



АГЕНТСТВО
СТРАТЕГИЧЕСКИХ
ИНИЦИАТИВ



НОВЫЕ ВЫЗОВЫ
НОВЫЕ РЕШЕНИЯ

ТРОПЫ РОССИИ: ПОТЕНЦИАЛ РАЗВИТИЯ ПЕШЕХОДНЫХ ПУТЕШЕСТВИЙ



СОДЕРЖАНИЕ

ВСТУПИТЕЛЬНОЕ СЛОВО	1
ВВЕДЕНИЕ	3
КЛЮЧЕВЫЕ ВЫВОДЫ И ФАКТЫ	4
ПРЕДПОЧТЕНИЯ РОССИЙСКИХ ТУРИСТОВ	8
ПОДГОТОВКА К ПУТЕШЕСТВИЮ	14
ИНФРАСТРУКТУРА ТУРИСТИЧЕСКИХ ТРОП	18
УРОВЕНЬ ПОДГОТОВКИ ТУРИСТОВ	20
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	23
ПРИЛОЖЕНИЕ. ПОРТРЕТ УЧАСТНИКОВ ОПРОСА	24
КОНТАКТНАЯ ИНФОРМАЦИЯ	25

ВСТУПИТЕЛЬНОЕ СЛОВО



ОЛЬГА ЗАХАРОВА

Директор дивизиона
«Городская экономика»
Агентства стратегических
инициатив (АСИ)



Стратегия развития троп как значимого туристического ресурса неразрывно связана с анализом предпочтений потребителей. Четкое понимание запроса позволяет проектировщикам создавать туристические продукты и сервисы, максимально удобные для всех. Аспекты потребительского поведения, раскрытые в исследовании, затрагивают как вопросы формирования портрета потребителя, так и пожелания относительно продолжительности и сложности походов, требований к инфраструктуре и сопутствующим сервисам. В нашем исследовании раскрыты запросы целевых аудиторий по навигации и оснащению мест отдыха, выявлены потребности в развитии цифровых сервисов и специализированном туристическом оборудовании, а также зафиксированы пожелания к логистике. Учет всех этих моментов важен для обеспечения безопасности и качества туристского продукта.

Наше совместное с Б1 исследование будет полезно широкому кругу лиц, заинтересованных в разработке и реализации троп: командам региональных и муниципальных администраций, занимающихся развитием туризма в регионе, а также проектировщикам, туроператорам, инструкторам и проводникам.



ОЛЬГА АРХАНГЕЛЬСКАЯ

Руководитель направления
по оказанию услуг компаниям
сектора недвижимости,
гостиничного бизнеса
и строительства,
государственного
и транспортного секторов
Группы компаний Б1



Потенциал туристической отрасли в России огромен, и не все возможности для ее развития еще использованы. Активный туризм, в частности пешеходное перемещение по тропам, развивается во всем мире. И в России есть все для того, чтобы его популяризировать. Жители РФ активно интересуются этим направлением, и, чтобы сохранить мотивацию путешественников, важна вовлеченность в эту сферу бизнеса и государства.

Чтобы удовлетворять быстрорастущему спросу со стороны граждан на внутренний туризм, необходимо развивать туристическую инфраструктуру, в том числе и туристические тропы.

Мы надеемся, что наше исследование окажет помощь предпринимателям, планирующим инвестиции в развитие этого вида туристического бизнеса, представителям государственных органов, контролирующим развитие туризма, и простым путешественникам, решающим, как отдохнуть.



1-е место

в мире занимает Россия по площади охраняемых природных территорий (244,2 млн га)



На 10–30%

вырос спрос на активные туры в России в 2023 году¹



11 природных объектов

в России включены в список Всемирного наследия ЮНЕСКО, в их составе находятся 39 особо охраняемых природных территорий



14,5+ млн человек

посетили особо охраняемые природные территории федерального значения в 2023 году, это на 0,5 млн больше, чем годом ранее²



>84% школьников в России

ведут недостаточно подвижный образ жизни (по данным ВОЗ)



1698 экотроп и маршрутов

насчитывалось на особо охраняемых природных территориях федерального значения в 2023 году³



1,8% организаций,

осуществляющих образовательную деятельность по дополнительным общеобразовательным программам для детей, имеют туристско-краеведческую направленность⁴



5,1 млрд руб.

