

мастер-класс

ТЕРРИТОРИЯ — ИСТОЧНИК ДОХОДА



Рекреационный бизнес России

Тезисы выступления А.С. Курбатовой,
директора Института комплексного развития
территорий, доктора географических наук

Модель маркетинговой стратегии развития территории

- **Территория становится источником дохода** в том случае, если она вовлечена в бизнес-процессы — деятельность, приносящую доход.
Территория понимается как пространственно-однородный комплекс, культурно-исторических, природных и трудовых ресурсов, находящихся во взаимодействии в процессе хозяйственной деятельности, регулируемой законодательством различного уровня.
- Туристический бизнес на территории работает как катализатор развития всех видов бизнеса, занимающегося производством и предоставлением материальных и виртуальных продуктов и услуг, создаваемых на основе ресурсов территории.
- Для управления развитием территории местные власти должны разработать и заставить функционировать **ИНТЕГРАЛЬНЫЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ БРЕНД ТЕРРИТОРИИ**.

Интегральный экономический бренд территории

Для создания работающего ИЭБТ необходимо проводить маркетинговые исследования в двух направлениях:

- **территориальных условий и возможностей** (ниже будет рассмотрен пример — Схема территориального планирования Комсомольского района Ивановской области);
- **потребительских предпочтений** (рассмотрим в качестве примера исследование рынка туристических услуг Псковской области).

«Пошли по лавкам странники:
Любуются платочками,
Ивановскими ситцами,
Шляями, новой обувью,
Издельем кимряков».

Н.А. Некрасов

Исследования территориальных условий и возможностей региона

В качестве иллюстраций на мастер-классе использовались схемы территориального планирования Комсомольского района Ивановской области.



Исследования потребительских предпочтений

- Исследование рынка туристических услуг Псковской области по материалам ГУ «Институт регионального развития» (Псков).
- В качестве иллюстраций на мастер-классе использовались следующие данные исследований:
 - Посещение туристами мест досуга, отдыха, развлечения с разбивкой по дням пребывания в Псковской области.
 - Трёхдневные «ассортиментные наборы» в поведении туристов. Результаты кластеризации подвыборки респондентов, пребывавших на момент опроса в Псковской области более двух дней.
 - Однодневные «ассортиментные наборы» в поведении туристов. Результаты кластеризации всего массива опрошенных по сведениям за первый день пребывания в Псковской области.
 - Однодневные «ассортиментные наборы» в поведении обладателей коротких туров. Результаты кластеризации по сведениям за первый день пребывания подвыборки опрошенных, общая продолжительность пребывания которых в Псковской области ожидается не более двух дней (n = 658).
 - Распределение туристического потока по расходам на ресторан, кафе (% ответивших).
 - Распределение туристического потока по расходам на посещение музеев, церквей (% ответивших).
 - Сводная характеристика распределения туристического потока по денежным затратам в ходе визита в Псковскую область.
 - Расчёт показателей, позволяющих предварительно оценить объём туристического рынка Пскова.
- Исследования показали, что среднестатистическая группа туристов, приезжающая в Псковскую область, тратит (помимо собственно оплаты тура, проживания, трансфера) 3750 рублей. Среднестатистический турист тратит в Псковской области 1930 рублей.

Интегральный экономический бренд территории

- Для реализации стратегии развития территории с использованием ИЭБТ посредством развития туристической отрасли необходимо сформировать организационные структуры — управляющую компанию, работающую на основе государственно-частного партнёрства.
- Задачи современной туристической организации.
- Необходимые условия для реализации.

Пример программы, развивающей экономику О подготовке и проведении Всероссийского фестиваля «Русский лес» в Костроме

- Фестиваль создавался как первое мероприятие нового формата, устанавливающего эффективные экономические связи **Бизнес-Творчество-Власть-Общество**, способствующего социализации бизнеса для выхода экономики из кризиса.
- Планируется проведение в 2011 г. в Костроме I Всероссийского фестиваля «Русский лес», который в дальнейшем станет регулярным. Его целесообразность для Костромской области состоит в том, что на фоне обсуждения и решения общероссийских проблем, Кострома может стать отраслеобразующим регионом, т. е. регионом, где сосредоточен основной деловой, творческий и научный потенциал отрасли.

