

Гродненский областной исполнительный комитет Управление спорта и туризма



О реализации пилотных проектов в сфере
туризма в Гродненской области



@visitgrodnoregion

Цель пилотного проекта

разработка конкурентоспособного туристического продукта для активизации внутреннего и развития въездного туризма в регионе



Приоритет:

- создание системы туристско-информационных центров в Гродненской области;
- реализация проекта «Weekend» в Лиде;
- совершенствование информационного сопровождения туристической сферы региона.

СОЗДАНИЕ ТУРИСТСКО-ИНФОРМАЦИОННЫХ ЦЕНТРОВ

Территорией реализации данной части проекта является вся Гродненская область.

Идея проекта состоит в том, чтобы создать единообразную систему туристско-информационных центров, имеющих одинаковые цели, задачи, функции.

Актуальность проекта обусловлена необходимостью развития внутреннего и въездного туризма (при перспективе открытия границ), популяризации отдыха на Гродненщине, консолидации имеющихся туристических ресурсов, субъектов хозяйствования, смежных служб, используя форму государственно-частного партнерства.

Цель проекта – создание законодательной базы для функционирования туристско-информационных центров исходя из потребностей и возможностей отдельно взятых территорий, а его задачами являются изучение существующих условий функционирования туристско-информационных центров, возможности и необходимости модернизации действующих и открытия новых туристско-информационных центров.

