

Выступление директора АНО «Центр развития туризма» Саргина О.Н

В течение года ЦРТ вел работу в рамках проекта «Татарстан – лучший для туриста». И сейчас я бы хотела рассказать о результатах двух крупных исследований - «Портрет туриста» и «Туристическое пространство», цель которых дать качественный толчок в развитии туризма в Татарстане.

Напомню, что программа ставит перед собой задачу сделать Татарстан лучшим местом для туристов со всего мира к 2018 году и привести все туристические объекты к международным стандартам и минимальным требованиям российских и зарубежных туристов, а также вести исследования по результатам деятельности

Проведя анализ «Портрета туриста», можно сделать вывод, что он претерпел значительные изменения по целям поездок – в данный момент преобладает путешествие по типу «досуг/отдых/отпуск» над бизнес-поездками. Деловая активность в основном приходится на осенний период, и составляет 27,2% от общего числа опрошенных.

В первую очередь при выборе направления туристы обращают внимание на достопримечательности и культурную программу, на втором месте находится стоимость тура/путешествия, на третьем месте по важности для туристов находится отели и средства размещения. Таким образом, можно сделать вывод, что Татарстан может конкурировать не только ценовыми факторами, но в первую очередь уникальным туристическим продуктом.

Летом путешествует молодежь до 25 лет, осенью – поколение среднего возраста 26-35 лет, в новогодние праздники – от 46 до 60 лет. Чаще всего туристы путешествуют на поезде (50%). Туристы в основном семейные люди, чаще всего без детей, приезжают с целью проведения отпуска или просто отдохнуть. Большая часть приехала в Татарстан впервые (72%), в среднем на 2-3 дня (60%) и готова вернуться в республику снова (73%). Семьи с детьми до 16 лет в основном путешествуют по Татарстану в летний и зимний периоды – 57% и 65% соответственно.

По роду занятий в Татарстан в основном приезжают отдыхать менеджеры/специалисты и руководители подразделений, далее идут рабочие и государственные служащие. Также необходимо отметить, что в общем потоке наблюдается активность у путешествующих пенсионеров.

Средний доход на человека в семье составляет от 20 до 30 тысяч – так ответили 50% опрошенных. Семьи с доходом более 30 тысяч рублей на человека составляют 31% в период новогодних каникул, а в летний и осенний период их доля очень мала. В среднем затраты на путешествие летом составляют 18 257 рублей, осенью 17 295 рублей. В новогодние

праздники в связи с увеличением продолжительности пребывания и повышенных цен затраты составили 32 950 рублей.

На основании исследования крупного портала hotelier.pro, бюджет 40% российских туристов на отпуск за рубежом составляет от 21 000 до 70 000 рублей. В связи с общей тенденцией снижения зарубежных поездок и активного развития внутреннего туризма в России, турист может оставлять в Татарстане больше денег, чем тратит на данный момент.

И для всех этих людей, которые приезжают в Татарстан, необходимо пересмотреть работу объектов внутри отрасли, так как важно качественно организованное комфортное туристское пространство. На сегодняшний день за рубежом на многих объектах туристической индустрии действуют принципы и регламенты, способствующие комфортному пребыванию туриста (например, предоставление информации на нескольких языках, стандартизированная навигация, условия для людей с ограниченными возможностями и прочее).

В рамках проекта Туристическое пространство ЦРТ задался целью провести мониторинг объектов транспортной инфраструктуры и туристского показа и посещения Республики Татарстан и разработать рекомендации по внедрению минимальных международных правил и норм.

С учетом международных показателей были разработаны специальные чек-листы и проведен аудит основных объектов туристической индустрии РТ: Островград Свияжск, Великий Болгар, Чистополь, Елабуга, музеи Казани, железнодорожные вокзалы, аэропорт и др. По которым были подготовлены дорожные карты.

По итогам выяснилось, что на всех объектах присутствуют почти одни и те же проблемные зоны и слабые места.

Например, отсутствие актуальной информации, табличек, указателей, вывесок и меню на иностранных языках. Иногда актуальная информация отсутствует даже на русском языке. Учитывая растущий турпоток из за рубежа, а особенно учитывая перспективы сотрудничества с Китаем, необходим перевод основной информации не только на английский, но и на китайский языки.

