

СТРАТЕГИЧЕСКОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ В ТУРИСТКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ



КАЛИНИГРАДСКАЯ ОБЛАСТЬ

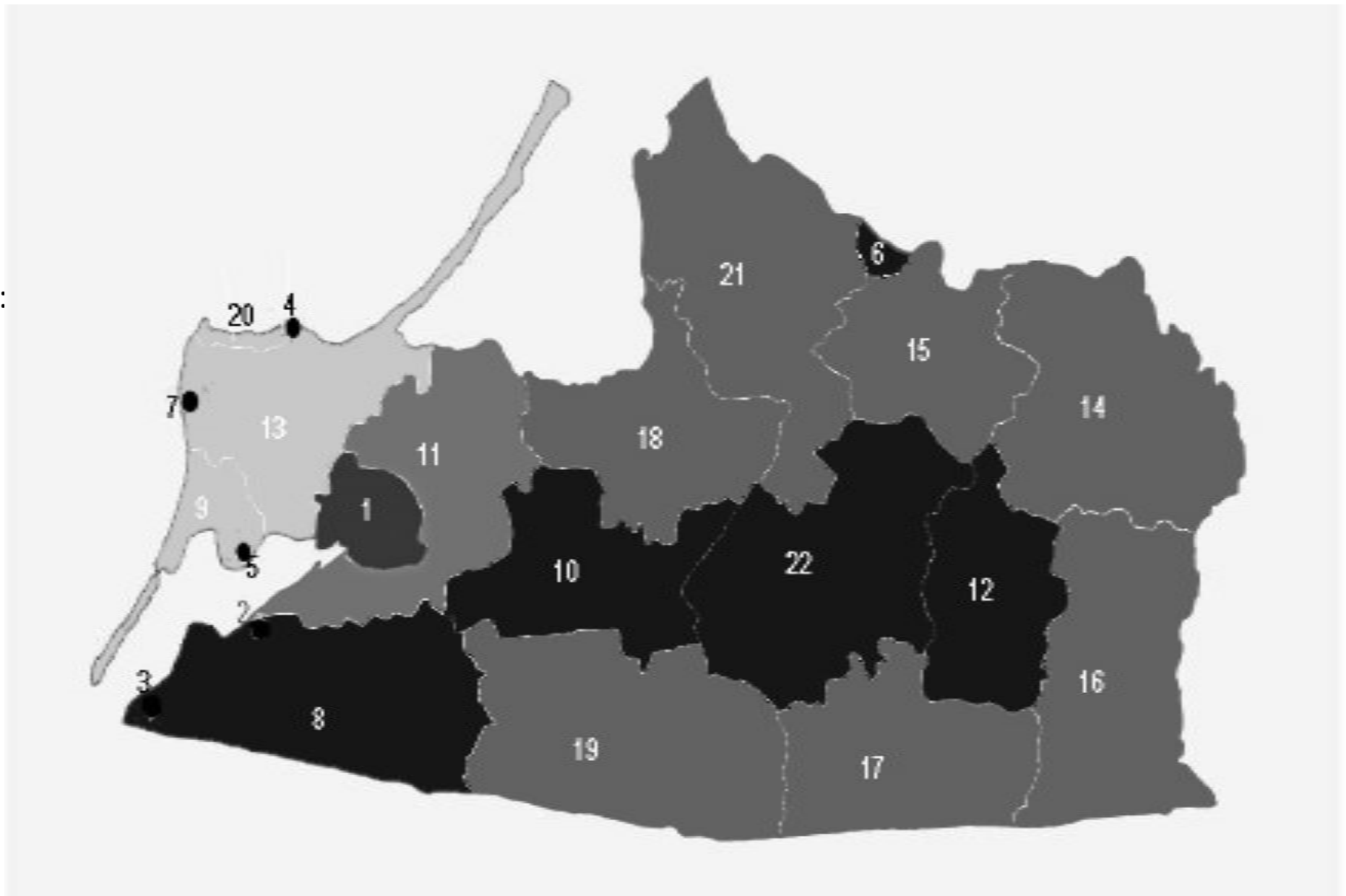


Городские округа:

1. Город Калининград
2. Ладушкинский округ
3. Мамоновский округ
4. Пионерский округ
5. Светловский округ
6. Советский округ
7. Янтарный округ

Муниципальные районы:

1. Багратионовский
2. Балтийский
3. Гвардейский
4. Гурьевский
5. Гусевский
6. Зеленоградский
7. Краснознаменский
8. Неманский
9. Нестеровский
10. Озёрский
11. Полесский
12. Правдинский
13. Светлогорский
14. Славский
15. Черняховский



Целью проекта является формирование конкурентоспособного регионального туристского продукта, обеспечивающего удовлетворение потребностей внутренних и въездных туристов, способствующего увеличению туристского потока.

Достижение цели будет обеспечиваться решением следующих основных **задач**:

1. Комплексное развитие туристской и обеспечивающей инфраструктуры.
2. Обеспечение туристской индустрии квалифицированными кадрами.
3. Цифровизация туристской отрасли.
4. Государственная поддержка предпринимательской деятельности в туристской индустрии.
5. Маркетинговая поддержка регионального туристского продукта.

СИСТЕМНЫЙ АНАЛИЗ ТУРИСТКОЙ И СОПУТСТВУЮЩЕЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ РЕГИОНА

ТРАНСПОРТ

СОЦИО-
КУЛЬТУРНАЯ

ТУРИСТСКА
Я

КОМФОРТ

- ✓ Анализ транспортной инфраструктуры региона
- ✓ Анализ социо-культурной инфраструктуры региона.
- ✓ Анализ туристской инфраструктуры региона
- ✓ Оценка комфортности созданной в регионе среды для организации туризма

Туристские бренды

Сувениры:

- Янтарь- Добыча янтаря организована во многих странах мира, но Калининградская область выделяется своими запасами, здесь добывают 90 % от объема мировой добычи.
- Шоколад и марципан. Здесь отличные возможности, купить шоколад и шоколадные изделия на любой вкус, как местного, так и европейского производства.
- открытка с собором — это всё классика туристических даров из Калининградской области, которая стала серьёзным конкурентом перенасыщенных черноморских курортов.

Деликатесы:

- Кенигсбергские клопсы. Мясные тефтельки "клопсы" - одно из самых известных блюд Калининграда.
- Флек – горячее блюдо, которое стало популярным еще во времена Пруссии
- Марципан – один из символов Калининграда.
- Копченый угорь – гастрономическая гордость калининградцев.
- Строганина из пелаиды – Эту закуску можно попробовать только в Калининграде.

Украшения:

- Форты Кёнигсберга — кольцо городских фортификационных сооружений, возводимых начиная с 1355 года и много раз перестраиваемых вплоть до второй половины XIX века

Транспортная инфраструктура региона

Транспортная инфраструктура региона - 934 км протяженность путей общего пользования;

-219,39 км протяженность путей необщего пользования,

-- 7 железнодорожных вокзалов;

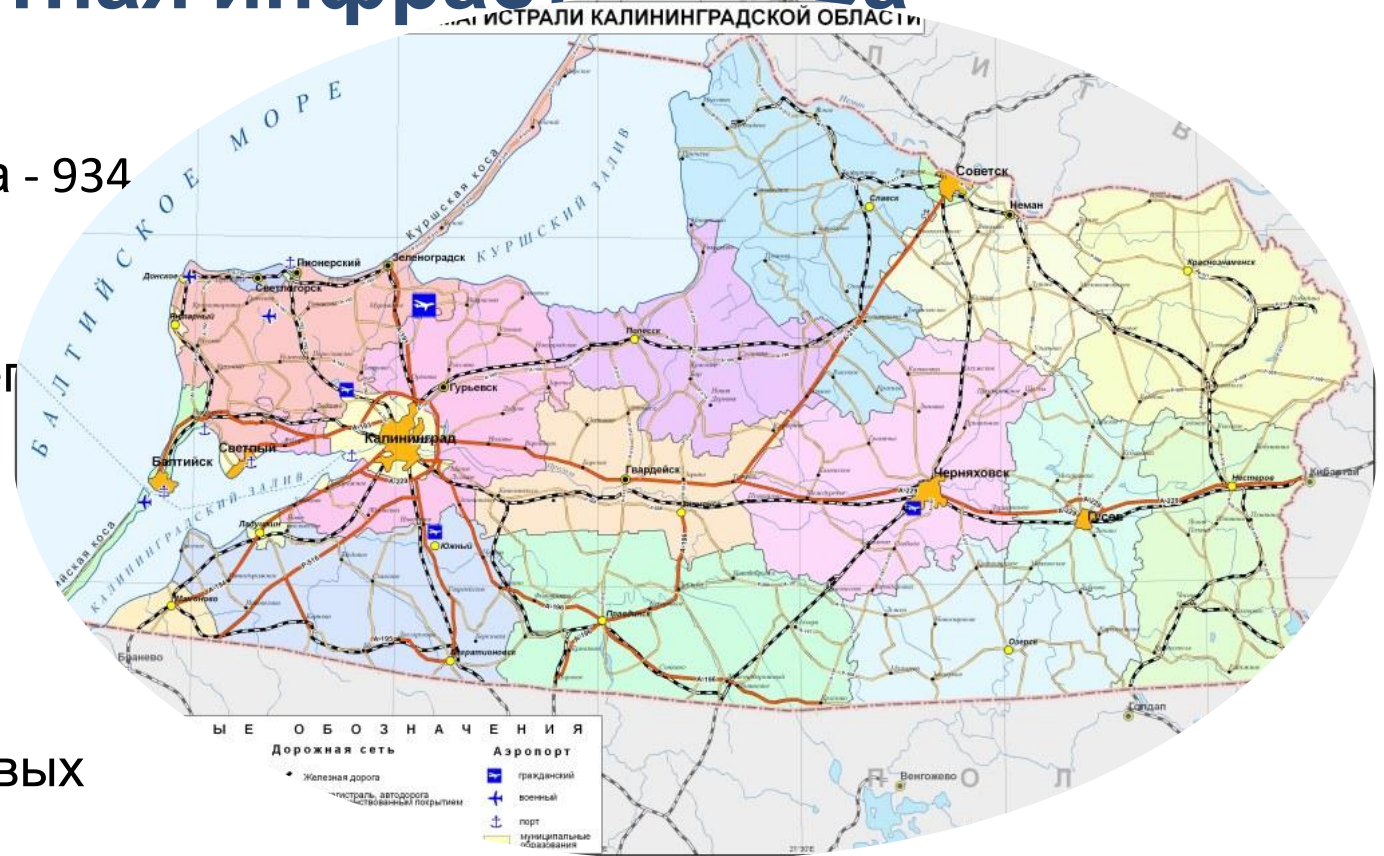
-- 37 железнодорожных станций;

- - 1 аэропорт, аэровокзалов

-- 1 автовокзал, 2 автостанции и 6 кассовых пунктов;

-- 3 речных порта;

-- 5 пограничных переходов.



