощности которые заменят действующие и снизят количество захороняемого мусора за счет его переработки и утилизации.

Теплоснабжение

Высокая

Город Спасск-Рязанский имеет централизованное теплоснабжение.

Электроснабжение

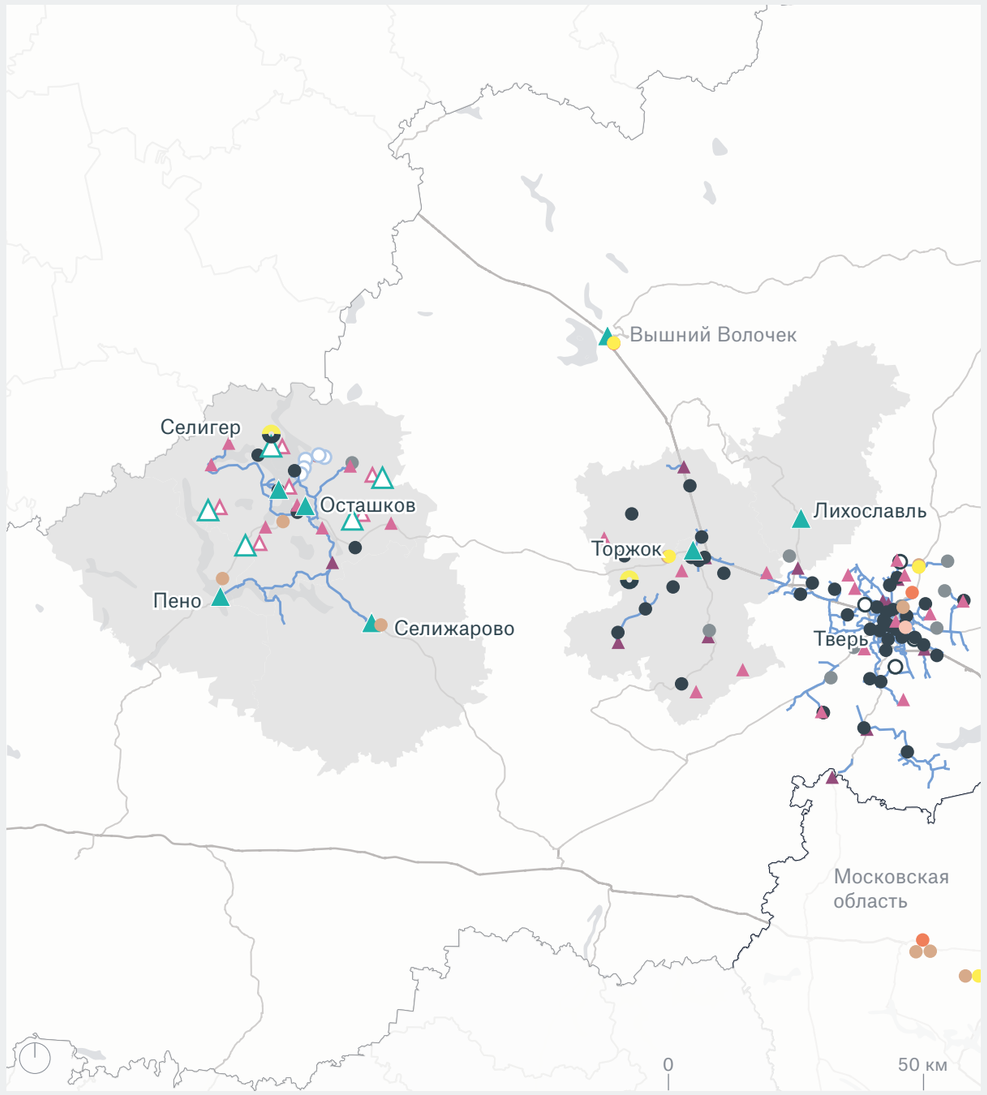
Средняя

Город Спасск-Рязанский имеет среднюю степень обеспеченности электроэнергией. Резерв мощности электрических подстанций туристической зоны составляет 1,97 МВА.

1. МУП Водоканал г. Рязань
2. МУП "РМПТС"

Инженерная инфраструктура

Тверская область



Возможность удовлетворения прогнозных потребностей при развитии туристической инфраструктуры

Оз. Селигер:

Газоснабжение	Водоснабжение и водоотведение	Система сбора, утилизации ТКО	Теплоснабжение	Электроснабжение
Низкая	**Средняя**	**Высокая**	**Средняя**	**Низкая**
Осташков, Пено и Селижарово газифицироаны, Дополнительно будут газифицированы 5 населенных пунктов и построено 12,46 км газопроводов.	Город Осташков, Пено и Селижарово на текущий момент имеют централизованное водоснабжение и водоотведение[1]	Запланированы дополнительные мощности которые заменят действующие и снизят количество захороняемого мусора за счет его переработки и утилизации.	Города Осташков, Пено и Селижарово на текущий момент имеют централизованное теплоснабжение[3], природные территории инфраструктурой не обеспечены.	Город Осташков и Осташковский район имеют низкую. степень обеспеченности электроэнергией. Резерв мощности электрических подстанций туристической зоны составляет 50,23 МВА.

Торжок:

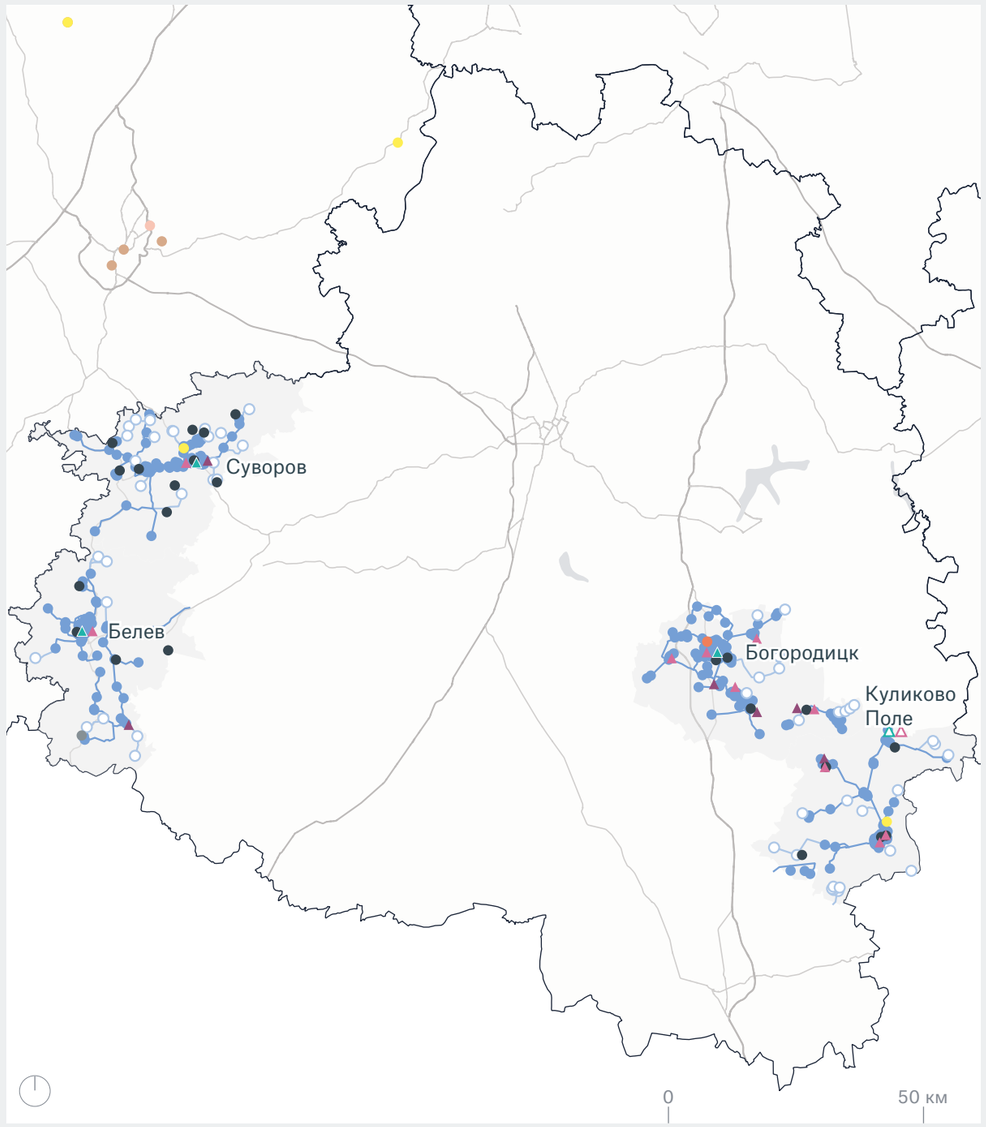
Газоснабжение	Водоснабжение и водоотведение	Система сбора, утилизации ТКО	Теплоснабжение	Электроснабжение
Средняя	**Высокая**	**Высокая**	**Средняя**	**Высокая**
Город Торжок газифицирован, однако Торжокский район имеет низкую степень газификации. Торжокский район не входит в программу газификации ПАО Газпром 2021–2025	Города Торжок, Лихославль и Вышний Волочек на текущий момент имеют централизованное водоснабжение и водоотведение[2]	Запланированы дополнительные мощности которые заменят действующие и снизят количество захороняемого мусора за счет его переработки и утилизации.	Города Торжок и Лихославль на текущий момент имеют централизованное теплоснабжение[4], природные территории инфраструктурой не обеспечены.	Города Торжок, Лихославль, Вышний Волочек и их районы имеют высокую степень обеспеченности электроэнергией. Резерв мощности электрических подстанций туристической зоны составляет 405,4 МВА.

- Граница региона
- Граница муниципальных образований всесезонного курорта
- Захоронение ТКО
- Переработка ТКО
- Утилизация ТКО
- Свалка
- Центральное теплоснабжение
- Теплоснабжение отсутствует
- Центральное водоснабжение
- Водоснабжение отсутствует
- Существующий газопровод
- Планируемый газопровод
- Существующие ГРС и ГРП
- Планируемые ГРС и ГРП
- Электроподстанции (Резерв > 1 МВА)
- Электроподстанции (Резерв < 1 МВА)
- Электроподстанции (Резерв = 0 МВА)

1. МУП Осташков–Водоканал, ООО Строй—Комплект и Селижаровское МУП
2. Торжковский МУП Водоканал, МУП Водоканал г. Лихославль/УК ООО ЖКХ–Сервис и ООО Вышний Волочек–СПЕЦСТРОЙ
3. ООО «Газпром Теплоэнерго Тверь» и ООО «СелигерЭнергоПром" (Осташков), ООО «Строй–Комплект» (Пено), Селижаровское МУП «Тепловые сети» (Селижарово)
4. МУП г. Торжка "Горэнерго" и МУП г. Торжка "Теплосбыт", ООО «Тверьэнергогаз» в Лихославле

Инженерная инфраструктура

Тульская область



Граница региона
Граница муниципальных образований всесезонного курорта
Захоронение ТКО
Переработка ТКО
Утилизация ТКО
Свалка
Центральное теплоснабжение
Теплоснабжение отсутствует
Центральное водоснабжение
Водоснабжение отсутствует
Существующий газопровод
Планируемый газопровод
Существующие ГРС и ГРП
Планируемые ГРС и ГРП
Электроподстанции (Резерв > 1 МВА)
Электроподстанции (Резерв < 1 МВА)
Электроподстанции (Резерв = 0 МВА)

Возможность удовлетворения прогнозных потребностей при развитии туристической инфраструктуры

Белев:

Газоснабжение

Высокая

Города Белев, Суворов и их районы на текущий момент имеет среднюю степень газификации Будут дополнительно газифицированы 26 населенных пунктов и построено 77,9 км газопроводов.

Водоснабжение и водоотведение

Средняя

Города Белев и Суворов на текущий момент имеют централизованное водоснабжение и водоотведение[1]

Система сбора, утилизации ТКО

Высокая

Запланированы дополнительные мощности которые заменят действующие и снизят количество захороняемого мусора за счет его переработки и утилизации.

Теплоснабжение

Высокая

Города Белев и Сувопров на текущий момент имеют централизованное теплоснабжение[3].

Электроснабжение

Средняя

Белевский район имеет среднюю степень обеспеченности электроэнергией. Резерв мощности электрических подстанций туристической зоны составляет 102,85 МВА

Богородицк — Куликово Поле:

Газоснабжение

Высокая

Город Богородицк и Богородицкий район на текущий момент имеет высокую степень газификаци. Будут дополнительно газифицированы 26 населенных пунктов и построено 61,8 км газопроводов.

Водоснабжение и водоотведение

Средняя

Города Богородицк и Богородицкий район на текущий момент имеют централизованное водоснабжение и водоотведение[2]

Система сбора, утилизации ТКО

Высокая

Запланированы дополнительные мощности которые заменят действующие и снизят количество захороняемого мусора за счет его переработки и утилизации.

Теплоснабжение

Средняя

Город Богородицк на текущий момент имеет централизованное теплоснабжение[4] На территории заповедника Куликово Поле централизованное теплоснабжение отсутствует.

Электроснабжение

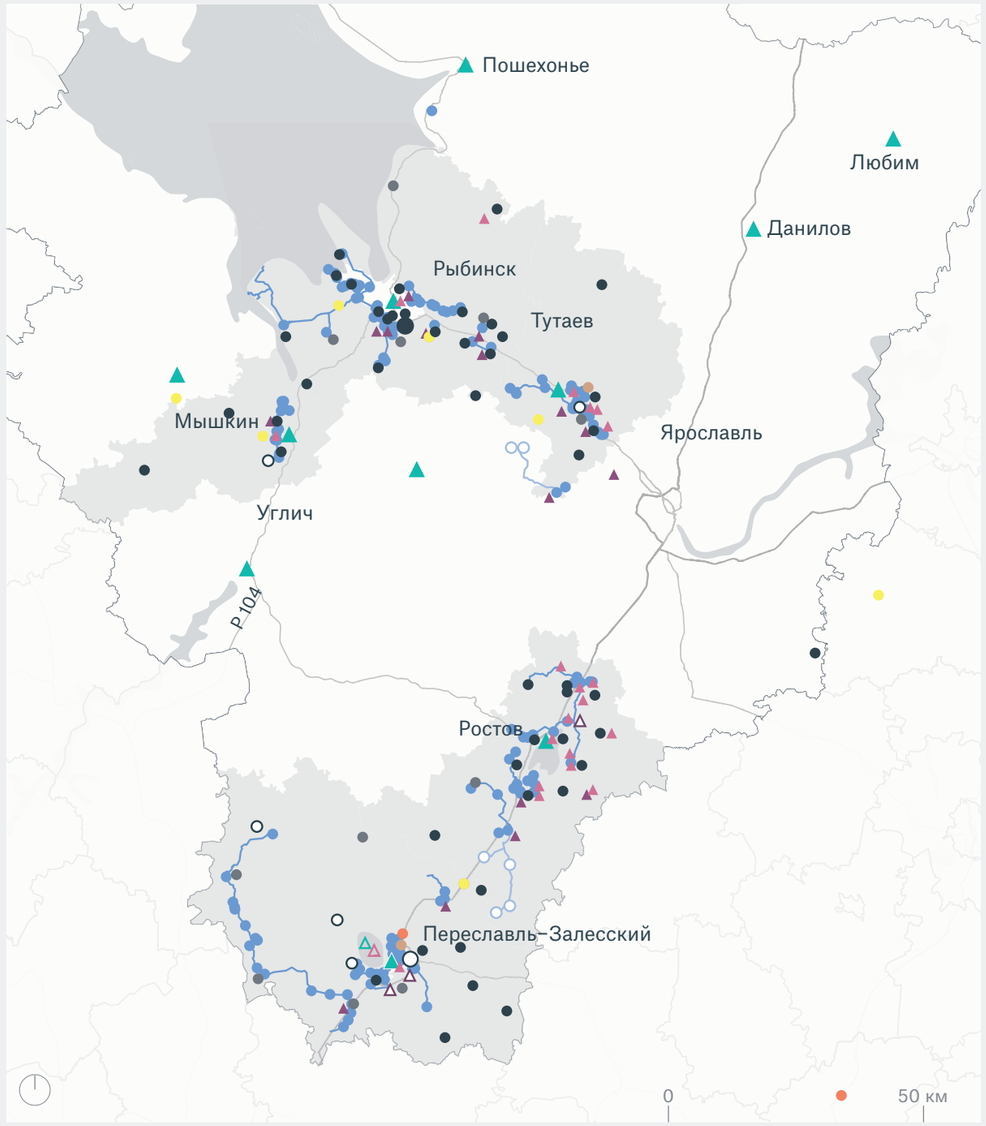
Средняя

Город Богородицк, Богородицкий район имеют высокую степень обеспеченности электроэнергией, природная охраняемая территория Куликово поле – низкую. Резерв мощности электрических подстанций туристической зоны составляет 87,81 МВА.

