

УДК 379.85

DOI:

ТУРИСТСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ КОЛОМНЫ: АНАЛИТИЧЕСКИЙ АСПЕКТ

Сильчева Людмила Владимировна, кандидат технических наук,
доцент кафедры бизнес-технологий в туризме и гостеприимстве, dgigir69@mail.ru

ФГБОУ ВПО «Российский государственный университет туризма и сервиса»,
Москва, Российская Федерация

В современных условиях важным направлением деятельности туристической индустрии в Российской Федерации является изучение рынка туристских услуг внутреннего и въездного туризма, привлечение потока туристов в малые города России за счет разработки новых оригинальных экскурсионных туров и туристских маршрутов, создания и развития инновационной инфраструктуры туризма.

Согласно концепции современного развития Подмосковья большое внимание уделяется развитию приоритетных точек привлечения туристов и туристских ресурсов важнейших дестинаций данного региона. В Подмосковье существует туристский маршрут «Губернское кольцо Подмосковья» и двенадцать «точек притяжения» туристов «12 жемчужин Подмосковья».

В соответствии с имеющимися туристскими ресурсами город Коломна определен в «Южную» зону Московской области со специализацией: культурно-познавательный, паломнический, научно-образовательный, деловой и событийный туризм. Город Коломна – это один из древнейших городов Московской области, который входит в «Губернское кольцо Подмосковья» и в «12 жемчужин Подмосковья». Туристский продукт, предлагаемый туристическими компаниями города Коломна Московской области, очень разнообразен: от стационарного отдыха с насыщенной экскурсионной программой до программ, представленных охотничьими и рыболовными турами, пешеходными маршрутами, экстремальными и экологическими турами с отдыхом на живописных местах.

Коломна обладает значительным потенциалом и ресурсами по повышению своей привлекательности для туристов, прежде всего это большое количество исторических памятников. Однако для использования их в полной мере необходимы мероприятия по улучшению организации туристского бизнеса в городе. С этой целью следует разрабатывать программы создания городских туристских кластеров; туристским организациям – изучать спрос и предлагать новые, тематические туры и экскурсии, особенно с учетом исторической составляющей города и возможностей его транспортной инфраструктуры (в частности водной).

Ключевые слова: туристские ресурсы, Подмосковье, город Коломна, туристские маршруты, туристский продукт, городские туристские кластеры

В современных условиях важным направлением деятельности туристической индустрии в Российской Федерации является изучение рынка туристских услуг внутреннего и въездного туризма, привлечение потока туристов в малые города России за счет

разработки новых оригинальных экскурсионных туров и туристских маршрутов, создания и развития инновационной инфраструктуры туризма.

Для реализации данной цели в России назрела необходимость создания единой структуры в виде информационного туристского центра, где каждый желающий в любое время может получить исчерпывающие сведения обо всех туристских маршрутах и турах [3].

Организацию единого Федерального информационного центра следует начинать с создания центров на уровне городов. Информационный центр должен иметь свой постоянно обновляемый сайт в Интернете минимум на двух языках: русском и английском, а в офисе – информационные буклеты – путеводители, а также записи путеводителей в электронном виде. Сегодня главный тренд туристского рынка – это самостоятельное планирование туристом своего отдыха: через Интернет оформляется бронирование билетов, проживание в гостинице, прокат автомобиля, заказ туров и экскурсий и т.д. Если соответствующая информация будет на сайте и в буклетах единого туристского центра, проблем в путешествии как наших граждан, так и иностранцев не будет, а это означает, что турист захочет приехать во второй раз и порекомендует это сделать друзьям и знакомым.

Современным этапом развития туризма в Подмосковье можно считать принятие правительством Московской области Постановления от 13 марта 2013 года № 163/10 «О внесении изменений в долгосрочную целевую программу Московской области «Формирование туристской инфраструктуры и развитие туризма в Московской области на 2013–2018 годы» [1]. Данная программа разработана в сотрудничестве с отраслевыми комитетами правительства Московской области и при поддержке Министерства экономического развития и торговли Российской Федерации.