Фестиваль «Русский лес» в Костроме

Цели фестиваля:

- Развитие экономики Костромской области путем формирования положительного имиджа продукции её предприятий, занимающихся заготовкой и переработкой леса.
- Развитие делового сотрудничества и укрепление межрегиональных связей.
- Привлечение дополнительных инвестиций в экономическое развитие области.
- Пропаганда творчества мастеров-ремесленников по дереву и изделий художественных промыслов Костромской области.
- Привлечение внимания молодёжи к экономике Костромской области.

Мероприятия проекта делятся на четыре тематических блока, каждый из которых рассчитан на свою целевую аудиторию и решение своего блока задач.

Годовой цикл:

I. Зима. Молодёжный этап фестиваля «Молодо — зелено»

Предлагаемый срок проведения: 8–14 февраля 2010 г. (Масленица)

- Конкурс «Деревяшка» для молодых специалистов и студентов творческих, художественных, строительных, архитектурных, индустриальных вузов на призы губернатора области, Союза художников России, Союза архитекторов России, соответствующих министерств и общественных организаций. Тема конкурса «Работа с деревом как с материалом (дизайн, мебель, деревянная скульптура и др.)», произведения о лесе.
- Выставка-продажа творческих работ.
- Музыкальное выступление групп лесной тематики (например, «Лесоповал»).

Целевая аудитория: студенты, молодые специалисты, работодатели, представители вузов.

Задача этапа: развитие творческого, научного и профессионального потенциала молодёжи, её активное привлечение к проведению социально-экономических преобразований в стране и регионе, формирование активной жизненной позиции, стремление участвовать в развитии региона.

II. Весна. Профессиональный форум лесных и лесоперерабатывающих промышленников «Диалог бизнеса и власти: заготавливаем, перерабатываем, строим, продаём»

Предлагаемый срок проведения: апрель 2010 г.

- Конференция предприятий, занимающихся заготовкой и переработкой леса.
- Выставка предприятий и оборудования.
- Круглые столы по актуальным проблемам отрасли («Деревянное домостроительство», «Бумага», «Мебель», «Фурнитура» и др.)
- Культурная программа.

Целевая аудитория: малый и средний бизнес, органы власти (профильные министерства и ведомства), профильные союзы и ассоциации.

Задача этапа: привлечь внимание инвесторов, создать дискуссионную площадку для бизнеса, инвесторов и власти, на которой заинтересованные стороны обозначают свои позиции и обмениваются взглядами на проблемы отрасли и развитие лесного хозяйства.

III. Лето. Туристско-краеведческий блок фестиваля

Предлагаемый срок проведения: июль 2010 г.

- Конференция для российских организаций, музеев и структур, связанных с деревянным зодчеством, краеведением, народными промыслами, историей.
- Мероприятие для российских туристских агентств по теме «Наследие деревянного зодчества».
- Выставка картин «Русский лес» в Романовском музее.
- Фестиваль этномузыки.

Целевая аудитория: Министерство культуры РФ, структуры и организации, связанные с деревянным зодчеством, музеи деревянного зодчества, реставраторы, творческие мастерские, умельцы народных промыслов.

Задача этапа: пропаганда творчества мастеров-ремесленников по дереву и изделий художественных промыслов Костромской области, привлечение туристов в Костромскую область, налаживание связей с туристическими агентствами России, развитие туристического потенциала Костромской области.

IV. Осень. Подведение итогов форума, торжественное награждение победителей

Предлагаемый срок проведения: конец октября 2010 г.

- Мероприятие с участием Федерального агентства лесного хозяйства, Министерства регионального развития РФ, Министерства здравоохранения и социального развития РФ, Министерства культуры РФ, Министерства образования РФ, творческих союзов и др. Торжественное награждение победителей конкурсов первых трёх этапов фестиваля. Завершается гала-концертом и торжественным приемом у губернатора Костромской области. Мероприятие освещается журналистами и ТВ.

Все мероприятия фестиваля освещаются в специальной постоянной телевизионной программе «Русский лес» на телеканалах «Россия», «Русь», «Звезда».

Всё время функционирует информационный сайт фестиваля, выпускается «Вестник фестиваля».

Территория — источник дохода

Примеры использования бюджетных средств для повышения экономического потенциала территории

- Разработка концепции размещения наружной рекламы в Костроме. Это первая уникальная комплексная концепция городской наружной рекламы: никогда ранее наружная реклама не упорядочивалась одновременно в рамках целого города.
- Благоустройство набережной р. Волги в исторической части города Костромы. Проект направлен на создание рекреационной зоны исторического города, приносящей максимальный экономический эффект от обслуживания отдыхающих горожан и туристов.



Превращение территории в источник дохода — стратегическая задача власти.