планируется выделить в рамках нацпроекта «Туризм и индустрия гостеприимства» на развитие инфраструктуры экотуризма и расширение линейки туристических услуг на 2023–2025 гг.⁵

¹ По оценкам Российского союза туриндустрии (<https://tourism.interfax.ru/ru/news/articles/98338/>)

² Пресс-служба Минприроды России (https://www.mnr.gov.ru/press/news/zapovednye_territorii_v_2023_godu_posetilo_bole_14_5_milliona_turistov/)

³ Росстат (https://rosstat.gov.ru/storage/mediabank/1-OOPT_2023.xlsx)

⁴ 208 организаций из 11 352. Данные приведены на 2021/2022 год. Источник: Статистический сборник «Индикаторы образования: 2023» (<https://issek.hse.ru/news/819337223.html>)

⁵ https://www.mnr.gov.ru/press/news/bolshe_dvukh_millionov_turistov_posetili_oopt_v_2023_godu_aleksandr_kozlov_rasskazal_vladimiru_putin/

ВВЕДЕНИЕ

Россия обладает большим потенциалом для развития внутреннего туризма. Это и уникальное географическое расположение, позволяющее побывать во всех климатических зонах: от субтропиков до тундры, и разнообразие природы и ландшафтов, позволяющее увидеть красоты горных хребтов и прозрачных озер, прочувствовать аромат лесов и морского побережья. Все это позволяет организовывать и проводить туристические походы разной сложности, подходящие под любые запросы потенциального туриста и уровень подготовки.

Популярность путешествий внутри страны подтверждают и данные опросов. Так, 77% участников исследования, проведенного Агентством стратегических инициатив (АСИ) и Группой компаний Б1 в 2023 году, отметили, что им нравится отдыхать в России, где для этого есть огромное количество возможностей⁶. Одним из самых востребованных и интересных видов туризма респонденты назвали активный отдых, в том числе походы, сплавы и экстремальные виды туризма⁷.

Интересный вариант современного активного отдыха – путешествие по оборудованным туристическим тропам. Их система с маршрутами различной протяженности позволяет сделать ранее непопулярные у туристов территории привлекательными и обеспечить всем желающим легкий доступ к природным красотам.

Туристические тропы объединяют не только любителей походов, но и паломников, спортсменов и любителей экстремального отдыха. Кроме того, для многих это просто вариант оздоравливающей прогулки, отдыха или развлечений. В связи с этим постоянное совершенствование системы туристических троп играет серьезную роль в развитии российского внутреннего туризма в целом.

АСИ уже несколько лет уделяет внимание этой теме⁸. Так, в 2022 году одним из финалистов форума «Сильные идеи для нового времени» стала концепция «Создание и развитие индустрии туристских троп России», в которой речь шла о создании национальной системы таких троп.

А в 2023 году в число победителей этого же форума вошло предложение «Возрождение системы всесоюзных маршрутов». По итогам двух форумов президент России утвердил перечень поручений, касающихся разработки комплекса мер по развитию активного туризма, создания условий для развития кемпинг-туризма, национальной системы туристических троп, а также по обеспечению их объектами сопутствующей инфраструктуры. Над этими задачами сейчас и работает АСИ в рамках программы «Туристические тропы России».

Чтобы понять, каковы ожидания российских туристов от троп и что необходимо для развития активного отдыха в России, АСИ и Группа компаний Б1, лидер на рынке профессиональных услуг в России, опросили более 9000 человек, заинтересованных в таком виде туризма.

Очевидно, что активный походный туризм – это сочетание спорта и отдыха, проверка себя на выносливость и стойкость, возможность увидеть то, что доступно не всем. Вероятно, этим объясняется тот факт, что среди наших респондентов оказалась значительная часть молодых и энергичных людей, по-настоящему интересующихся активными видами отдыха, использующих современные технологии и уже имеющих опыт участия в туристических походах различной сложности.

