СЛАЙД 1

Муниципальный саммит

«Города России: онлайн и оффлайн трансформация и перспективы»

Стратегическая сессия "Туризм и отдых"

Глава городского округа Шуя

Президент Союза городов

Центра и Северо-Запада России

Корягина Наталья Владимировна

ПРОЕКТ ДОКЛАДА

Уважаемые коллеги!

Туристический 2020 год начинался на позитиве. Эпидемия коронавируса в Китае казалась далекой и не очень опасной. Люди продолжали путешествовать, в том числе по России.

СЛАЙД 2.

Практически тогда же, несколькими месяцами ранее была принята "Стратегия развития туризма в Российской Федерации на период до 2035", которая направлена на развитие внутреннего и въездного туризма. Утвержденный документ предусматривает, в частности, комплексное развитие и благоустройство туристских территорий, включая развитие туристской, коммунальной и транспортной инфраструктуры, строительство и реконструкцию объектов магистральной инфраструктуры (аэропортов и транспортных хабов, федеральных автомобильных дорог, мостовых переходов, обходов крупных городов, железных дорог и участков водных путей), формирование туристского продукта с учётом природного, культурного, этнического разнообразия регионов России, развитие отдельных видов туризма, в том числе детского, культурно-познавательного, горнолыжного, круизного, экологического, делового, автотуризма, лечебно-оздоровительного, молодежного, научного, сельского, промышленного туризма.

СЛАЙД 3.

Результатом реализации Стратегии к 2035 году должен стать рост таких показателей, как:

- количество внутренних туристских поездок на одного жителя (более чем в два раза);

- экспорт туристских услуг (более чем в три раза);

- инвестиции в сферу туризма (в три раза).

СЛАЙД 4.

К весне 2020 года эпидситуация в стране резко ухудшилась, что привело к локдауну, в период которого в первую очередь пострадали потенциальные путешественники. Коронакризис в начале 2020 года крайне негативно отразился на состоянии и дальнейшем развитии практически всех сфер мирового хозяйства, в том числе и туризма. Такого тяжелого кризиса в туристическом бизнесе не наблюдалось со времен Второй мировой войны.

СЛАЙД 5.

Однако любой кризис ведет не только к негативным последствиям, а открывает новые возможности и варианты для всех сфер экономики, в том числе и для туристского рынка.

В числе этих возможностей и вариантов — ускорение процессов цифровизации туристских сервисов, более активное внедрение современных технологий (например, баз данных, искусственного интеллекта, смешанной и дополненной реальности и т.п.), а также экономики впечатлений. Подверглись трансформации инструменты удовлетворения потребностей туристов. При этом сами потребности у них остались прежними - потребности в передвижении, общении, новых эмоциях и знаниях.

Таким образом, перед нами встает неразрывная цепь задач, решение которых приведет к запланированному результату. Среди них:

1. Постепенная переориентация всех участников туристического рынка на сферу онлайн с соответствующей переориентацией финансовых потоков и созданием предпосылок для повышения прибыльности индустрии туризма.

2. Разработка и продвижение цифровых продуктов как для традиционных, так и для новых туристских направлений.

СЛАЙД 6.

 В нашей стране в развитие цифровых туристских проектов свой вклад вносят музеи, предлагающие онлайн-экскурсии. К примеру, в начале 2020 года стартовал проект Эрмитажа и компании Apple — пятичасовое путешествие по музею. Государственный Русский музей начал реализацию проекта «Искусство рядом». В столицах музеи быстро перешли в онлайн-формат, предлагая посетить экспозиции дистанционно. У небольших муниципальных музеев есть достаточный потенциал и потребность в демонстрации уникальных выставок в формате онлайн, но пока большинство из них это делают достаточно примитивно.

Какова причина? Ответ очевиден - отсутствие современного оборудования и цифровой компетентности кадров. Решение проблемы может быть предложено в вариантах обучения квалифицированных кадров (либо переподготовка), которые свободно ориентируются в современных креативных цифровых технологиях, используемых в сфере туризма, а также вариант приобретения оборудования для работы специалистов, которое необходимо для реализации цифровых проектов в туризме (3D–презентации, VR–проекты, мультипрезентации).

Уверена, перечисленные проблемы близки многим городам России. Каждый из нас понимает, что переход туриндустрии в цифру – это неизбежный процесс. Ведь мы довольно давно выбираем туры онлайн и оплачиваем авиабилеты в приложениях. Сейчас, когда туристическая отрасль начала понемногу возвращаться к привычной жизни, выйти на уровень ей помогут цифровые решения.

СЛАЙД 7.

Одним из таких решений станет технология виртуальной реальности. Сегодня туристов приглашают в новые туры и путешествия VR-презентациями. Работают экскурсионные проекты, в которых используются очки с дополненной реальностью. Участники проекта, прогуливаясь по городу, имеют возможность перенестись во времени в XVIII-XIX века, увидеть облик города и горожан того времени.

Есть проекты, при которых, используя технологии виртуальной реальности, можно возродить утраченные исторические объекты, памятники архитектуры, которые были раннее значимыми. Достижение этой цели важно не только для привлечения туристов, а в первую очередь для самих горожан, молодого поколения.

СЛАЙД 8.

На примере нашего исторического города, первый шаг к возрождению одного из важных культовых объектов мы уже сделали - возрождение Спасского храма, одного из красивейших и величественных храмов города, взорванного в начале XX века.

