

Мультиформат для внутреннего туризма

К чему стремится проект «Живое наследие»

Алексей Фирсов

Андрей Максимов, руководитель Центра территориальных изменений при РАНХиГС, предложил идею – вывести в информационное пространство широкую линейку региональных брендов, символических мест и событий. Не просто собрать их в одном месте, а связать в цепочки маршрутов, когда каждый объект дополняет и поддерживает друг друга. Иными словами, создать экосистему для внутреннего туризма.

Для этой цели команда энтузиастов создала платформу «Живое наследие» – интернет-ресурс, на котором к текущему моменту собрано около 800 точек притяжения. Организаторы надеются, что в дальнейшем контент будут поставлять сами жители регионов или туристы. Тогда платформа – по примеру «Википедии» – станет самовоспроизводящейся системой и соберет вокруг себя межрегиональное сообщество. Квота в топ-1000 наиболее знаковых объектов будет поделена поровну: 500 – от экспертной среды, 500 – от самих участников туристического процесса.

Платформа позволит сформировать «облако» целей: определить маршрут, сопутствующие возможности (например, комбинацию экопохода с местной кухней или культурным событием), найти инфраструктуру и различные сервисы. Максимов считает, что за счет этого «проект станет мультиформатным инструментом планирования путешествий».

У внутреннего туризма помимо типичных проблем сервиса есть явные коммуникационные разрывы. Массовое сознание оперирует набором клише, привязанным к популярной линейке брендов: Байкал, Красная Поляна, Кремль, Кавказ, Эрмитаж... Потоки людей идут по проторенным и узким тропам, при этом теряются огромные возможности на других направлениях, создается эффект узкого горлышка.

Но даже если администрация какого-то региона создает продвинутый туристический сайт, пользователь сталкивается с проблемой административной границы. За пределы субъекта Федерации маршруты, как правило, не выходят, а это разрывает их естественное развитие. «Если кому-то придет в голову составить, к примеру, план поездки по пушкинским местам, – поясняет один из участников проекта, – ему придется самому склеивать его различные отрезки, мучительно стыкуя транспортные переходы, последовательность, места ночевки».

За последние десятилетия сильно изменился и портрет среднего туриста. Он уже не ценит «мономаршруты» с доминированием только одного вида отдыха. Тренд на мультиформатность вошел в конфликт с практикой туристических сервисов. Потребитель стремится к максимальной мобильности, гибкому управлению своим маршрутом. Он совершает вначале путешествие в цифровом пространстве, а затем реализует его на практике.

Новые привычки создают сложности и для самого проекта. Как показывает глобальная статистика, количество прямых заходов на сайты в целом сокращается. Решить проблему удастся, если связать платформу с мобильным приложением, активной сетевой политикой и формированием широких групп прямой поддержки.