

ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ ТУРИСТСКИЕ КОНКУРСЫ В ПРОДВИЖЕНИИ ТУРИСТСКИХ ТЕРРИТОРИЙ

Можно различать туристские территории различных масштабных уровней – глобального (территории стран, макрорегионов континентов), регионального (территории субъектов федерации, группы субъектов), локального (уровни муниципалитетов – районов, городов, территории отдельных туристских дестинаций/туробъектов). Все они могут и должны продвигать себя, позиционировать в качестве интересных, достопримечательных для туристов. Механизмы этого, естественно, для различных масштабных уровней должны быть собственные, равно как и ответственные за это институции. Но наиболее сложная ситуация в РФ складывается в данном вопросе вокруг территорий муниципального уровня – городов и районов.

Если попытаться составить т.наз. «облако тегов» механизмов продвижения туристских территорий, то мы получим следующий их перечень в порядке релевантности: бренд, туристский портал, туристский сайт, туристская карта, сувенир, путеводитель, туристская карта, гастрономия, SMART-приложения. Проанализировав ситуацию на отечественном рынке с этими механизмами, мы пришли к неутешительному выводу о том, что в абсолютном большинстве случаев местные органы власти, ответственные за развитие туризма структуры, не имеют логичной, структурированной системы продвижения, но при этом обладают богатым спектром ресурсов, которые могли бы найти своего заинтересованного потребителя-туриста. Более того, отдельные организации, учреждения и предприятия, зачастую, не осознают собственной значимой реальной или потенциальной роли в продвижении своих регионов как туристских дестинаций. В этой связи Российский государственный университет туризма и сервиса решил выступить с общественной некоммерческой инициативой по созданию серии профессиональных туристских конкурсов, которые бы способствовали активизации рабо-

ты на местах по продвижению туристских территорий. В частности, были запущены следующие профессиональные туристские конкурсы:

- с 2015 г. – Международный конкурс «Туристский бренд: лучшие практики»;
- с 2016 г.:
 - Международный конкурс «Лучший туристский портал»;
 - Международный конкурс путеводителей, туристских карт и SMART-приложений по России;
 - Международный конкурс «Гастрономическое впечатление».

Тем самым был создан «Пул профессиональных туристских конкурсов».

Уже в первый год проведения конкурса «Туристский бренд: лучшие практики» нам удалось выявить и оказать информационную поддержку и содействие в развитии ряду начинающих турбрендов – например, «Кудесник с Кудыкиной горы», «Потешная деревня», «Школа велосипедного экскурсовода», «Деревня Тыгыдым» и др. В следующем, 2016 году, количество участников конкурсов, равно как и сама их известность и востребованность у участников туристского рынка, многократно возросла. Так, если в первом конкурсе в 2015 г. было представлено к участию 76 заявок, то в 2016 г. в четырёх конкурсах приняли участие уже 340 конкурсантов. Почти семикратный рост.

Данная инициатива РГУТИС получила мощную поддержку: партнёрами конкурсов становятся туристские выставки «Отдых» и «Mitt», Ассоциация «Народные художественные промыслы России», Ассоциация брендинговых компаний России, Ассоциация «Мир без границ» и др. Главными партнёрами и соорганизаторами конкурсов стали Торгово-промышленная палата РФ и Общественная палата РФ. Официальными партнёрами конкурсов стали многие известные организации, профессиональные ассоциации, объединения, не-

коммерческие партнёрства, предприятия и проекты общенационального уровня. Более 10 партнёров оказывают информационную поддержку в организации конкурсов.

Участники конкурсов – лауреаты и победители – получают систему постконкурсной информационной поддержки от организаторов. В частности, организованы и проведены серии обучающих вебинаров, коучинг-сессий, разработан механизм организации «Менторского клуба», выпущены информационные каталоги. Также по инициативе организаторов конкурсов запущена деятельность «Проектного акселератора РГУТИС», который позволяет сочетать реальные практические интересы участников рынка туристских услуг и продуктов с учебной деятельностью в вузе. Так наиболее талантливые и способные студенты могут пополнить своё стартовое портфолио реальными проектами, выполнить свой первый стартап, получить приглашение на работу. Также для участников профессиональных туристских конкурсов действует «Ситуационный центр сферы туризма», в рамках которого оказывается экспертно-аналитическая поддержка.

Организация и проведение серии туристских конкурсов позволило организаторам выявить очень интересные региональные кейсы. Так, например, по итогам конкурса туристских путеводителей, карт и SMART-приложений по России мы разработали типологию потребительских туристских карт, выявили наиболее уникальные примеры такой продукции, разработали обучающий мастер-класс по организации процесса работы над созданием такого информационного турпродукта для муниципальных образований.

Таким образом, некоммерческая инициатива РГУТИС «Профессиональные туристские конкурсы» является реальным механизмом оказания поддержки в продвижении туристских территорий, которая оказалась востребована рынком и получила своё признание.

Приглашаем все заинтересованные компании принимать участие в наших конкурсах в текущем году.

Афанасьев Олег Евгеньевич,
руководитель международного
конкурса «Лучший туристский
портал»

▶ III Международный конкурс
«Туристский бренд: лучшие практики – 2017»
www.tour-brand.ru
brand-concurs-cfo@mail.ru
+7 903 294-3890

▶ II Международный конкурс
«Лучший туристский портал – 2017»
www.tour-portal-rf.ru
tour-portal-rf@yandex.ru
+7 967 246-3569

▶ II Международный конкурс
«Гастрономическое впечатление – 2017»
www.tour-taste.ru
tour-taste@yandex.ru
+7 916 227-0724

▶ II Международный конкурс путеводителей,
туристских карт и SMART-приложений по
России – 2017
www.tour-map.ru
tour-map@mail.ru
+7 929 955-9310

ПРИГЛАШАЕМ К УЧАСТИЮ!

Участие в конкурсах – бесплатно для всех



ФГБОУ ВО «РОССИЙСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ТУРИЗМА И СЕРВИСА»
ДИРЕКЦИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ
ТУРИСТСКИХ КОНКУРСОВ