1. МУП "Белевское коммунальное хозяйство" и ООО "Магнум"
2. МП ВОДОКАНАЛ МО Богородицкого р-на
3. ООО «ЭнергоГазИнвест-Тула» и ООО «Теплоэнергетик» (г. Белев) и АО "Энергия-1" (Суворов)
4. ООО «ЭнергоГазИнвест-Тула»

Инженерная инфраструктура

Ярославская область



Граница региона
Граница муниципальных образований всесезонного курорта
Захоронение ТКО
Переработка ТКО
Утилизация ТКО
Свалка
Центральное теплоснабжение
Теплоснабжение отсутствует
Центральное водоснабжение
Водоснабжение отсутствует
Существующий газопровод
Планируемый газопровод
Существующие ГРС и ГРП
Планируемые ГРС и ГРП
Электроподстанции (Резерв > 1 МВА)
Электроподстанции (Резерв < 1 МВА)
Электроподстанции (Резерв = 0 МВА)

Возможность удовлетворения прогнозных потребностей при развитии туристической инфраструктуры

Мышкин — Рыбинск — Тутаев:

Газоснабжение

Средняя

Города Мышкин, Рыбинск и Тутаев газифицированы, а их районы на текущий момент имеют низкую степень газификации. Будут дополнительно газифицированы 26 населенных пунктов и построено 254,63 км газопроводов.

Водоснабжение и водоотведение

Высокая

Города Рыбинск, Мышкин, Тутаев имеют центральное водоснабжение1

Система сбора, утилизации ТКО

Высокая

Запланированы дополнительные мощности которые заменят действующие и снизят количество захороняемого мусора за счет его переработки и утилизации.

Теплоснабжение

Высокая

Города Рыбинск, Мышкин, Тутаев имеют централизованное теплоснабжение[3].

Электроснабжение

Высокая

Резерв мощности электрических подстанций туристической зоны составляет 194,67 МВА

Переславль-Залесский — Ростов:

Газоснабжение

Средняя

Города Переславль-Залесский и Ростов газифицированы, а их районы на текущий момент имеют низкую степень газификации. Будут дополнительно газифицированы 11 населенных пунктов и построено 86,8 км газопроводов.

Водоснабжение и водоотведение

Низкая

Города имеют центральное водоснабжение[2], но природные территории и другие населенные пункты (в т.ч. Национальный парк «Плещеево озеро»)не обеспечены инфраструктурой

Система сбора, утилизации ТКО

Высокая

Запланированы дополнительные мощности которые заменят действующие и снизят количество захороняемого мусора за счет его переработки и утилизации.

Теплоснабжение

Средняя

Города Переславль-Залесский и Ростов имеют центральное водоснабжение[4], но природные территории (в т.ч. Национальный парк «Плещеево озеро») не обеспечены инфраструктурой

Электроснабжение

Средняя

Резерв мощности электрических подстанций туристической зоны составляет 59,74 МВА, свободная мощность подстанций городского округа Переславль-Залесский составляет 12,66 МВА.

1. ГП ЯО Северный водоканал (Рыбинск, Мышкин, Углич, Пошехонье, Данилов, Некоуз, Любим, Большое село) и ООО Водоканал ТМР (Тутаев)
2. МУП Комплекс и ГП ЯО Южный водоканал
3. МУП «Теплоэнерго» (Рыбинск), АО «Яркоммунсервис» (Мышкин), ОАО «Ярославская генерирующая компания» (Тутаев)
4. МУП «Теплосервис» (Переславль-Залесский) и ЗАО «Атрус», Филиал «Ростовский» ОАО «ЯГК»(Ростов)

Инженерная инфраструктура

Мероприятия при создании туристических объектов

Газоснабжение

Водоснабжение и водоотведение

Система сбора, утилизации ТКО

Теплоснабжение

Электроснабжение

При отсутствии централизованных сетей

В случае отсутствия технической возможности или экономической целесообразности подведения магистральных газовых сетей, при строительстве новых туристических объектов рекомендуется:

Мероприятия
- Использование автономных систем (котлы на твердом или жидком топливе) в качестве источников тепла;
- Использование в качестве дополнительных источников тепла возобновляемые источники энергии;
- Строительство энергоэффективных зданий.

В случае отсутствия технической возможности подведения магистрального водоснабжения и водоотведения, при строительстве новых туристических объектов рекомендуется:

Мероприятия
- Использование подземных вод (артезианские скважины);
- Водозабор из водоемов с последующей очисткой воды до нормативов;
- Строительство локальных очистных сооружения с очищением и сбросом стоков;
- Установка коллекторов для сбора дождевых стоков

В случае наличия технической возможности подведения сетей водоснабжения и водоотведения рекомендуется:

Мероприятия
- Замена и модернизация сетей (не менее 5% в год) и оборудования для ликвидации системной деградации и износа систем;
- Участие и получение финансирования в рамках федеральных и национальных проектов;
- Создание условий для привлечение частных инвестиций в отдельные инфраструктурные проекты.

В каждом регионе утверждена своя территориальная схема по обращению с отходами:

Мероприятия
- Предварительная сортировка и сепарирование мусора на полигонах или сортировочных центрах;
- Развитие инфраструктуры раздельного сбора мусора и компостирование органических отходов;
- Внедрение различных систем мотивации жителей на раздельный сбор отходов;
- Стимулирование использования многооборотных товаров, тары и упаковки;
- Привлечение инвестиций (концессии, ГЧП проекты) для строительства дополнительных мощностей по переработке и утилизации отходов;
- Рекультивация нелегальных свалок или полигонов, исчерпавших проектные мощности по захоронению отходов;
- Организация дополнительных пунктов приема мусора региональными операторами на природных территориях.

В случае отсутствия технической возможности или экономической целесообразности подведения магистральных сетей теплоснабжения, при строительстве новых туристических объектов рекомендуется:

Мероприятия
- Индивидуальными отопительные установки с использованием газа в качестве топлива;
- Использование твердотопливных котлов на угле или древесном топливе;
- Использование в качестве дополнительных источников тепла возобновляемые источники энергии

В случае отсутствия технической возможности или экономической целесообразности подведения магистральных газовых сетей, при строительстве новых туристических объектов рекомендуется:

Мероприятия
- Использование дизель–генераторной подстанции;
- Использование когенерации (выработка тепла и электричества);
- Использование солнечных батарей в качестве дополнительного источника;
- Применение энергосберегающих технологий.

При наличии централизованных сетей

В случае наличия технической возможности подведения магистральных газовых сетей рекомендуется:

Мероприятия
- Привлечение частных инвестиций в строительство магистральных газопроводов и ГРС для перспективных туристических территорий, например по схемам ГЧП, концессиям или с участием государственной корпорации Туризм РФ.

В случае наличия технической возможности подведения сетей теплоснабжения рекомендуется:

Мероприятия
- Своевременная замена и модернизация сетей;
- Разработка качественных схем теплоснабжения муниципалитетов и реализации запланированных мероприятий;
- Создание условий для привлечение частных инвестиций в отдельные инфраструктурные проекты.

В случае наличия технической возможности подведения сетей электроснабжения рекомендуется:

Мероприятия
- Включение территорий Всесезонных курортов в схему и программу перспективного развития электроэнергетики на ближайшие годы. Расположение и требуемая мощность требуемой инфраструктуры будут определены на следующем этапе.

4. Механизмы и методики реализации

4A Специальные экономические режимы

4B Выравнивание сезонности спроса: событийное программирование

4C Работа с объектами культурного наследия на территории

4D Обеспечение сбалансированной антропогенной нагрузки: природные территории

4E Обеспечение сбалансированной антропогенной нагрузки: территории населенных пунктов

4F Обеспечение устойчивости инженерных ресурсов

4G Обеспечение рынка труда кадрами в сфере туризма

Обеспечение БЗК необходимыми кадрами к 2035 г.

Участники кадрового рынка в сфере туризма, их взаимодействие и основные проблемы[1]



Публичная власть

Государственные управленцы и советники разных уровней власти

▼ Предоставление мер поддержки занятости и найма, разработка отраслевых и образовательных стандартов



Образовательные учреждения

Государственные и частные образовательные учреждения ВО и СПО.

▼ Подготовка специалистов ВО и СПО, услуги ДПО



Частный сектор

Предприниматели туристической сферы БЗК, инициативы местных жителей.

▼ Оплата труда и предоставление социальных бонусов сотрудникам



Работники/студенты

Линейные сотрудники и управленцы гостиничного бизнеса и сферы услуг, работники культуры.

Отраслевые стандарты охватывают не все специальности

7 из 9 регионов
озвучили проблему нехватки профессиональных экскурсоводов и сотрудников культурных учреждений[3]

Несоответствие ФГОС стандартам работодателей

в 2013 г.
были впервые опубликованы ФГОС среднего профессионального образования для линейных позиций в сфере туризма[4]

Нехватка квалифицированного персонала

до 3 месяцев
может занимать процесс поиска кадров для гостиничной и сервисной индустрии в БЗК, ситуация обостряется в пиковый сезон[3]

Недостаточная оплата труда делает отрасль непривлекательной

на 30%
меньше среднего получают специалисты в сфере туризма по сравнению с другими отраслями[2]

1 Обеспечение достаточного качества туристических кадров в БЗК

Отраслевые и образовательные стандарты не успевают адаптироваться к изменениям рынка

2 Обеспечение достаточного количества туристических кадров в БЗК

Условия работы на БЗК недостаточно конкурентны для привлечения и удержания нужного количества кадров

1. Ключевые участники обозначены по The Future of Work and Skills Development in Tourism — Policy Paper, UNWTO, Madrid, 2019.
2. Согласно исследованию «Рынок труда и оплаты в России за 2019 г.» от hh.ru, в расчете учитывались вакансии уровня «Специалист и Ведущий специалист».
3. Согласно результатам стратегических сессий и круглых столов с представителями бизнеса, проведенных в рамках 1 этапа.
4. Например, ФГОС 43.01.09 Повар, кондитер и ФГОС 100114.01 Официант, бармен.
5. Подробнее о способах выравнивания туристического потока см. в разделе «Управление туристическим потоком».

Обеспечение достаточного качества туристических кадров

Создание гибкой платформы для обучения кадров БЗК и снижения порога входа в профессию

на 5%
выше средний балл ЕГЭ поступающих в вузы по сервисным направлениям, чем средний балл по региону[1]

«гибкие навыки»*
основной предмет несоответствия ФГОС туристических специальностей и рекомендаций UNWTO[2]

Новая образовательная платформа БЗК

Онлайн-составляющая

Целевая аудитория:
- работники / студенты и местные жители.

Развиваемые навыки:
- гостеприимство и сервис;
- креативность и эмпатия;
- основы межкультурной коммуникации;
- краеведение.

Обучение на существующей цифровой платформе или создание новой платформы БЗК

Офлайн-составляющая

Целевая аудитория:
- предприниматели БЗК, публичная власть.

Развиваемые навыки:
- гостеприимство и сервис;
- креативность и эмпатия;
- основы межкультурной коммуникации;
- экологические основы развития туризма.

Регулярные тренинги, семинары и конференции, организуемые туристическим офисом[7]

- Качество туристического образования в БЗК сопоставимо или превосходит другие образовательные отрасли регионов[1];
- Решение проблемы отсутствия «гибких навыков» — открытая образовательная онлайн-платформа, способствующая непрерывному обучению[3];
- Профессиональное сообщество предпочитает офлайн-обучение[2]. Для него рекомендуется разработка программы регулярных тренингов и мастер-классов, конференции для обмена опытом;
- Развитие кадрового потенциала БЗК может быть передано в ведение туристического офиса. Программу обучения рекомендуется разработать совместно с учебными заведениями и бизнесом БЗК.

Оптимизация взаимодействия высших учебных заведений и бизнеса

Существующие способы взаимодействия[4]:

- **Производственные практики и стажировки**
- **Конференции**
- **Профессиональные конкурсы**
- **Бизнес-инкубаторы**
- **Участие работодателей в днях карьеры**

Способы взаимодействия, рекомендуемые к развитию:

- Базовые кафедры компаний в вузах
- Подготовка выпускной квалификационной работы в виде стартапа

- Студенты высшего образования направлений «Туризм», «Сервис» и «Гостиничное дело» могут совместно с предпринимателями БЗК разрабатывать новые маршруты, гостиницы или цифровые приложения для туристов в качестве выпускной работы;
- Новые способы взаимодействия образования и бизнеса рекомендуется создать в ключевых образовательных центрах БЗК: Московской и Ярославской областях;
- Потенциальная точка взаимодействия — согласование времени летней сессии и летней практики для помощи бизнесу в пиковый сезон[5].

* англ. Soft skills — мягкие, гибкие навыки — общие личностные навыки, не привязанные к конкретной профессии.

1. Согласно исследованию НИУ ВШЭ «Мониторинг качества приема в вузы», данные за 2021 г. по укрупненному направлению «Сфера обслуживания», включающему специальности торговое дело, товароведение, жилищное хозяйство и коммунальная инфраструктура, сервис, туризм, гостиничное дело, рекреация и спортивно-оздоровительный туризм. Для Тверской области взяты данные за 2020 г., для Костромской области данные недоступны.
2. Согласно отчету UNWTO The Future of Work and Skills Development in Tourism и ФГОС 43.03.01 Сервис, 43.03.02 Туризм и 43.03.03 Гостиничное дело.
3. Концепция непрерывного обучения входит в цель устойчивого развития ООН №4 «Качественное образование, а также международные индексы умных городов».
4. На основании исследования взаимодействия образовательных организаций и бизнеса, проведенного в рамках 1 этапа.
5. Согласно предложениям, высказанным представителями бизнеса и образования на стратегических сессиях в рамках 1 этапа.
6. Подробно функционал туристического офиса и форма его организации описаны в Приложении отчета.

Обеспечение достаточного количества туристических кадров

Улучшение условий труда для повышения привлекательности туристического сектора[1]

1 Новые инвестиционные проекты БЗК привлекут крупных игроков рынка и создадут расширенные карьерные возможности

на 47%
превышает средняя зарплата сотрудников гостиниц 4* и 5* среднюю зарплату работника менее престижной гостиницы[2]

на 20%
увеличится спрос на места размещения в гостиницах 4* и 5* в результате развития туризма в БЗК[3]

2 Стабильная занятость в туризме за счет смягчения сезонности туристического потока социокультурным программированием

на 60%
растет потребность в сотрудниках в пиковый туристический сезон в БЗК[4]

на 10%
снизится сезонность туристического потока БЗК в результате реализации мероприятий[4]

3 Повышение уровня занятости молодежи в туризме за счет популяризации субсидированного найма[5]

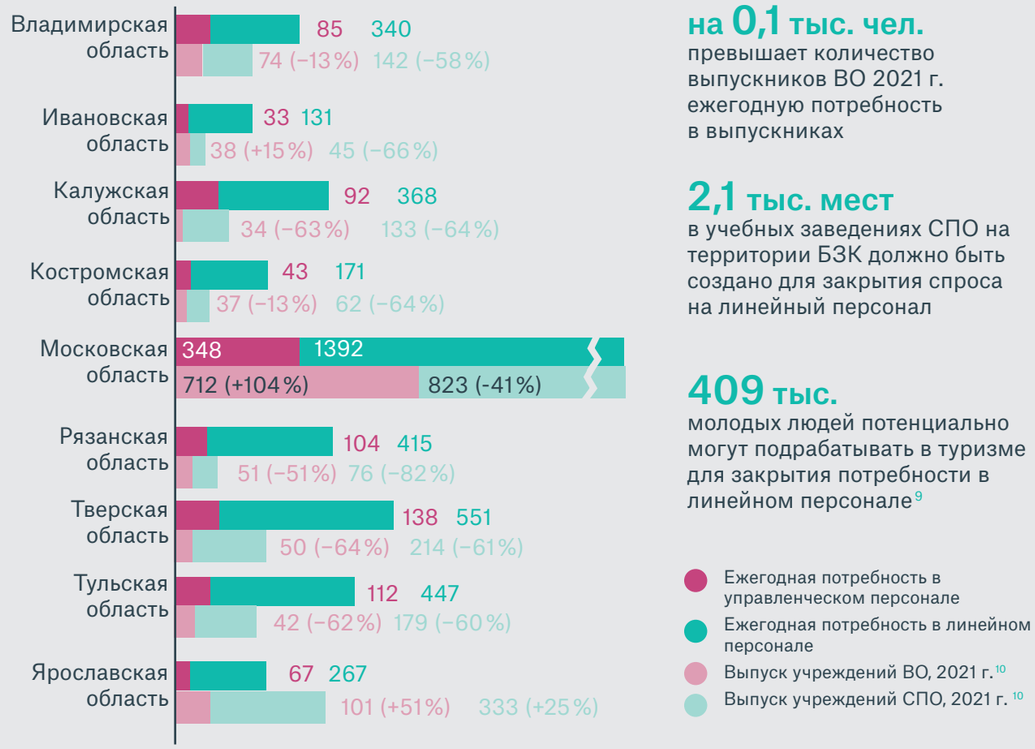
на 10%
занятость группы населения 15–29 лет меньше в регионах БЗК, чем в целом в России[6]

34%
жителей БЗК в возрасте 16–24 года готовы рассматривать сферу туризма как временное или постоянное место работы[7]

Развитие туризма на БЗК улучшит условия труда для существующих работников и повысит привлекательность отрасли

Соответствие существующего объема выпуска учебных заведений потребностям БЗК

Средняя ежегодная потребность в выпускниках ВО и СПО с учетом прогнозируемого изменения турпотока к 2035 г. по регионам[8]



на 0,1 тыс. чел.
превышает количество выпускников ВО 2021 г. ежегодную потребность в выпускниках

2,1 тыс. мест
в учебных заведениях СПО на территории БЗК должно быть создано для закрытия спроса на линейный персонал

409 тыс.
молодых людей потенциально могут подрабатывать в туризме для закрытия потребности в линейном персонале[9]

- Ярославская, Ивановская и Московская области могут полностью удовлетворить потребность БЗК в управленческих кадрах, но выпуска студентов СПО недостаточно для обеспечения линейных кадров;
- Программа субсидирования найма молодежи поможет работодателям удовлетворить спрос на линейный персонал, а новые образовательные платформы БЗК повысят уровень сервиса.

