

Стратегия формирования туристского комплекса Красноярского края, как механизм повышения экономической эффективности в отрасли

Первоочередными задачами государственного регулирования в сфере туризма являются:

Введение облегчённого визового режима для туристов из стран, не представляющих миграционной опасности (сокращение сроков получения визы, снижение её стоимости, сокращение количества необходимых документов);

Усиление рекламно-информационной деятельности (увеличение бюджета рекламной кампании России туристских возможностей регионов России за рубежом, активное привлечение регионов к участию на значимых международных выставках единым национальным стендом, проведение презентаций туристических возможностей России в основных странах-донорах въездных турпотоков, организация информационных центров для иностранных и российских туристов в наиболее посещаемых городах страны);

Развитие и совершенствование инфраструктуры (создание благоприятных условий для привлечения инвестиций в развитие туристской инфраструктуры, поддержка предприятий малого и среднего бизнеса в создании гостиницы тур. класса, внедрение системы добровольной классификации гостиниц и других средств размещения, формирование современной статистики туризма, совершенствование системы переподготовки и повышения квалификации кадров для туристской индустрии);

Усиление контроля за качеством предоставляемых услуг туристических компаний, посредством разработки отраслевых стандартов по правилам оказания соответствующих услуг, введение механизмов ответственности туроператоров.

В соответствии с выводами Федерального агентства по туризму первоочередными задачами являются

Инвестиционная стратегия

Работа с муниципальными образованиями

Совершенствование законодательной базы

Рекламно-информационная деятельность

Меры поддержки и стимулирования отрасли

Работа с ФАТ, ФАУОЭЗ, МЭРиТ, МАСС, субъектами РФ, международное сотрудничество

Консолидированная программа развития туристского комплекса Красноярского края

Программа развития туристского комплекса ТАЙМЫРСКОГО АО

-Туристско-рекреационные зоны, материальная база, приоритетные виды туризма, существующая инфраструктура, наличие отв. за тур.деятельность

Программа развития туристского комплекса ЭВЕНКИЙСКОГО АО

Программа развития туристского комплекса ШУШЕНСКОГО РАЙОНА

Программа развития туристского комплекса ШАРЫПОВСКОГО РАЙОНА

Программа развития туристского комплекса _____ РАЙОНА

ЭКСПЕРТНАЯ ОЦЕНКА

ФАТ

КВВТ

РГК

Др. специалист

Совершенствование законодательной базы

- приведение в соответствие с Федеральной законодательной базой;
- льготы и др.методы стимулирования;
- учёт региональной специфики