Целевая аудитория проекта – граждане Республики Беларусь и нерезиденты. 3

Примеры функционирования туристско-информационных центров в других странах





СВЯТОУСКОЛЬСКИЙ РАЙОН / SVYATOUSKOLSKIY DISTRICT

ВОРОНОВСКИЙ РАЙОН / VORONOVSKIY DISTRICT

ИВЬЕВСКИЙ РАЙОН / IYEVSKIY DISTRICT

ВОРОНОВСКИЙ РАЙОН / VORONOVSKIY DISTRICT

СЕРПУХОВСКИЙ РАЙОН / SERPUKHOVSKIY DISTRICT

ГРОДНЕНСКИЙ РАЙОН / GRODNOVSKIY DISTRICT

ВОЛКОВЫСКИЙ РАЙОН / VOLKOVYSKIY DISTRICT

ЗЕЛЬВЕНСКИЙ РАЙОН / ZELVENSKIY DISTRICT

СЛОНИМСКИЙ РАЙОН / SLONIMSKIY DISTRICT

СВИСЛОЧСКИЙ РАЙОН / SVYSLOCHSKIY DISTRICT

ДЯТЛОВСКИЙ РАЙОН / DYATLOVSKIY DISTRICT

МОСТОВСКИЙ РАЙОН / MOSTOVSKIY DISTRICT

БОЛЬШОУСКОЛЬСКИЙ РАЙОН / BOLSHOUSKOLSKIY DISTRICT

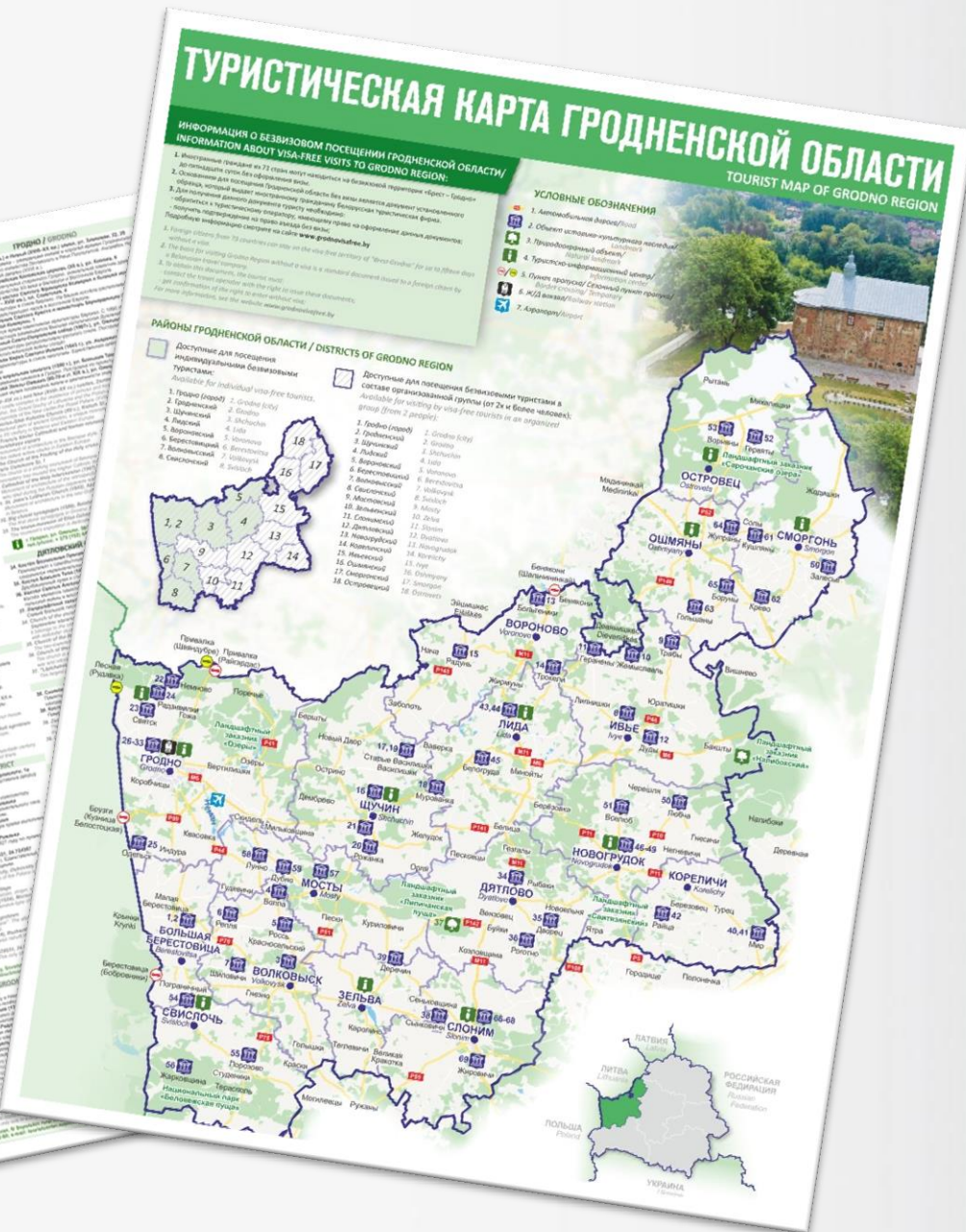
КОРЕЛИЧСКИЙ РАЙОН / KORELICHYSKIY DISTRICT

ЛИДЗЕНСКИЙ РАЙОН / LIDZENSKIY DISTRICT

ОШМЯНСКИЙ РАЙОН / OSHMYANSKIY DISTRICT

СМОРГОНСКИЙ РАЙОН / SMORGONSKIY DISTRICT

ОСТРОВЕЦКИЙ РАЙОН / OSTROVECKIY DISTRICT



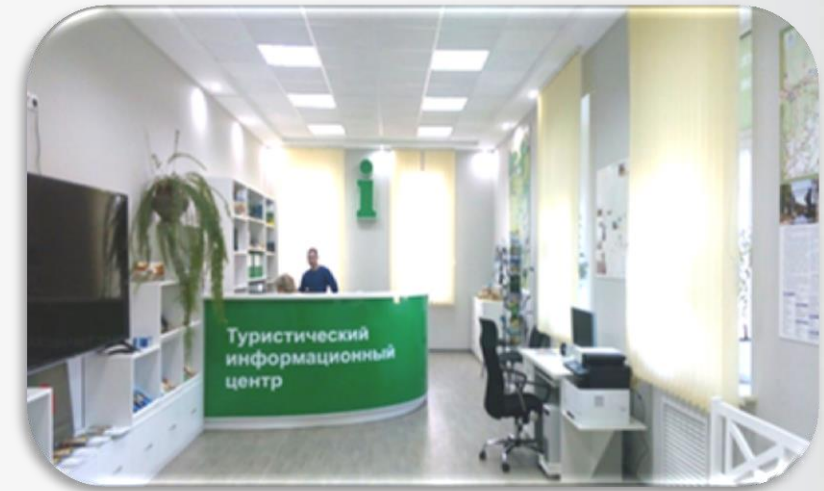
ТУРИСТСКО-ИНФОРМАЦИОННЫЕ ЦЕНТРЫ В ГРОДНЕНСКОЙ ОБЛАСТИ



Новогрудок



Островец



Сопоцькин



Слоним



Гродно 6

ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ТУРИСТСКО-ИНФОРМАЦИОННЫХ ЦЕНТРОВ

продвижение бренда туристской дестинации, формирование единого информационного пространства;

информационное обслуживание туристов и жителей региона на безвозмездной основе

разработка собственных туристских услуг, новых туристических маршрутов (в том числе экскурсионное обслуживание);

поддержка туристического Интернет-портала региона, создание единого информационного пространства;

сбор и анализ статистических данных, мониторинг отзывов туристов

Минимальное количество постоянных сотрудников, выполняющих функции туристско-информационного подразделения

4-5 сотрудников – для туристского информационного центра г. Гродно, г. Лида, г. Новогрудок;

2-3 сотрудника – для туристского информационного центра в г. Волковыск, Гродненский район, г. Ошмяны, г. Островец, г. Слоним, г. Сморгонь, г. Щучин;

2 сотрудника – для туристского информационного центра типа «туристский информационный пункт» в г. Берестовица, г.п. Вороново, г. Дятлово, г. Зельва, г. Ивье, г. Кореличи (г.п. Мир), г. Мосты, г. Свислочь.