1. Рекомендации соответствуют ILO Guidelines on Decent Work and Socially Responsible Tourism.
2. Расчет КБ Стрелка по данным портала Работа в России министерства труда. В расчете учитывались вакансии в гостиницах Московской области по состоянию на октябрь 2022 на должности администратора, официанта, бармена, горничной и повара.
3. Методология расчета представлена в разделе 5.1 «Создание современной туристической инфраструктуры и сопутствующих сервисов разного формата» настоящего отчета.
4. Расчет сезонности по данным Сбера. Рассчитано как изменение стандартного отклонения от среднего в структуре потока по месяцам.
5. Согласно Постановлению Правительства Российской Федерации от 18.03.2022 №398, найм одного неквалифицированного работника субсидируется в размере 3 МРОТ, домноженных на региональный коэффициент и социальные отчисления.
6. По данным Росстата.
7. Согласно социологическому исследованию, проведенному для отчета 1 этапа.
8. Расчет основан на прогнозной потребности БЗК в гостиничных номерах и местах общественного питания. Для гостиничного бизнеса потребность в работниках оценивалась исходя из структуры спроса на 2035 г., веса для каждой из категорий гостиниц присвоены согласно методологии CORE.XP. Потребность в работниках общественного питания рассчитывалась с помощью переноса отношения количества работников в сфере общественного питания к количеству посадочных мест в 2019 г. по данным Росстата.
9. Согласно социологическому исследованию в рамках этапа 1, около 21% молодых людей в возрасте 16–24 готовы подрабатывать в индустрии туризма. Данный показатель был переложен на прогнозную численность населения регионов к 2035 г. по данным Росстата.
10. Согласно данным Минобрнауки и Министерства провещения.

Приложение

Определение видов туризма

По результатам социологического опроса территория БЗК привлекательна практически для всех типов аудитории с разными параметрами путешествий, поэтому задача территории сформировать новое предложение и новые локации для всех типов.

Сколько раз в год вы в среднем путешествуете? %



Какую сумму вы в среднем готовы тратить на путешествия в год на одного человека? %



В какой компании вы обычно путешествуете? %



В основном все туристы путешествуют 1-2 раза в год. Более активные туристы из сегмента «Искушенные туристы»: они путешествуют значительно чаще остальных (более 4-х раз в год). Также достаточно часто ездят в поездки люди из сегментов «Активные туристы» и «Ценители отдыха на природе».

Практически во всех сегментах более половины туристов готовы тратить на поездки до 30 тыс. рублей в год на человека (64–76%). Только в сегменте «Искушенные туристы» большинство готовы тратить свыше 30 тыс. рублей (57%).

Туристы из сегментов «Активные туристы» и «Охотники за новыми впечатлениями» предпочитают путешествовать в одиночку или парой, а семейный отдых больше привлекает сегменты «Ценители отдыха на природе» и «Любители культурно-познавательного и оздоровительного отдыха».

1. Туристы всех регионов России. Методология: Кластерный анализ на основе результатов социологического опроса, проведенного в апреле 2022 года на репрезентативной выборке в соответствии с населением в каждом регионе. Участие в опросе приняли респонденты от 16 лет и старше (1000 чел.), хотя бы иногда путешествующие по России или за границу.

Методология расчета сложившегося турпотока по большим данным (ретроспективный поток)

	Шаг 1 **Получить агрегированные данные сотового оператора** • Данные сотовых операторов	Шаг 2 **Добавить внутренних посетителей в данные по макрорегиону** • Данные сотовых операторов	Шаг 3 **Убрать дачников из числа посетителей макрорегиона (внешних и внутренних)** • Данные сотовых операторов • Соцопрос	Шаг 4 **Убрать дубли в данных по внутренним посетителям** • Данные сотовых операторов • Соцопрос	Шаг 5 **Выделить доли туристов и экскурсантов, которые посещают родственников и друзей** • Данные сотовых операторов • Соцопрос	Шаг 6 **Перенести посетителей родственников и друзей с тур. целями в число экскурсантов** • Данные сотовых операторов • Соцопрос
Туристы						
Внешние (из России и из-за рубежа)	— **19,2 млн чел.**	— **19,2 млн чел.**	-2,6 млн чел. **16,6 млн чел.**	— **16,6 млн чел.**	-5,8 млн (к родственникам) **10,8 млн чел.**	— **10,8 млн чел.**
Внутренние (из регионов БЗК)	отсутствуют ввиду особенностей данных операторов	+5,4 млн чел. **5,4 млн чел.**	-1,3 млн чел. **4,1 млн чел.**	-1,7 млн чел. **2,4 млн чел.**	-0,9 млн (к родственникам) **1,5 млн чел.**	— **1,5 млн чел.**
Поездок на чел.	**2,8**	—	—	—	**1,7**	**1,7**
Экскурсанты						
Внешние (из России и из-за рубежа)	— **16,9 млн чел.**	— **16,9 млн чел.**	-1,8 млн чел. **15,1 млн чел.**	— **15,1 млн чел.**	-5,2 млн (к родственникам) **9,9 млн чел.**	+3,2 млн **13,1 млн чел.**
Внутренние (из регионов БЗК)	отсутствуют ввиду особенностей данных операторов	+7,9 млн чел. **7,9 млн чел.**	-1,9 млн чел. **6,0 млн чел.**	-2,5 млн чел. **3,5 млн чел.**	-1,3 млн (к родственникам) **2,2 млн чел.**	+0,6 млн **2,8 млн чел.**
Поездок на чел.	**1,1**	—	—	—	**1,2**	**1,2**
	Методология: чистые данные сотовых операторов по макрорегиону как единой территории. На данном этапе проводится подсчет всех посетителей регионов БЗК при условии, что они: • провели 3–24 часа (экскурсанты) или более 24 часов (туристы) в отчетном месяце на анализируемой территории (но менее 23 дней); • зона проживания и работы не принадлежит анализируемой территории.	Методология: включение данных по внутренним туристам из датасетов отдельных 9 регионов БЗК (которые, в отличие от данных на макрорегион, включают посетителей из регионов БЗК).	Методология: • определение доли дачников, которые ездят в БЗК без туристических целей из соседних регионов (по данным соцопроса); • корректировка количества туристов и экскурсантов на полученное количество дачников. Данные корректируются с учетом домашнего региона посетителя.	Методология: • определение среднего количества регионов, которое посещает 1 человек из соседних для БЗК регионов по данным соцопроса. **Итог—1,7 регионов**; • применение коэффициента 1,7 к сумме внутренних туристов и экскурсантов для исключения дублирования посетителей.	Методология: • определение доли посетителей и поездок к родственникам и друзьям по соцопросу. **Итог—36,5%**; • Выделение этих посетителей и поездок в отдельную категорию.	Методология: • определение доли посетителей и поездок к родственникам и друзьям, которые также посещают туристические достопримечательности в рамках поездки по соцопросу. **Итог—28%**; • Перенос этих посетителей и поездок в число экскурсантов.

Методология прогнозирования туристического потока. Влияющие факторы (1/4)

Экономические факторы учитываются при расчете поездок и туристов и экскурсантов вне зависимости от сценария

	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033	2034	2035
Экономические факторы, % от поездок 2019 г.[1]														
Российские туристы	89%	89%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Иностранные туристы	90%	90%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Геополитические факторы учитываются при расчете поездок и туристов и экскурсантов

1. Пандемия COVID-19, % от поездок 2019 г. (вне зависимости от сценария)[2]														
Российские туристы	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Иностранные туристы	70%	80%	90%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
2. Международные отношения предполагают сценарность														
Пессимистичный сценарий														
Российские туристы, совершавшие ранее поездки в Европу и готовые сейчас поехать в БЗК	2 914 поездок за период 2022—2025 гг. / поездки в страны Европы с туристическими целями в 2019 году (за исключением стран, выезд-ной поток в которые в 1 квартале 2022 года превысил значение 2019 г.), скорректированные на желание поехать в БЗК (по данным соц. опроса)				—									
иностранные туристы из недружественных стран, % от поездок 2019 г.	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Базовый сценарий														
Российские туристы, совершавшие ранее поездки в Европу и готовые сейчас поехать в БЗК	2 914 поездок за период 2022—2025 гг. / поездки в страны Европы с туристическими целями в 2019 году (за исключением стран, выезд ной поток в которые в 1 квартале 2022 года превысил значение 2019 г.), скорректированные на желание поехать в БЗК (по данным соц. опроса)				17% поездок, совершенных в период 2022-2025 гг, совершаются с той ж периодичностью									
иностранные туристы из недружественных стран, % от поездок 2019 г.	0%	0%	0%	0%	0%	0%	30%	50%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Оптимистичный сценарий														
Российские туристы, совершавшие ранее поездки в Европу и готовые сейчас поехать в БЗК	2 914 поездок за период 2022—2025 гг. / поездки в страны Европы с туристическими целями в 2019 году (за исключением стран, выезд-ной поток в которые в 1 квартале 2022 года превысил значение 2019 г.), скорректированные на желание поехать в БЗК (по данным соц. опроса)				58% поездок, совершенных в период 2022-2025 гг, совершаются с той ж периодичностью									
Иностранные туристы из недружественных стран, % от поездок 2019 г.	0%	30%	50%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

1. Расчет на основании влияния кризисов в 2009 и 2014 гг на численность лиц, размещенных в КСР на территории БЗК по данным Росстат.

2. Ежеквартальный доклад Европейской комиссии по путешествиям (ETC), в котором было проанализировано влияние на туриндустрию пандемии COVID-19. https://www.atorus.ru/node/47892

Методология прогнозирования туристического потока. Влияющие факторы (2/4)

Инфраструктурные факторы учитываются при расчете поездок туристов и экскурсантов в базовом и оптимистичном сценариях, пессимистичный сценарий не предполагает реализацию запланированных ранее проектов

			2022	2023	2024	**2025**	2026	2027	2028	2029	**2030**	2031	2032	2033	2034	**2035**
Базовый сценарий	**Оптимистичный сценарий**	**Инфраструктурные факторы, тыс. поездок туристов** (накопительным итогом)														
Туристические проекты																
✓	✓	Экокурорт «Кондуки»[1]	—	—	50,6	**84,4**	168,8	168,8	168,8	168,8	**168,8**	168,8	168,8	168,8	168,8	**168,8**
✓	✓	Ярославская Ривьера	—	—	—	**—**	31,3	52,2	104,3	104,3	**104,3**	104,3	104,3	104,3	104,3	**104,3**
✓	✓	Владимир	—	9,4	18,8	**18,8**	18,8	18,8	18,8	18,8	**18,8**	18,8	18,8	18,8	18,8	**18,8**
✓	✓	Московская область, Дмитровский го	—	—	—	**11,6**	23,2	23,2	23,2	23,2	**23,2**	23,2	23,2	23,2	23,2	**23,2**
✓	✓	Московская область, Дмитровский го	—	—	—	**14,3**	23,8	47,5	47,5	47,5	**47,5**	47,5	47,5	47,5	47,5	**47,5**
✓	✓	Химки	—	—	—	**25,4**	42,4	84,8	84,8	84,8	**84,8**	84,8	84,8	84,8	84,8	**84,8**
✓	✓	Ярославская область	—	—	—	**8,9**	17,7	17,7	17,7	17,7	**17,7**	17,7	17,7	17,7	17,7	**17,7**
✓	✓	Завидово парк	—	—	—	**62,6**	78,8	118,6	118,6	118,6	**118,6**	118,6	118,6	118,6	118,6	**118,6**
	✓	Гостиница на 10 номеров во Владимире, 5*	—	—	1,2	**1,2**	1,2	1,2	1,2	1,2	**1,2**	1,2	1,2	1,2	1,2	**1,2**
	✓	Гостиница на 90 номеров в Костромской области	—	—	5,2	**10,4**	10,4	10,4	10,4	10,4	**10,4**	10,4	10,4	10,4	10,4	**10,4**
	✓	Гостиница на 160 номеров в Туле	—	—	9,3	**18,6**	18,6	18,6	18,6	18,6	**18,6**	18,6	18,6	18,6	18,6	**18,6**
	✓	Гостиница в Коприно	—	7,4	14,7	**14,7**	14,7	14,7	14,7	14,7	**14,7**	14,7	14,7	14,7	14,7	**14,7**
✓	✓	ТРК на берегу Плещеева озера	—	—	—	**—**	—	—	—	47,5	**95,1**	95,1	95,1	95,1	95,1	**95,1**
✓	✓	ТРК Веретея	—	—	—	**—**	—	—	—	8,7	**8,7**	8,7	8,7	8,7	8,7	**8,7**
✓	✓	Парк развлечений	—	—	—	**9,3**	9,3	9,3	9,3	9,3	**9,3**	9,3	9,3	9,3	9,3	**9,3**
✓	✓	Замок Понизовкина	—	—	—	**—**	9,1	9,1	9,1	9,1	**9,1**	9,1	9,1	9,1	9,1	**9,1**
✓	✓	Волга Виладж Резорт	—	—	—	**4,9**	4,9	4,9	4,9	4,9	**4,9**	4,9	4,9	4,9	4,9	**4,9**
✓	✓	Экопарк Легенды леса	—	—	—	**2,9**	2,9	2,9	2,9	2,9	**2,9**	2,9	2,9	2,9	2,9	**2,9**
✓	✓	Отель Соколена	—	13,3	26,7	**26,7**	26,7	26,7	26,7	26,7	**26,7**	26,7	26,7	26,7	26,7	**26,7**
✓	✓	Интеротель	—	—	—	**—**	—	5,2	5,2	5,2	**5,2**	5,2	5,2	5,2	5,2	**5,2**
Транспортные проекты																
✓	✓	Р-132	—	105,0	105,0	**105,0**	105,0	105,0	105,0	105,0	**105,0**	105,0	105,0	105,0	105,0	**105,0**
✓	✓	М-12	—	105,0	105,0	**105,0**	105,0	105,0	105,0	105,0	**105,0**	105,0	105,0	105,0	105,0	**105,0**
	✓	ВСМ Москва—Санкт-Петербург	—	—	—	**—**	220,0	220,0	550,0	550,0	**550,0**	550,0	550,0	550,0	550,0	**550,0**
✓	✓	Ж/Д ветка до Завидово	—	—	—	**8,0**	80,0	160,0	160,0	160,0	**160,0**	160,0	160,0	160,0	160,0	**160,0**

1. https://tass.ru/obschestvo/14678371

2. Расчет КБ Стрелка на основании данных о росте численности лиц, размещенных в КСР после запуска Сапсана.