-- Крупнейшие железнодорожные станции:

Калининград, Черняховск, Нестеров

-- Крупнейшие локомотивные депо:

-Калининград-сортировочный и Черняховск -

Крупнейшие вагонные депо: вагоноремонтное депо ст. Черняховск

Общая характеристика Новосибирского региона:

Калининградская область обладает весьма значительным, во многом уникальным потенциалом для развития курортно-туристической деятельности. Старинные здания, тихие улочки и множество интересных культурных объектов очаруют гостей города. По исследованиям и отзывами туристов, Калининградская область входит в десятку лучших городов для путешествий, благодаря значительному количеству достопримечательностей, средств размещения, предприятия питания и другое.

- Природно-географические особенности : Область находится в зоне смешанных лесов с относительно плодородными дерново-подзолистыми почвами. Природные условия благоприятны для жизни людей и ведения сельского хозяйства. Область небогата минеральными ресурсами, за исключением крупнейших в мире разрабатываемых запасов янтаря
- Основой туристско-рекреационного потенциала Калининградской области являются:
 - природно-ресурсный потенциал как база для развития лечебно-оздоровительного туризма и туризма на природе;
 - культурно-историческое наследие как основа развития культурно-познавательного туризма;
 - научно-производственный потенциал как база для развития бизнес- и конгресс-туризма;
 - туристско-рекреационная инфраструктура.
- Наиболее развитые виды туризма в регионе включают исторический туризм,

Анализ социо-культурной инфраструктуры региона.

Достопримечательности Калининградской области выделяются среди туристических мест остальных регионов России: здесь сохранились рыцарские замки, краснокирпичные кирхи и отреставрированы немецкие виллы; Влияние немецкой культуры и архитектуры в этой отдаленной от остальной части страны области ощущается повсюду: от городской архитектуры до раскиданных по региону старинных фортов. Неудивительно, что здесь развит туризм, связанный с историческими событиями и Второй мировой войной. Экскурсии охватывают форты «Ночной перины Кёнигсберга», крепость «Пиллау», музеи в разных городах. Самые интересные места региона: природа Куршской косы, озера, пляжи, средневековые замки и немецкие особняки, музеи, парки, развлечения для семейного отдыха.



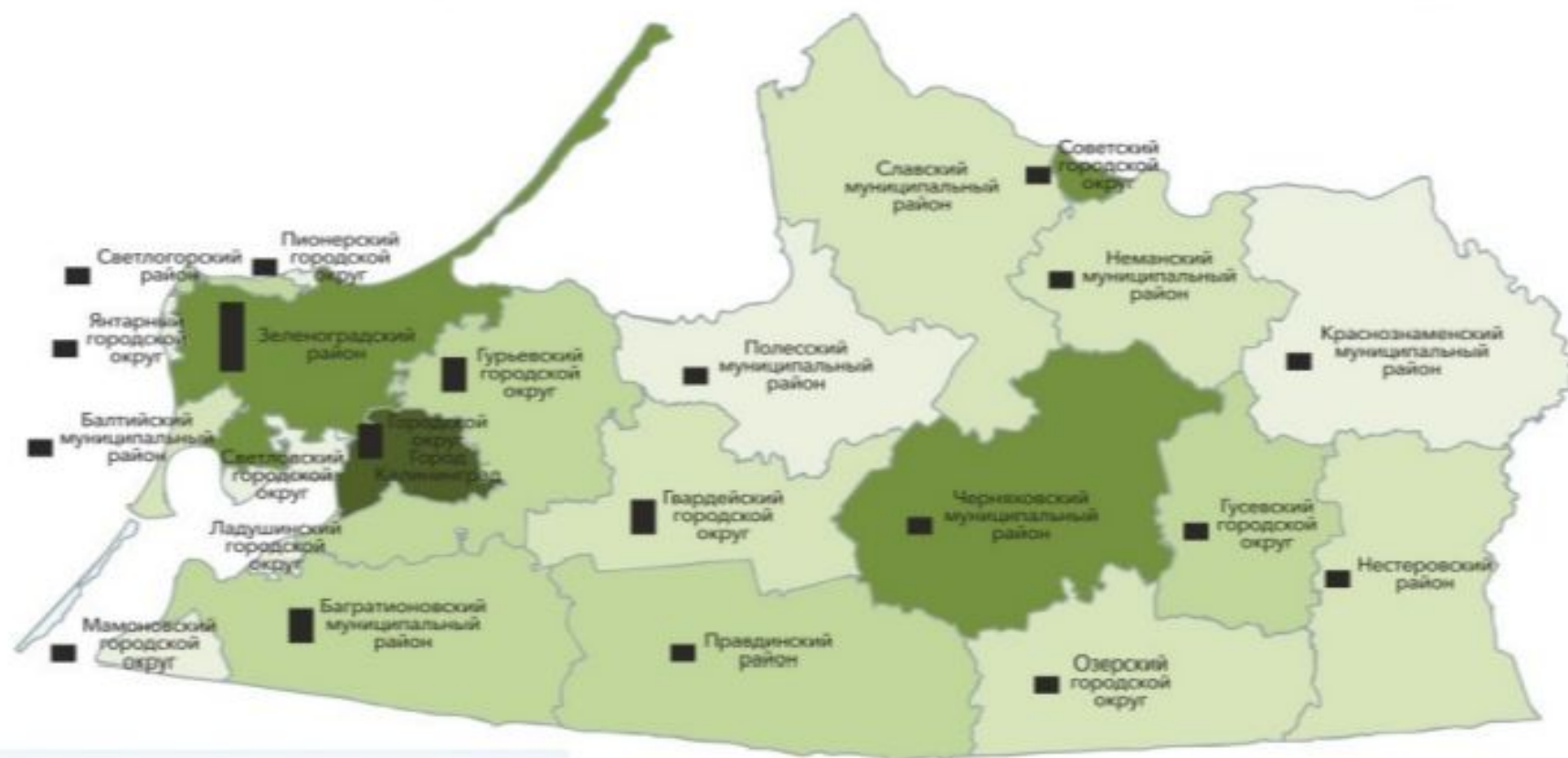
Туристско-рекреационные кластеры:

- Кранц-Зеленоградск
- Нойкур-Пионерский
- Раушен-Светлогорск
- Пальмникен-Янтарный
- Пиллау – Балтийск
- Кенигсберг-Калининград
- Европейский Байкал-оз.Виштынецкое



- **Всего 525 объектов культурного наследия.**
- **Объектов федерального значения – 176**, из них 11 находятся в Багратионовском районе, в Балтийском районе - 1, в Гвардейском районе - 13, в Гурьевском районе - 11, в Гусевском районе - 3, в Зеленоградском районе - 74, в городе Калининграде - 18, в Краснознаменском районе - 1, в Мамоновском городском округе - 1, в Неманском районе - 8, в Нестеровском районе - 3, в Озерском районе - 6, в Пионерском городском округе - 1, в Полесском районе - 3, в Правдинском районе - 10, в Светлогорском районе - 5, в Советском городском округе - 1, в Черняховском районе - 5, в Янтарном городском округе - 1.
- **Регионального значения – 389**, из них 11 находятся в Багратионовском районе, в Балтийском районе - 4, в Гвардейском районе - 10, в Гурьевском районе - 22, в Гусевском районе - 7, в Зеленоградском районе - 12, в городе Калининграде – 257, в Краснознаменском районе – 1, в Неманском районе - 3, в Нестеровском районе - 4, в Озерском районе - 1, в Полесском районе - 4, в Правдинском районе - 21, в Светлогорском районе - 11, в Славском районе - 3, в Советском городском округе - 3, в Черняховском районе - 11, в Янтарном городском округе - 1.

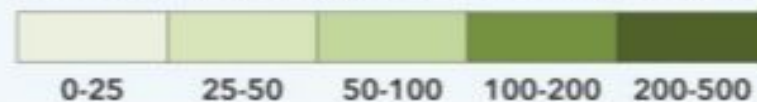
ЛОКАЛИЗАЦИЯ ОБЪЕКТОВ КУЛЬТУРНОГО НАСЛЕДИЯ



Памятники
федерального
значения
(ед.)

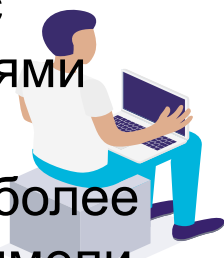


Объекты культурного наследия (ед.)