Рекламно-информационная деят-ть

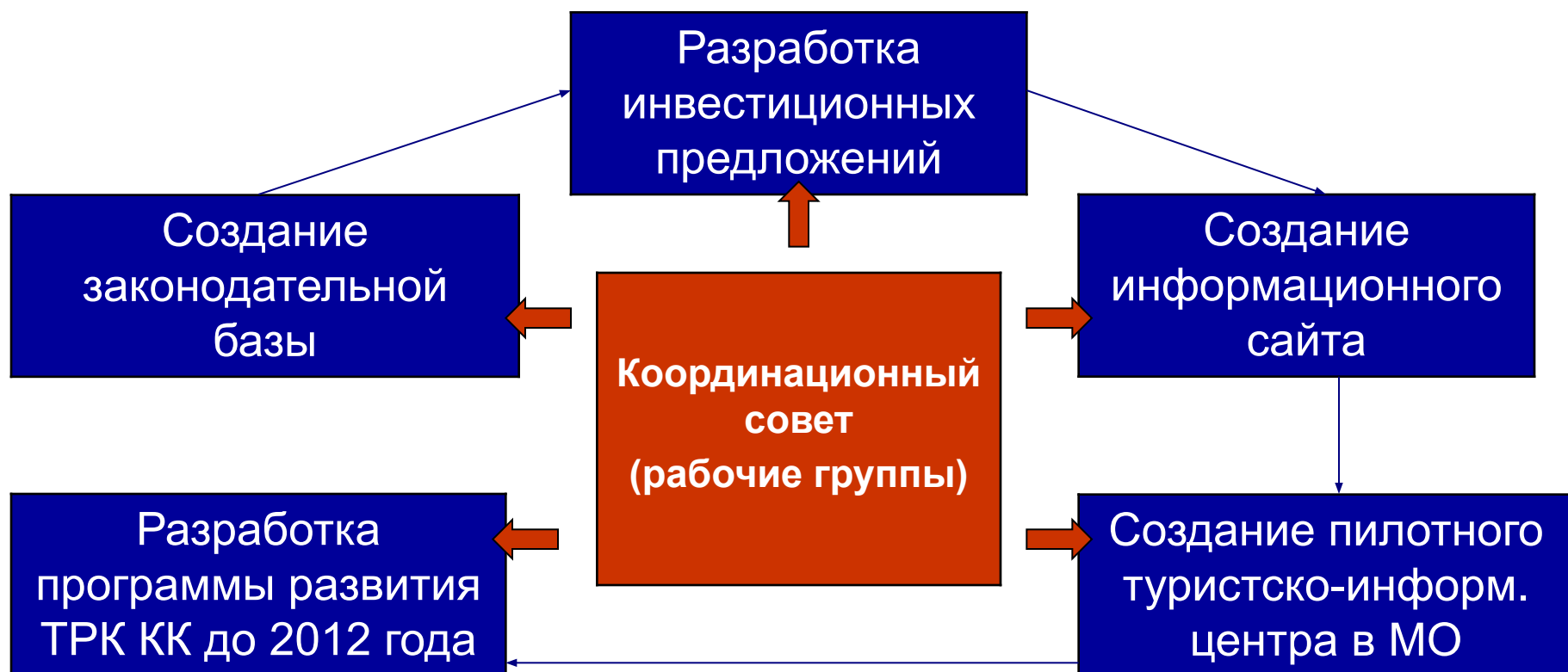
- выставочная деятельность;
- создание независимого туристического портала;
- Создание единого сибирского зонтичного брэнда для продвижения региональных продуктов на рынке, формирование пула постоянных участников, унификация рекламной продукции участников пула ;
- организация пресс-турови презентаций

Работа с МО, ФАТ, ФАУОЭЗ, МЭРиТ, МАСС, субъектами РФ, международное сотру-во

- экспертная помощь в подготовке программы;
- Организация пилотных Туристско-информационных центров на базовых территориях (запада, юга, севера);
- Организация бесплатных мастер-классов и семинаровдля муниципальных образований