Методология прогнозирования туристического потока. Влияющие факторы (3/4)

Базовый сценарий	Оптимистичный сценарий		2022	2023	2024	**2025**	2026	2027	2028	2029	**2030**	2031	2032	2033	2034	**2035**
Базовый сценарий	**Оптимистичный сценарий**	**Инфраструктурные факторы, тыс. поездок** (накопительным итогом)														
Реализация стратегий пространственного развития																
✓ учитывается частичная реализация стратегий	✓	Реализация СПР Суздаля[3]	—	—	70,0	**86,7**	103,3	120,0	136,7	153,3	**170,0**	170,0	170,0	170,0	170,0	**170,0**
	✓	Концепция развития ТРК «Переславль-Залесский»[4]	—	—	—	**50,0**	50,0	50,0	50,0	50,0	**50,0**	50,0	50,0	50,0	50,0	**50,0**
Реализация проектов благоустройства в рамках национальных проектов																
✓	✓	Реализация проектов по программе Комфортная городская среда	222,7	445,4	668,1	**890,8**	1 113,5	1 113,5	1 113,5	1 113,5	**1 113,5**	1 113,5	1 113,5	1 113,5	1 113,5	**1 113,5**
✓	✓	Реализация проектов по обустройству туристических центров городов (победители конкурса)	—	—	77,9	**155,9**	233,8	233,8	233,8	233,8	**233,8**	233,8	233,8	233,8	233,8	**233,8**
Базовый сценарий	**Оптимистичный сценарий**	**Инфраструктурные факторы, тыс. поездок экскурсантов** (накопительным итогом)														
Туристические проекты																
✓	✓	Экокурорт «Кондуки»	—	—	99,4	**165,6**	331,2	331,2	331,2	331,2	**331,2**	331,2	331,2	331,2	331,2	**331,2**
Транспортные проекты																
✓	✓	Р-132	—	352,2	352,2	**352,2**	352,2	352,2	352,2	352,2	**352,2**	352,2	352,2	352,2	352,2	**352,2**
✓	✓	М-12	—	228,9	228,9	**228,9**	228,9	228,9	228,9	228,9	**228,9**	228,9	228,9	228,9	228,9	**228,9**
	✓	ВСМ Москва-Санкт-Петербург	—	—	—	**—**	467,5	467,5	1 168,8	1 168,8	**1 168,8**	1 168,8	1 168,8	1 168,8	1 168,8	**1 168,8**
✓	✓	Ж/д ветка до Завидово[2]	—	—	—	**153,0**	255,0	510,0	510,0	510,0	**510,0**	510,0	510,0	510,0	510,0	**510,0**
Реализация проектов благоустройства в рамках национальных проектов																
✓	✓	Реализация проектов по программе Комфортная городская среда	356,2	712,3	1 068,5	**1 424,6**	1 780,8	1 780,8	1 780,8	1 780,8	**1 780,8**	1 780,8	1 780,8	1 780,8	1 780,8	**1 780,8**
✓	✓	Реализация проектов по обустройству туристических центров городов (победители конкурса)	—	—	124,7	**249,3**	374,0	374,0	374,0	374,0	**374,0**	374,0	374,0	374,0	374,0	**374,0**

1. Расчет КБ Стрелка на основании данных о росте численности лиц, размещенных в КСР после запуска Сапсана.
2. https://tverigrad.ru/publication/opublikovana-shema-novoj-zheleznodorozhnoj-vetki-v-zavidovo-tverskoj-oblasti/
3. Стратегия пространственного развития г. Суздаля до 2030 г.
4. Рамочная концепция пространственного развития туристско-рекреационного кластера на территории национальоного парка «Плещеево озеро» и города Переславля-Залесского

Методология прогнозирования туристического потока. Влияющие факторы (4/4)

Транспортные факторы учитываются при расчете поездок иностранных туристов и экскурсантов, а также туристов и экскурсантов из остальной России и предполагают сценарность

	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033	2034	2035
Транспортные факторы, туристы из дальних регионов и иностранные туристы, % от поездок 2019 г.[1]														
Пессимистичный сценарий	70%	62%	53%	45%	49%	54%	58%	63%	67%	70%	73%	76%	79%	82%
Базовый сценарий	70%	66%	61%	57%	60%	63%	66%	69%	72%	75%	78%	81%	84%	87%
Оптимистичный сценарий	70%	66%	61%	57%	60%	63%	66%	69%	72%	75%	78%	81%	84%	87%

Целевой рост учитывается при расчете поездок туристов и экскурсантов вне зависимости от сценария.

	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033	2034	2035
Целевой рост, % от поездок 2019 г.[2]														
российские туристы	100,0%	100,0%	110,0%	125,4%	140,4%	155,9%	168,4%	176,8%	182,5%	184,3%	185,4%	186,3%	186,9%	187,2%
иностранные туристы	100,0%	100,0%	110,0%	121,0%	131,9%	142,4%	153,8%	164,6%	175,4%	185,9%	195,2%	203,0%	209,1%	214,8%

1. Проект комплексной программы развития авиатранспортной отрасли России до 2030 года, Минтранс РФ. https://www.atorus.ru/news/press-centre/new/59813.html

2. Расчет КБ Стрелка на основании целевого показателя роста числа поездок российских и иностранных туристов в соответствии с Национальной стратегией развития туризма в РФ на период до 2035 года.

Проекты для моделирования турпотока БЗК

Проект	Краткая информация			Год ввода	Оценка влияния на туристический поток		Методология оценки
					Поездок туристов	Поездок экскурсантов	
Гостиницы		**Количество номеров**	**Категория**				
Кондуки	Проекты Туризм.рф	450	экопарк со СПА-отелем, глэмпингами, кемпингами, зонами для активного отдыха и тропиночная сеть со смотровыми площадками	2022–2026	168 818	331 182	https://tass.ru/obschestvo/14678371 распределение между туристами и экскурсантами произведено путем экстраполяции структуры туристического потока региона
Ярославская Ривьера		900	круглогодичный курорт, состоящий из 3 территорий: Домковка (эко-отель), Углич (благоустройство исторических улиц, строительство отелей и торговых рядов), Коприно-Поссад (строительство гостиниц, апарт-отелей, аква-центра, ресторанов, сыроварни, других объектов семейного отдыха)	2026	104 347	-	Предполагается, что на туристический спрос в макрорегионе влияют гостиницы 4-5*, поскольку в данной категории отмечается дефицит предложения и непоглощенный спрос. Численность туристических поездок рассчитана с учетом среднегодовой загрузки 60% и средней продолжительности пребывания 3,4 ночи. Численности экскурсионных поездок — 0.
Владимир		162	4*	2023	18 782	-	
Московская область, Дмитровский го		200	4*	-	23 188	-	
Московская область, Дмитровский го		410	5*	-	47 536	-	
Химки		731	4*	-	84 753	-	
Московская область, Одинцовский р		180	-	-	-	-	
Ярославская область		153	5*	-	17 739	-	
Завидово парк		1130	3* 4*	-	118 607	-	

Проект	Краткая информация			Год ввода	Оценка влияния на туристический поток		Методология оценки
					Поездок туристов	Поездок экскурсантов	
Гостиницы		**Количество номеров**	**Категория**				
Владимир	Проекты из Этапа 1. Комплексный анализ. (не рассматриваются проекты, по которым нет данных о номерном фонде.	10	5*	2024	1 159	-	**Объем туристических поездок определен на основании предположения о достижении объектов 60% заполняемости в течение года со средней продолжительностью поездок 3,4 ночевок, средним количество туристов на номе - 1,8. Предполагается, что на туристический поток имеют влияние гостиницы 4* и выше, поскольку по данным онлайн-соцопроса многие туристы отказываются сейчас от поездок на БЗК из-за отсутствия качественногоп предложения среди средств размещения.**
Ивановская область, Студеные ключи		75	-	-	-	-	
Ивановская область, Плес		10	-	-	-	-	
Кинешма		50	-	2022	-	-	
Калужская область, глэмпинг		800	3*	2022	-	-	
Калужская область гостиница		70	-	2023	-	-	
Костромская область		90	3-4*	2024	10 435	-	
Костромская область, Воронино		12	-	2025	-	-	
Московская область, ПСБ Патриот, Одинцовская обл		253	-	2022	-	-	
Московская область, Бронницы		30	-	2022	-	-	
Мытищи		500	-	2022	-	-	
ТРК Город Гжель		120	-	2023	-	-	
Парк-отель Лесной		160	-	2024	-	-	
Истринский р		180	-	-	-	-	
Тверская, Ново-Окатово		150	-	2025	-	-	
Тульская		90	-	2024	-	-	
Тула		160	4*	2024	18 551	-	
Алексин		250	-	-	-	-	
Ярославская, Коприно		127	4*	2023	14 725	-	
Ярославская, Юбилейная		300	-	2023	-	-	
Ярославль		200	-	2023	-	-	
Ярославль, Ласточка		15	-	2023	-	-	
Углич		250	-	2024	-	-	
ТРК на берегу Плещеева озера	Проекты, дополнительно предоставленные Ярославской областью	1640	3-4*	2029	95 072	-	
ТРК Веретея		150	3-4*	2029	8 696	-	
Парк развлечений		80	4*	2025	9 275	-	
Замок Понизовкина		157	3-4*	2026	9 101	-	
Волга Виладж Резорт		85	3-4*	2025	4 928	-	
Экопарк Легенды леса		25	4*	2025	2 899	-	
Отель Соколена		230	4*	2023	26 666	-	
Интеротель		45	5*	2027	5 217	-	

Проект	Краткая информация	Год ввода	Оценка влияния на туристический поток		Методология оценки
			Поездок туристов	Поездок экскурсантов	
Документы территориального планирования					
Реализация СПР Суздаля		2024	70 000	-	согласно прогнозу туристического потока
		2030	170 000	-	
Концепция развития ТРК «Переславль-Залесский»		2025	50 000	-	
Реализация СПР Сергиева Посада		-	-	-	
Транспортные проекты					
Р-132 «Золотое кольцо»	2022 год — участок автодороги с 578-го по 584-й км расширят до четырех полос движения после выполненных работ участок дороги сможет пропускать до 13 тыс. автомобилей в сутки, что в два раза выше сегодняшней интенсивности движения. https://dorinfo.ru/star_detail.php?ELEMENT_ID=108061	2023	105 000	352 168	+15% к туристическому потоку Рязани за счет улучшения транспортной доступности
Р-72 Владимир — Муром — Арзамас	2021 год — во Владимирской области перекрывают часть дороги «Владимир — Муром — Арзамас». Там будет проходить третий этап строительства платной трассы М-12 «Москва – Нижний Новгород — Казань». По сообщению областной администрации, работы продлятся до лета 2024 года. На время строительства ГК «Автодор» организовала объезд участка по временной дороге. https://provladimir.ru/2021/11/29/uchastok-dorogi-vladimir-murom-arzamas-perekrojut-iz-za-stroitelstva-m-12/	2021	-	-	-

Проект	Краткая информация	Год ввода	Оценка влияния на туристический поток		Методология оценки
			Поездок туристов	Поездок экскурсантов	
Документы территориального планирования					
М-12 «Москва — Казань»	Первый этап (с 0 по 80-й километр) проходит по территории Московской и Владимирской областей, от пересечения с А-108 «Московское большое кольцо» (МБК) до пересечения с автомобильной дорогой федерального значения М-7 «Волга». Это четырёхполосный участок с одной развязкой на пересечении с МБК рядом с Орехово-Зуево. На этом этапе заложено возведение 26 путепроводов и мостов общей протяжённостью около 2 километров. Второй этап (с 80-го по 116-й километр) проходит по Владимирской области до пересечения М-7 с автомобильной дорогой регионального значения 17Р-2 Владимир – Гусь – Хрустальный — на этом стыке запланированы развязки. На данном этапе построят 15 мостов и путепроводов общей протяжённостью около километра. Третий этап (с 116-го по 224-й километр) проходит по Владимирской области от региональной дороги 17Р-2 Владимир – Гусь-Хрустальный – Тума до пересечения с региональной дорогой 17К-2 Муром – М-7 «Волга». На этом этапе будут две развязки; одна из них запроектирована по просьбам жителей на 193 километре с дорогой 17Н-7 Драчёво – Бутылицы – Меленки. Вторая развязка предусмотрена на 224-ом километре с региональной дорогой 17К-2 Муром – М-7 «Волга» недалеко от Мурома. На этом этапе построят 32 моста и путепровода общей протяжённостью около 2 километров. https://zebra-tv.ru/novosti/jizn/proekt-vladimirskikh-uchastkov-federalnoy-trassy-m-12-okonchatelno-odobren/ Дополнительное финансирование позволит досрочно ввести в эксплуатацию несколько участков трассы в различных регионах страны, например во Владимирской области, где будет построено 26 км дороги. http://government.ru/dep_news/45884/	2023	105 000	228 940	+10% к туристическому потоку Владимирской области и Орехово-Зуево за счет улучшения транспортной доступности

Проект	Краткая информация	Год ввода	Оценка влияния на туристический поток		Методология оценки
			Поездок туристов	Поездок экскурсантов	
Документы территориального планирования					
ж/д Завидово	строительство новой ж/д ветки до Завидово	2027	159 987	510 014	"Заявленный пассажиропоток туристов — 750 тыс. человек в год. Распределение между туристами и экскурсантами на основании существующей структуры турпотока. За вычетом прироста туричтисеского потока благодаря строительству новых гостиниц (чтобы не дублировать рост.)
ВСМ Москва — Санкт-Петербург	строительство высокоскоростной магистрали из Москвы в Санкт-Петербург, по территории БЗК проходит через Тверскую облатсь и Торжок	2026, 2028	220 000 в 2026 году, 330 000 в 2028 году	1 168 850	https://tverigrad.ru/publication/opublikovana-shema-novoj-zheleznodorozhnoj-vetki-v-zavidovo-tverskoj-oblasti/
"М-5 «"Урал"» Москва — Рязань — Пенза — Самара — Уфа — Челябинск	В минувшем году в Московской области продолжили реализацию проектов по строительству и модернизации автодороги. Наиболее крупным объектом, реализуемым ФКУ «Центравтомагистраль» на трассе М-5 «Урал», является реконструкция с 19-го по 37-й км со строительством обхода поселка Октябрьского и реконструкция участка Ульянино—Непецино с 68-го по 86-й км. Как сообщили в пресс-службе ФКУ, работы на участках выполняют в рамках нацпроекта «Безопасные качественные дороги». На первом этапе трассы с 19-го по 37-й км федеральные дорожники расширили с шести до десяти полос участок с 22-го по 26-й км. На объекте разделили автомобильные потоки за счет устройства боковых проездов для местного транспортного сообщения, возвели надземный пешеходный переход и пять подземных, установили освещение. Кроме того, построен новый четырехполосный мост через реку Москва взамен существующего двухполосного. Протяженность переправы вместе с подходами — более 1 км. На объекте установили сплошное электроосвещение. Для защиты биоресурсов Москвы-реки от вредных веществ построили локальные водоочистные сооружения. В целях соблюдения экологической безопасности смонтированы шумозащитные экраны. https://dorinfo.ru/99_detail.php?ELEMENT_ID=100854	2021	-	-	+15% в 2026, +15% в 2028 в Тверской области (и Торжке) — 180 тыс. туристов в 2026, еще 220 тыс. в 2028 за счет уменьшения времени в пути (на основании расчета влияния запуска скоростных поездов Москва-Санкт-Петербург на численность лиц, размещенных в КСР)
обходы крупных городов (Рязани, Иваново, Костромы, Калуги, Александрова, Киржача, Новомосковска)	–	–	–	–	-

Проект	Краткая информация	Год ввода	Оценка влияния на туристический поток		Методология оценки
			Поездок туристов	Поездок экскурсантов	
Проекты благоустройства					
Всероссийский конкурс лучших проектов создания комфортной городской среды в рамках федерального проекта «Формирование комфортной городской среды» национального проекта«Жилье и городская среда»		2022-2026 (+2 года после окончания проведения конкурса)	1 113 453 (+222,7 тыс. туристических поездок в каждый год реализации проектов благоустройства)	1 780 772 (+356,2 тыс. экскурсионных поездок в каждый год реализации проектов благоустройства)	Рассчитано на основании оценки влияния проектов благоустройства на туристический поток с учетом доли городов БЗК, приходящихся на победителей в конкурсе 2020 г и заявленного количества победителей Конкурса проектов по обустройству туристических центров. Оценка влияния проектов благоустройства на туристический поток произведена на основании оценки влияния проектов благоустройства в Подмосковье (https://mosreg.ru/sobytiya/novosti/news-submoscow/vliyanie-blagoustroistva-na-turisticheskii-potok-ocenili-v-podmoskove), составляет 16%, данный % применен на туристический поток городов-победителей конкурса 2020 г. на основании чего вычислен эффект от конкурса в тыс. туристов.
Конкурс проектов по обустройству туристических центров городов в рамках национального проекта		2024-2026 (+2 года после начала/ окончания проведения конкурса)	233 825 (+77,9 тыс. туристических поездок в каждый год реализации проектов благоустройства)	373 962 (+124,7 тыс. экскурсионных поездок в каждый год реализации проектов благоустройства)	

Туристически привлекательные города Большого Золотого кольца

Схема расположения туристически привлекательных городов



153

туристически привлекательных города

39 городов

в которых туризм является одним из доступных способов развития экономики

- Границы всесезонных курортов
- Туристические города
- Туристические города, экономическая поддержка туристической отрасли для которых приоритетна
- Ядра всесезонных курортов

0 50 км 100 км

Туристически привлекательные города Большого Золотого кольца

Наибольшим потенциалом обладают города с высокой концентрацией объектов культурного наследия и ценных природных территорий, которые уже сейчас привлекательны для туристов.

