**Проект выступления**

**I Всероссийский конгресс общественных объединений туризма, гостеприимства и спорта «Туризм. Нацпроекты – 2020»**

**Владимир Круглов**

**Член Общественного совета при Ростуризме**

**Руководить подкомиссии по созданию и продвижению турпродукта территорий**

**Тема: «Доступный туризм. Непрерывное развитие»**

**Добрый день уважаемые коллеги!**

1. У меня очень серьёзная тема и очень жёсткий регламент. Понимаю, что все уже очень устали. Поэтому очень постараюсь сократить объём информации.

**2. Идеи доступного туризма. Проблематика понятия и практики внедрения.**

Существенно более 2 млрд. человек в мире являются потенциальной аудиторией формы доступного туризма. Пожалуйста, вдумайтесь в эту цифру! Тема доступного туризма активно обсуждается на ведущих мировых площадках. В 2013 году Генеральной ассамблеей ООН были утверждены Рекомендации UNWTO «Доступный туризм для всех».

Объясняя значимость доступного туризма, хочу привести слова Талеба Рифаи возглавлявшего UNWTO в период с 01.01. 2010 года по 31.12.2017 г:

*«Доступность – это центральный элемент любой социально-ответственной и устойчивой политики в области туризма. Это непременное условие соблюдения прав человека и исключительная возможность для бизнеса. Кроме того, мы должны признать, что доступный туризм пойдёт на пользу не только людям с инвалидностью или особыми потребностями, от нее выиграем все мы».*

То есть, говоря о доступности туризма, речь идёт об особых категориях туристов, требующих повышенного внимания и готовности территорий принимать и обслуживать их. К таким категориям туристов относятся не только инвалиды, а ещё: дети и семьи с детьми, люди с временными нарушениями здоровья, пожилые люди и т.д. И к ним бы я добавил некоторых иностранных туристов, которые в путешествии испытывают трудности от навигации на незнакомом языке, пищевых ограничений, возможностей коммуникации, поиска и использования необходимых сервисов, например, банкоматов и т.д.

Сейчас многое говорится о детском и социальном туризме. О введении различных регламентов и прочих мер по организации туризма для этих категорий туристов. Однако доступный туризм – это более широкое, объёмное и необходимо важное понятие, требующее комплексных решений.

Экспертные обсуждения о доступности туризма можно условно разделить на два вектора: 1. Обеспечение равного доступа и 2. Возможность пользоваться туристскими ресурсами и объектами туристской инфраструктуры каждому человеку вне зависимости от их ограничений. Или выразить в вопросах: «Куда и как им можно поехать?» и «Что им там можно делать?»

**3.** **Туристские территории как драйвер развития доступного туризма.**

Менее чем год назад группой экспертов было разработано предложение о введении в практику деятельности российского туризма понятия «туристская территория» в следующей формулировке:

***«Туристская территория – это географически определённое и инфраструктурно подготовленное для приёма и обслуживания туристов пространство вокруг определённого центра интересов».***

Главная цель введения термина – это создание и визуализация объекта развития туризма внутри населённых пунктов. Что особенно актуально для малых городов и населённых пунктов.

1. Определение географических границ туристской территории сообщает потенциальному туристу о территории в населённом пункте рекомендованной к посещению, где имеется необходимая инфраструктура, и гость будет чувствовать себя наиболее комфортно. Ведь даже в Париже туристу не стоит посещать определённые районы.

2. Турист, ещё на этапе информационного запроса, может выбирать места для поездки в соответствии со своими требованиями. Здесь открывается широкое поле для творчества муниципалитетов. Которые могут выбирать для себя целевые аудитории, подстраивать под них площадки и организовывать соответствующие активности. Таким образом, формируется ценностное предложение территории, которое мы называем турпродуктом территории.

Таким образом, предложенный вариант понятия «туристская территория» представляет собой настройку – драйвер по работе с территориями для развития туризма. Для внедрения которого не требуется выделение дополнительных средств. Все работы происходят в штатном режиме и касаются лишь целенаправленной организации процессов.

То же самое касается транспортной доступности – привлечение специализированных транспортных компаний и формирования контента о возможностях транспортных узлов, включая предоставление услуг и сервисов по сопровождению людей, требующих повышенного внимания.

**4. Факторы, оказывающие влияние на непрерывность развития туристских территорий**

Клиентоориентированность – это основа современного маркетинга туристских территорий. А путь достижения лежит, в том числе, через понятие «туристская территория». Суть слайда в двух словах:

Туристская территория возникает вокруг основного центра интересов (бренда территории). Например, «Палех – центр лаковой миниатюры и русской иконописи» – это и есть бренд территории и центр интересов. Визуализация бренда происходит с помощью аутентичных достопримечательностей, объектов принимающей инфраструктуры аттракций, сервисов и услуг в географически обозначенных границах туристских территорий на карте населённого пункта. Границы туристкой территории, как и список предпринимателей участвующих в сфере деятельности туризма может расширяться за счёт увеличения спроса на клиентоориентированное ценностное предложение территории, которое обеспечивает непрерывность развития.

Более того, концентрация туристских активностей в границах туристских территорий снимает напряжённость от туристов для местных жителей. При этом одновременно увеличивая ценность туристской территории для развития бизнеса.

Таким образом, можно существенно усилить эффективность решений направленных на повышение туристской привлекательности регионов, улучшение качества товаров, услуг и условий комфортного пребывания для всех групп туристов, а также продвижения России как дестинации на мировой арене.

В качестве дополнения хочу отметить, что идея введения в практику российского туризма понятия «туристская территория» в представленной выше редакции получила одобрение общественности, была положительно встречена в ряде регионов РФ. В частности на площадках Третьего федерального социального конвента «Новосибирск – город безграничных возможностей».

А также, в экспериментальном режиме уже вводится в Ивановской области в посёлке Палех – известном центре русской иконописи и лаковой миниатюры, где уже подписано Постановление главы администрации «Об определении туристской территории в Палехском муниципальном районе» с приложением карты туристской территории.

**5. Технология реализации**

Как говорилось выше, для реализации представленной технологии не требуется выделения дополнительных средств. Все работы выполняются в штатном режиме в соответствии с программами развития туризма в регионах и муниципальных образованиях РФ.

Однако требуется ряд действий на федеральном уровне:

1. Разработка и утверждение базовых принципов развития доступного туризма в Российской Федерации. Возможно через создание рабочей группы в соответствующем ведомстве.

2. В части введения в практику российского туризма понятий «туристская территория» в предлагаемой выше редакции и основ развития формы доступного туризма.

Предлагается внести изменения в:
- Федеральный закон от 24.11.1996 N 132-ФЗ (ред. от 02.12.2019)
«Об основах туристской деятельности в Российской Федерации»

- Стратегию развития внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации до 2035 года

**Прошу поддержать инициативу и проголосовать за внесение данных пунктов в резолюцию Правительству РФ.**

*С уважением,
Владимир Круглов*

*Член Общественного совета при Ростуризме*

*Руководить подкомиссии по созданию и продвижению турпродукта территорий*