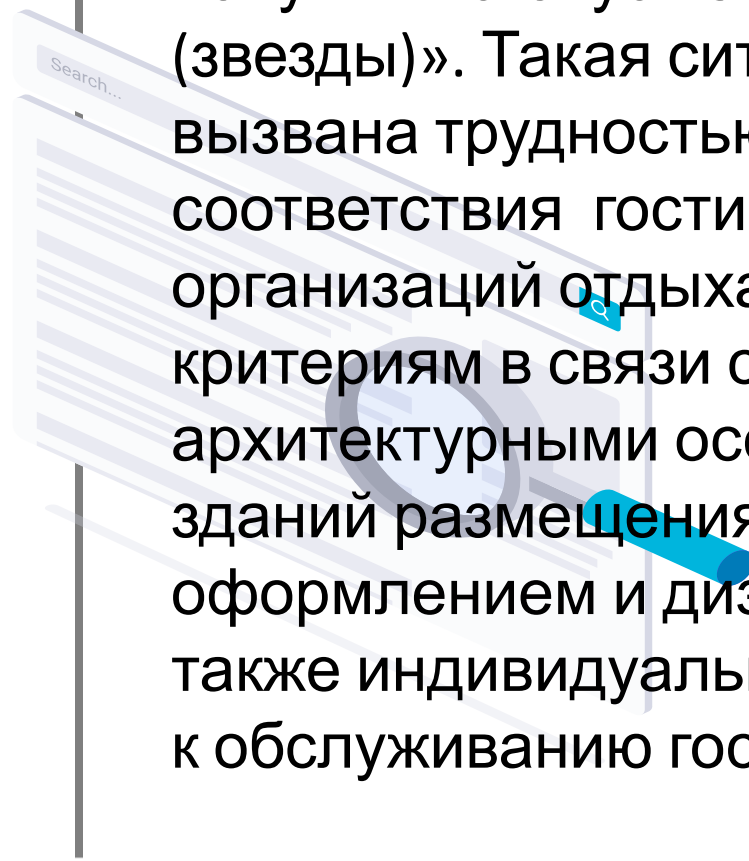


Анализ туристской инфраструктуры региона.

Мягкий климат, природные и географические особенности, уникальные исторические и культурные объекты, своеобразная архитектура и развитая экономическая инфраструктура формируют высокую туристскую привлекательность региона. В 2021 году более 90% коллективных средств размещения (269 единиц) работали круглогодично благодаря регулярному притоку гостей. Сезонно функционировали 15 организаций гостиничного типа и 8 организаций отдыха. В прошедшем году по итогам сертификации 119 коллективным средствам размещения были присвоены различные категории в соответствии с действующими стандартами и условиями сервиса. 64% гостиниц, санаториев и организаций отдыха относились к наиболее востребованному среднему классу и имели



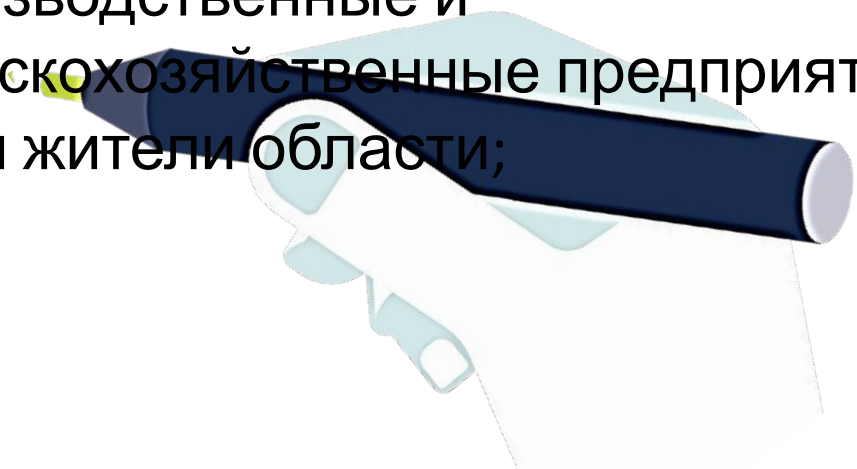
«3 звезды». 172 коллективных средства размещения после прохождения сертификации получили статус «без категории (звезды)». Такая ситуация вызвана трудностью определения соответствия гостиниц или организаций отдыха точным критериям в связи с архитектурными особенностями зданий размещения, авторским оформлением и дизайном, а также индивидуальным подходом к обслуживанию гостей.



Анализ внешней среды

- благоприятный мягкий морской климат с достаточно большим числом солнечных дней в году и умеренно теплым летом;
- живописные природные ландшафты с холмистыми возвышенностями, прибрежными низменностями, лесными массивами, пойменными лугами, болотами, озерами, многочисленными реками;
- уникальные песчаные косы с дюнами и лесами;
- морское побережье с прекрасными, преимущественно песчаными пляжами и освежающими, умеренно теплыми морскими водами;
- Балтийское море и его заливы, дающие возможности для развития рыболовства, морского туризма и водных видов спорта;
- целебные минеральные источники и лечебные торфяные грязи;

Напряженная, а местами кризисная, экологическая ситуация в области, включая загрязнение атмосферного воздуха, водных систем рек, озер, заливов и прибрежной части моря, почвенного покрова и пляжей, захламленность и замусоренность лесных массивов, парков, охраняемых территорий, чему повинны, конечно, производственные и сельскохозяйственные предприятия и сами жители области;



Факторы микро- и макросреды, которые могут повлиять на туристическую деятельность в Калининградской области, включают:

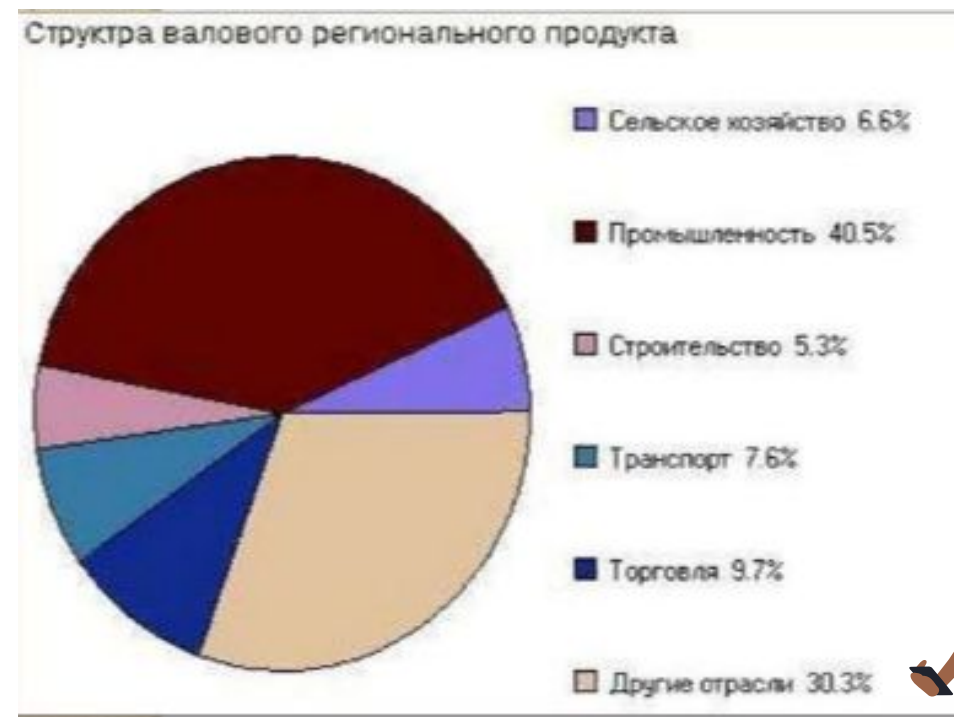
- Экономические факторы: состояние экономики региона, уровень инфляции, уровень доходов населения и т.д.
- Политические факторы: политическая стабильность, законодательство в области туризма, международные отношения и т.д.
- Социальные факторы: демографические показатели, уровень образования, культура и традиции населения и т.д.
- Технологические факторы: развитие информационных технологий, доступность и качество интернет-соединения, использование мобильных устройств и т.д.
- Природные факторы: климат, рельеф, флора и фауна, наличие природных достопримечательностей и т.д.
- Культурные факторы: наличие исторических и культурных достопримечательностей, проведение культурных мероприятий и т.д.



Анализ статистических показателей развития области

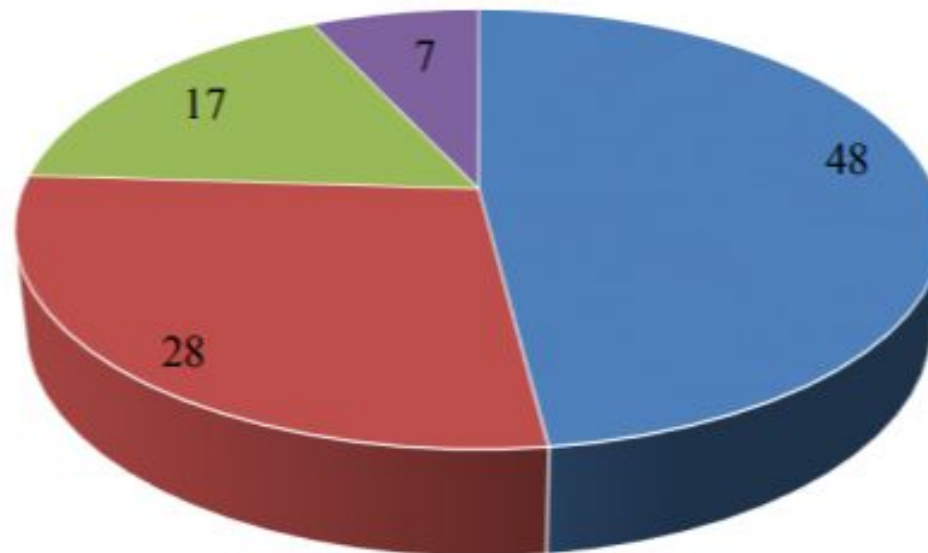
Экономическая характеристика Калининградской области