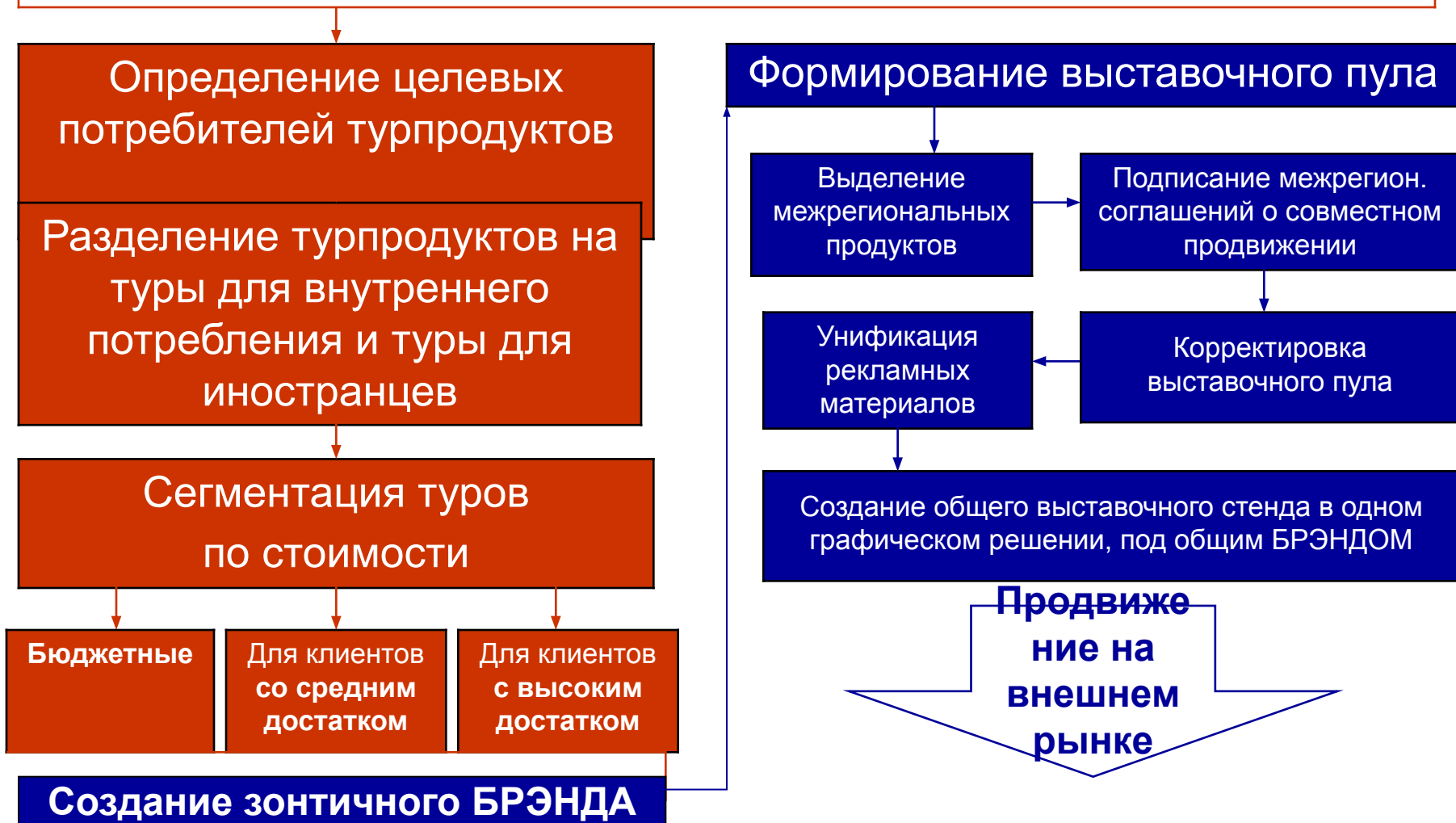
Управление внешних связей Совета администрации Красноярского края

Координацию работы и экспертную оценку программам даёт Координационный совет по въездному и внутреннему туризму и его рабочие группы

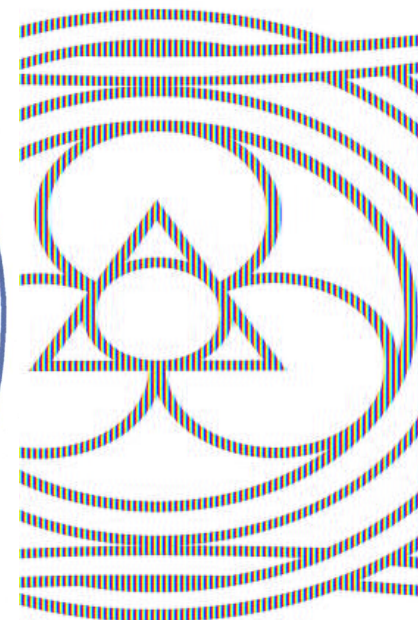


Принципы рекламно-выставочной деятельности

(В процессе: сегментации, определения ниш, создания зонтичного бренда, продвижения)