 В рождественские каникулы мы имеем уникальную возможность любоваться инсталляцией храма, установленной на месте храма на бывшей Спасской площади. В дальнейшем, в своей работе нам хотелось бы перейти к технологии лазерного проецирования объемного изображения утраченных объектов культурного наследия на фасады здания.

СЛАЙД 9.

Примеров удачного внедрения цифровых продуктов в туристической индустрии немало. Но нужно понимать, что цифровизация – это лишь вспомогательный инструмент в продвижении продукта и улучшении клиентского опыта. В отличие от других отраслей, здесь цифра не заменит основного продукта – поездки в новое место и пребывания в нем.

Предполагаю, что туристский рынок восстановится относительно быстро после пандемии, поскольку людям будут нужны положительные эмоции. Хотя, безусловно, точный прогноз дать невозможно. Кроме того, вполне вероятно, что может измениться подход к жизни в целом — способы дистанционной коммуникации онлайн станут обычным делом.

СЛАЙД 10.

Опираясь на итоги летнего сезона и те тенденции, которые мы видим сейчас, можно уверенно сказать, что 2021 год стал годом внутреннего туризма.

Из-за закрытых границ зарубежные поездки остаются в подвешенном состоянии. Россияне успели распробовать некоторые внутренние маршруты и готовы осваивать новые. По оценке справочного центра «КупиБилет», Россия занимает второе место в мире по восстановлению внутреннего туризма.

На примере динамики развития туризма городов Центра и Северо – Запада России можно проследить динамику развития внутреннего туризма практически всех городов России.

СЛАЙД 11.

Согласно статистическим данным показатель "Число туристских прибытий" в 2021 году превысил показатель доэпидемического периода 2018 года.

Это показатель общей динамики турпотока 23 городов из 15 субъектов РФ, участников опроса, проведенного в октябре 2021 года, которые представляют Центральный (7 регионов) и Северо-Западный (16 регионов) федерального округа. Числовые значения вы можете увидеть на слайде.

СЛАЙД 12.

Таким образом, при всех отрицательных последствиях нынешнего кризиса хочу отметить следующий важный момент: современная индустрия туризма давно находится в преддверии больших перемен. Ситуация, сложившаяся в результате пандемии коронавируса, только ускорила приближающуюся трансформацию и показала, что трансформация сферы туризма возможна. Но нам, малым городам, необходима поддержка центра! В связи с этим предлагаем актуализировать федеральную целевую программу «РАЗВИТИЕ ВНУТРЕННЕГО И ВЪЕЗДНОГО ТУРИЗМА В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ» и предусмотреть мероприятия по внедрению цифровизации туризма, будь то грантовая поддержка для регионов на конкурентной основе, либо целевые субсидии на реализацию определенных направлений работы в сфере развития туризма.

На предложения созвучны с мнением коллег, участников Союза, поскольку среди запросов на меры государственной поддержки у 23 городов – респондентов лидируют потребности в субсидировании решения инфраструктурных проблем регионов, поддержке создания новых средств коллективного размещения, информационной поддержке регионов не федеральном уровне.

СЛАЙД 13.

Реализация мероприятий федеральной целевой программы в перспективе к 2035 году раскроет широкий спектр решений, направленных на развитие цифровых технологий в российском туризме, в числе которых: внедрение и развитие мультиязычных информационных сервисов помощи туристам; разработка и реализация электронной туристской карты гостя и аналогичного мобильного приложения в городах и субъектах РФ; предоставление прозрачной электронной системы оценки качества предлагаемых туристских услуг; обеспечение возможности ознакомления с культурными и природными достопримечательностями, экспозициями музеев, туристскими маршрутами в онлайн-режиме; создание и развитие сервисов дополненной реальности для навигации по городам и объектам показа; развитие системы открытых данных в сфере туризма; внедрение и развитие технологий больших данных и искусственного интеллекта для сбора и анализа этих данных; развитие сервисов онлайн-построения туристского маршрута с возможностью покупки билетов и бронирования гостиниц; создание электронной площадки для вовлечения самозанятых лиц в туристскую деятельность; разработка мультимедийных приложений для объектов показа, сервисов аудио- и видеогидов с возможностью интеграции с GPS-навигацией, использованием QR-кодов для формирования запросов.

СЛАЙД 14.

Подтверждением ожидаемых результатов от реализации федеральной программы является мнение коллег других городов Центра и Северо-Запада Российской Федерации, отраженное в результатах опроса, к которым мы уже обращались. На обозначенный вопрос о том, какие задачи в области развития туризма в регионе вы считаете возможным решить с помощью цифровых технологий, лидируют следующие варианты ответа: ведение статистики в туризме, развитие территорий на основе анализа данных (20 упоминаний), продвижение и дистрибуция туристического продукта (17 упоминаний), навигация, диспетчеризация транспорта (15 упоминаний), мониторинг качества туристических услуг (13 упоминаний) и другие.

Таким образом, решение с помощью цифровизации проблем со статистическим учетом и продвижением турпродукта совпадает с запросом на улучшение статистической системы и информационной поддержки со стороны государства.

СЛАЙД 15.

Туриндустрия неизбежно переходит в цифру. В наше время происходит новый этап технологической революции, который изменяет ход мирового экономического развития. Внедрение современных технологий позволит изменить качественный подход к предоставлению туристических услуг. И нам предстоит еще большая работа в этом направлении.