Согласно концепции современного развития Подмосковья в данной программе большое внимание уделяется развитию приоритетных точек привлечения туристов, определенных Министром культуры Московской области, и туристских ресурсов этих важнейших дестинаций данного региона. В Подмосковье существует туристский маршрут «Губернское кольцо Подмосковья» (рисунок 1) и двенадцать «точек притяжения» туристов «12 жемчужин Подмосковья» (рисунок 2) [2].



Рисунок 1 – Схема туристского маршрута «Губернское кольцо Подмосковья»



Рисунок 2 – Схема двенадцать «точек притяжения» туристов «12 жемчужин Подмосковья»*
*Цифрами обозначены различные объекты туристского сервисного пространства Подмосковья

На рисунке 3 представлены основные факторы, влияющими на развитие въездного и внутреннего туризма в Подмосковье [4].



Рисунок 3 – Основные факторы, влияющие на развитие въездного и внутреннего туризма в Подмосковье

Город Коломна – это один из древнейших городов Московской области, который входит в «Губернское кольцо Подмосковья» и в «12 жемчужин Подмосковья».

Туристский продукт, предлагаемый туристическими компаниями города Коломна Московской области, достаточно разнообразен: от отдыха с насыщенной экскурсионной программой до программ, которые представлены охотничьими и рыболовными турами, пешеходными маршрутами, экстремальными и экологическими турами с отдыхом на живописных местах.

Город Коломна обладает большими потенциальными туристскими ресурсами, глубоким культурным и историческим наследием, социокультурными и научно-промышленными объектами. Данные туристские ресурсы способны генерировать активный туристский интерес не только у отечественных, но и у иностранных туристов, т.е. способствовать развитию внутреннего и въездного туризма. На рисунке 4 представлены основные направления туристской специализации города Коломна.