Название	2011	2012	2013	2014
ВРП, млрд. руб.	247,6	255,2	253,6	249,4
Налоговые поступления, млн.руб.	30356	33478	31745	31458
Выделено средств на федеральные программы, млн.руб.	15401	11685	10745	11896
Число МСП, тыс.	22,5	30,1	21,5	33,4
Средний уровень рентабельности МСП, %	12,4	10,1	10,5	10,3
Число экспортных операций, %	25,3	22,7	23,2	15,4
Доля поступлений в бюджет от внешних операций, %	17,2	15,3	14,4	9,8



Статистика численности посещений области

Структура целей посещения туристами Калининградской области



■ лечебно-оздоровительный ■ культурно-познавательный ■ деловой ■ экологический

Показатель	2019	2020	2021	2022	Абс. изм-е 2022 г. от 2021 г., +/-	Абс. изм-е 2022 г. от 2019 г., +/-
Количество туристов, тыс. чел.	1740	787,5	1925	1834	-91	+94



**Численность лиц, размещенных в коллективных средствах размещения,
по целям поездок
(человек)**

	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Всего	549 248	627 573	655 502	528 203	832 948	770 643
в том числе по целям поездок:						
личные	393 866	474 323	489 127	452 551	727 394	688 253
в том числе:						
отпуск, досуг и отдых	312 299	379 707	387 027	384 267	639 195	606 350
образование и профессиональная подготовка	8 439	11 978	11 284	6 207	9 651	15 388
лечебные и оздоровительные процедуры	49 059	48 304	52 422	31 127	50 535	54 862
религиозные/ паломнические	8	19	89	530	141	7
посещение магазинов и прочие	24 061	34 315	38 305	30 420	27 872	11 646
деловые и профессиональные	155 382	153 250	166 375	75 652	105 554	82 390

Статистика численности посещений Калининградской области отечественными туристами

**Численность российских туристов, отправленных туристскими фирмами
Калининградской области в туры по России и зарубежным странам**

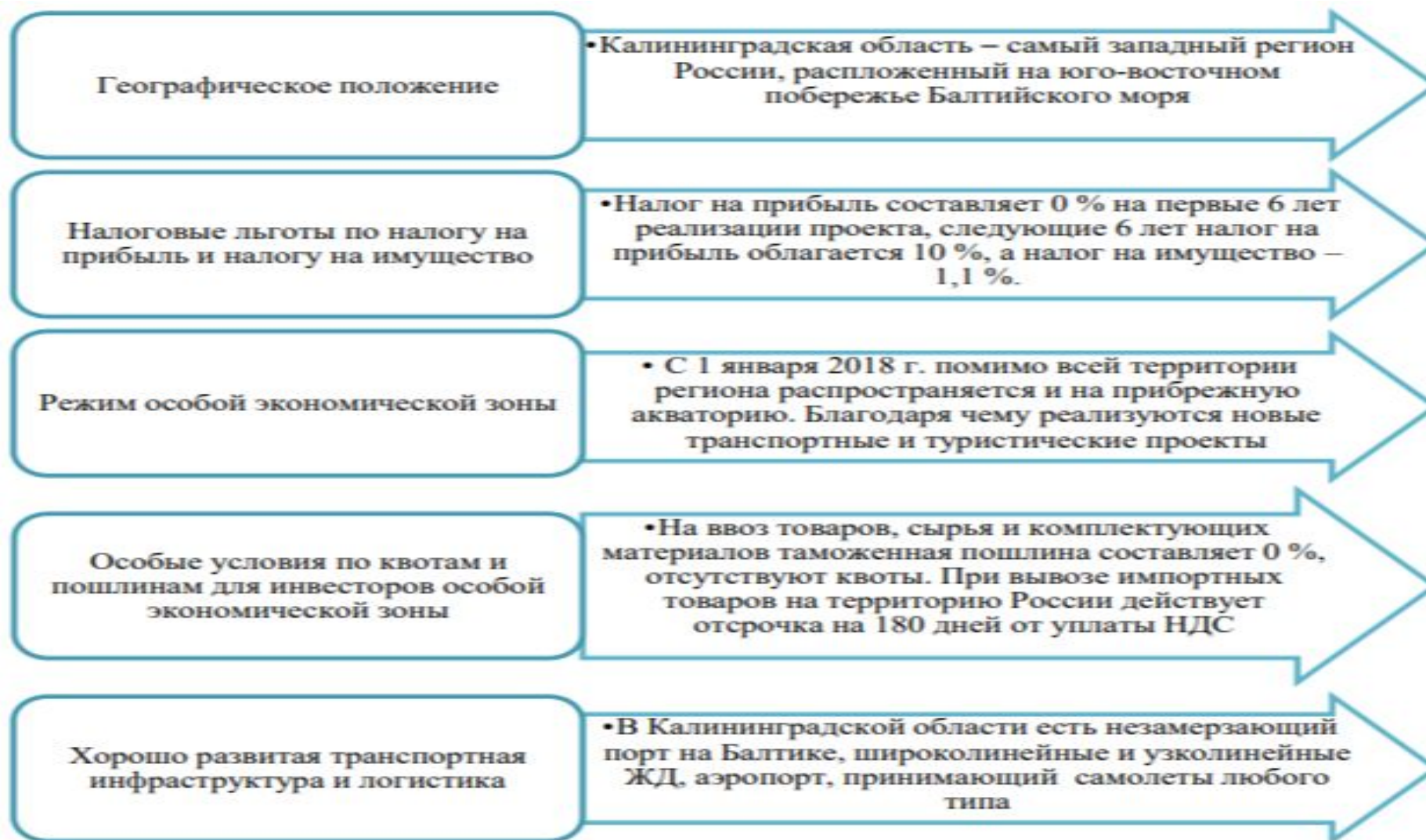
человек

	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Обслужено российских туристов – всего	72465	104322	94846	38366	78415	75137
в том числе по странам:						
Россия	19838	30257	35108	25205	45349	33863
из них по региону	15364	25083	32018	21664	41109	29318

Число иностранных туристов, принятых туристскими фирмами Калининградской области

	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Обслужено туристов – всего	7259	10278	10474	-	2	-
в том числе по странам:						
страны СНГ	22	20	-	-	-	-
Азербайджан	1	-	-	-	-	-
Беларусь	11	20	-	-	-	-
Казахстан	4	-	-	-	-	-
Киргизия	3	-	-	-	-	-
Узбекистан	1	-	-	-	-	-
Украина	2	-	-	-	-	-
страны вне СНГ	7237	10258	10474	-	2	-
Австрия	-	5	-	-	-	-
Бельгия	-	20	-	-	-	-
Венгрия	-	7	-	-	-	-
Германия	7097	9974	10254	-	2	-
Ирландия	-	1	-	-	-	-
Италия	-	7	-	-	-	-
Латвия	1	-	-	-	-	-
Литва	-	38	-	-	-	-
Нидерланды	-	1	-	-	-	-
Объединенные Арабские Эмираты	-	21	-	-	-	-
Польша	-	36	220	-	-	-
Франция	139	148	-	-	-	-

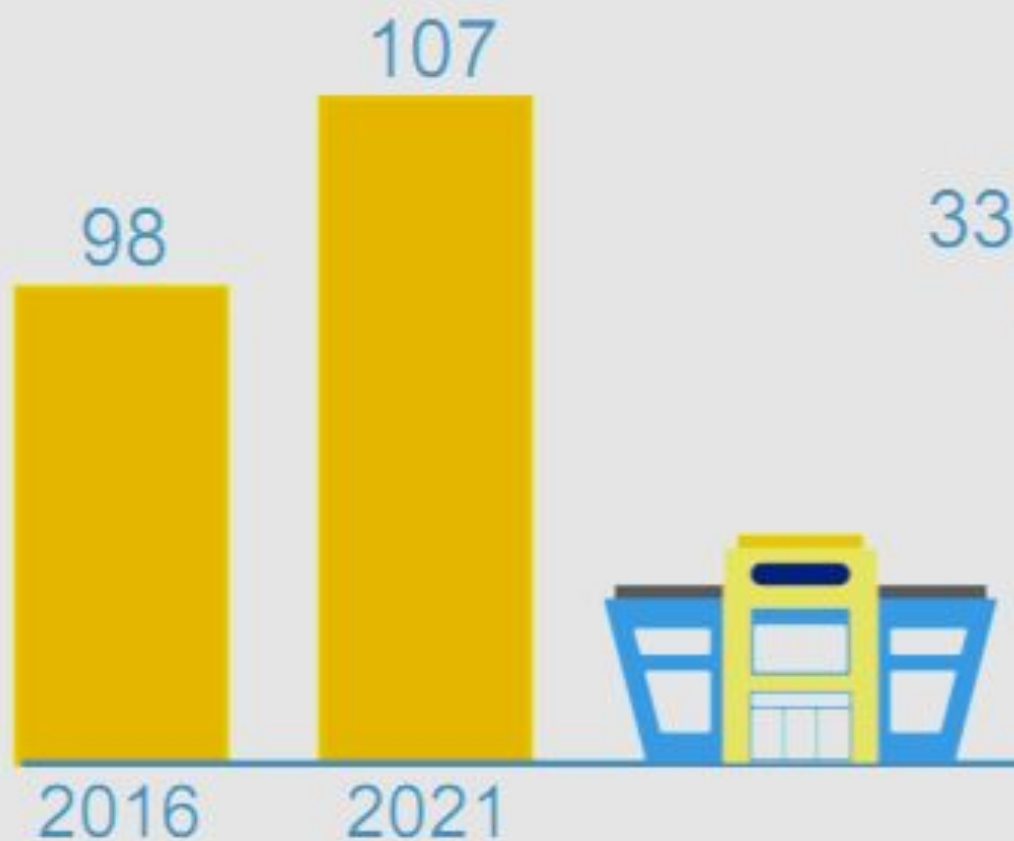
Калининградская область имеет привлекательность в сфере развития туризма – это доказывает проведенный инвестиционный анализ