Задачи по созданию системы туристско-информационных центров

1 Инвентаризация действующих туристско-информационных центров: от анализа месторасположения (удаленность от центра, наличие Wi-Fi, оборудование и оснащение, количество посетителей, график работы, обозначение турцентра специальными знаками, наличие знаков туристической навигации, в т. ч. от въезда в населенный пункт) до должностных обязанностей сотрудников (информационное сопровождение, работа в интернет-пространстве, социальных сетях, работа с туристическими компаниями, экскурсоводами и т.д.)

2 Внесение предложений по изменению Положения о городском, районном физкультурно-оздоровительном центре, физкультурно-спортивном клубе и видам деятельности туристско-информационных центров

3 Внесение предложений по необходимому количеству штатных единиц в туристско-информационных центрах;

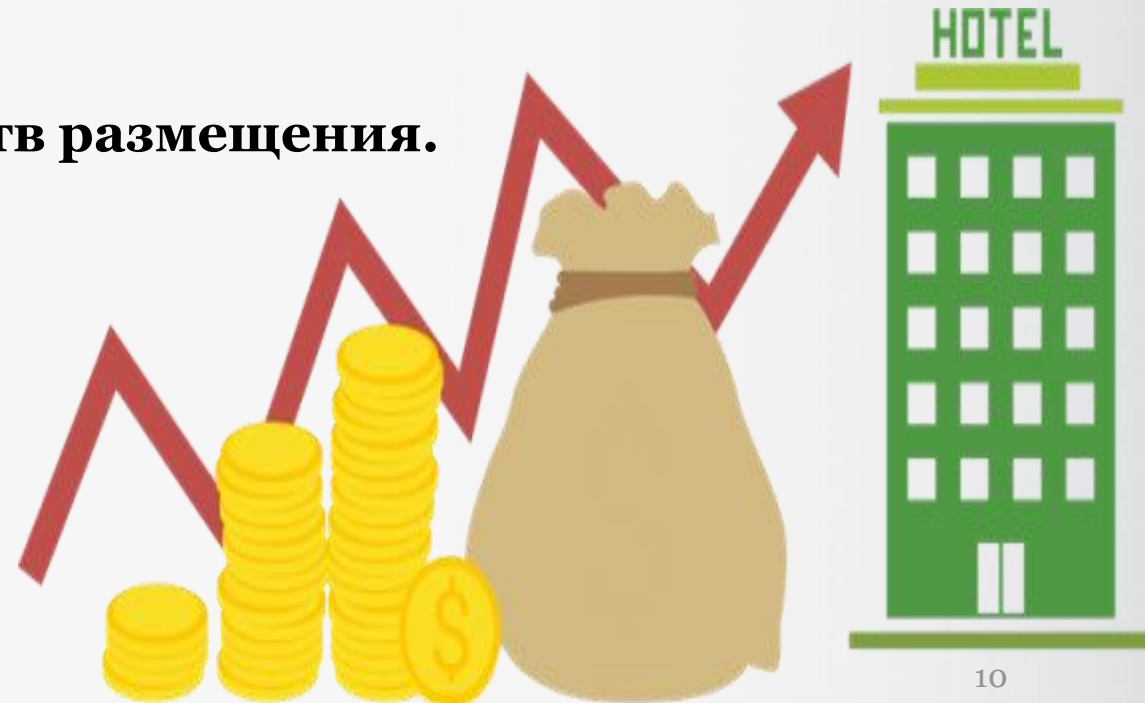


4 Внесение предложений по функциональным обязанностям сотрудников туристско-информационных центров;

5 Проработка вопросов, связанные с размещением (переносом) туристско-информационных центров в центральной части городов, вблизи объектов историко-культурного наследия и местах притяжения туристов

Таким образом, эффектом от реализации данного пилотного проекта будут:

- 1 • формирование единой региональной туристической политики в каждом районе;
- 2 • формирование вертикали развития туризма в районах;
- 3 • развитие внутреннего туризма;
- 4 • увеличение загрузки коллективных средств размещения.



Создание городского туристического продукта - туристического кластера «Weekend в Лиде» (+ Лидский район) - форма государственно-частного партнерства, которая позволяет разработать туристические продукты с учетом потребностей различных целевых групп, сформировать туристические маршруты различной тематики, привлечь профильных инвесторов в создание объектов туристической инфраструктуры и расширить ассортимент туристических услуг.