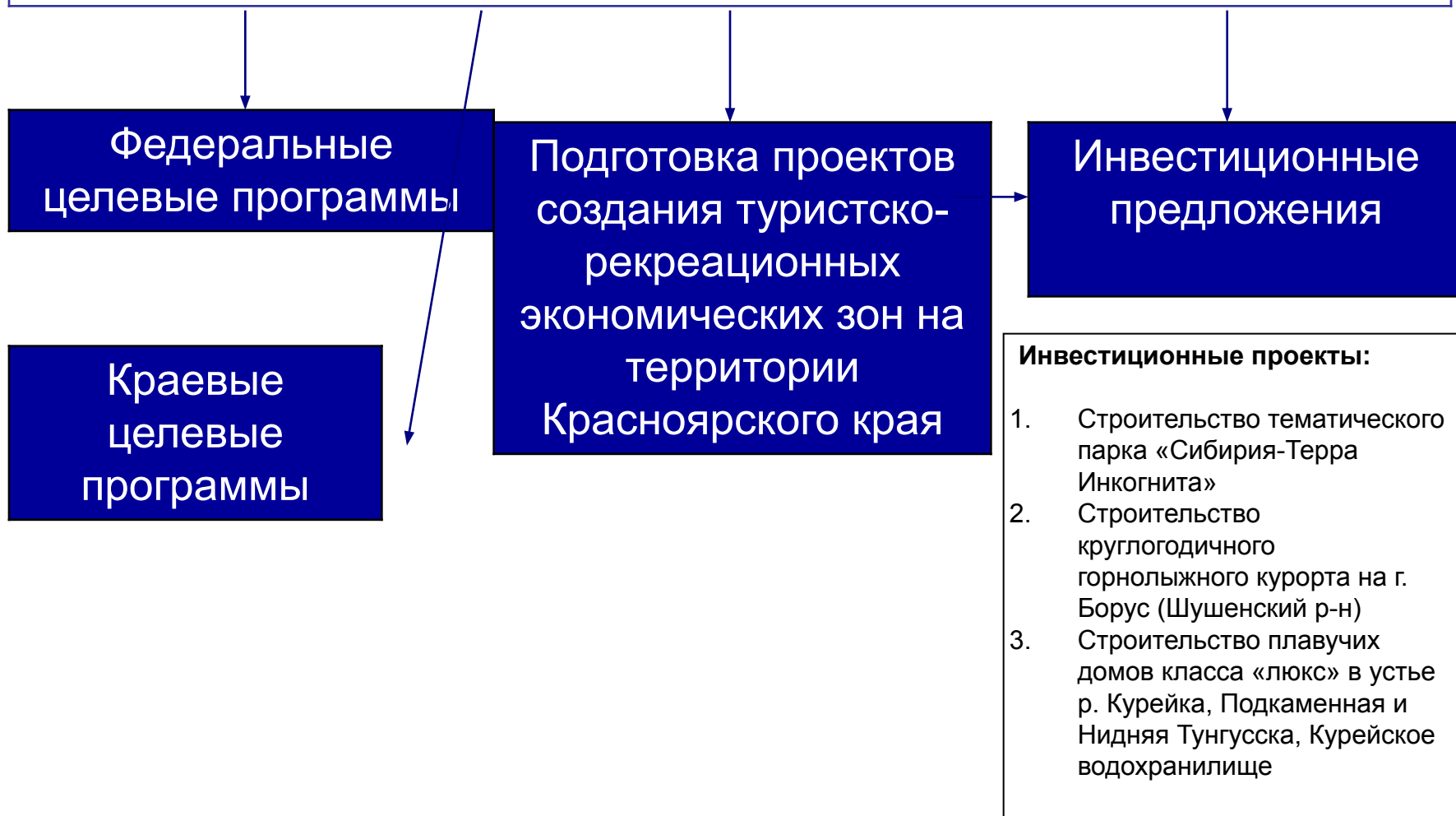


Проект зонтичного брэнда

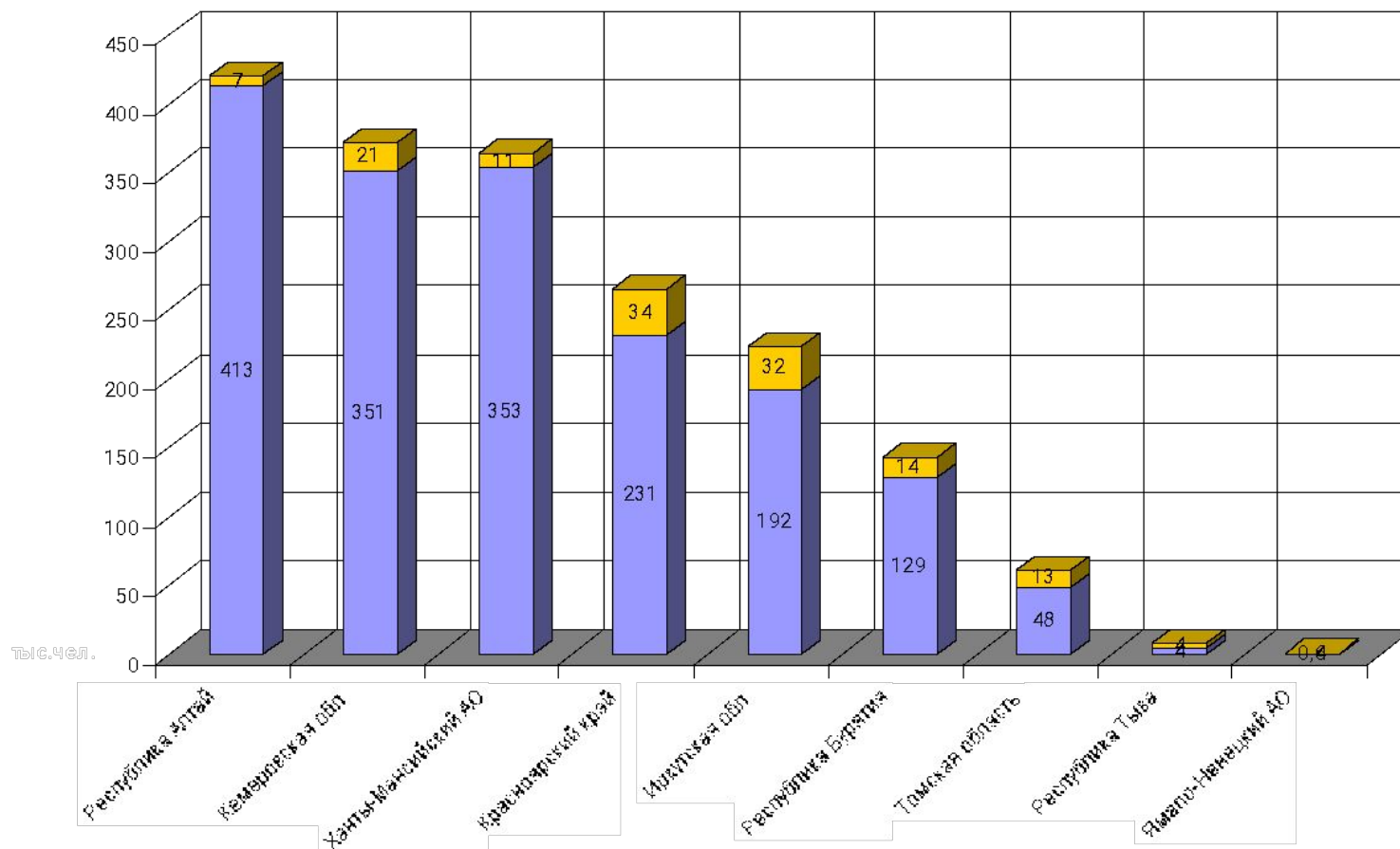


Результат принятия консолидированной программы развития туристского комплекса

(через 8-9 месяцев с начала работы)



Статистика посещений россиянами и иностранцами сибирских регионов в 2003г. (данные из «Концепции развития отрасли туризма Сибири» 2005г., МА «Сибирское соглашение»)



Красноярский край, включая Эвенкию и Таймыр, является одним из типичных регионов Сибирского Федерального округа (по степени аттрактивности и базовым условиям).

Поэтому изложенная стратегия может быть применена к любому из соседних регионов.

Совместная рекламная кампания территорий основанная на общих принципах продвижения и наличии межрегиональных продуктов, способна создать синергетический эффект для экономики отрасли данных регионов.

Спасибо за внимание!