

Анализ туристского потенциала отдельных  
территорий Республики Коми с целью  
разработки общей концепции развития  
туризма в регионе

Петракова Анна Анатольевна  
ученица 11 «б» класса  
Гимназии им. А.С.Пушкина

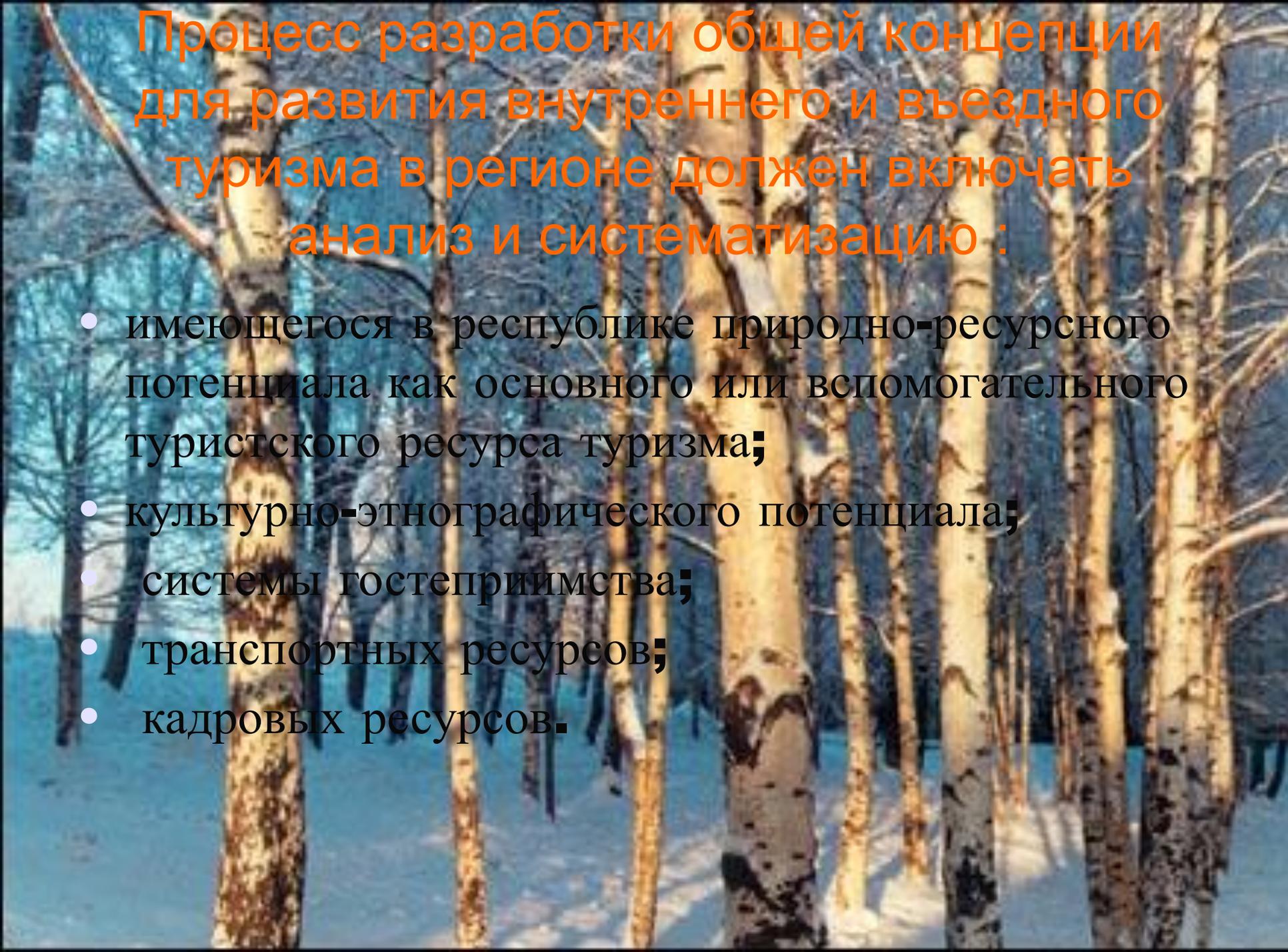
## **Освоение туристского потенциала территории является сравнительно простой задачей при наличии двух существенных предпосылок:**

особых туристских ресурсов (в виде архитектурных и исторических памятников, монастырей, музеев, бальнеологических ресурсов, исключительных природных ресурсов, возможностей для занятия спортом и пр.);

- достаточно высокого потенциала населения, который в принципе может привести к возникновению больших потоков посетителей.