ТУРОПЕРАТОРЫ/ТУРАГЕНТСТВА КАЛИНИНГРАДСКОЙ ОБЛАСТИ

Деятельность туристских фирм

Количество туристских фирм, единиц



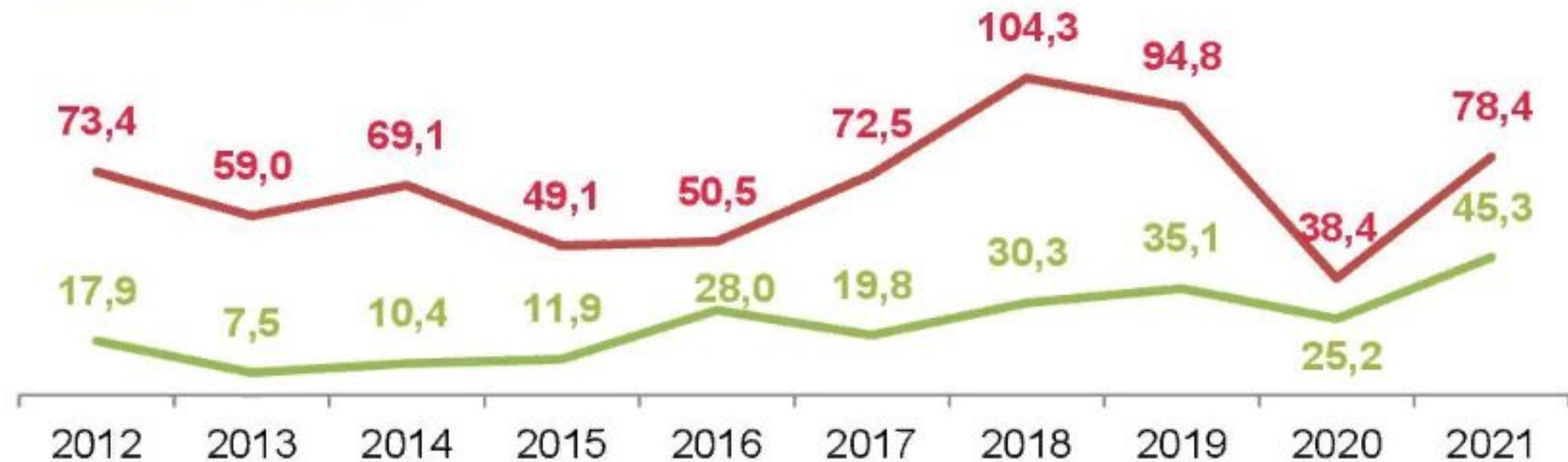
По видам деятельности, %



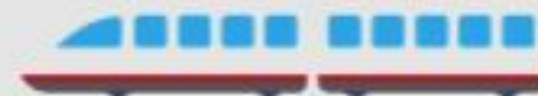
Число туристов, отправленных в туры туристскими фирмами Калининградской области

тыс. человек

— всего
— по России



Реализация турпакетов



Число турпакетов,
реализованных населению,
единиц



Стоимость турпакетов,
реализованных населению,
млн рублей

41 315

2021

1 991,4

21 001

2016

967,3



Основные показатели деятельности туристских фирм Калининградской области

	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Число туристских фирм (на конец года), единиц	88	111	89	88	107	106
в том числе занимались:						
туроператорской деятельностью	5	11	5	7	7	6
туроператорской и турагентской деятельностью	25	35	26	27	35	34
турагентской деятельностью	58	65	58	54	65	66
Число турпакетов, реализованных населению, единиц	35498	51653	49389	25064	41315	39737
в том числе:						
гражданам России	34434	49674	48040	25064	41313	39737
по территории России	9326	16170	18921	18764	29015	23511
по другим странам	25108	33504	29119	6300	12298	16226
гражданам других стран	1064	1979	1349	-	2	-
по территории России						
Число обслуженных туристов турфирмами, человек	79724	114600	105320	38366	78417	75137
в том числе:						
граждан России	72465	104322	94846	38366	78415	75137
по территории России	19838	30257	35108	25205	45349	33863
по зарубежным странам	52627	74065	59738	13161	33066	41274
граждан других стран	7259	10278	10474	-	2	-
Стоимость турпакетов реализованных населению, млн рублей	1891,9	2743,1	2753,1	765,5	1991,4	2496,5
в том числе:						
по территории России	239,3	379,9	453,4	332,0	642,2	663,3
по зарубежным странам	1652,6	2363,2	2299,7	433,5	1349,2	1833,2
Средства, поступившие от реализации туристского продукта (за минусом налога на добавленную стоимость, акцизов и аналогичных обязательных платежей), млн рублей	958,0	1612,5	1518,1	545,5	1290,2	1776,3



Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Калининградской области

Ключевые участники предоставляющие транспортные услуги



Показатели коллективных средств размещения Калининградской области

Отдельные показатели деятельности коллективных средств размещения

	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Число коллективных средств размещения, единиц	221	248	249	253	291	329
в том числе:						
гостиницы и аналогичные средства размещения	192	216	218	221	251	269
специализированные средства размещения ¹	29	32	31	32	40	60
Число номеров в коллективных средствах размещения, единиц	6928	7886	7723	7682	8540	9895
в том числе:						
гостиницы и аналогичные средства размещения	4774	5637	5484	5546	6079	6666
специализированные средства размещения ¹	2154	2249	2239	2136	2461	3229
Число мест в коллективных средствах размещения, единиц	14606	16340	16982	17768	18714	23339
в том числе:						
гостиницы и аналогичные средства размещения	10353	11802	12436	13503	13712	15870
специализированные средства размещения ¹	4253	4538	4546	4265	5002	7469
Численность размещенных лиц, тыс. человек	549,2	627,6	655,5	528,2	832,9	770,6
в том числе:						
гостиницы и аналогичные средства размещения	490,2	556,5	587,0	481,4	748,1	662,8
специализированные средства размещения ¹	59,0	71,1	68,5	46,8	84,8	107,8

Туристские базы

	2016	2017	2018	2019	2020
Число организаций, единиц	3	2	4	3	5
Число номеров (комнат), единиц	172	188	167	182	60
в них мест, единиц	375	465	388	454	179
Число ночевок, единиц	5146	1229	500	1373	2727
Численность размещенных лиц, человек	1076	781	1688	2373	1212
в том числе:					
граждан России	1065	781	1688	2326	1203
иностранных граждан	11	-	-	47	9



Организации отдыха¹

	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Число организаций отдыха, единиц	12	13	14	13	24	43
Число номеров (комнат), единиц	267	359	368	382	667	1383
в них мест, единиц	627	839	887	866	1582	4080
Число ночевок, единиц	29843	46961	46876	41868	159771	364282
Численность размещенных лиц, человек	4565	15282	8975	6441	26712	46373
в том числе:						
граждан России	4366	15114	8637	6263	26629	46335
из них лиц до 18 лет	770	706	770	1007	3607	18200
иностранных граждан	199	168	338	178	83	38
Коэффициент использования наличных мест	0,13	0,15	0,14	0,13	0,28	0,25

Санаторно-курортные организации

	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Число санаторно-курортных организаций, единиц	15	15	14	14	16	17
из них санатории для детей ¹	5	4	4	4	4	4
Число номеров, единиц	1699	1723	1689	1694	1794	1846
из них высшей категории	127	154	144	145	146	144
Число мест (коек), единиц	3161	3311	3205	3220	3420	3389
из них в санаториях для детей	810	610	610	610	610	600
Число ночевок, тыс. единиц	842,4	783,8	893,0	537,1	826,2	886,6
из них:						
лиц до 18 лет	168,5	161,4	151,4	69,8	112,6	184,7
лиц 55 лет и старше	387,9	347,7	473,8	284,4	352,9	417,1
Численность размещенных лиц, человек	53652	54143	57196	39108	58115	61487
в том числе:						
граждан России	52909	53219	56194	38971	57999	61299
из них:						
лиц до 18 лет	8586	8610	8152	4801	7824	9753
лиц 55 лет и старше	24851	23239	30377	17764	25152	29156
иностраннх граждан	743	924	1002	137	116	188
из них лиц до 18 лет	40	38	22	к	к	к

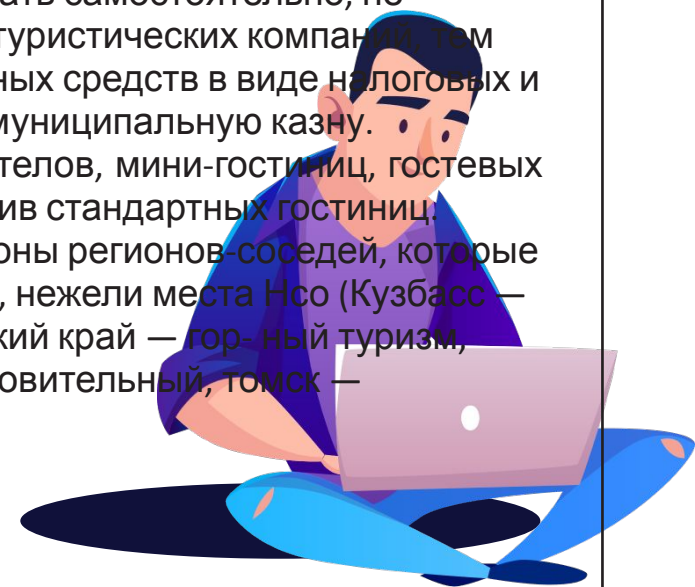
Платные услуги населению в сфере туризма по Новосибирской области (млн рублей)