^{6,7} Российский внутренний туризм – 2023: новые горизонты (АСИ: <https://asi.ru/library/vnutrenniy-turizm/195469/> и Б1: <https://b1.ru/analytics/b1-asi-survey-tourism-sector-2023/>)

⁸ Образовательная сессия «Тропы к успеху. Развитие активного туризма в России» на форуме «Интурмаркет – 2024» (АСИ) (<https://asi.ru/library/routes/199061/>)

КЛЮЧЕВЫЕ ВЫВОодЫ И ФАКТЫ

Выводы



ПЕШИЕ ПОХОДЫ – САМЫЙ ПОПУЛЯРНЫЙ ВИД АКТИВНОГО ТУРИЗМА В РФ.

Большинство россиян, принявших участие в исследовании, путешествуют 1–2 раза в год. Сильнее всего респондентов привлекают несложные походы на полный день.



РЕСПОНДЕНТЫ ПОЧТИ НЕ ПУТЕШЕСТВУЮТ В ОДИНОЧКУ, ПРЕДПОЧИТАЯ ПОХОДЫ В ГРУППЕ ИЛИ СО СВОЕЙ ВТОРОЙ ПОЛОВИНОЙ.

Кроме того, большинство использует автомобиль, чтобы добраться до точки старта.



ПРИ ПОДГОТОВКЕ И ПЛАНИРОВАНИИ ПОХОДА БОЛЬШИНСТВО ОПРОШЕННЫХ ПОЛАГАЮТСЯ НА ЛИЧНЫЙ ОПЫТ ИЛИ СОВЕТЫ ДРУЗЕЙ И РЕДКО ОБРАЩАЮТСЯ В СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫЕ ТУРИСТИЧЕСКИЕ КЛУБЫ.



НАИБОЛЕЕ ВАЖНЫМИ ИСТОЧНИКАМИ ИНФОРМАЦИИ В ПОХОДЕ ПО ТРОПЕ ДЛЯ БОЛЬШИНСТВА РЕСПОНДЕНТОВ ЯВЛЯЮТСЯ НАВИГАЦИЯ, УКАЗАТЕЛИ И ИНФОРМАЦИОННЫЕ СТЕНДЫ.



БОЛЬШИНСТВО ТУРИСТОВ ИСПОЛЬЗУЮТ ЦИФРОВЫЕ УСТРОЙСТВА ДЛЯ НАВИГАЦИИ ВО ВРЕМЯ ПОХОДА.

Однако зачастую у них возникают проблемы со связью из-за плохого качества сигнала. Поэтому привлекательность туристических троп зависит от того, насколько хорошо они оборудованы объектами инфраструктуры, обеспечивают ли качественную связь и предоставляют ли туристам необходимую информацию.



УЧАСТНИКИ НАШЕГО ИССЛЕДОВАНИЯ НЕ ГОТОВЫ ТРАТИТЬ ЗНАЧИТЕЛЬНЫЕ СУММЫ НА ПОХОДЫ ПО ТУРИСТИЧЕСКИМ ТРОПАМ И СТАРАЮТСЯ НЕ ИСПОЛЬЗОВАТЬ СПЕЦИАЛЬНОЕ ОБОРУДОВАНИЕ.

Кроме того, туристы пока слабо организованы и не очень хорошо информированы о возможностях по подготовке и получению специальных навыков.



ПРЕДПОЧТЕНИЯ, СВЯЗАННЫЕ С ВИДОМ ОТДЫХА И ГОТОВНОСТЬЮ ТРАТИТЬ ЗНАЧИТЕЛЬНЫЕ СУММЫ НА НЕГО, ЗАВИСЯТ ОТ ВОЗРАСТНОЙ ГРУППЫ.

Молодежь чаще предпочитает короткие и недорогие походы, представители средней возрастной группы больше ориентированы на сложные, такие, например, как путешествие по горам или сплав по реке. При этом респонденты старше 64 лет готовы тратить на активный отдых более значительные суммы, чем остальные респонденты.



МОЛОДЫЕ ЛЮДИ И ТУРИСТЫ СТАРШЕГО ВОЗРАСТА (КАТЕГОРИИ 18–24 И СТАРШЕ 64 ЛЕТ) ПУТЕШЕСТВУЮТ РЕЖЕ, ЧЕМ РЕСПОНДЕНТЫ СРЕДНЕГО ВОЗРАСТА.