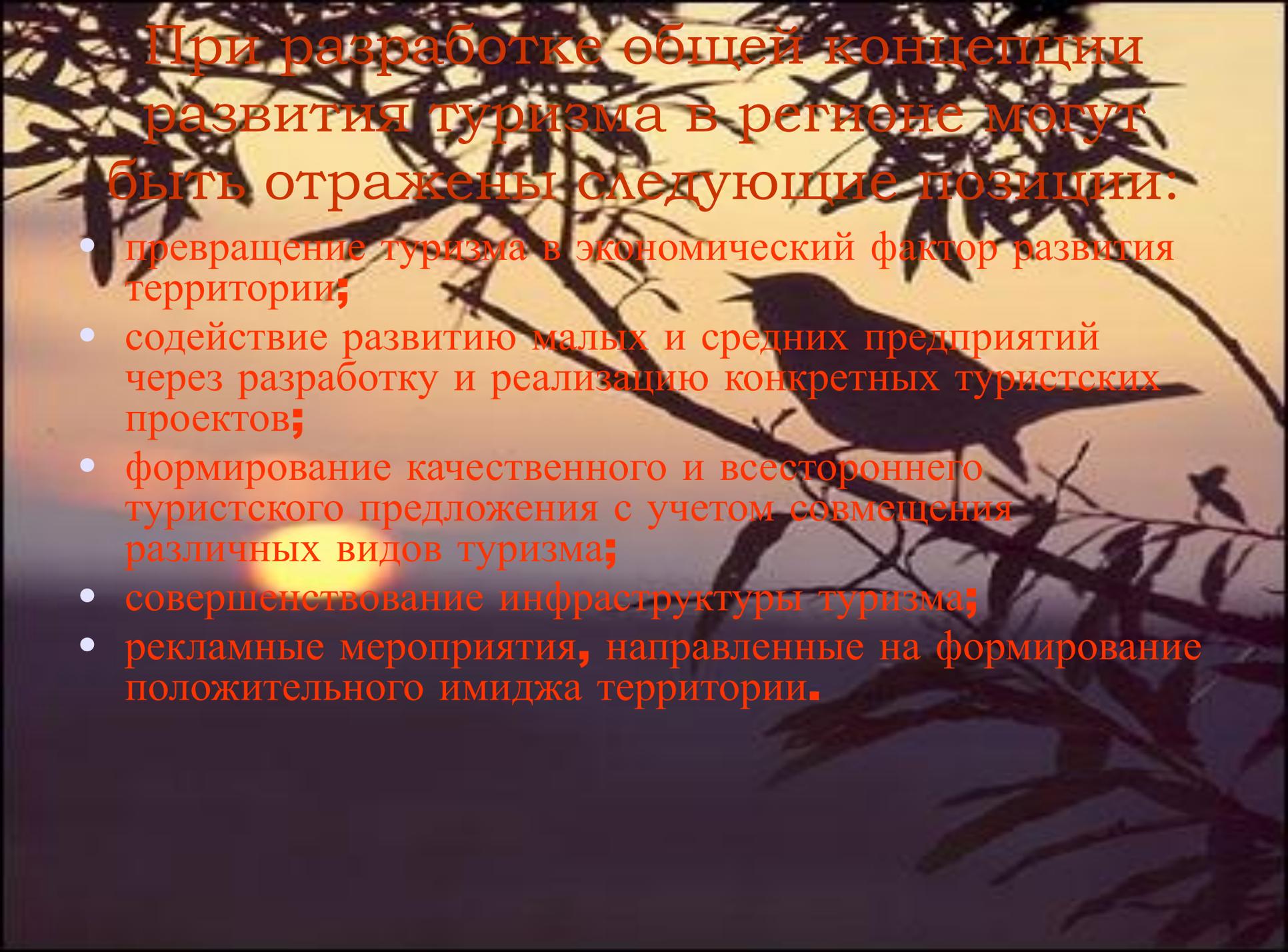
Факторы успешного развития туризма в регионе в обобщенном виде следующие:

- быстро реализуемые и не требующие больших инвестиций мероприятия;
- привлечение всех участников, прежде всего малого предпринимательства, к разработке совместной концепции и координация процесса со стороны органов власти;
- ориентированность туристского предложения на жителей близлежащих городов, а также на жителей стран и регионов, заинтересованных в уникальных туристских предложениях.



Процесс разработки общей концепции для развития внутреннего и въездного туризма в регионе должен включать анализ и систематизацию :

- имеющегося в республике природно-ресурсного потенциала как основного или вспомогательного туристского ресурса туризма;
- культурно-этнографического потенциала;
- системы гостеприимства;
- транспортных ресурсов;
- кадровых ресурсов.

A photograph of a bird perched on a branch, silhouetted against a warm, golden sunset sky. The background is filled with the dark, intricate silhouettes of tree branches and leaves, creating a layered, naturalistic setting. The overall mood is serene and contemplative.

При разработке общей концепции развития туризма в регионе могут быть отражены следующие позиции:

- превращение туризма в экономический фактор развития территории;
- содействие развитию малых и средних предприятий через разработку и реализацию конкретных туристских проектов;
- формирование качественного и всестороннего туристского предложения с учетом совмещения различных видов туризма;
- совершенствование инфраструктуры туризма;
- рекламные мероприятия, направленные на формирование положительного имиджа территории.

# Этапы процесса разработки концепции развития туризма в регионе

- Провести SWOT-анализ конкретных туристских объектов: их слабых и сильных сторон, а также угроз и возможностей со стороны внешнего окружения, наиболее важных для развития туризма ;
- Выявить для каких целевых групп клиентов-туристов может быть осуществлено предложение данных конкретных туристских объектов;
- Оценить покупательную способность целевой группы туристов;
- Определить, какие туруслуги будут наиболее предпочтительны для туристов и какой уровень сервиса необходим для них;
- Создать каталог конкретных краткосрочных и долгосрочных мероприятий по вовлечению и освоению конкретных туристских объектов на определенной территории.

# Проект 1: «Золотая рыбка»

- Вид туризма: немассовый специфический сегмент – спортивное рыболовство
- Целевая группа: туристы-рыболовы из Западной и Центральной Европы, а также из России (возможно из крупных городов);
- Природные ресурсы, которые могут быть превращены в туристские: Печора
  - самая чистая с точки зрения экологов река Европы; экстремально редкая заселенность территорий, по которым протекают эти реки и расположение озер в стороне от поселений;
- Туристская инфраструктура: транспорт – автобусы от Сыктывкара или от Ухты;
  - гостевые дома по международным стандартам двухзвездочной гостиницы;
  - обеспечение продуктами, приготовление свежей пищи, в том числе и из улова туристов; прокат, продажа рыболовной снасти и услуг по ее ремонту и пр.
- Конкуренты: по туристам из Западной Европы – реки Канады; по туристам из России – Валдай, реки Северо-Запада России и др.;
- Реклама турпродукта: специальные журналы для рыболовов-спортсменов; Союзы рыболовов-спортсменов; специализированные выставки и пр.
- Выгоды для региона от развития туризма: доходы от гостиничного бизнеса и

# Проект 2: «Ыбские горки»

- **Вид туризма:** спортивный массовый туризм, в том числе горнолыжный, сноуборд; а также познавательный туризм.
- **Целевая группа:** жители города Сыктывкара, занимающиеся спортом, ведущие здоровый образ жизни, склонные к отдыху на природе.
- **Туристские ресурсы:**
  - Природные – Рельеф в окрестностях села Ыб холмистый и соответствует условиям, необходимым для занятия горнолыжным спортом. Природа и зимой очень красивая, есть знаменитый источник.
  - Познавательные – этно-педагогический центр по развитию национальных ремесел (село Пажга).
- **Туристская инфраструктура:** хорошая транспортная система (трасса Сыктывкар-Киров), возможны челночные рейсы; сельскохозяйственное предприятие; дома местных жителей могут быть переобустроены в гостевые дома и предприятия питания; подъемник для горнолыжного туризма и т.п.
- **Конкуренты:** в окрестностях г.Сыктывкара «Тентюки» и «Зеленецкие Альпы» с определенной инфраструктурой (прокат инвентаря, кафе и пр.).
- **Реклама турпродукта:** массовые печатные издания; республиканское радио и телевидение, листовки и пр.
- **Выгоды для региона от развития туризма:** доходы от гостевых домов, питания, экскурсионной деятельности, обслуживания лыжной трассы, предоставления в аренду инвентаря и т.п.

A photograph of a white swan in flight over a body of water. The swan is captured in mid-flight, with its wings spread wide, showing some brownish patches on its underside. The water below is calm, and the swan's reflection is clearly visible. The background is a soft-focus landscape with green and brown tones, suggesting a natural setting. The text "Благодарю за внимание!" is overlaid in the center of the image in a bold, orange font.

**Благодарю за внимание!**

# Литература, использованная при подготовке доклада

1. Балабанов Н. Т., Балабанов А. Н. Экономика туризма: учебник. М., 2002.
2. Дурович А.П. Маркетинг в предпринимательской деятельности. Минск, 1997.
3. Дурович А.П. Маркетинг в туризме. Минск, 2001.
4. Зорин Г.И. Основы туристической деятельности: учебник. М., 2002.
5. Зорин И.В. Менеджмент туризма. Туризм как вид деятельности. М., 2002.
6. Зорин И.В., Квартальнов В.А. Туристский терминологический словарь. М., 1999.
7. Зорин И.В., Квартальнов В.А. Энциклопедия туризма. М: Финансы и статистика, 2001.
8. Квартальнов В.А. Туризм: учебник. М., 2003.
9. Карпова Г. А. Экономика современного туризма. М., С.-Пб., 1998.
10. Котлер Ф. Маркетинг. Гостеприимство и туризм. М., 2002.
11. Котлер Ф. Основы маркетинга. М., 1995.
12. Менеджмент туризма: учебник. М., 2001.
13. Папирян Г.А. Маркетинг в туризме. М., 2001.
14. Развитие туризма на муниципальном уровне – стратегия и примеры/ Под ред. Х.Берра и С.Исуповой. М., 2000.