Динамика спроса и цен на размещение по основным экскурсионным направлениям, январь — ноябрь 2023



сильные стороны (S)	слабые стороны (W)
Наличие уникальных и разнообразных природно-ландшафтных условий. Наличие развитой туристско-рекреационной инфраструктуры на приморских территориях и в г. Калининград (средств размещения, общественного питания, развитой сети автомобильных дорог, медицинского обслуживания, туристско-экскурсионного обслуживания, туристский реестр Калининградской области и др.) Сектор рекреации и туризма отнесен в Стратегии социально-экономического развития Калининградской области на долгосрочную перспективу к числу приоритетных секторов развития региональной экономики.	Недостаточное финансирование программ развития туристско-рекреационного сектора экономики Калининградской области, как за счет средств регионального бюджета, так и за счет государственно-частного партнерства Истощение уникальных природных ресурсов национального парка Куршская коса, Балтийской косы, других территорий естественного (природного) туристского пространства. Низкая конкурентоспособность организаций сферы туризма Калининградской области и ограниченная дифференциация их услуг и объектов культурной ценности в сравнении с Польшей и Литвой, Недостаточное и неэффективное продвижение Министерством туризма КО регионального туристского продукта на мировом и внутреннем туристских рынках.
возможности (O)	Угрозы (Т)
Финансирование туристического кластера на территории Калининградской области за счет средств федерального бюджета, предусмотренных на государственные капитальные вложения в форме субсидий, позволяет создать точки развития регионов и межрегиональных связей, активизировав вокруг себя развитие малого и среднего бизнеса Наличие интереса со стороны развитых туристских кластеров Польши и Литвы к созданию международных кластеров на территории Балтийского побережья. Наличие совместных трансграничных проектов развития, в том числе в сфере рекреации и туризма, развития на территории Балтийского побережья международного и межрегионального сотрудничества в сфере туризма. Развитие сектора рекреации и туризма на основе принципов рационального природопользования рассматривается как одно из приоритетных направлений развития нашей туристской политики в РФ	Желание людей путешествовать самостоятельно, не воспользовавшись услугами туристических компаний, тем самым снижая приход денежных средств в виде налоговых и комиссионных отчислений в муниципальную казну. возросшая популярность хостелов, мини-гостиниц, гостевых домов, квартир в аренду против стандартных гостиниц; сильная конкуренция со стороны регионов-соседей, которые больше привлекают туристов, нежели места Нго (Кузбасс — горнолыжный туризм, алтайский край — гор- ный туризм, Белокуриха — лечебно-оздоровительный, томск — экскурсионный и т. д.)



Возможности и угрозы, которые могут возникнуть при реализации трендов развития культурно-исторического туризма в Калининградской области

ТРЕНД: Стабилизация спроса по направлению «культурно-исторический туризм» в Калининградской области в связи с устойчивым развитием и популяризацией данного вида туризма, а также за счет реконструкции исторических мест и событий, таких как Битва при Прейсиш-Эйлау, Гумбинненское сражение и др.			
ВОЗМОЖНОСТЬ			
Название	Рост популярности исторических реконструкций мест и событий и получение дополнительного дохода от реализации туристических туров по направлению «культурно-исторический туризм».		
Описание	Увеличение количества туристов в КО приведет к росту популярности проводимых мероприятий, а значит повысит имидж территории, что в свою очередь способствует увеличению доходов турфирм, реализация повторных поездок по другим турам по направлению «культурно-исторический туризм» в КО.		
Вероятность	Более 90%	50–90%	Менее 50%
Горизонт	ближний	средний	дальний
Возникает для:	Всех секторов индустрии туризма Калининградской области.		
УГРОЗА			
Название	Превышение рекреационной нагрузки на исторические места и территории, где будут проходить реконструкции исторических событий в связи с большим увеличением потока туристов в КО.		
Описание	Постепенное увеличение количества туристов на исторических и природных объектах, где будут проходить исторические реконструкции событий и мероприятий приведет к деградации природных ландшафтов и медленному разрушению культурных памятников архитектуры, строений и сооружений, которые представляют собой историческую ценность.		
Вероятность	Более 90%	50–90%	Менее 50%
Горизонт	ближний	средний	дальний
Возникает для:	Всех секторов индустрии туризма Калининградской области.		

Обоснование важности совершенствования действующей системы развития

- Туристско-рекреационные кластеры, создаваемые на территории Калининградской области, призваны стать точками роста региона и межрегиональных связей, вокруг которых активизируется развитие малого и среднего бизнеса.
- Кластерный подход к развитию туризма в Калининградской области позволит вдвое увеличить туристический поток в Калининградскую область. Полная реализация проекта позволит создать 3 847 новых рабочих мест и 3 586 новых мест в коллективных средствах размещения.

Целевая аудитория



ПОЛ
53% - ЖЕНЩИНЫ
47% - МУЖЧИНЫ



СРЕДНИЙ
ВОЗРАСТ
40 ЛЕТ



Ядро целевой аудитории



- ✓ люди в возрасте от 35 до 44 лет;
- ✓ туристы с детьми старшего школьного возраста;
- ✓ обеспеченные люди с ежемесячным доходом от 75 до 150 тысяч рублей;
- ✓ интересы: экстремальные виды отдыха, спортивные мероприятия;

Глэмпинг – это такой вид экологического туризма, объединяющий комфортные условия для путешественников, любящих приключения и бережный подход к природе людей



Участок под глэмпинг в Новосибирской области

Описание ядра
гостиничного продукта в
геокуполе:

- - Диаметр - 7 м.
- - Высота - 4м. 35
- - Площадь - 33 кв.м.
- - Ветровая нагрузка - до 30 м/с.
- - Вместимость 2 - 4 гостя.

На рисунке
отображена
схема
сферического
модуля с
возможным
внутренним
наполнением.





Калининградской области выделили 500 млн рублей на кемпинги и глэмпинги

- Калининградской области выделили 500 млн рублей из федерального бюджета на субсидирование новых кемпингов и глэмпингов, сообщил губернатор региона Антон Алиханов в своем телеграм-канале.
- «В течение месяца приступим к конкурсам для местных предпринимателей», — написал он.
- Согласно распоряжению Правительства РФ о распределении субсидий, которые предоставляются регионам на поддержку инвестиционных проектов по созданию модульных некапитальных средств размещения, в 2023 году Калининградская область получит 391,5 млн рублей, в 2024 году — 132,2 млн рублей (всего — 523,7 млн рублей).
- Средства распределены между 38 регионами страны. Самую крупную сумму — 944,8 млн рублей — должны направить Алтайскому краю. Челябинская область получит субсидию размером 918 млн рублей, Московская область — 448,1 млн рублей, Карачаево-Черкесия — 339,8 млн рублей. Из новых регионов в списке фигурирует Донецкая Народная Республика. Субъект получил субсидию размером 122,9 млн рублей.

ПЛАН -СМЕТА



Наименование позиции	Стоимость за 1 единицу, руб.
Сфера 33м ²	288 000
Вентиляция	29 000
Двери	49 400
Пол	42 000
Подиум	170 000
Проход печной-трубы через тент	9000
Утепление	195000
Итого комплект	782 400

Название оснащения	Количество, шт.	Стоимость единицы, руб.	Общая стоимость, руб.
Кровать двуспальная	1	29990	29990
Кресло	2	14500	29000
Шкаф	1	23900	23900
Стул	2	4900	9800
Стол	1	17900	17900
Прикроватная тумба	2	3950	7900
Телевизор	1	25900	25900
Печь- камин	1	39900	39900
Кухонный гарнитур	1	121000	121000
Чайник	1	3490	3490
Плита	1	13900	13900
Душевая кабина	1	29590	29590
Унитаз	1	11990	11990
Раковина	1	17890	17890
Зеркало	2	3900	3900
Корзина для мусора	2	900	1800
Итого	21	-	387850

Единовременные затраты на оснащение 1 модуля геокуполоа составят: 387850 рублей. Оснащение 3-х модулей составит: 1 163550 рублей.



Согласно данным таблицы 6 стоимость одной сферы составит: 782400 рублей, количество трех модулей обойдется предприятию «Джамайка» в – 2 347 200 рублей.

Номерной фонд – 3 номера (сферы).

Цена за ночь – 6000 рублей.

Среднее количество дней в месяце -30 дней.

Средняя загрузка – 60%.

Доход от проживания в месяц вычислим по формуле:

$$\text{Доход}_{\text{мес.}} = \text{Цена}_{\text{ночь.}} * \text{Ном. фонд} * \text{Кол.дней/месяц} * \text{Заполняемость}$$

$$\text{Доход}_{\text{мес.}} = 6000 * 3 * 30 * 0,60 = 324\,000 \text{ рублей.}$$

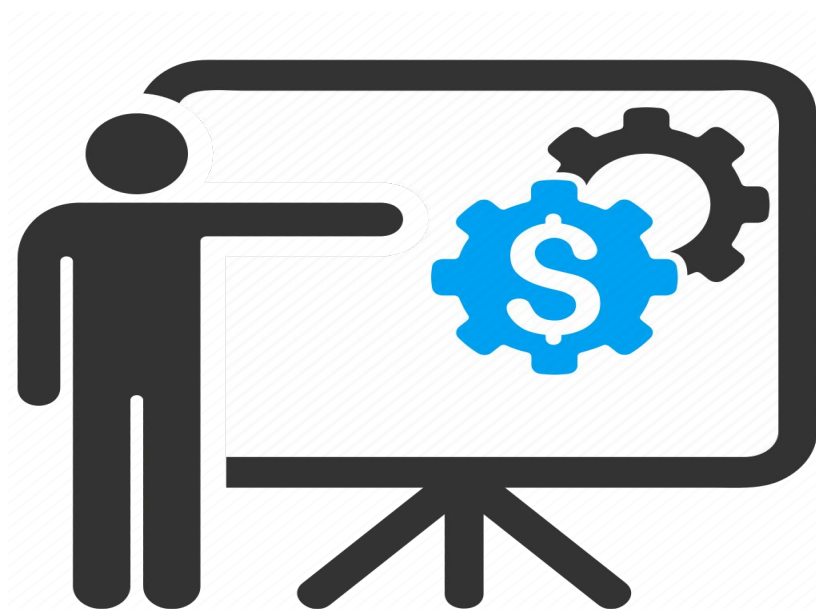
Таким образом при средней загрузке в 60% в месяц (логично ожидать как низкий, так и высокий сезон):

$$\text{Доход}_{\text{год}} = \text{Количество рабочих месяцев} * \text{Доход}_{\text{мес.}}$$

$$\text{Доход}_{\text{год}} = 12 * 324\,000 = 3\,888\,000 \text{ рублей.}$$

Статьи расходов	Сумма, руб.
Прокладка инженерных сетей и коммуникаций	200 000
Строительство глэмпинга – 3 сферы	2 347200
Эко купель (3 ш.)	360 000
Солнечные батареи	315 000
Внутреннее оснащение 3-х модулей	1 163550
Плановые затраты на разрешительный пакет документов (регистрация бизнеса) + непредвиденные расходы	250 000
Итого:	4 635 750

Таким образом на проект глэмпинга необходимо выделить - 4 635750



В части географической сегментации, вероятно, целевыми **внутренними** рынками должны стать Новосибирская область и соседние субъекты Российской Федерации – Алтайский край, Кемеровская, Томская, Омская области;

- Разработка программы событийного туризма, презентация календаря региональных событий на Национальном туристическом портале <https://russia.travel/>, а также проведение в Новосибирской области массовых международных федеральных и региональных событийных мероприятий, нацеленных на привлечение туристов.
- Привлечение для продвижения регионального туристского продукта ведущих представителей средств массовой информации, культуры и Проект Долгосрочной областной целевой программы «Развитие туризма и туристской деятельности на территории Новосибирской области в 2020-2025» спорта Новосибирской области, Российской Федерации и зарубежных стран, а также организацию для них информационных туров.

Инструменты развития на внутреннем рынке

В качестве **внешних** рынков – Китай, Казахстан, азиатские государства, европейские страны, туристы из которых воспринимают Сибирь как экзотику.

B2C

- Создание сообщества в социальных медиа-площадках и сервисах потокового видеовещания на разных языках с информационно-познавательным контентом.

B2B

- Заключение соглашений с крупными иностранными туроператорами (в первую очередь с китайскими) о совместной реализации регионального туристского продукта.

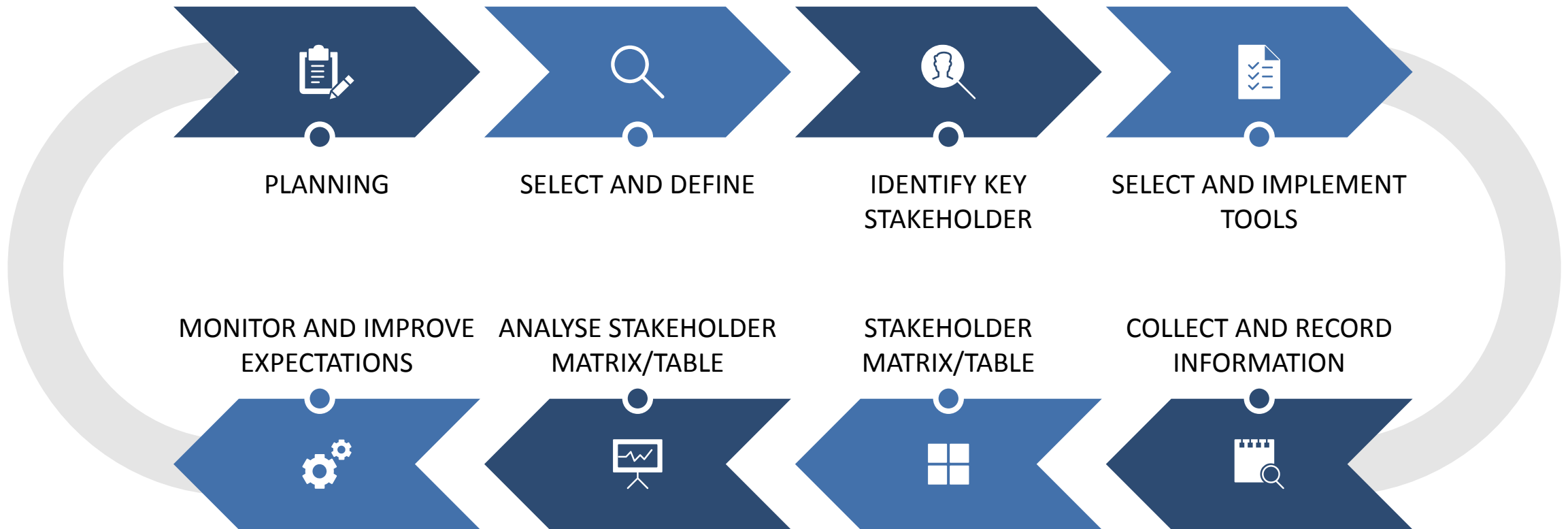
АКТУАЛЬНЫЕ ИСТОЧНИКИ

- <https://www.newkaliningrad.ru/news/briefs/community/24049767-kaliningradskoy-oblasti-vydelili-500-mln-rublej-na-kempingi-i-glempingi.html>
- https://39.rosstat.gov.ru/statistical_news/document/221301?print=1
- <https://национальныепроекты.рф/news/kaliningradskaya-oblast-i-turizm-rf-podpisali-soglasenie-o-sotrudnichestve>
- <https://tourism.interfax.ru/ru/news/articles/100998/>
- https://39.rosstat.gov.ru/tourism_1



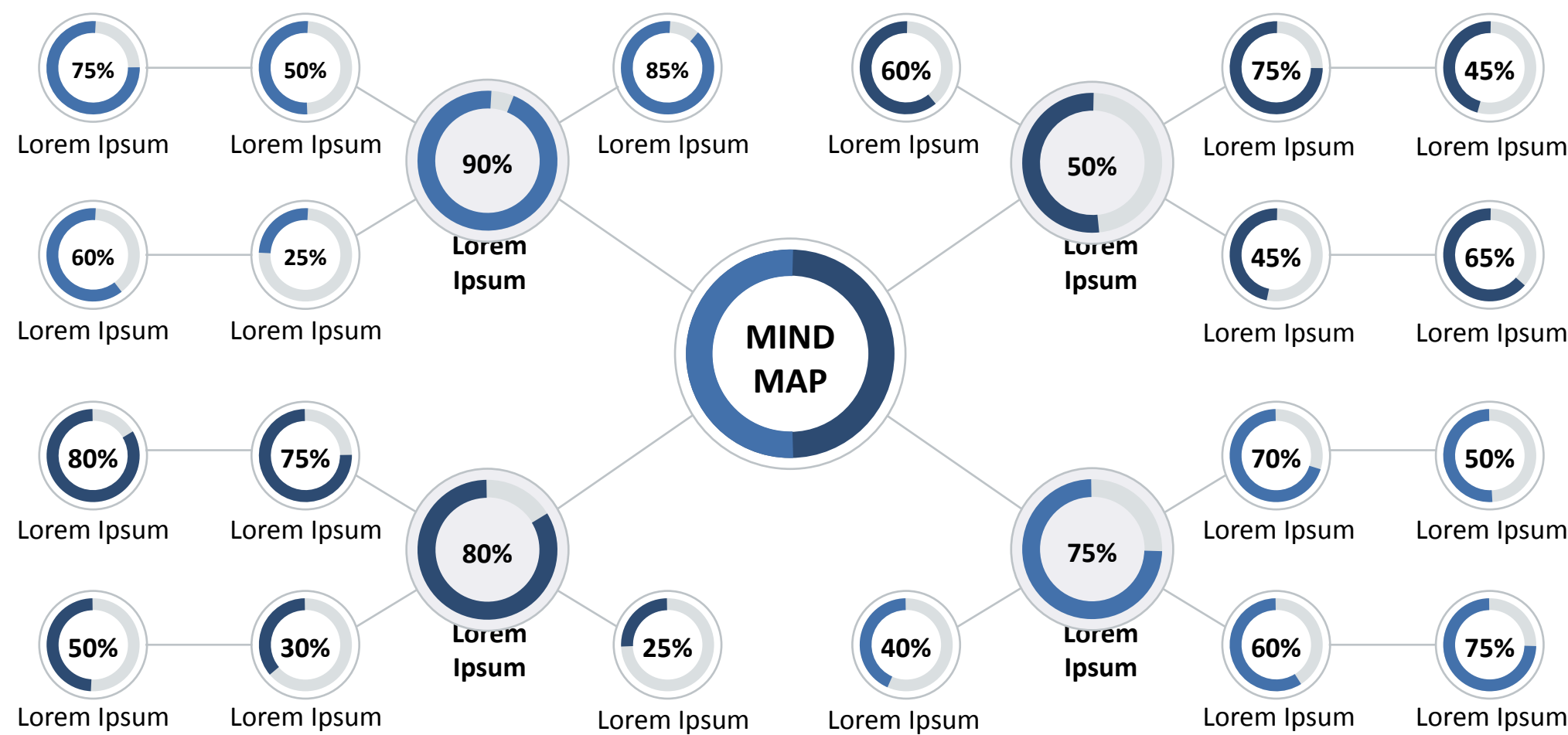
THANK YOU

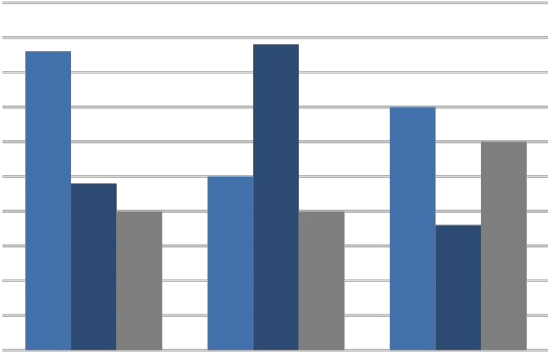
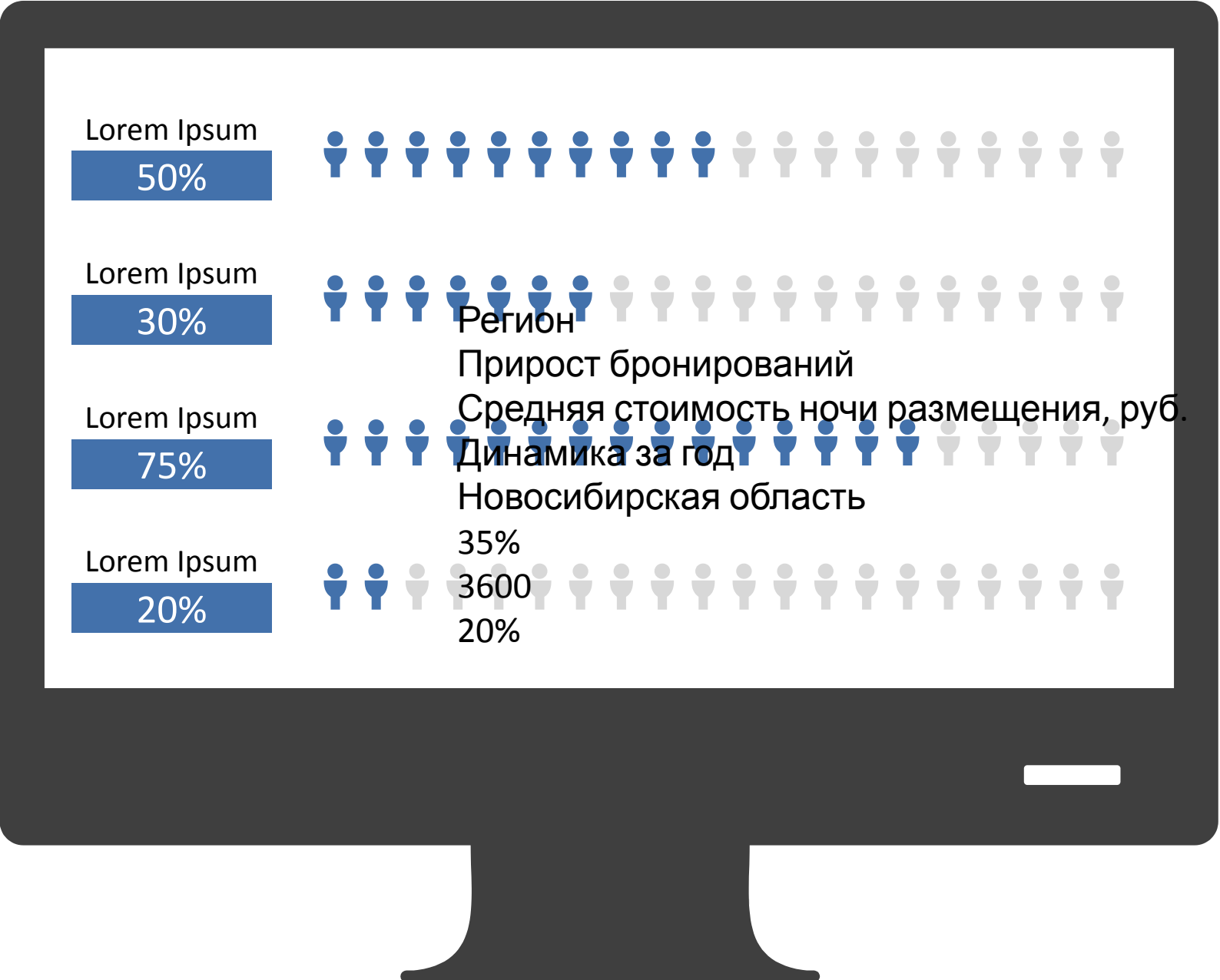
STAKEHOLDER ANALYSIS



Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat.

STAKEHOLDER ANALYSIS





Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat.

STAKEHOLDER ANALYSIS



LOREM IPSUM

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit.



LOREM IPSUM

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit.



LOREM IPSUM

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit.



LOREM IPSUM

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit.

STAKEHOLDER ANALYSIS



Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation.

STAKEHOLDER ANALYSIS



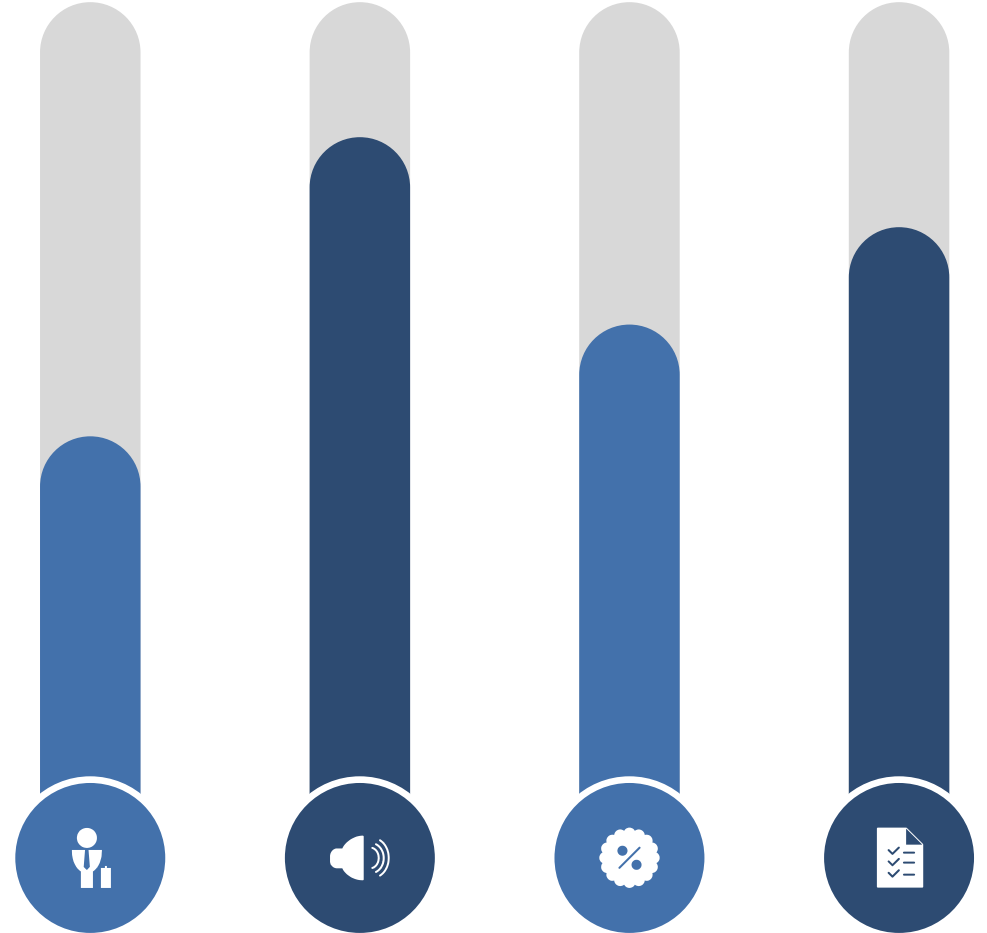
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua.



Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua.



Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua.



STAKEHOLDER ANALYSIS

STAKEHOLDER	INTERESTS	INFLUENCE	NEEDS
			
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit.	Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit.	Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit.	Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit.
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit.	Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit.	Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit.	Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit.
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit.	Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit.	Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit.	Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit.

Extra resources

Illustrations created by Sergei Tikhonov.

Free illustrations published under the MIT License. You can use them for personal and commercial projects, without the need to include attribution.

See license.



Diagrams and infographics



РЕКЛАМНЫЕ, ПРОДАЮЩИЕ, PR И ИНФО-ПРЕЗЕНТАЦИИ ОТ “ПАНДА-КОПИРАЙТИНГ”

СТОИМОСТЬ “ПОД КЛЮЧ” ОТ \$90 | ЯЗЫКИ: РУССКИЙ, АНГЛИЙСКИЙ, ФРАНЦУЗСКИЙ, НЕМЕЦКИЙ



Сильный продающий текст в 5
стилях



Подбор из 70 000+ платных
лицензионных PRO-шаблонов



Готовность от 36 часов



Дополнительно: оформление под брендбук компании или подбор сочетаний цветов для
создания вашего фирстиля и оформления



Также “под ключ”: маркетинг-кит, брошюры,, White Paper,
буклеты, коммерческие предложения



customers@petr-panda.ru

Главный сайт проекта: petr-panda.ru

THE ADVERTISING, MARKETING, PR, AND INFO-PRESENTATIONS BY PANDA COPYWRITING PROJECT

A TURNKEY COST STARTS \$90 | LANGUAGES: RUSSIAN, ENGLISH, FRENCH, AND GERMAN



5 styles of the powerful selling texts



A selection of 70,000+ paid licensed
PRO templates



An availability from 36 hours



**Additionally: design for a company's brand book or selection of color combinations to create
your corporate identity and design**



Plus the turnkey: marketing kit, brochures, White Paper, booklets,
and business proposals



customers@petr-panda.ru

The main project's website: petr-panda.ru