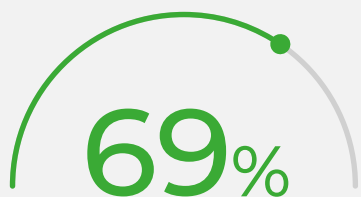


КАК И ОЖИДАЛОСЬ, ОПЫТНЫЕ ТУРИСТЫ ЗАИНТЕРЕСОВАНЫ В ПРОХОЖДЕНИИ БОЛЕЕ СЛОЖНЫХ МАРШРУТОВ И В БОЛЕЕ ДЛИТЕЛЬНЫХ ПУТЕШЕСТВИЯХ.

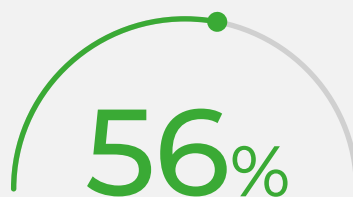
Кроме того, они чаще, чем другие участники опроса, используют специальное оборудование и состоят в туристических клубах.



ФАКТЫ



ОПРОШЕННЫХ УВЛЕКАЮТСЯ
ПЕШИМИ ПОХОДАМИ



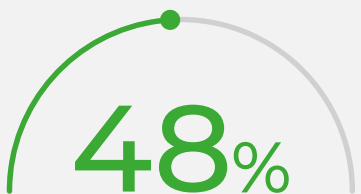
РЕСПОНДЕНТОВ ПУТЕШЕСТВУЮТ
ЛИШЬ 1-2 РАЗА В ГОД
ИЛИ РЕЖЕ



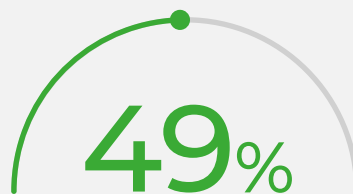
УЧАСТНИКОВ ОПРОСА ИСПОЛЬЗУЮТ
АВТОМОБИЛЬ ДЛЯ ТОГО, ЧТОБЫ
ДОБРАТЬСЯ ДО ТУРИСТИЧЕСКОЙ ТРОПЫ



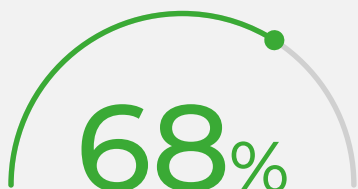
ОПРОШЕННЫХ ПУТЕШЕСТВУЮТ В ГРУППЕ
ИЛИ С ДРУЗЬЯМИ. ЕЩЕ 17% ПОКОРЯЮТ
МАРШРУТ СО СВОЕЙ ВТОРОЙ ПОЛОВИНОЙ



РЕСПОНДЕНТОВ ВЫБИРАЮТ
ОДНОДНЕВНЫЕ ПОХОДЫ НА ПОЛНЫЙ ДЕНЬ.
ЛИШЬ 21% ПРЕДПОЧИТАЮТ СЛОЖНЫЕ
И ОЧЕНЬ СЛОЖНЫЕ МАРШРУТЫ



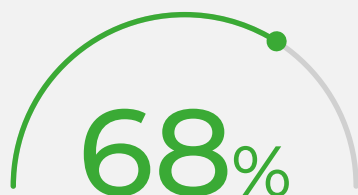
РЕСПОНДЕНТОВ ПОЛАГАЕТСЯ НА ЛИЧНЫЙ
ОПЫТ ПРИ ПОДГОТОВКЕ К ПОХОДУ,
43% – НА СОВЕТЫ ДРУЗЕЙ, И ТОЛЬКО
7% ОБРАЩАЮТСЯ В ТУРИСТИЧЕСКИЕ КЛУБЫ



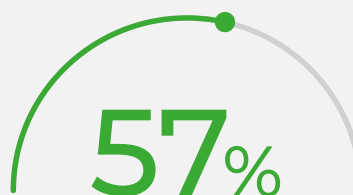
**ОПРОШЕННЫХ СЧИТАЮТ НАИБОЛЕЕ
ВАЖНЫМИ ИСТОЧНИКАМИ ИНФОРМАЦИИ
В ПОХОДЕ НАГЛЯДНУЮ НАВИГАