



Разработка коммуникационных проектов по формированию туристической привлекательности города

Погодина Римма Игоревна, старший преподаватель, зам. директора Центра практической подготовки студентов Школы коммуникаций факультета креативных индустрий НИУ «Высшая школа экономики» (г. Москва)

Горина Елизавета, образовательная программа «Реклама и связи с общественностью», 2 курс

Ракита Арина, образовательная программа «Реклама и связи с общественностью», 2 курс

Туристские кластеры - это совокупность туристско-рекреационных особых экономических зон, созданных по решению правительства РФ и расположенных на одном или нескольких участках территории субъектов РФ и муниципальных образований, определяемых правительством РФ.

«группа туристских аттракций на ограниченной географической территории, обеспеченная высоким уровнем развития инфраструктуры и сервиса, имеющая налаженные социальные и политические связи, а также отлаженное управление в компаниях, образующих сети по производству туристских услуг, обеспечивающих стратегические конкурентные и сравнительные преимущества».

Beni M.C. Globalização do Turismo: Megatendências do Sector e a Realidade Brasileira, Editor Aleph, Sao Paulo, 2003

Федеральная целевая программа «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации» на 2011–2018 гг.

Федеральная целевая программа «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации» на 2019–2025 гг.

Кластерный подход

Майкл Портер

The Competitive Advantage of Nations: With a New Introduction. N.Y.: The Free Press, 1990,
«группа географически локализованных взаимосвязанных компаний - поставщиков оборудования, комплектующих, специализированных услуг, инфраструктуры, научно-исследовательских институтов, вузов и других организаций, дополняющих друг друга и усиливающих конкурентные преимущества отдельных компаний и кластера в целом»



А. Маршалл
«Принципы экономики»
(1890)

«концентрацию
специализированных отраслей
промышленности в определённых
населённых пунктах»

Б. С. Ястремский
«Связь между элементами
крестьянского хозяйства в
1917 и 1919 годах»
(1920)

исследовал кластеры с точки зрения
статистического подхода на примерах
хозяйствования
в аграрной сфере экономики

Типы кластеров

По стадии жизненного цикла

- пре-кластеры, зарождающиеся кластеры, развивающиеся кластеры, зрелые кластеры, угасающие

По видам туристских аттракторов

- музейные кластеры, развлекательные кластеры, спортивные кластеры, экологические кластеры, этнографические кластеры, санаторно-курортные и другие виды кластеров

По видам туристских ресурсов

- водные (морской, речной, озерный) кластеры, лесные кластеры, горные кластеры, смешанные кластеры

По масштабу

- локальные, региональные кластеры, национальные кластеры, транснациональные кластеры

По форме управления

- управляемые бизнес-структурами, управляемые органом государственной власти, управляемые на базе государственно-частного партнерства.

основные участники ТРК

туристские фирмы
(туроператоры и
турагенты)

поставщики услуг
размещения и питания,
определяющие суть
туристского продукта
(гостиницы и рестораны)

санаторно-курортные
и медицинские
организации

транспортные
компании,
осуществляющие
перевозку туристов и
грузоперевозку,
морские и аэропорты
(аэродромы)

производители
сопутствующих
туризму товаров
(продуктов,
сувениров, лечебной
косметики и т.д.)

Преимущества туристских кластеров

1

развитие
инфраструктуры

2

продвижение
культурного и
исторического
наследия

3

развитие малого
бизнеса

4

создание
НОВЫХ
рабочих мест

5

увеличение
ДОХОДОВ

ВАЖНО!

Туристический потенциал территории определяется по совокупности природных, историко-культурных, социально-экономических и других факторов

...без развития инфраструктуры транспортной (новые дороги, развязки, маршрутный транспорт от аэропорта, вокзала и пр.), гостиничной, развлекательной, ритейла и ресторанов раскрыть его не удастся.

ВАЖНО!

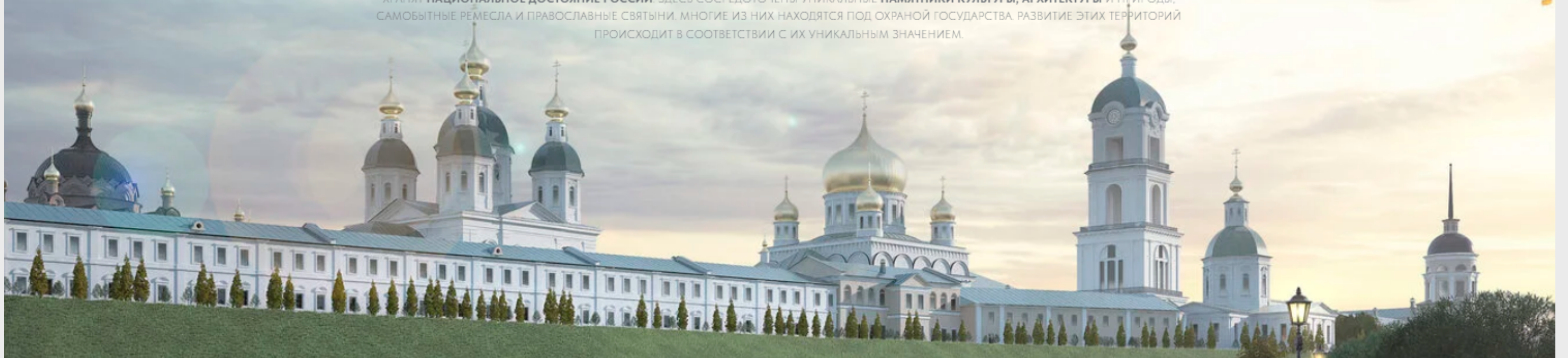
При разработке концепции туристического кластера необходимо определить центры притяжения туристов и сбалансировать их потоки