Вторая проблема частично перекликается с первой – это незнание персоналом иностранных языков, даже минимального набора английских фраз. *Возможно, это связано с отсутствием гибкости по отношению к быстроменяющимся условиям работы в туризме, а может быть и с нехваткой ресурсов по обучению персонала иностранным языкам. В любом случае, эта проблема решаема.*

Сейчас век передовых технологий поэтому нельзя пренебрегать современными технологиями в обслуживании. На многих объектах

отсутствует возможность оплаты товаров и услуг банковскими картами, но многие туристы, а особенно иностранцы, привыкли к тому, что карта – это платежный инструмент, принимаемый везде.

Практически на всех объектах отсутствует платный или бесплатный доступ к интернету Wi Fi, что особенно важно для туристов находящихся в роуминге во время путешествия. Для иностранных туристов, например, наличие вай-фая – единственная возможность связаться с родными и близкими. Интернет трафик стоит достаточно дорого за пределами домашнего региона, а это серьезно ограничивает возможности туриста поделиться своими эмоциями в соцсетях, выложить красочные фотографии в инстаграме или написать пост о своем путешествии в фейсбуке, когда впечатления свежие, пережитые здесь и сейчас. А ведь друзья и подписчики туристов в соцсетях – наши потенциальные туристы!

Помимо точек доступа к wifi, мировые передовые объекты уже внедрились и продолжают внедрять возможность бесплатной или платной подзарядки мобильных телефонов, фотоаппаратов и других гаджетов, без которых невозможно представить в настоящий момент путешествие любого человека. Путешествие весь день по городу иногда не оставляет возможности зайти туристу обратно в гостиницу и ждать, пока его телефон зарядится – он просто теряет свое ценное время в отпуске.

Что касается такого важного аспекта, как питание, с сожалением приходится констатировать низкое качество блюд и непривлекательный ассортимент меню на некоторых объектах, во многих местах меню не соответствует общей концепции места нахождения кафе. Общепит объектов показа стремится к подражанию западу, предлагая туристам такие блюда, как салат Цезарь, паста и т.д. А ведь татарская и русская национальные кухни настолько разнообразны, что позволяет предоставить ассортимент на любой даже самый изысканный вкус. К тому же, не стоит забывать, что в Татарстан едут за татарским опытом, и туристу важно попробовать национальную кухню и ощутить местный колорит. Обязательное повсеместное наличие национального меню позволило бы популяризировать татарскую кухню, при этом избегая сравнения с зарубежными аналогами.

Также наблюдается некачественное выполнение стандартов обслуживания клиентов, что особенно необходимо в условиях конкурентной борьбы за потребителя-туриста с другими регионами России.

Отдельно хотелось бы отметить, что туристы бывают разные, с разными физическими возможностями, но желание получать новые впечатления и положительные эмоции у всех них одинаковые. К сожалению, по итогам аудита мы вынуждены отметить, что недостаточно внимания

уделяется соблюдению норм закона 419-ФЗ и рекомендаций UNWTO о доступном туризме. Коллеги, мы с вами должны сделать все возможное, чтобы путешествия для лиц с ограниченными возможностями стали максимально доступными и не ограничивали их передвижения. Чтобы они, как и все обычные туристы, могли посещать все наши объекты и достопримечательности, комфортно передвигаться между городами и с удовольствием гулять по их улицам, не думая о том, сколько сил придется потратить чтобы куда-нибудь сходить.

К сожалению, это не все имеющиеся проблемные моменты. Возникают сложные ситуации, связанные с работой гидов и экскурсоводов, не решены вопросы, связанные с внедрением автоматизированных средств учета туристов, недостаточное количество мест отдыха для туристов на объектах, туалетных комнат, мусорных баков и т.д.

В туризме не бывает мелочей и такие проблемные моменты не позволяют создать уникальный туристский контент и ощущение единого туристического пространства на территории нашей республики, сделать опыт пребывания туриста у нас незабываемым.

Татарстан вышел на тот уровень развития, когда нам необходимо конкурировать не только по цене и количеству достопримечательностей, а предоставлять качественный сервис, внедрять новые технологии и разрабатывать «фишки», создавать wow-эффект для наших гостей, и в первую очередь думать о комфортности пребывания туристов в нашей республике. Самое большое достижение для любой турдестинации – это работа по мониторингу отзывов и мнений, сбор обратной связи от туристов. Эта ценная информация позволяет нам оперативно корректировать наши дальнейшую деятельность и является определяющей в создании нового тур предложения.

Для комплексного решения имеющихся проблемных вопросов необходимо участие государственных органов и активное взаимодействие всех министерств и ведомств. Уважаемый Ильдар Шафкатович! Просим Вас поддержать эту работу и оказать содействие в принятии документа «Стандарты и требования к объектам туристской отрасли Республики Татарстан» в виде республиканского нормативного акта.