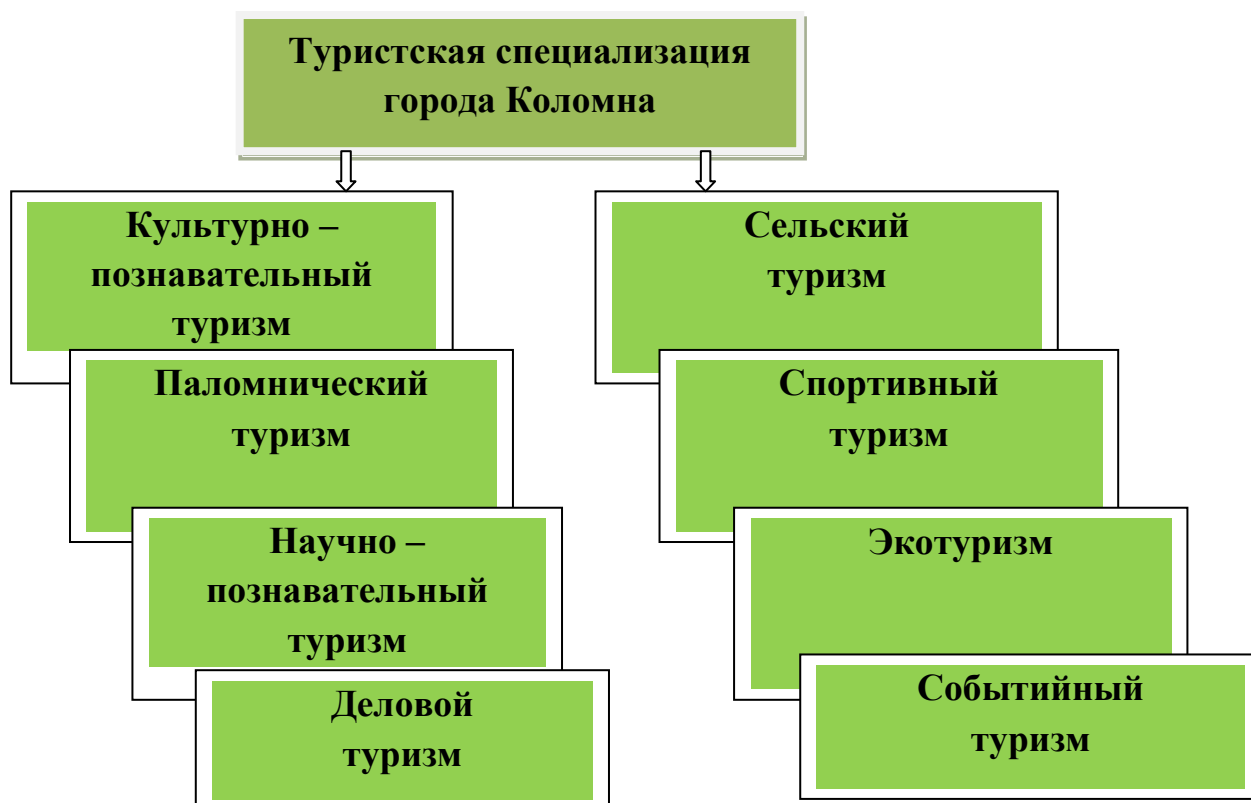


Рисунок 4 – Схема основных направлений развития туризма г. Коломны

В соответствии с имеющимися туристскими ресурсами город Коломна определен в «Южную» зону Московской области со специализацией: культурно-познавательный, паломнический, научно-образовательный, деловой и событийный туризм.

Коломна является одним из привлекательных маршрутов в Московской области, что обусловлено основными туристскими факторами:

- реконструкция исторического центра и территории Коломенского кремля, а также значительное количество памятников историко-культурного наследия (более 420, из них 25 имеют статус федерального значения);

- наличие железнодорожных магистралей, автомобильных дорог и водных путей;

- наличие современных спортивных сооружений (например, Конькобежный центр «Коломна»), позволяющих проводить спортивные соревнования различного уровня;

- популярность событийного, культурного и исторического туризма.

Все эти факторы влияют на эффективность развития внутреннего и въездного туризма в городе Коломна.

К преимуществам Коломны как туристско-экскурсионного центра можно отнести развитую транспортную инфраструктуру: хорошие автомобильные дороги, соединяющие Коломну с Москвой и городами «Золотого кольца России», Рязанью и другими

подмосковными городами. Транспортная доступность позволяет организовывать кратковременные (от 1 до 3 дней) экскурсионные поездки к разнообразным туристическим объектам Подмосковья. Этому способствует наличие в Коломне предприятия «Автоколонна 1417» с современным парком автобусов. При автоколонне отдельным подразделением организовано и эффективно работает туристическое агентство [7].

Также следует отметить возможность организации в Коломне круизов и экскурсий по воде. Ведь этот старинный город стоит на трех реках: Оке, Москве-реке и Коломенке. Наиболее судоходной является Ока, на ней и следует проектировать новые туристские маршруты.

На уровне города необходимо разрабатывать программы создания городских туристских кластеров. Туристским организациям – изучать спрос и предлагать новые, тематические туры и экскурсии. Например, в настоящее время рассматривается возможность создания нового туристского кластера «Коломна купеческая» [7].

Целью создания нового городского туристского кластера «Коломна купеческая» является повышение привлекательности города как объекта туризма на основе воссоздания исторического облика «старой» Коломны и увеличение потока туристов. Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие задачи [5]:

- восстановить и реконструировать исторические здания и объекты, входящие в программу создания туристского кластера, определить их функциональное назначение;
- более интенсивно развивать предприятия сферы туризма, транспорта, питания и гостиничного бизнеса;
- возрождать народные промыслы;
- создать необходимую туристскую инфраструктуру (информационные центры, турбюро, места стоянки транспорта, места общего пользования).

Предлагаемая туристская территория «Коломны купеческой» может иметь функциональное деление на зоны, представленные на рисунке 5.

Создание турпродукта трудоемкая, но интересная работа. Изучая город Коломну (туристские ресурсы, возможности, проблемы и перспективы развития, сегмент рынка потребителей и др. показатели), можно создать достаточно интересный тур с учетом его возможностей и ресурсов.

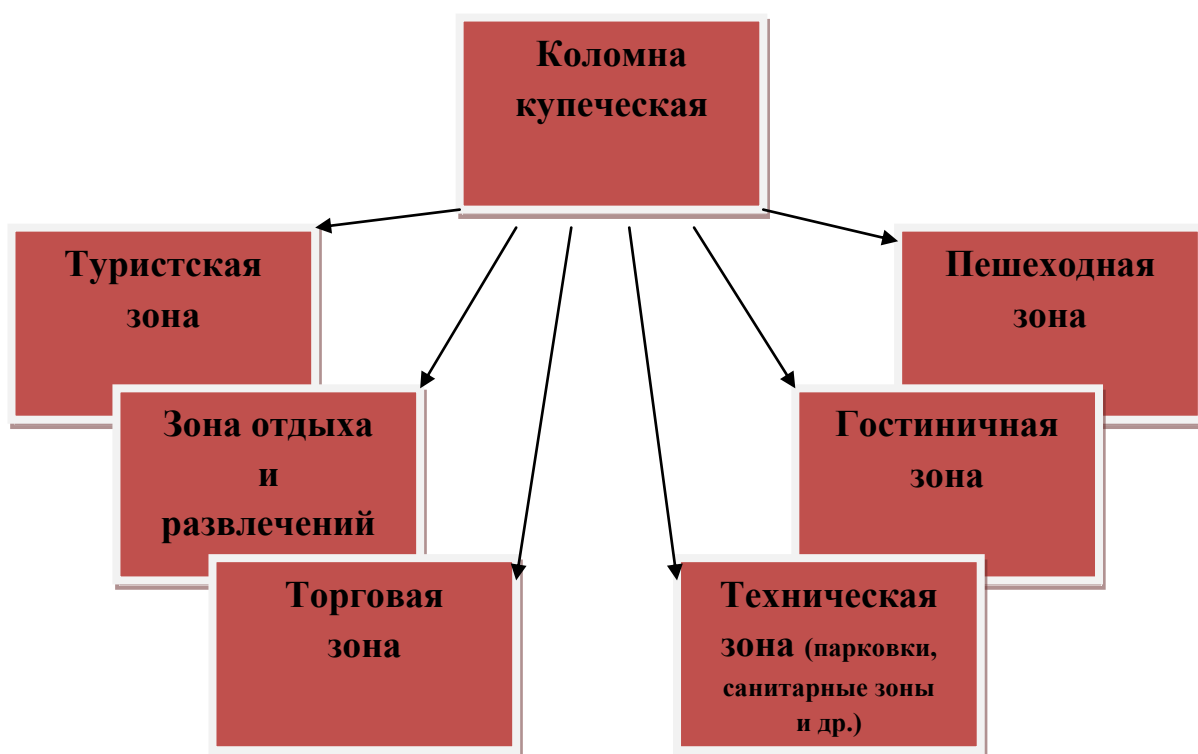


Рисунок 5 – Схема структурных зон туристской территории «Коломна купеческая»

Программы Ростуризма позволят значительно увеличить туристский поток в Россию, в т.ч. и в Подмосковный регион. Ведь Подмосковье, помимо типично русского ландшафта и благоприятных климатических условий, имеет объекты, которые могут быть интересны российским и зарубежным туристам. Поэтому в Московском регионе возможно развитие разнообразных видов туризма, таких как зимний, летний, детский, приключенческий, этнографический, флористический, экологический, религиозный, а также организация фототуров [6]. И город Коломна является одним из основных туристских достопримечательностей Подмосковья.

Литература

1. Постановления от 13 марта 2013 года № 163/10 «О внесении изменений в долгосрочную целевую программу Московской области «Формирование туристской инфраструктуры и развитие туризма в Московской области на 2013-2018 годы»
2. Федеральная целевая программа «Развитие внутреннего и въездного туризма в РФ (2011-2016 годы)».
3. Истомина, Э.Г., Гришунькина, М.Г. Внутренний туризм и туристские ресурсы России. – М.: изд-во Российского гуманитарного университета, 2012. – 288 с.

4. Косолапов, А.Б. География российского внутреннего туризма: учеб. пособие / А.Б. Косолапов. – 2-е изд. – М.: КНОРУС, 2011. – 272 с.

5. Сильчева, Л.В. Практический подход к развитию территории Подмосковья как объекту туристской индустрии // Сервис в России и за рубежом. – 2014. – Т.8, №6 (53). [Электронный ресурс]: URL: http://old.rguts.ru/electronic_journal/number53/contents (дата обращения: 20.11.2014).

6. URL: <http://www.RussiaTourism.ru> (дата обращения: 10.11.2014).

7. URL: <http://www.колומна> (дата обращения: 15.11.2014).