...во избежание очередей количество туристов должно соответствовать суммарной пропускной способности всех объектов, расположенных на территории: гостиниц, ресторанов, кафе, бассейнов, подъемников и т..

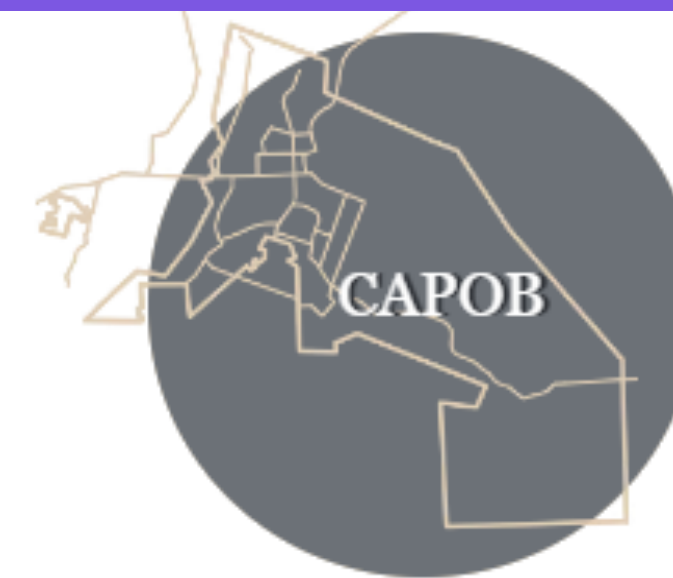


О КЛАСТЕРЕ

ПРОЕКТ ОБЪЕДИНЯЕТ ТРИ СТАРИННЫХ ПОСЕЛЕНИЯ НА ЮГЕ НИЖЕГОРОДСКОЙ ОБЛАСТИ – ГОРОДА АРЗАМАС И САРОВ, СЕЛО ДИВЕЕВО, КОТОРЫЕ ХРАНЯТ **НАЦИОНАЛЬНОЕ ДОСТОЯНИЕ РОССИИ**. ЗДЕСЬ СОСРЕДОТОЧЕНЫ УНИКАЛЬНЫЕ **ПАМЯТНИКИ КУЛЬТУРЫ, АРХИТЕКТУРЫ И ПРИРОДЫ**, САМОБЫТНЫЕ РЕМЕСЛА И ПРАВОСЛАВНЫЕ СВЯТЫНИ. МНОГИЕ ИЗ НИХ НАХОДЯТСЯ ПОД ОХРАНОЙ ГОСУДАРСТВА. РАЗВИТИЕ ЭТИХ ТЕРРИТОРИЙ ПРОИСХОДИТ В СООТВЕТСТВИИ С ИХ УНИКАЛЬНЫМ ЗНАЧЕНИЕМ.



Туристический потенциал Арзамаса в кластере «Арзамас-Дивеево-Саров» 27.08.2023 – 05.09.2023