Методика определения

1 **Все города макротерритории Большое Золотое кольцо**[1]

2 **Расчет показателей для выявления групп городов**[2]



Города с богатым наследием

Способ расчета
Отношение количества ОКН[3] в городе к общей площади города в его границах.



Привлекательные для туристов города

Способ расчета
Отношение количества фотографий туристов в городе к численности жителей[4].

3 **Исключение городов-спутников Москвы**[5]

153 туристически привлекательных города

1. Всего на территории Большого Золотого кольца расположено 213 городов.
2. Для попадания в категорию туристических городам необходимо было набрать не менее 4 баллов в сумме за два показателя. Данные были очищены от выбросов методом межквартильного интервала, после чего значениям были присвоены баллы от 1 до 10 с помощью метода стандартизации.
3. По данным из реестра объектов культурного наследия Министерства культуры РФ.
4. Численность населения по данным Росстата на 1 января 2020 г., количество фотографий по данным социальных сетей.
5. В рамках данного исследования города-спутники Москвы определялись как города, расположенные в пределах автодороги А–113.

Список туристически привлекательных городов Большого Золотого кольца[1]

Владимирская область

1 Александров
2 Владимир
3 Вязники
4 Гороховец
5 Гусь-Хрустальный
6 Камешково
7 Карабаново
8 Киржач
9 Ковров
10 Костерёво
11 Лакинск
12 Меленки
13 Муром
14 Петушки
15 Покров
16 Собинка
17 Струнино
18 Судогда
19 Суздаль
20 Юрьев-Польский

Ивановская область

21 Вичуга
22 Гаврилов Посад
23 Заволжск
24 Иваново
25 Кинешма
26 Комсомольск
27 Кохма
28 Наволоки
29 Плёс
30 Приволжск
31 Пучеж
32 Тейково
33 Фурманов
34 Шуя
35 Юрьевец

Калужская область

36 Белоусово
37 Боровск
38 Ермолино
39 Жиздра
40 Жуков
41 Калуга
42 Киров
43 Козельск
44 Кондрово
45 Кремёнки
46 Малоярославец
47 Медынь
48 Мещовск
49 Мосальск
50 Спас-Деменск
51 Сухиничи
52 Таруса
53 Юхнов

Костромская область

54 Буй
55 Волгореченск
56 Галич
57 Кологрив
58 Кострома
59 Макарьев
60 Мантурово
61 Нерехта
62 Нея
63 Солигалич
64 Чухлома
65 Шарья

Московская область

66 Верея
67 Волоколамск
68 Воскресенск
69 Высоковск
70 Голицыно
71 Дмитров
72 Дрезна
73 Дубна
74 Егорьевск
75 Зарайск
76 Звенигород
77 Истра
78 Кашира
79 Клин
80 Коломна
81 Красноармейск
82 Краснозаводск
83 Ликино-Дулёво
84 Луховицы
85 Можайск
86 Наро-Фоминск
87 Озёры
88 Орехово-Зуево
89 Павловский Посад
90 Пущино
91 Руза
92 Сергиев Посад
93 Серпухов
94 Солнечногорск
95 Ступино
96 Талдом
97 Хотьково
98 Черноголовка
99 Чехов
100 Электрогорск
101 Яхрома

Рязанская область

102 Касимов
103 Михайлов
104 Рыбное
105 Рязань
106 Спас-Клепики
107 Спасск-Рязанский

Тверская область

108 Андреаполь
109 Бежецк
110 Белый
111 Бологое
112 Весьегонск
113 Вышний Волочёк
114 Западная Двина
115 Зубцов
116 Калязин
117 Кашин
118 Кимры
119 Конаково
120 Красный Холм
121 Кувшиново
122 Лихославль
123 Осташков
124 Ржев
125 Старица
126 Тверь
127 Торжок
128 Торопец

Тульская область

129 Белёв
130 Богородицк
131 Венёв
132 Донской
133 Ефремов
134 Киреевск
135 Новомосковск
136 Плавск
137 Советск
138 Суворов
139 Тула
140 Чекалин
141 Щёкино
142 Ясногорск

Ярославская область

143 Гаврилов-Ям
144 Данилов
145 Любим
146 Мышкин
147 Переславль-Залесский
148 Пошехонье
149 Ростов
150 Рыбинск
151 Тутаев
152 Углич
153 Ярославль

Ядра всесезонных курортов

1. В список туристических городов входят все ядра всесезонных курортов Большого Золотого кольца. Исключение составляют Палех, Ярополец и арт-парк «Никола-Ленивец», которые не являются городами.

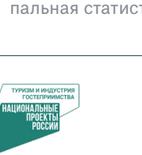
Города с негативной социально-экономической ситуацией, где туризм — один из доступных способов развития экономики

Для городов с негативной экономической ситуацией развитие туристической отрасли может помочь улучшить положение. Список городов, нуждающихся в поддержке, был определен путем сравнения их социально-экономических показателей со средним значением для макротерритории в рамках соответствующей размерной группы. Наибольший эффект от развития туризма получат малые и средние города.

Методика определения

1 Все города макротерритории Большое Золотое кольцо[1]

2 Расчет показателей для выявления групп городов



Сжимающиеся города

Способ расчета
Отношение миграционного прироста за три года к среднегодовой численности населения за три года[2], умноженное на 10 000.

$$\frac{MR}{P_{avg}} \times 10000$$

MR — накопленный миграционный прирост в муниципалитете за три года;

P_{avg} — среднегодовая численность населения муниципалитета за три года.

Бедные города

Способ расчета
Отношение средней заработной платы в муниципалитете[3] к медианному значению по размерной группе городов в макротерритории.

$$\frac{W_{avg} / PPP_{reg}}{M_{gr}}$$

W_{avg} — средняя заработная плата в муниципалитете;

PPP_{reg} — региональный коэффициент паритета покупательской способности;

M_{gr} — медианное значение показателя по размерной группе.

Малопроизводительные города

Способ расчета
Отношение общего ВГП муниципалитета к количеству жителей[4], деленное на медианное значение по размерной группе городов в макротерритории.

$$\frac{GDP_{mun} / P}{M_{gr}}$$

GDP^{mun} — общий валовый городской продукт муниципалитета за год наблюдения;

P — численность населения за год наблюдения;

M_{gr} — медианное значение показателя по размерной группе.

3 Отбор городов с населением менее 100 тыс. чел., входящих в список туристически привлекательных

39 городов для которых туризм — один из доступных способов развития экономики

1. Всего 181 город. В расчетах не участвовали города, не являющиеся крупнейшими в своем муниципальном районе или городском округе: Верея, Хотьково, Кохма, Яхрома, Костерёво, Куровское, Пересвет, Белоозерский, Дедовск, Старая Купавна, Электроугли, Краснознаменск, Радужный, Апрелевка, Краснозаводск, Дрезна, Высоковск, Видное, Лукино-Дулево, Кубинка, Голицыно. Необходимая муниципальная статистика по данным городам отсутствует.
2. По данным Росстата за 2018–2020 гг.
3. По данным ФНС за 2019 г., в расчеты включены предприятия МСП. Средняя заработная плата была нормирована на региональный коэффициент паритета покупательской способности по данным Росстата на 2019 г.
4. По данным Росстата и ФНС на 2019 г.

Список городов с негативной социально-экономической ситуацией, где туризм — один из доступных способов развития экономики

Владимирская область	
1	Александров
2	Вязники
3	Гусь-Хрустальный
4	Меленки
5	Судогда
Ивановская область	
6	Вичуга
7	Заволжск
8	Кинешма
9	Наволоки
10	Приволжск
11	Пучеж
12	Тейково
13	Фурманов
14	Шуя
15	Юрьевец
Калужская область	
16	Мещовск
17	Юхнов
Костромская область	
18	Макарьев
19	Мантурово
20	Нерехта
21	Солигалич
22	Чухлома
Московская область	
23	Павловский Посад
Рязанская область	
24	Спас-Клепики
Тверская область	
25	Андреаполь
26	Белый
27	Весьегонск
28	Вышний Волочёк
29	Западная Двина
30	Зубцов
31	Калязин
32	Кашин
33	Кимры
34	Красный Холм
35	Лихославль
36	Ржев
37	Старица
Тульская область	
38	Донской
Ярославская область	
39	Пошехонье

Ядра всесезонных курортов

Предложение по оптимизации межрегионального и межмуниципального взаимодействия: туристический офис

Для согласованного развития макрорегиона БЗК как единого туристического продукта, консолидации усилий регионов и муниципалитетов, участвующих в проекте БЗК, необходимо создать новую межрегиональную организацию — Туристический офис БЗК.

Функции, для реализации которых необходимо создание туристического офиса

1 Маркетинговое продвижение макрорегиона

Разработка маркетинговой стратегии БЗК;

PR-сопровождение реализуемых проектов;

Продвижение бренда макрорегиона БЗК на онлайн- и офлайн-площадках.

2 Развитие БЗК как единого туристического продукта

Контроль за исполнением КПЭ мероприятий мастер-плана макрорегиона, его постоянно обновление и актуализация;

Администрирование цифровой базы туристических данных и разработка аналитических отчетов на макротерриторию БЗК для органов публичной власти и внешних стейкхолдеров.

3 Согласованная работа публичной власти с инвесторами

Администрирование единого инвестиционного «окна»;

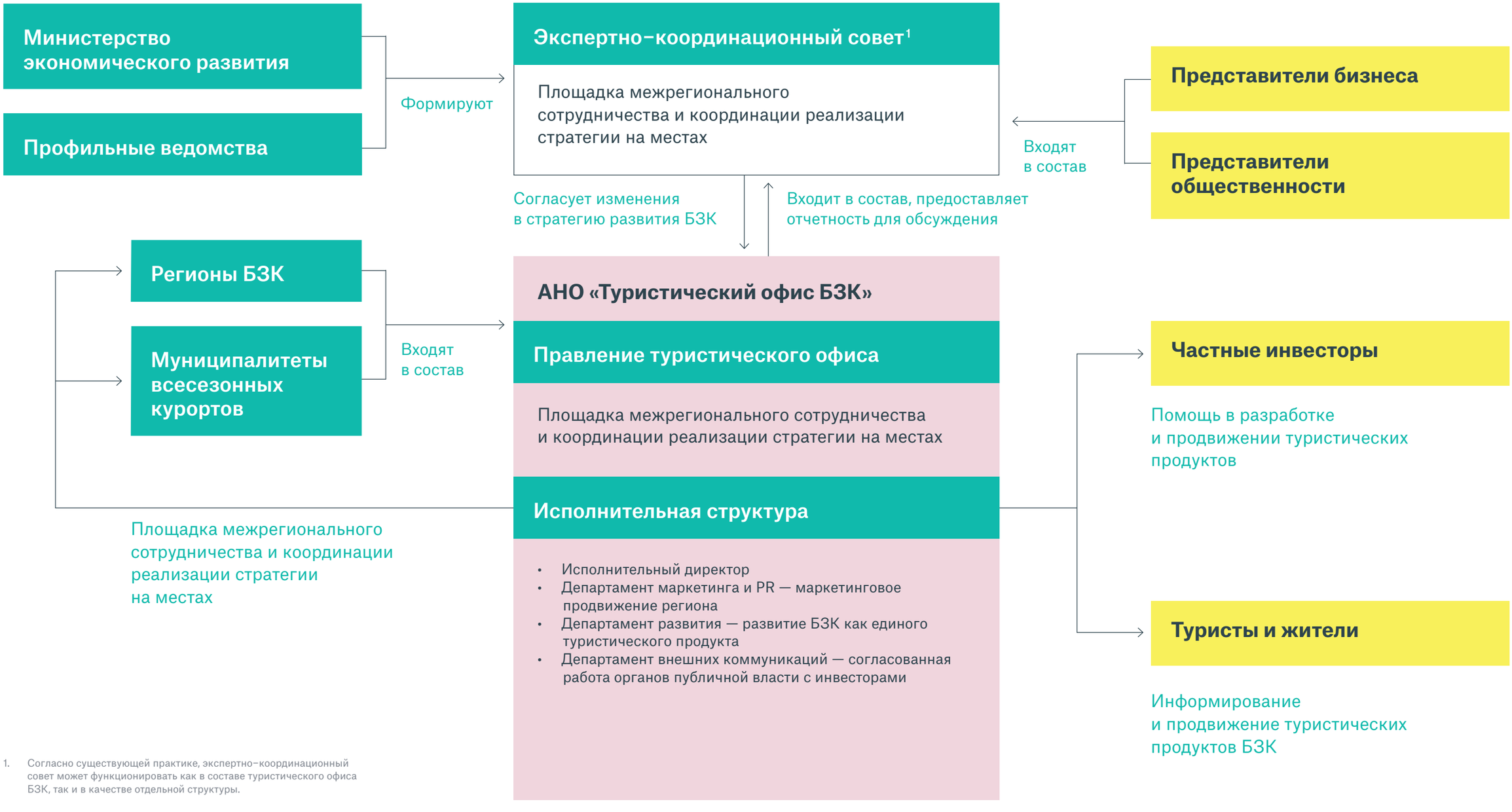
Помощь частным инвесторам в разработке туристических проектов на БЗК (помощь в оценке проектов, подборе участков и связи с органами власти)

Пример работы туристического офиса

Частный инвестор хочет создать новую гостиницу на территории БЗК → Туристический офис предоставляет статистические материалы о БЗК для расчета окупаемости проекта, рекомендует оптимальное размещение гостиницы в соответствии с целями БЗК → Частный инвестор строит гостиницу и начинает ее эксплуатацию → Туристический офис добавляет информацию о гостинице на веб-сайт БЗК, собирает от частного инвестора статистические данные и учитывает их при оценке КПЭ макрорегиона БЗК → Органы публичной власти вносят изменения в стратегии развития регионов/муниципалитетов в соответствии с обновленными данными стратегии БЗК

Варианты организации туристического офиса: новая межрегиональная организация БЗК

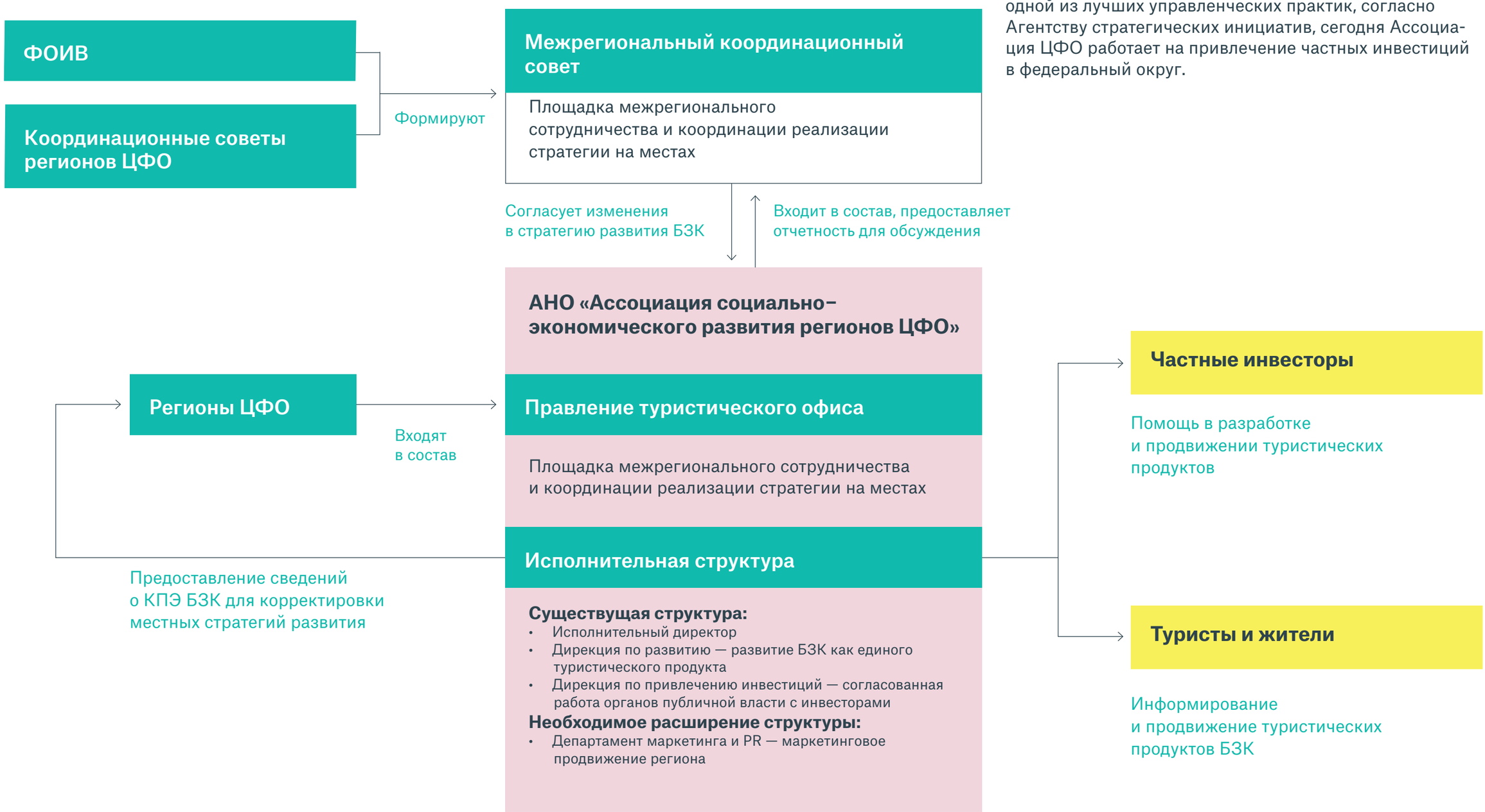
Для организации туристического офиса необходимо создание нового АНО, организации органов публичной власти в соответствии с положениями ФЗ–131 от 06.10.2003 «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации» и ФЗ–7 от 12.01.1996 «О некоммерческих организациях». Создаваемый на межрегиональном уровне туристический офис приближается к функциям проектного офиса, которые описаны в ПП №1288 от 31.10.2018 «Об организации проектной деятельности в Правительстве Российской Федерации».