Цель создания кластера – привлечение белорусов для проведения выходных в городе Лиде и окрестностях (например, с пятницы по воскресенье, с субботы по воскресенье).

Целевая группа кластера «Weekend в Лиде» - жители города Минска (в последующие годы – жители областных центров Беларуси) в возрасте от 18 до 65 лет со средним доходом или выше среднего, путешествующие как самостоятельно, так и в организованных группах.

Участники кластера: туристические организации (не только города Лиды), объекты размещения различных ценовых категорий, учреждения культуры, музеи, объекты торговли и общественного питания, спортивные объекты, базы отдыха, санатории, развлекательные комплексы, агроусадьбы, сервисы по прокату автомобилей, экскурсоводы.

Преимущества и недостатки кластерного подхода

Преимущества

Создание эффективных механизмов взаимодействия государства и бизнеса

Интенсивный обмен информационными, финансовыми, кадровыми, инновационными ресурсами

Снижение затрат за счет эффекта масштаба

Возможность задействовать органы власти в решении общих вопросов

Стимулирование развития малого и среднего предпринимательства в регионе

Формулирование и продвижение коллективных интересов участников кластера

Минимальное время от появления идеи до практического воплощения

Доступ к коммерческой информации и деловому опыту других участников кластера

Усиление действия мультипликативного эффекта в регионе, заключающегося в положительном воздействии кластера на конкурентную среду

Рост числа фирм вокруг кластера, как следствие – увеличение занятости, уровня заработной платы, отчислений в бюджеты разных уровней

Сохранение хозяйственной самостоятельности и возможности осуществлять внутрикластерную конкуренцию

Недостатки

Сложность координации действий и согласования интересов всех участников

Возможность усиления зависимости от экономически сильных участников кластера

Возможность утраты уникальных преимуществ в массе участников кластера



**Предварительно разработано 3
туристических пакета**



**семейный
weekend**

**молодежный
underground**

**корпоратив
ный
teambuilding**



ВЕРАСНЯ Ліда

Давай **ЗРОБИМ ГУЧНА**

ЛОМЕН ОКЕАН ЕЛЬЗИ
КРАМБАМБУЛЯ ПЕТЛЯ ПРИСТРАСТЯ

LIDBEER

Экономический эффект от создания туристического кластера «Weekend в Лиде»

**создание новых
рабочих мест**

**образование новых
субъектов бизнеса**

**повышение эффективности
работы предприятий и
организаций**

разработка совместных программ

**развитие слабых элементов в общей
туристической цепи**

поиск слабых мест в обслуживании туристов

**открытие новых направлений предпринимательства,
создание новых продуктов**

Задачи по реализации проекта «Weekend в Лиде»

1 **Проведение ряда консультаций и встреч** для доработки концепции кластера с потенциальными участниками туристического кластера, поиск организаций, которые могут стать участниками кластера (гостиницы, хостелы, санатории, объекты питания и развлечений, туристические компании, экскурсоводы, объекты торговли, объекты культуры, иные субъекты предпринимательской деятельности)

2 **Проработка финансовых механизмов** взаимодействия субъектов хозяйствования кластера в части способов продажи услуг

3 **Разработка логотипа и фирменного стиля** данного проекта информационное сопровождение проекта, проведение рекламной компании проекта в республиканских и региональных СМИ, социальных сетях



4 **Насыщение городского культурного пространства,** проведение всесезонных спортивных событийных мероприятий для популяризации проекта

5 **Информационное сопровождение проекта,** проведение рекламной компании проекта в республиканских и региональных СМИ, социальных сетях, размещение баннеров на паритетной основе в Минске и областных центрах

Методы маркетинговой коммуникации для формирования и развития туристического кластера «Weekend в Лиде»



[#visitgrodnoregion](https://www.instagram.com/visitgrodnoregion)



ABC
Kafé
2015

ПЛАН

работы областного координационного совета по туризму на 2021 год

	Рассматриваемые вопросы	Срок проведения
1.	Об итогах развития туризма в Гродненской области в 2020 году и задачах на 2021 год. О реализации пилотных проектов в сфере туризма в Гродненской области. Об утверждении плана работы Гродненского областного координационного совета на 2021 год.	март 2021 года
2.	О развитии туризма на территории Гродно и Гродненского района. О развитии туризма на Августовском канале.	май 2021 года
3.	О состоянии и развитии производственного туризма в Гродненской области.	июль 2021 года
4.	О развитии оздоровительного туризма в Гродненской области.	октябрь 2021 года
5.	Об итогах развития туризма в Гродненской области в 2021 году и задачах на 2022 год. Об утверждении плана работы Гродненского областного координационного совета на 2022 год.	декабрь 2021 года

Спасибо за внимание!