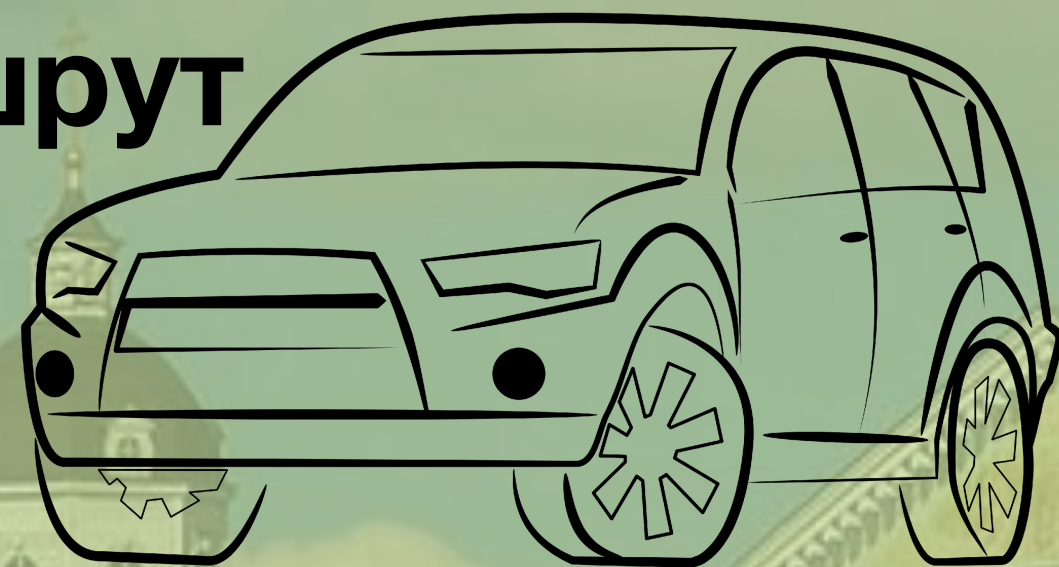
ГЛАВНАЯ ЦЕЛЬ

ВОЗРОЖДЕНИЕ И СОХРАНЕНИЕ ИСТОРИКО-КУЛЬТУРНЫХ И РЕЛИГИОЗНЫХ ОБЪЕКТОВ АРЗАМАСА, ДИВЕЕВА И САРОВА

Арзамас

Разработка коммуникационных проектов по формированию туристической привлекательности города

Арзамас:
мой маршрут



Горина Елизавета

Все дороги ведут
в Арзамас



Ракита Арина



Этапы работы

Кабинетный

- анализ информации о кластере
- анализ культурных институций
- составление расширенной **SWOT-матрицы**
- разработка **гайдов**

Экспедиционный

- интервью с **сотрудниками культурных институций**
- интервью с **органами МСУ**
- посещение **экскурсий**
- представление проекта «Горький Арзамас» директором Литературного музея
- включенное наблюдение на **Дне города**

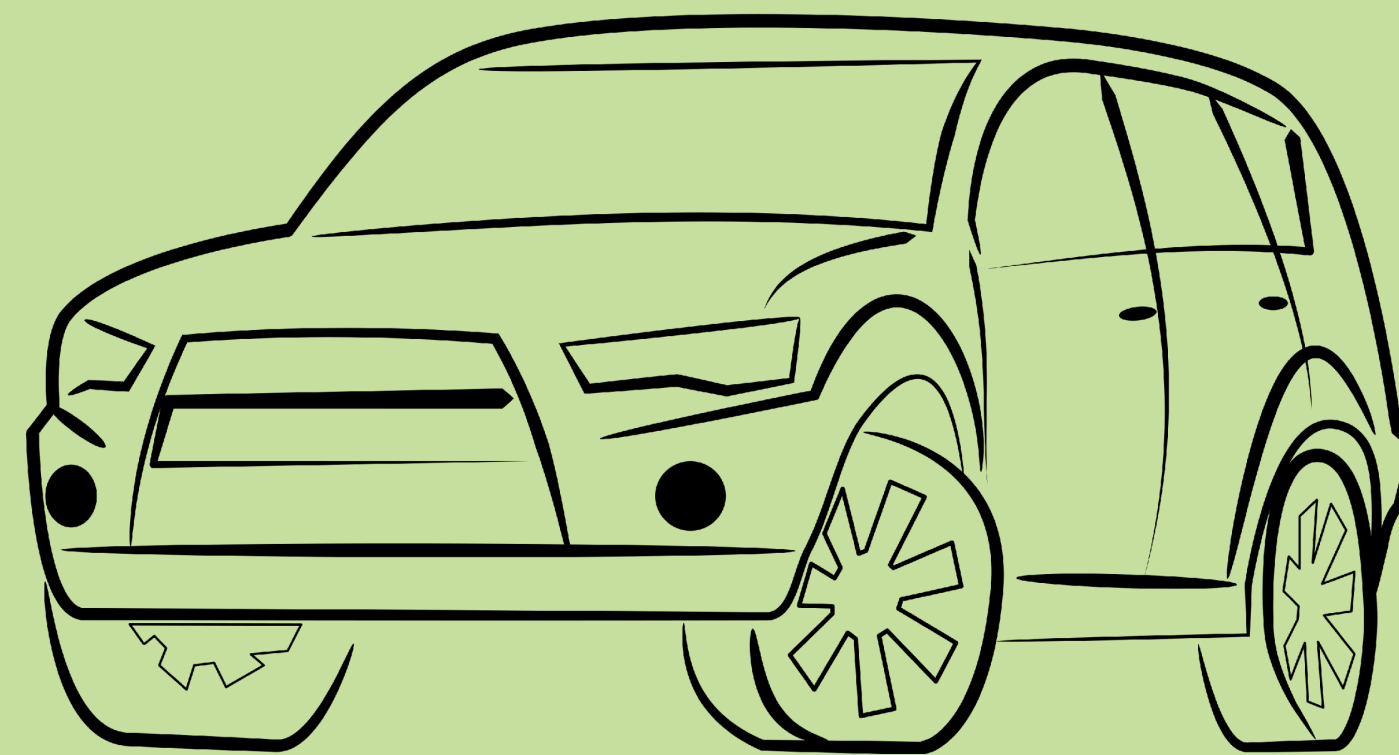
Проектный

- **анализ** собранной информации
- **подготовка проектного предложения**
- **защита презентации**





Арзамас: Мой маршрут



39%

Россиян за последние пять лет совершали туристические поездки на авто

67%

Россиян совершили путешествия на авто летом 2022 года

63%

Отправлялись в другие города с целью погулять и посмотреть достопримечательности

До 500 км в одну сторону — самая распространенная длина маршрута

67% россиян совершили автопутешествие в этом году, 12% из них – впервые // НАФИ URL: <https://nafi.ru/analytics/67-rossiyan-sovershili-avtoputeshestvie-v-etom-godu-12-iz-nikh-vpervye/>

Автотуризм в России: возможности и проблемы // ВЦИОМ URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/avtoturizm-v-rossii-vozmozhnosti-i-problemy>

Целевая аудитория

Путешествующие на авто по данным НАФИ:

- Жители крупных городов (69%)
- Работающие (70%)
- Живущие в семьях численностью 3 и более человек (76%)
- Мужчины и женщины в равной степени (68% и 67% соответственно)

Я хочу недорого провести выходные **со своей семьей** в новом месте, увидеть культурные и исторические достопримечательности.

Мне важно комфортно путешествовать на авто и самому определять свое расписание.

Регион

М-12

Москва
412 км

Муром
148 км

Владимир
266 км

**Нижний
Новгород**
112 км

Йошкар-Ола

Чебоксары

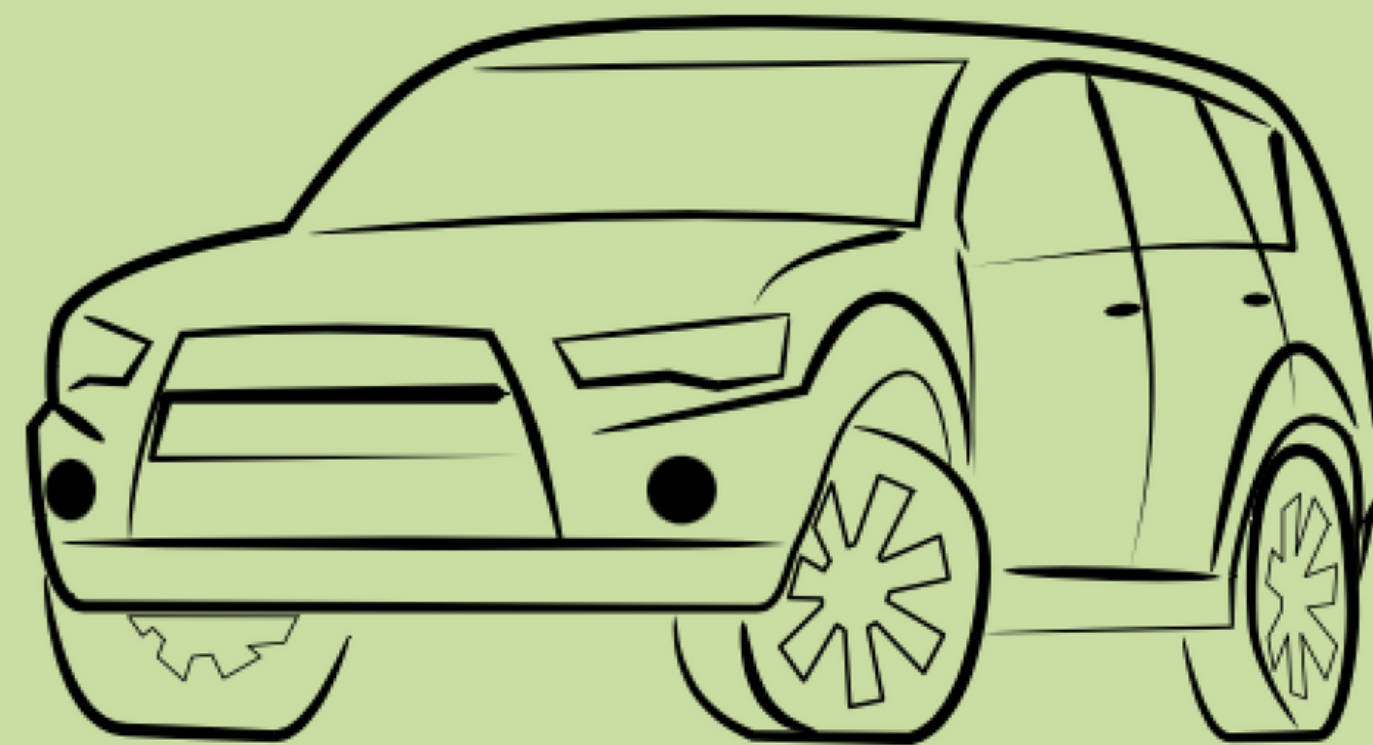
Казань

Ульяновск

Ключевое сообщение

Арзамас — город с высокой автомобильной доступностью, готовый предложить уникальные персональные туристические направления для всей семьи

Арзамас: Мой маршрут



Информация о проекте

Пройдите тест и узнайте каким будет
ваше идеальное путешествие в
Арзамас

Собрать маршрут самостоятельно

Советы для туристов: рестораны, отели, магазины

Информация для авто: маршруты, запраки, сервисы

Мой маршрут

Пройдите тест и узнайте о маршруте, подходящем именно вам

Я путешествую

Один

С семьей

С друзьями



В музее для меня важно... (multiple choice)

Чтобы он был уникальным (Музей Патриаршества)

Отражал колорит города (Историко-художественный)

Был интересен детям (Музей валенка, центр ремесел)

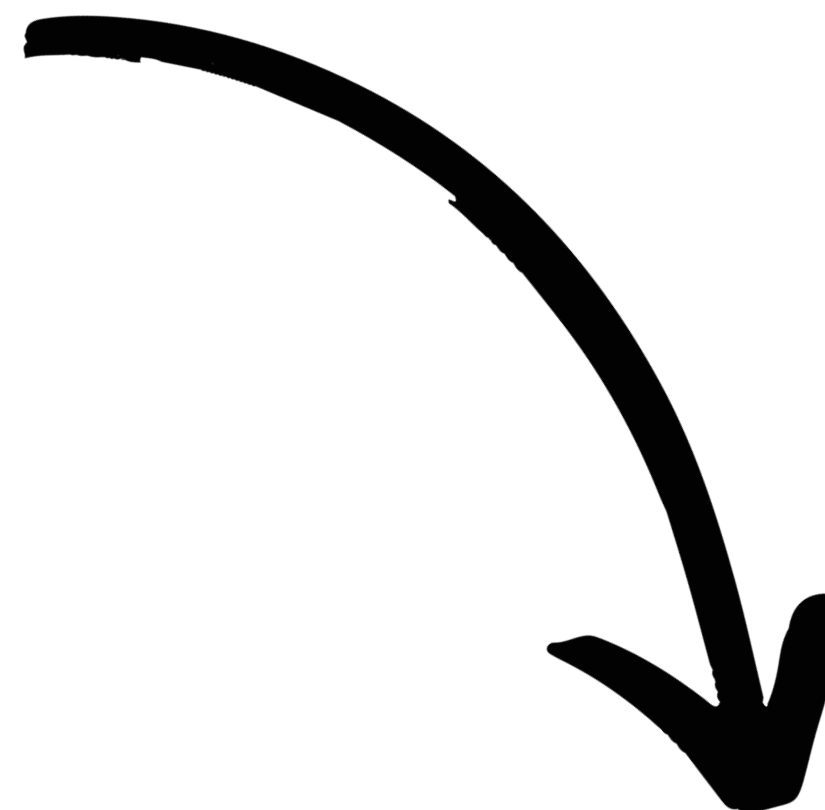
Повышал мой культурный уровень (Литературный)

Я проведу свой вечер...

Тестируя местную кухню (Реавиль)

В танце на свежем воздухе (Парк)

Любуясь закатами (Смотровая площадка)



Ваш персональный маршрут готов!



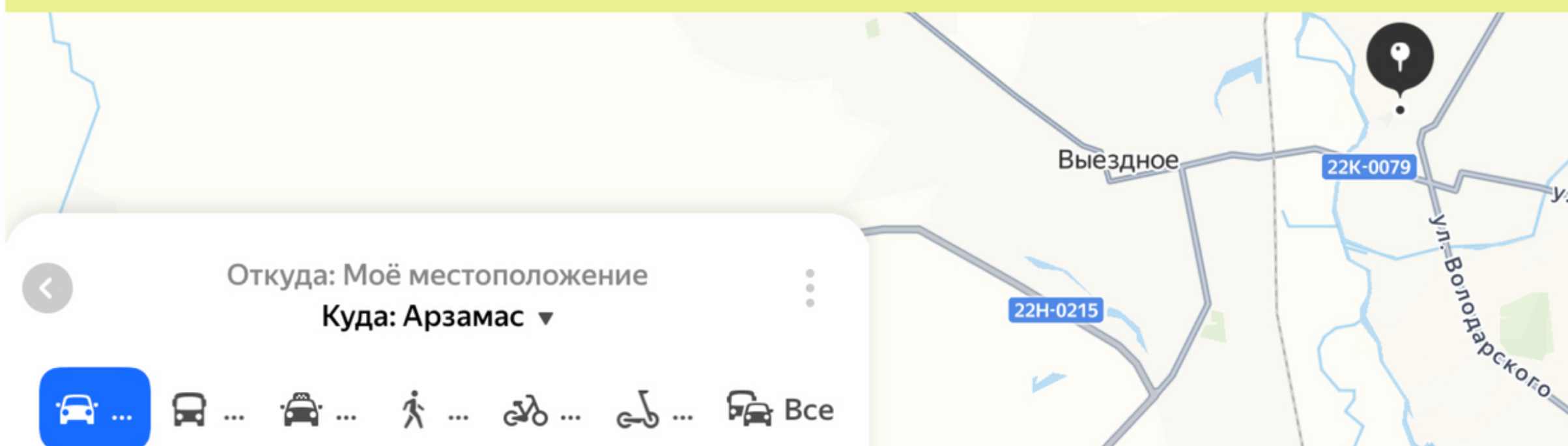
Советы

- ▼ Где поселиться?
- ▼ Где поесть?
- ▲ Для детей
 - Комната матери и ребенка (адреса)
 - Кафе с детским меню
 - Игровые комнаты
 - Интересные места

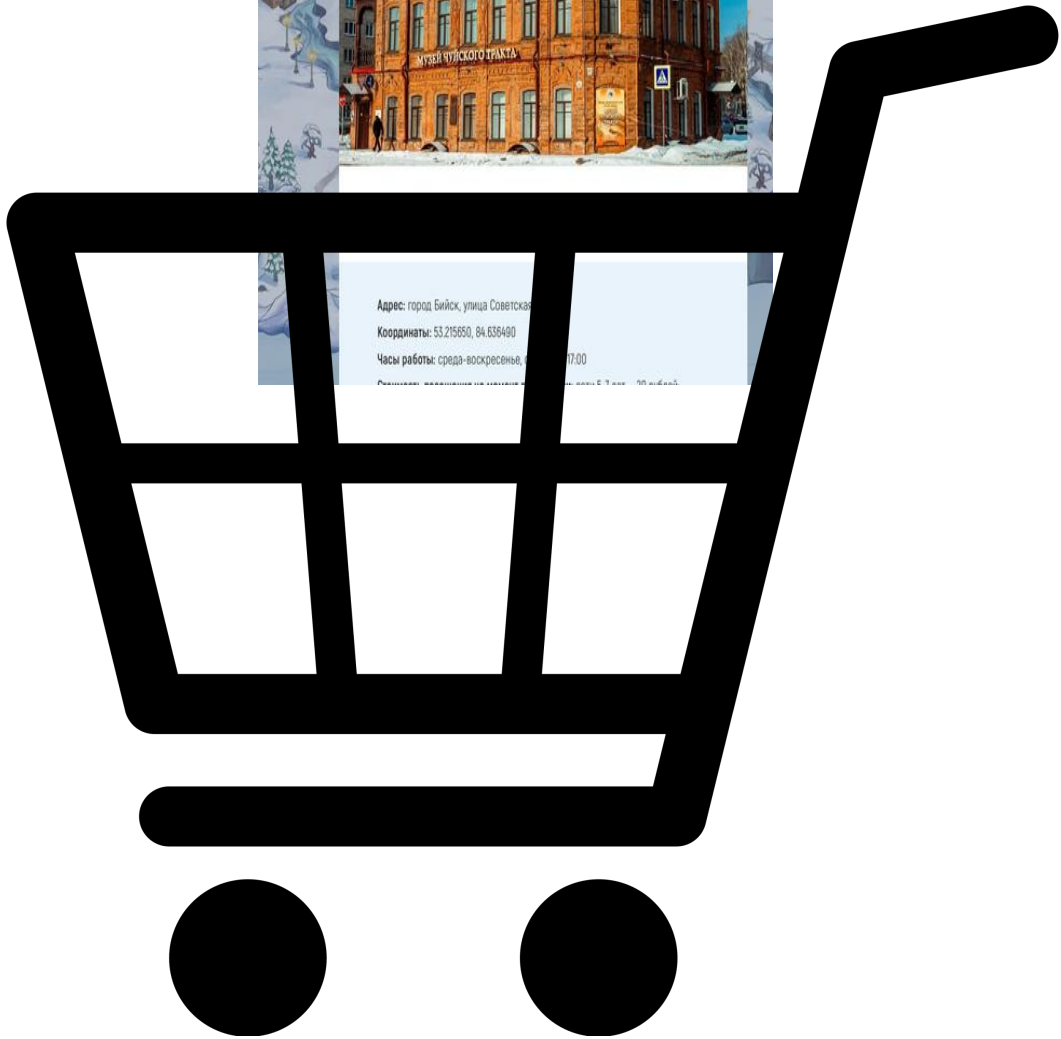
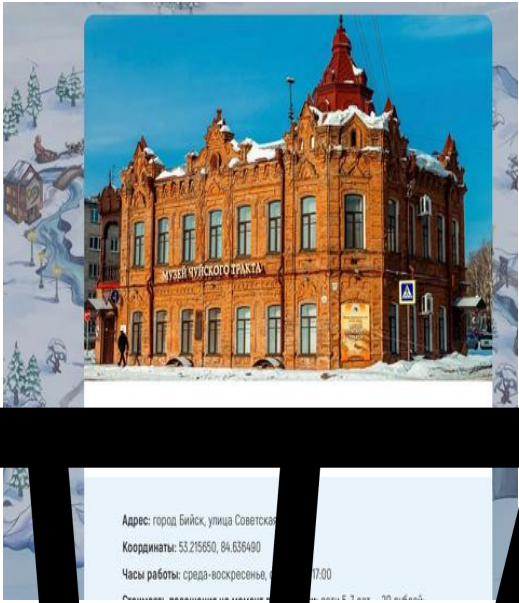
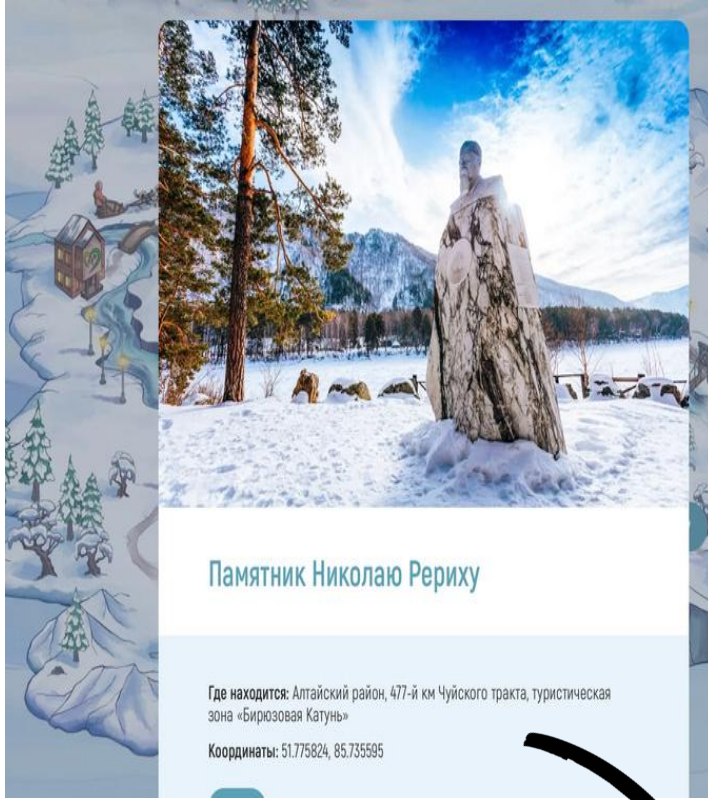