1. Согласно существующей практике, экспертно–координационный совет может функционировать как в составе туристического офиса БЗК, так и в качестве отдельной структуры.

Варианты организации туристического офиса: передача в ведение Ассоциации ЦФО

Необходимые для успешной реализации проектов функции БЗК можно предоставить в ведение Ассоциации социально-экономического развития регионов ЦФО. Существующая структура АНО максимально приближена к предложению по организации новой некоммерческой организации, однако для реализации функций маркетингового сопровождения регионов БЗК необходимо создать соответствующую дирекцию. В 2020 г. реорганизация ассоциации в проектный офис была признана одной из лучших управленческих практик, согласно Агентству стратегических инициатив, сегодня Ассоциация ЦФО работает на привлечение частных инвестиций в федеральный округ.



Сравнение подходов к организации МРС[1] на БЗК

Сравнение вариантов организации функций туристического офиса

Параметры сравнения	**Создание АНО «Туристический офис БЗК»**	**Передача проекта БЗК в ведение Ассоциации ЦФО**
Состав офиса	Регионы и муниципалитеты БЗК, Министерство экономического развития и другие заинтересованные ФОИВ, представители общественности и местного бизнеса	Регионы ЦФО, представители ФОИВ
Централизация принятия решений	Низкий уровень централизации, основные интересанты — муниципалитеты и регионы БЗК	Средний уровень централизации, в принятии решений участвуют все регионы ЦФО, Ассоциация работает при полномочном представителе президента РФ
Уровень рассмотрения	Макрорегион	Федеральный округ
Соответствие необходимым функциям	Создается с нуля, структура соответствует всем функциям: 1 **Маркетинговое продвижение макрорегиона;** 2 **Развитие БЗК как единого туристического продукта;** 3 **Согласованная работа публичной власти с инвесторами.**	Требуется создание дирекции по маркетингу на уровне БЗК или всего ЦФО: 1 **Маркетинговое продвижение макрорегиона;** 2 **Развитие БЗК как единого туристического продукта;** 3 **Согласованная работа публичной власти с инвесторами.**
Опыт применения организационной структуры	Положительный международный опыт создания туристических офисов, существование схожих организаций в РФ (Ассоциация ЦФО)	Положительный опыт работы Ассоциации как проектного офиса для привлечения инвестиций в федеральный округ

● Функция, встроенная в структуру организации
● Функция, требующая изменений в структуре организации

1. МРС — Межрегиональное сотрудничество.

1. МРС — межрегиональное сотрудничество.

Возможные источники финансирования деятельности туристического офиса

Возможные источники финансирования деятельности туристического офиса

Для организации работы туристического офиса необходимо привлекать средства из бюджетов разных уровней. Согласно рекомендациям Всемирного Банка, наиболее подходящими источниками финансирования туристических офисов являются трансферты зависящие от исполнения организацией своих КПЭ: конкурсы и гранты, целевые перечисления в рамках бюджетных программ. Для компенсации трансфертов от местных бюджетов предлагается применять туристические налоги (курортные сборы) или другие налоги, коррелирующие с туристическим потоком на территорию. В рамках маркетинговой деятельности туристического офиса возможно получение доходов от партнерских соглашений с бизнесом.

Бюджетные источники финансирования

Межбюджетные трансферты от регионов и муниципалитетов

Членские взносы

Регулярные взносы от органов власти, входящих в состав туристического офиса

Субсидии

Целевые трансферты от органов власти, входящих в состав туристического офиса. Расходы в рамках бюджетных проектов.

Курортный сбор

В качестве источника финансирования, способного покрыть бюджетные расходы на функционирование офиса, предлагается использование курортного сбора как механизма, зависящего от выполнения офисом КПЭ. Формально администрируемый бизнесом сбор идет на финансирование единого окна для предпринимателей

Межбюджетные трансферты из федерального бюджета

Конкурсы и гранты

Турофис может оказывать содействие регионам и муниципалитетам для подачи заявок на конкурсы и гранты, организуемые ФОИВ и Правительством России

Субсидии в рамках национальных проектов

Трансферты, получаемые офисом на выполнение КПЭ в рамках национальных проектов

Иные трансферты

Другие предусмотренные законодательством перечисления

Внебюджетные источники финансирования

Доходы от партнерских контрактов в рамках маркетингового продвижения БЗК

Международные примеры организации МРС

Структура туристического офиса региона **Юра и Три озера, Швейцария**

Руководящий орган туристического офиса

Представители муниципалитетов и регионов, местный бизнес.
Сообща координируют стратегию развития макрорегиона и своих территорий

Исполнительная структура

- Исполнительный директор
- Дирекция по коммуникациям — работа со стейкхолдерами и развитие туристических продуктов
- Дирекция по цифровизации — работа по маркетинговому сопровождению туристических продуктов, маркетинговая кампания макрорегиона

Структура туристического офиса региона **Тироль, Австрия**

Руководящий орган туристического офиса

Представители локальных туристических офисов, формируемых муниципалитетами

Исполнительная структура

- Исполнительный директор
- Управление развития — развитие спортивных, культурных туристических продуктов, аналитическая работа, развитие инфраструктуры
- Управление маркетинга и коммуникации — развитие бренда, взаимодействие с общественностью, маркетинг и инновации, коммуникации со стейкхолдерами

Структура туристического офиса региона **Высокие Татры, Словакия**

Руководящий орган туристического офиса

Представители муниципалитетов и регионов, местный бизнес.
Сообща координируют стратегию развития макрорегиона и своих территорий

Исполнительная структура

- Исполнительный директор
- Департаменты и управления[1]

Сравнение полномочий туристических офисов разных стран

Забюджетированные полномочия	Большое Золотое кольцо (предложение)	Юра и три озера (Швейцария)[2]	Тироль (Австрия, региональный и локальный уровни)[3]	Высокие Татры (Словакия)[4]
Маркетинговое сопровождение	✓	✓	✓	✓
Координация реализации стратегий развития	✓	✓	✓	✓
Работа со стейкхолдерами, развитие туристических продуктов	✓	✓	✓	✓
Развитие туристической инфраструктуры			✓	✓
ОРЕХ ТИЦ				✓
Разработка дополнительных аттракторов				✓

1. Туристический офис Высоких Татр не раскрывает информацию о своей исполнительной структуре.
2. Источник: j3l.ch
3. Источник: tirol.gv.at, tirolwerbung.at
4. Источник: Analysis of Destination Management System in The Prešov Region of The Slovak Republic, World Bank.

Проблемы МРС на БЗК глазами регионов и муниципалитетов



Выступление заместителя главы Федерального агентства по туризму, Е.В. Лысенковой



Презентация участников стратегической сессии

По результатам стратегических сессий с участием 30 стейкхолдеров из 9 регионов были определены следующие возможные риски при реализации настоящей стратегии Туристическим офисом:

Административные риски:

- отсутствие «хозяина» проекта — организации, курирующей проект и выступающей модератором в процессах взаимодействия;
- несогласованность действий ведомств на региональном и муниципальном уровнях;
- различие в горизонтах планирования власти и бизнеса, изменение приоритетных направлений развития.

Коммуникационные риски:

- неодобрение проекта со стороны местного населения ввиду конфликта интересов или недостаточной информированности;
- риск недостатка мотивации у инвесторов для участия в проекте из–за недостатка информации о преимуществах участия в проекте;
- отсутствие модели проектной работы для регионов.

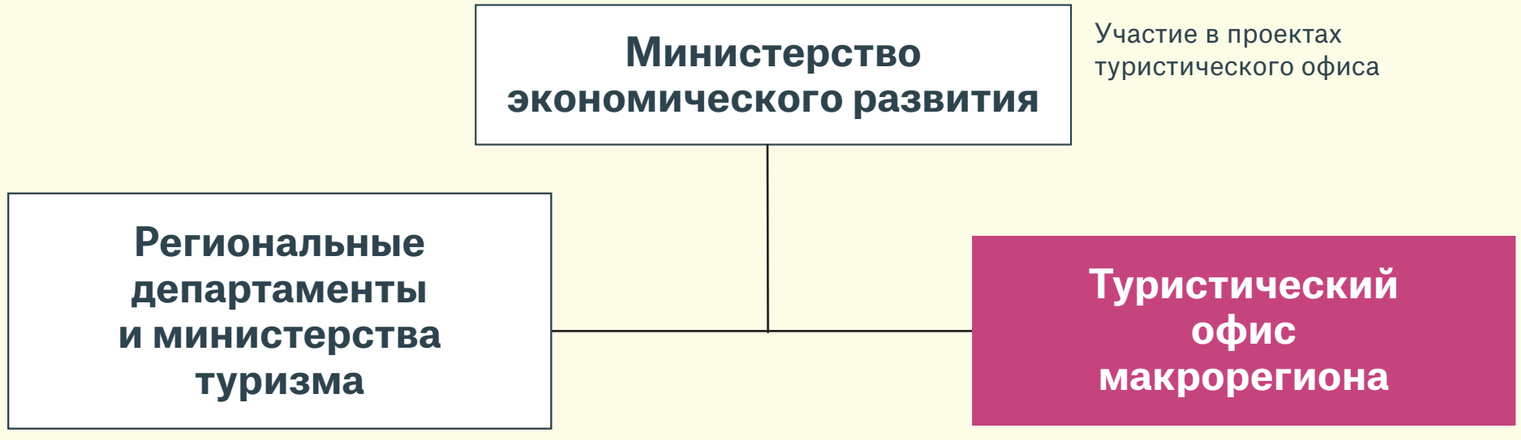
Финансовые риски:

- недостаток финансирования проекта;
- удорожание проекта на стадии реализации проекта;
- отсутствие гарантий получения финансирования в случае конкурсной основы проекта.

Примеры проектов для реализации на макротерритории Большого Золотого кольца с участием Туристического офиса

- Реконструкция дороги между достопримечательностями регионов
- Превращение заброшенной усадьбы в точку притяжения всесезонного курорта
- Всесезонный курорт на территории двух муниципалитетов одного региона
- Межрегиональный веломаршрут
- Многофункциональный мост через реку на границе двух регионов

Межведомственное взаимодействие по вопросам маркетинга макрорегиона



Маркетинговые задачи Туристического офиса:

- Создание, развитие и управление брендом макрорегиона
- Создание и согласование стратегических документов по развитию мастер-бренда (маркетинговой коммуникационной стратегии, операционного плана)
- Составление бюджета на маркетинговые кампании и поддержание и развитие турпродуктов макротерритории
- Сбор статистики ключевых маркетинговых метрик (посещаемость сайта, узнаваемость бренда, охват целевой аудитории и др.), анализ KPI маркетинговой коммуникационной стратегии и операционного плана
- Проведение маркетинговых кампаний
- Выстраивание сети контактов бренда с заинтересованными сторонами (иные туристические бренды и направления, спортивные комьюнити и др.)
- Регулирование использования бренда туристическими компаниями и местными производителями (подписание соглашений об использовании логотипа мастер-бренда)

В состав туристического офиса должны входить представители локальных стейкхолдеров, которые будут участвовать в формировании и обновлении бренда и его позиционирования в будущем

- Представитель Министерста экономического развития
- Представители региональных департаментов и министерств по туризму

Заинтересованные стороны

- Представители местного туристического бизнеса
- Представители брендов местных производителей
- Представители местных активистов

Создание туристического офиса как центра управления брендом Территории: разработка коммуникационной стратегии и операционного плана

Основные стратегические документы, разрабатываемые Туристическим офисом в целях продвиженя бренда Территории:

Маркетинговая коммуникационная стратегия[1]

(горизонт — 5 лет)

описывает принципы развития бренда Большого Золотого кольца

Операционный план

(горизонт — 1 год)

устанавливает бюджет на маркетинговые кампании и мероприятия; разрабатывается с учетом принципов маркетинговой коммуникационной стратегии

Рекомендуется использовать широкий набор онлайн- и офлайн-инструментов для охвата всех групп целевых аудиторий БЗК, а также развивать коллаборации мастер-бренда.

Онлайн инструменты продвижения мастер-бренда БЗК:

- информационный портал
- мобильное приложение
- социальные сети в фирстиле бренда
- тизеры на видеопорталах
- тематические email-подписки

Офлайн-инструменты продвижения мастер-бренда БЗК:

- маркетинговые ознакомительные поездки для инфлюенсеров и блогеров/журналистов/сотрудников турагентств и туроператоров
- ярмарки и выставки по туризму в России
- роуд-шоу в регионах России и других странах[2] (презентация продуктов и маршрутов перед целевой аудиторией и стейкхолдерами)
- пресс-конференции и пресс-релизы по туризму в России
- баннеры и постеры
- разделы в журналах, авиажурналы, рекламные брошюры
- ТВ реклама, радиоэфиры

Коллаборации с компаниями, брендами и инфлюэнсерами

Направления для коллаборации мастер-бренда Большого Золотого кольца:

- спортивные бренды и сообщества для развития спортивного туризма на территории
- арт-проекты, бренды художественных выставок, музыкальных и кино- фестивалей, гастропроекты
- картографические сервисы
- туристические компании и операторы
- транспортные компании

1. Маркетинговая коммуникационная стратегия (Андреасен Алан Р., Котлер Филип «Стратегический маркетинг некоммерческих организации») – стратегический инструмент по развитию бренда и формированию его образа через определение его целвлевой аудитории, определение целей, каналов продвижения, формирование бюджета, использования разных медиа-каналов и оценки их эффективности.
2. Под другими странами понимаются страны, которые являются приоритетными источниками иностранных туристов БЗК в текущий момент — страны СНГ (Азербайджан, Армения, Беларусь, Казахстан, Киргизия, Молдавия, Таджикистан, Туркмения, Узбекистан) и европейские страны. Подробнее см. на слайде «Потенциал привлечения иностранных туристов в БЗК в рамках поездки Москва+».

План быстрых побед на 3 года для развития бренда Большого Золотого кольца

1

Создание Туристического офиса и закрепление за ним полномочий по маркетингу территории

2

Разработка логотипа бренда БЗК и логотипов для всесезонных курортов, а также брендбука профессиональным маркетинговым агентством

3

Запуск маркетинговой компании по продвижению бренда БЗК и всесезонных курортов, в том числе регионов, всесезонных курортов и локальной продукции

4

Создние единого информационного портала Большого Золотого кольца

5

Размещение информации о туристических продуктах Большого Золотого кольца на главных федеральных и региональных ресурсах

6

Участие в крупнейших отраслевых конференциях с презентацией маршрута Большого Золотого кольца и всесезонных курортов

Примеры информационных порталов:

russpass

izi.travel

Путево-дители «Афиши»

involta

Примеры основных информационных ресурсов:

1. Национальный туристический портал Russia Travel
2. Сайт сервиса RUSSPASS
3. Главные туристические порталы регионов, как visittula.com, welcome.mosreg.ru и др.

Примеры деловых событий:

1. Международный туристический форум Сочи, 4 000 чел.
2. Российский туристский форум «Путешествуй»
3. Москва/Санкт-Петербург, 2 000 чел.
4. Форум регионов «Развитие туристической инфраструктуры»
5. Москва, 700 чел.