Автомобилистам

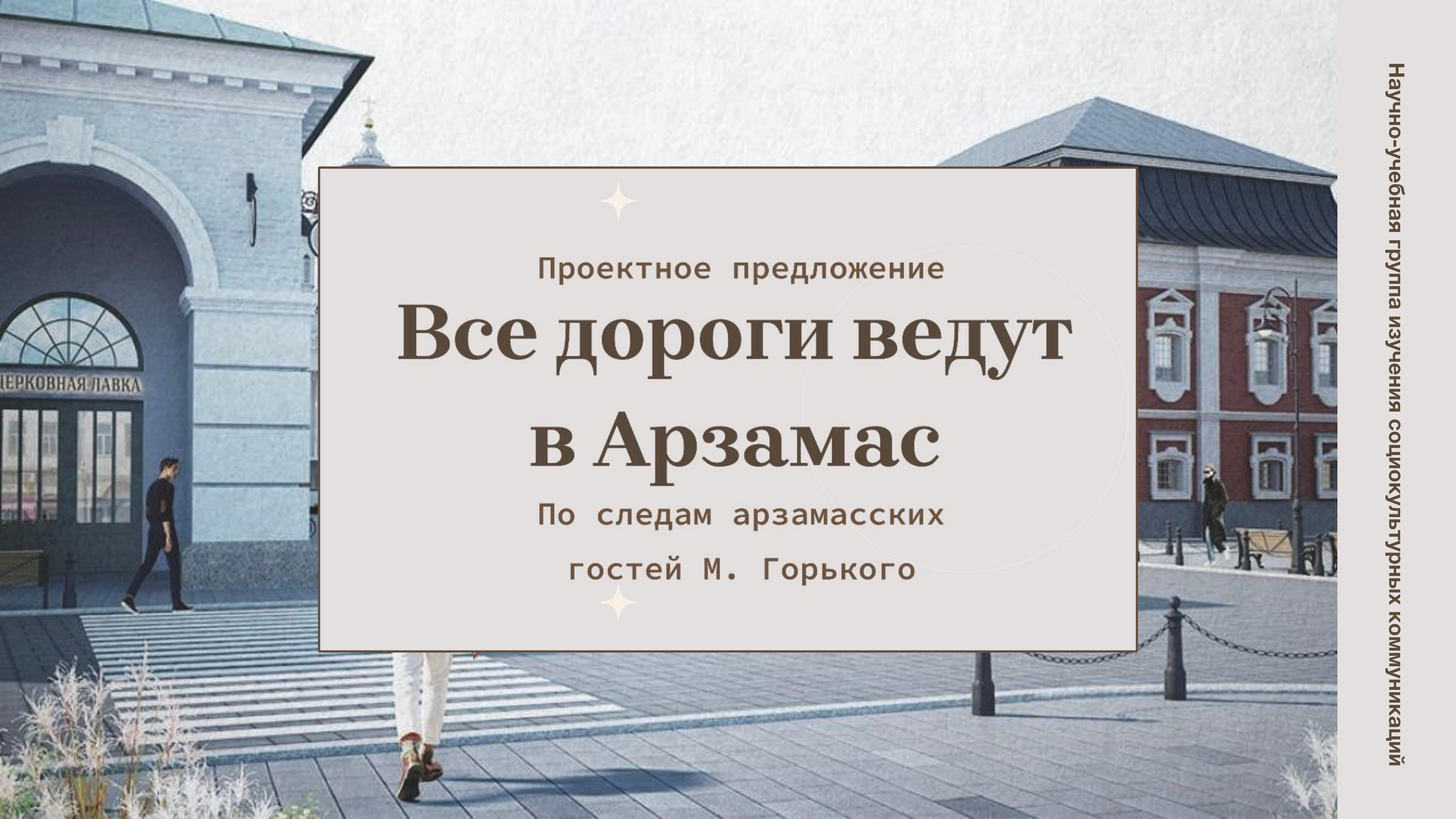
- ▼ Бесплатные парковки
- ▼ Автосервис
- ▼ Построить маршрут



Интерактивная карта города



Зимой по Алтайскому краю: места, которые точно стоит посетить // ТАСС: спецпроекты URL: <https://spec.tass.ru/visitaltai/intro>



Проектное предложение

Все дороги ведут в Арзамас

По следам арзамасских
гостей М. Горького

Контекст

В рамках проекта развития исторической улицы Карла Маркса в Арзамасе «Горький Арзамас» была разработана концепция реконструкции Дома-музея М. Горького в Арзамасе.

В связи с изменениями культурная институция находится в поиске новых каналов и форматов коммуникации с посетителями.



Теоретическое обоснование

Цифровой сторителлинг — использование цифровых технологий для объединения традиционного сторителлинга с мультимедийными элементами (графика, аудио и видео)

Универсальный инструмент для образования и понимания культуры
(McClellan, 2007).

Трансформирует взаимодействие с культурным наследием и является ключевым элементом для привлечения посетителей в музеи (Paiva, Cardoso, 2023).

Теоретическое обоснование

Переход к **сюжетно-ориентированным повествованиям** в музейном сторителлинге.

Аудитория заполняет пробелы в повествовании на основании личного опыта, что помогает **установить эмоциональные связи**, которые могут быть **глубже, чем интеллектуальное понимание.**

Экспонаты становятся **ближе и актуальнее** для потенциальных посетителей — музей **привлекает более широкую аудиторию.**

Смысловые блоки

Все дороги ведут в Арзамас

По следам арзамасских гостей
Максима Горького

Нанести визит

Кликабельная картинка с фактами о доме в разные эпохи

дом в
дореволюционную
эпоху

дом в
советскую
эпоху

история
музея

Интересные факты
о Доме-музее М. Горького

Кликабельная картинка с фактами о гостях

Все гости расположились за столом в
доме Горького



Савелий Сорин

Биографическая справка
о каждом из именитых гостей

Смысловые блоки

Арзамасские истории

Арзамасские музы

Пьеса “На дне”:
В. Немирович-Данченко
и юное дарование З.
Пешков

Арзамасский
театр
драмы

“Поднадзорные”

Арзамасские истории
с упоминанием городских мест

Тематические экскурсии

Название	Название
Описание	Описание
Посетить	Посетить

Форма

Отправить

Бронирование тематических
экскурсий

Эффект

Новые смыслы
Дома-музея М. Горького

Создание «нового импульса» для её
посещения у локальной аудитории;
Привлечение новых аудиторий

Рост проходимости музея
после реставрации