Выделение населенных пунктов для внедрения арх. кода на территории макрорегиона

Туристический центр населенного пункта: отличия от административного и исторического

Туристический центр

Часть территории муниципального образования, объединяющей в едином архитектурно-культурном пространстве основные туристические ресурсы такого муниципального образования. Границы туристического центра города определяются решением органов местного самоуправления поселения и могут не совпадать с границами существующих земельных участков. Требования к туристическим центрам городов устанавливаются уполномоченным федеральным органом исполнительной власти.
Проект федерального закона «О туризме и туристической деятельности в Российской Федерации»

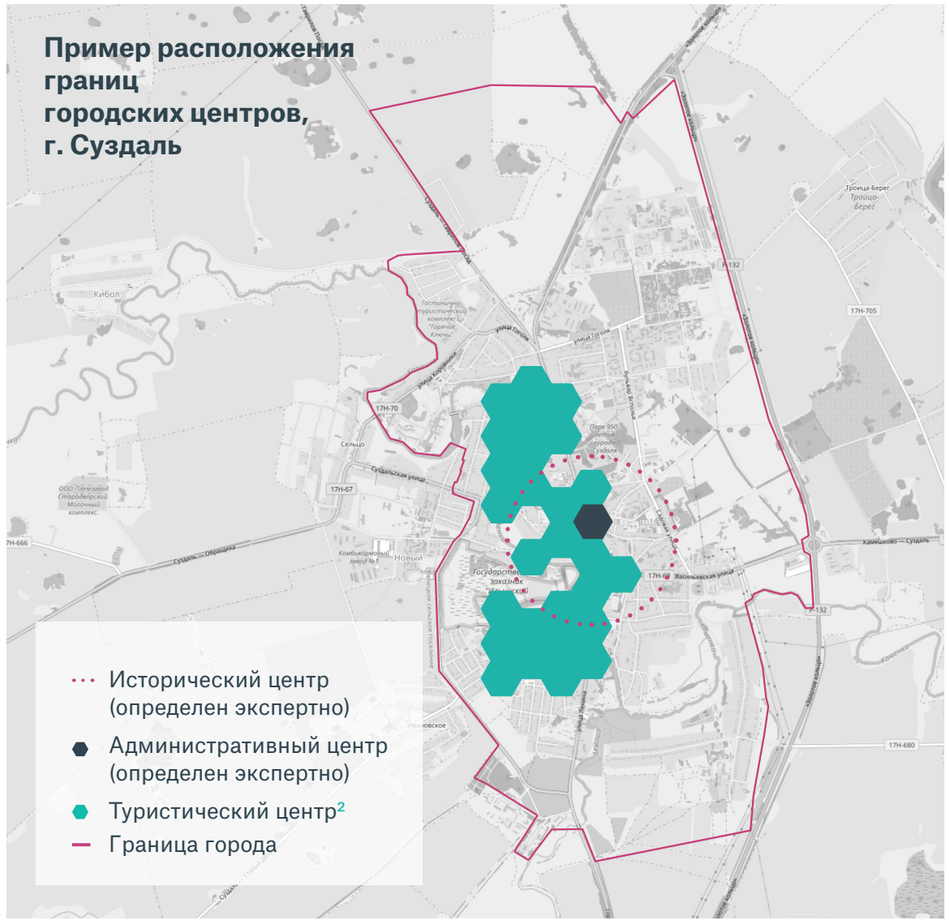
Административный центр

Понятие внутригородского административного центра в законодательстве не закреплено. Условно, можно определить административный внутригородской центр как территорию, на которой размещаются здания органов государственного и муниципального управления, администрации градообразующих предприятий, их подведомственные и дочерние организации. Тут регулярно проводят общегородские праздники.[1]

Исторический центр

Понятие исторического центра в законодательстве не закреплено. Условно, можно определить исторический центр как территорию, на которой возник и развивался город и где находятся памятники архитектуры и культуры.

Пример расположения границ городских центров, г. Суздаль



- В малых и исторических городах высока вероятность совпадения административного, исторического и туристического центров. Однако, вне зависимости от этого, для развития туризма следует концентрировать усилия на развитии именно туристического центра.
- В административных центрах люди не задерживаются надолго, там могут практически отсутствовать учреждения культуры и досуга. Парадно-представительские ансамбли сложно приспособить под интенсивное повседневное использование (здания не предполагают смешанного использования, доступ в них может быть ограничен). Площади и скверы в таких центрах часто пустуют.

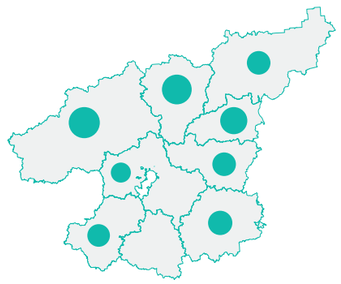
1. Методическое руководство по развитию городской среды моногородов, КБ Стрелка
2. Расчет КБ Стрелка согласно методике, приведенной на следующем слайде.

Выделение населенных пунктов для внедрения арх. кода на территории макрорегиона

Подход к определению населенных пунктов и их туристических центров

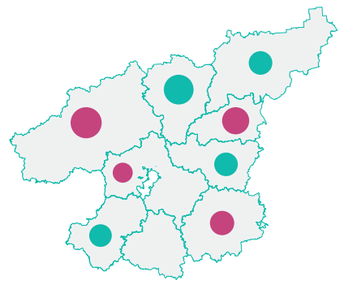
В результате применения подхода было определено 34 населенных пункта, где рекомендуется применение арх. кода

1 Поиск фотографий в границах БЗК, сделанных туристами



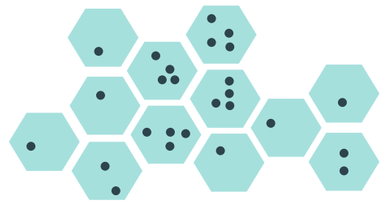
Метод машинного обучения позволяет определить фотографии, сделанные именно туристами и вне жилых помещений.[1]

2 Отбор наиболее туристически привлекательных населенных пунктов внутри всесезонных курортов



В перечень попадают населенные пункты с наибольшей концентрацией фотографий туристов.[1]

3 Оценка концентрации туристической инфраструктуры и сервисов, а также фотографий туристов внутри отобранных н. п.



Оценивается плотность фотографий туристов внутри н.п., а также расположение средств размещения и питания, ОКН, объектов показа, объектов развлечения и спорта и туристических сервисов.[2]

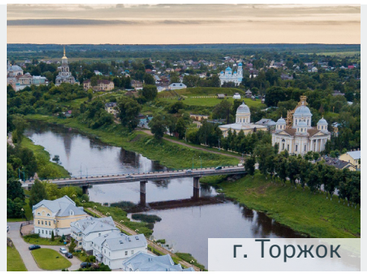
4 Отбор территорий с наибольшей концентрацией туристической инфраструктуры, сервисов и фото



Максимальный уровень концентрации устанавливается статистически (метод Дженкса[4]), отдельно для каждого города. Зоны с максимальной концентрацией формируют туристический центр города.[2]

Типы городов с туристическими центрами определяются в зависимости от размера города[3] (численности населения)

Малые населенные пункты
Города и сельские населенные пункты с населением менее 100 тыс. чел.



г. Торжок

Большие города
Города с населением более 100 тыс. чел.



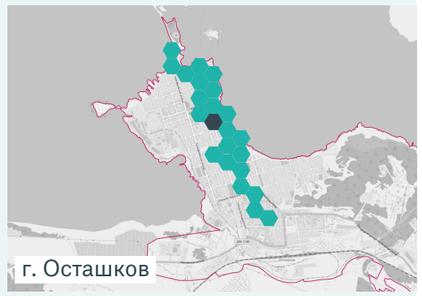
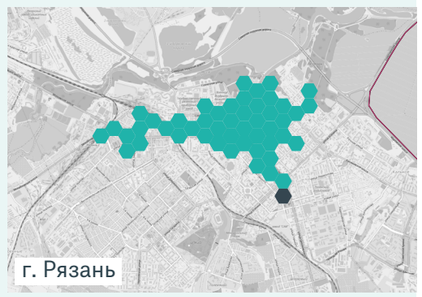
г. Коломна

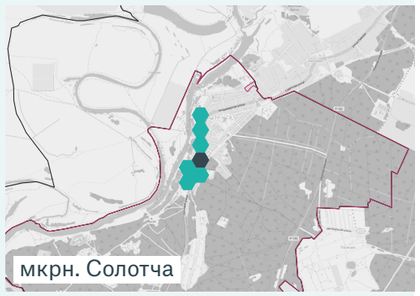
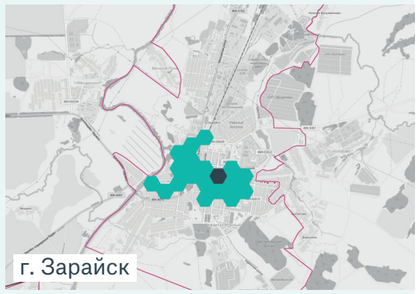
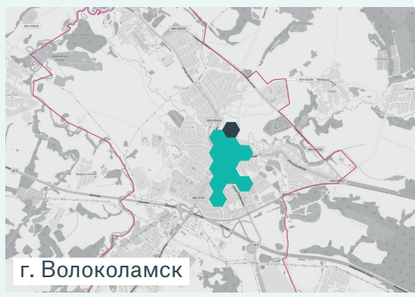
Применение арх. кода будет в равной степени осуществляться в населенных пунктах обоих типов. В малых населенных пунктах его применение окажет более сильное влияние на облик города, нежели в больших, где архитектурный код с большей вероятностью может разрабатываться совместно с ОПР и дизайн-кодом.

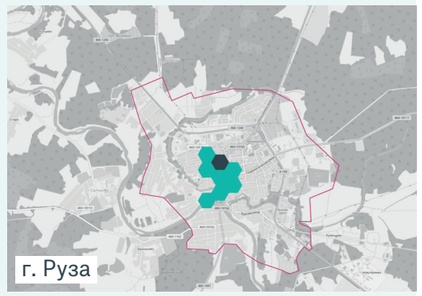
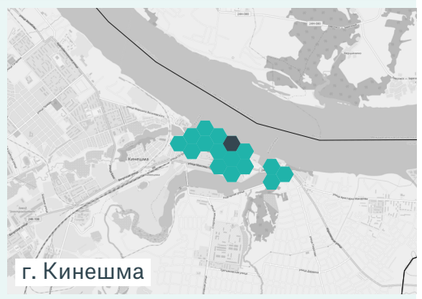
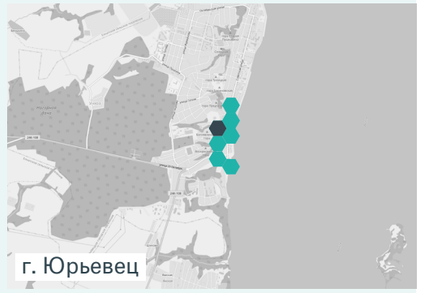
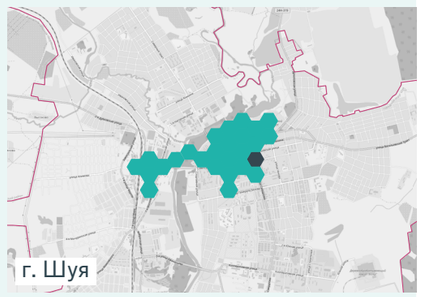
Арх. код должен применяться на всю территорию курорта, особенно при новом благоустройстве и строительстве. Населенные пункты, входящие во всесезонные курорты, могут получить поддержку от министерства экономического развития на софинансирование благоустройства, навигационной системы и другой туристической инфраструктуры для туристических центров в рамках нацпроекта по туризму.

1. Источник: платформа городских данных Urbanmetrics (КБ Стрелка).
2. Данные Минкульт РФ, OpenStreetMap.
   Разбивка городов сформирована на основе СП 42.13330.2016 «Планировка и застройка городских и сельских поселений».
3. В методе естественных границ Дженкса классы основаны на естественной классификации данных. Границы классов определяются таким образом, чтобы сгруппировать схожие значения и максимально увеличить различия между классами. Объекты делятся на классы, границы которых устанавливаются там, где встречаются относительно большие различия между значениями данных. URL: https://desktop.arcgis.com/ru/arcmap/10.7/map/working-with-layers/classifying-numerical-fields-for-graduated-symbols.htm

Туристические центры

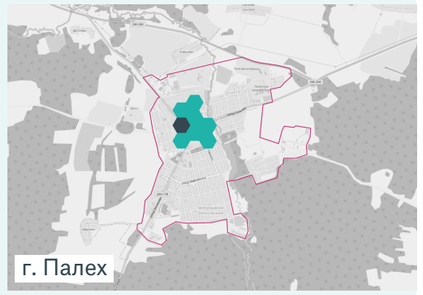
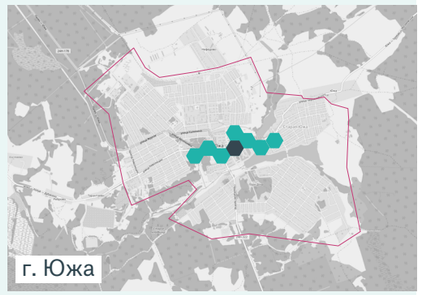
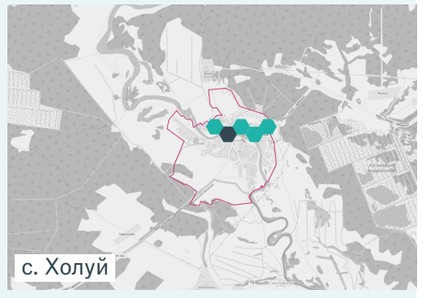
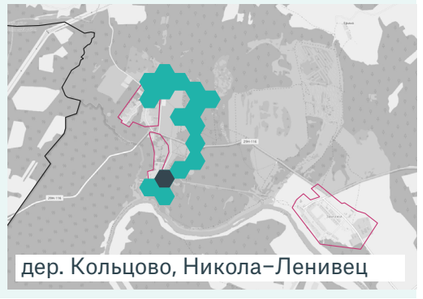
Регион	Курорты	Города, для которых рекомендуется первоочередное внедрение архитектурного кода
Тверская область	Оз. Селигер	 г. Осташков
	Торжок	 г. Торжок
Рязанская область	Нацпарк «Мещерский»	 г. Спас-Клепики
	Рязань и окрестности	 г. Рязань

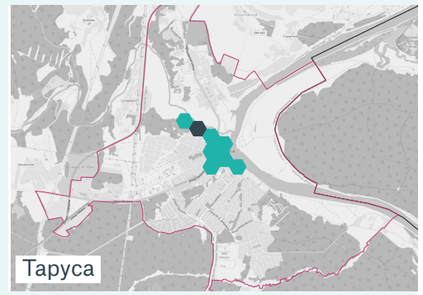
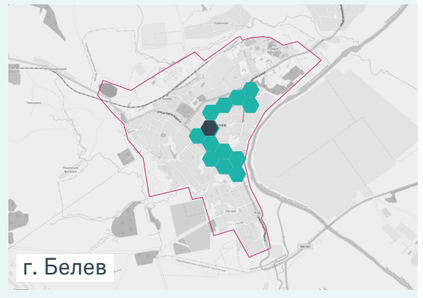
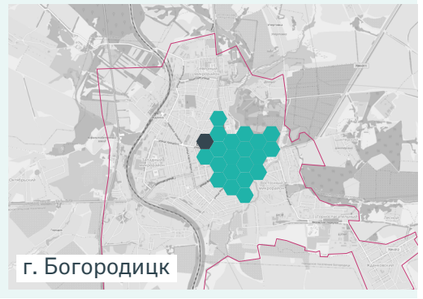
Регион	Курорты	Города, для которых рекомендуется первоочередное внедрение архитектурного кода
Рязанская область	Рязань и окрестности	 мкрн. Солотча
Московская область	Коломна — Зарайск	 г. Коломна
		 г. Зарайск
	Волоколамск — Руза	 г. Волоколамск

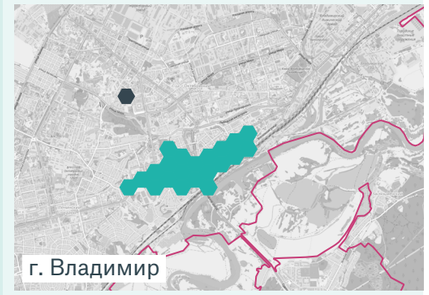
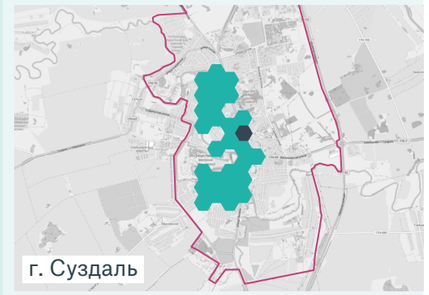
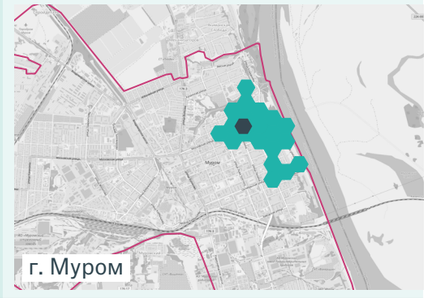
Регион	Курорты	Города, для которых рекомендуется первоочередное внедрение архитектурного кода
Московская область	Волоколамск — Руза	 г. Руза
	Кинешма — Юрьевец	 г. Кинешма
Ивановская область		 г. Юрьевец
	Шуя — Палех — Южа — Холуй	 г. Шуя

Границы туристического центра Административный центр Границы населенного пункта

Туристические центры

Регион	Курорты	Города, для которых рекомендуется первоочередное внедрение архитектурного кода
Ивановская область	Шуя — Палех — Южа — Холуй	 г. Палех
		 г. Южа
		 с. Холуй
Калужская область	Никола-Ленивец	 дер. Кольцово, Никола-Ленивец

Регион	Курорты	Города, для которых рекомендуется первоочередное внедрение архитектурного кода
Калужская область	Полотняный Завод	 Полотняной Завод
	Таруса	 Таруса
Тульская область	Белев	 г. Белев
	Богородицк — Куликово Поле	 г. Богородицк

Регион	Курорты	Города, для которых рекомендуется первоочередное внедрение архитектурного кода
Владимирская область	Суздаль — Владимир	 г. Владимир
		 г. Суздаль
	Муром	 г. Муром
Костромская область	Кострома и окрестности	 г. Кострома

Границы туристического центра Административный центр Границы населенного пункта

Туристические центры

Регион	Курорты	Города, для которых рекомендуется первоочередное внедрение архитектурного кода
Костромская область	Кострома и окрестности	г. Нерехта
		г. Судиславль
	Галич — Чухлома — Солигалич	г. Галич
		г. Солигалич

Регион	Курорты	Города, для которых рекомендуется первоочередное внедрение архитектурного кода
Костромская область	Галич — Чухлома — Солигалич	г. Чухлома
Ярославская область	Мышкин — Рыбинск — Тутаев	г. Мышкин
		г. Рыбинск
		г. Тутаев

Регион	Курорты	Города, для которых рекомендуется первоочередное внедрение архитектурного кода
Ярославская область	Переславль-Залесский — Ростов	г. Переславль-Залесский
		г. Ростов

Границы туристического центра Административный центр Границы населенного пункта

Типы городов с туристическими центрами

Регион	Зона туристической активности	Города	Тип
Тверская область	Оз. Селигер	г. Осташков	Малый населенный пункт
	Торжок	Торжок	Малый населенный пункт
Рязанская область	Национальный парк «Мещерский»	г. Спас-Клепики	Малый населенный пункт
	Рязань и окрестности	г. Рязань	Большой город
		мкрн. Солотча	Большой город
Московская область	Коломна — Зарайск	г. Коломна	Большой город
		г. Зарайск	Малый населенный пункт
	Волоколамск — Руза	г. Волоколамск	Малый населенный пункт
		г. Руза	Малый населенный пункт
Ивановская область	Кинешма — Юрьевец	г. Кинешма	Малый населенный пункт
		г. Юрьевец	Малый населенный пункт
	Шуя — Палех — Южа — Холуй	г. Шуя	Малый населенный пункт
		г. Палех	Малый населенный пункт
		г. Южа	Малый населенный пункт
		с. Холуй	Малый населенный пункт
Калужская область	Никола-Ленивец	дер. Кольцово, Никола-Ленивец	Малый населенный пункт
		Полотняной Завод	Малый населенный пункт
	Таруса	Таруса	Малый населенный пункт

Регион	Зона туристической активности	Города	Тип
Тульская область	Белев	г. Белев	Малый населенный пункт
	Богородицк — Куликово Поле	г. Богородицк	Малый населенный пункт
Владимирская область	Суздаль — Владимир	г. Владимир	Большой город
		г. Суздаль	Малый населенный пункт
	Муром	г. Муром	Большой город
Костромская область	Кострома и окрестности	г. Кострома	Большой город
		г. Нерехта	Малый населенный пункт
		г. Судиславль	Малый населенный пункт
	Галич — Чухлома — Солигалич	г. Галич	Малый населенный пункт
		г. Солигалич	Малый населенный пункт
		г. Чухлома	Малый населенный пункт
Ярославская область	Мышкин — Рыбинск — Тутаев	г. Мышикн	Малый населенный пункт
		г. Рыбинск	Большой город
		г. Тутаев	Малый населенный пункт
	Переславль-Залесский — Ростов	г. Переславль-Залесский	Малый населенный пункт
		г. Ростов	Малый населенный пункт

Источники фотографий

Правительство Калужской области

Novingalina/CC BY-SA 4.0

Игорь Шелапутин/Федерация воздухоплавания Ярославской области/CC-BY-SA 3.0

Sergey Sebelev/CC BY-SA 4.0

Министерство экономического развития Рязанской области. Туристский информационный центр Рязанской области.

Sergey Ashmarin/CC BY-SA 3.0

Florstein/CC BY-SA 3.0

Viridian stain/CC BY-SA 3.0

Freepik

Никонико962/CC BY-SA 4.0

Страница музея-заповедника «Куликово поле» в VK

Юрий Тюмин/tyumin.info www.tyumin@gmail.com

wikiway.com

ГТРК «Ивтелерадио» Россия 1

Vesta_23/CC BY-SA 4.0

Mike1979 Russia/CC BY-SA 4.0

LenskiyS/CC BY-SA 4.0

Правительство Калужской области

Glukovareni/CC BY-SA 4.0

экопарк ЯСНОПОЛЕ

Центр развития туризма и гостеприимства Ивановской области/visitivanovo.ru

pro-bike.ru

Shutterstock

Visit Međimurje/visitmedimurje.com

EuroVelo in Slovenia/eurovelo.si

Bicycle Coffee Co.

mat. prasowe/trojmiasto.pl

Hotel Carlemany Girona

Kinesis UK

Kalf

Департамент культуры и туризма Ивановской области

Пресс-служба фестиваля «Дикая мята»

Пресс-служба администрации Краснодарского края

Sergey Ashmarin/CC BY-SA 3.0

Пресс-служба Мэра и Правительства Москвы/mos.ru

РУСЬ-ОТЕЛЬ/ushotel33.ru

Cosmos Hotel Group

ЯрГУ/uniyar.ac.ru

dracomare.livejournal.com

Christian Flatscher./Snøhetta

Афоньшин Сергей/CC BY-SA 4.0

Юрий Пальмин/FORM Bureau

АРХИТЕКТУРНОЕ БЮРО ПРОЕКТ905

Barrell Sculpture

MAS DFAB in Architecture and Digital Fabrication | ETH Zurich. Ana Anton, Patrick Bedarf, Angela Yoo

«ТОП-Пенопласт»/toppenoplast.ru

Ichiro Iwasaki for Arper

Atelier Jacqueline Osty & associés

VisitVejle/visitvejle.com

IN SITU

Weranda Country/werandacountry.pl

Steven L. Markos/National Park Planner

Steinar Skaar/he Norwegian Public Roads Administration

The District Department of Transportationd/dot.dc.go

Metalco srl

IN SITU

dieda Systembauteile

Landscape Forms

Streetlife

Barriers Direct

Streetlife

mmcité

Livin' Spaces

SIT

Вид усадьбы Кузьминки, рис. Ж.Рауха, 1820-s - 1840s Wikimedia/Public Domain

Никанор Онацький. «Садиба», 1919 Wikimedia/Public Domain

Туристический портал Тульской области

The picknick by James Charles

Эко-отель «Веточка»

Allies and Morrison. Photograph by Robin Hayes.

HONKA

Юрий Пальмин/FORM Bureau

AMPS Arquitectura y Diseño

horomystudio

Ludescher + Lutz Architekten Photo: Elmar Ludescher

O.Design

MUNDEN FRY LANDSCAPE ASSOCIATES

АРТ-УСАДЬБА ВЕРЕТЬЕВО

Söderberg Söderberg AB Photo: Mikael Olsson

Wowhaus

Пресс-служба правительства Тверской области

Пресс-служба правительства Московской области

REK4Y

Yieum Partners/The Ho-Am Art Museum

Александр Лукин/rasfokus

Lily Weber/Unsplash

roman_smirnov/livejournal.com

Компания Престол

Виктор Васнецов/Музей-заповедник «Абрамцево»

codymemoryk/Pikabu

Wikimedia

пресс-служба правительства Тверской области

Валерий Роганов/fotokto

Кирилл Моисеев/livejournal

Tripadvisor LLC

Public Domain

Сергей Прокудин-Горский/Библиотека Конгресса США

Mason Studio

Switchup

Sano2

FMC COMPANY LIMITED

ТРЦ «Акварель»

Alexandre Petzold/Agence Ter

Escala Urbana Arquitectura

The Wildlife Trusts

Asger Simonsen/Spektrum Arkitekter

VisitVejle

Doğancan Özturan/Unsplash

Reuterskiöld Snickeri

J. Burger

Cherry Springs State Park

The Axis Foundation

State of New South Wales through the Department of Industry

Franck Fleury/Jacky Suchail Architects

Kengo Kuma & Associates

Maison-ecolo

Lifestyle Magazine Group

Nuttshell Graphics

Empreinte signalétique

Le marais du Port des Salines

Avito

Nord House

Denia

Alamo Networks S.L.

Giardineggiando

Freepik

Ross Joyner/Unsplash

Giacomo Minelli

Hopaway Holiday

Отель «Империя»

Schreiner-Team

Nils Jepsen/CC BY 2.5

Reuterskiöld Snickeri

Simena Sun Club

The Dock Doctors

Norfolk Tour

Castlegate Lights

SHOREMASTER

Pier Fishing Pole Holder

Chris Radley Photography

Patricio Zeiss/Azócar Catrón Arquitectos

Kristen Pacheco/Townsquare Media

C&M MARINE PRODUCTS

NSW Government

Nord House

Ricky Rijkenberg, LOOSvanVLIET

Unpetitpoissurdix

Сайт Мэра Москвы

Ankhesenamun/Unsplash

Jeroen Musch

Jollyloves/TripAdvisor

Roger Gransmore Architect

Николай Белавин/CC BY-SA 4.0

Andre Pihl/Wingardshs

HERADESIGN

Joe Fletcher, Patrik Argast/Piechota Architecture

ÅKE E:SON LINDMAN

SHIROMIO Studio

CEBRA

Camillin Denny Architects

Nate Grant/Giulietti Schouten Weber Architects

Robert A.M. Stern Architects

BURO TSUM

Русская деревня «Шуваловка»

Строительная компания «Домакс»

Евгений Чесноков

Источники фотографий

Gennady Podborodnikov/CC BY-SA 4.0
Мануфактура «ДУШИСТЫЯ РАДОСТИ»
Alexxx1979/CC BY-SA 4.0
Manor Mill
kartarf.ru
Правительство Тверской области
Sterling Ruby/CC BY-SA 1.0
Rauma Tourist Office/CC BY-SA 3.0
AndyVolykhov/CC BY-SA 4.0
ТУРИСТИЧЕСКИЙ ПОРТАЛ КАЛУЖСКОЙ ОБЛАСТИ
Sergey Charkin/CC BY-SA 3.0
Ассоциация владельцев исторических усадеб/nashiusadby.ru
The Merchant Hotel, Belfast
Туристический портао Ивановской области/visit-ivanovoobl.ru
Александр Гришин/CC BY-SA 3.0
Jorge Royan/www.royan.com.ar/CC BY-SA 3.0
Massimo Catarinella/CC BY-SA 3.0
Addy Cameron-Huff/Flickr/CC BY 2.0
steamboatpilot.com
RoadCyclingUK
Diller Scofidio + Renfro
Senin Roman/CC BY 3.0
Studio Other Spaces
Dennis Jarvis/CC BY-SA 2.0
Bernard Gagnon/CC BY-SA 4.0
Jochen Tack/Zollverein Foundation
Crone Architects
Илья Иванов/Архитектурное бюро СПИЧ
FIFA
Ice Plant bar and restaurant
Администрация городского округа Кинешма
Кривошеина Мария/CC BY-SA 3.0
Marriott International, Inc.
brasteds.co.uk
Gina Manning Photography
Clarín newspaper
London Craft Beer Festival
EU Delegation to Serbia 2022
Терем Снегурочки
FOSHEE MULTIFAMILY ARCHITECTURE
Chaplin Farrant
WOHA
Visit Norway

Château de Gudanes and Karina Waters
on-walking.com
Сергей Анатольевич Васильев/CC BY-SA 4.0
kolllak.livejournal.com
Chaplin Farrant, Varla Cladding Ltd
Музей «Калачная»
Отель-ресторан «Рождественский»
ООО «Брайтэлек»
Ben Lamb/CC BY-NC-SA 2.0
Belliy/CC BY-SA 4.0
Mark AC/flickr.com
Elisa H/Unsplash
АО «Казаковское предприятие художественных изделий»
Антон Брехов
Алексей Саврасов. «Грачи прилетели». Государственная Третьяковская галерея

Питомник «Лесково»
«Путеводитель по русским ремёслам»/CC BY-SA 3
Музей филимоновской игрушки
Александр Б/flickr.com
Katerina Savchenko Photography
Магазин МальВа/«Ярмарка Мастеров»
Lazaregagnidze/CC BY-SA 3.0
Kamusal Alan/CC0
Alexxx1979/CC BY-SA 4.0
Crystalite Bohemia
LookWay
Anton Skrobotov/CC BY 2.0
hpgruesen/Pixabay
«Павловопосадская платочная мануфактура»
bearfotos/Freepik
Andreas Rockstein/flickr.com
Doomych/Public Domain
ЧЕНЦОВ МИХАИЛ/CC BY-SA 4.0
Вадим Разумов
svetosh_13/vk.com
PictureThis
rybakot/Public domain
Борис Кустодиев. «Купчиха за чаем». Государственный Русский музей, Санкт-Петербург

Ивановская текстильная фабрика
«Культура.РФ»

Государственный музей истории космонавтики имени К.Э. Циолковского
Правительство Калужской области
В.М.Васнецов. Витязь на распутье. 1882. Государственнй Русский Музей, Санкт-Петербург

Квасник с фигуркой гончара. Вторая половина XIX в. Государственный Русский Музей.

Портрет тверской крестьянки в повязке с жемчужной подницзью. Неизвестный художник. 1830-е годы. Государственный исторический музей «Егорьевские диковины», Благотворительный фонд Владимира Потанина

Anne Nygård/Unsplash
Фестиваль воздухоплавания «Золотое кольцо России»/fly-pz.ru/

Белевская пастила/belevpastila.com
David_Tanke/Envato Elements
JulyKo/Envato Elements
Burki Seelensammler/Unsplash
dreamypixel//Envato Elements
https://static.wixstatic.com/media/c05a2e_eee2daaf7f094f13b34121c55f176f36~mv2_d_2959_4099_s_4_2.jpg
Туристический портал Тульской области
Daniel Seßler/Unsplash
Stephanie Harvey/CC BY 2.0
Bff/CC BY-SA 3.0
Fanny Gustafsson/Unsplash
Free
Lars Lundqvist/CC BY-NC-SA 2.0
Николай Полисский, Бобур, 2013. nikola-lenivets.ru
Галерея Тарусской вышивки/tarusastyle.wixsite.com
Культурный регион. Белгород/bel.cultreg.ru
Hans Isaacson/Unsplash
Путеводитель по русским ремёслам/russianarts.online
nalichniki.com
mordovochka.blogspot.com
CAFEGRAFIN.RU
Jeanne Blanche/Unsplash
Joel Cross/Unsplash
Amatų kelias/atostogoskaime.lt
«Петровская флотилия на Переславском озере 25 августа 1692 года», Дмитрий Кардовский,1927 год.Переславский музей-заповедник
Kir Shu/Unsplash
Leslie Cross/Unsplash
Luc Tribolet/Unsplash
Matthias Heil/Unsplash

Michael Medovnikov/Unsplash
Mona Eendra/Unsplash
Сайт Нижегородской митрополии/nne.ru
«ООО Технэл»//technell.ru
ОАО «Торжокские Золотошвеи»
PxHere
Музей «Коломенская пастила»/kolomnapastila.ru
Пиголкин Сергей/photogoroda.com
Художественная мастерская Гончаровых из Жостово/zhostovo.com

Freepik
Jpwebber/CC BY-SA 3.0
Sébastien Marchand/Unsplash
Pxfuel
Susan Wilkinson/Unsplash
A.Savin /CC BY-SA 3.0
Дмитрий Рыжаков/ИЗВЕСТНО.РУ
Центр развития туризма «Ярославия»
Glukovarenik/CC BY-SA 4.0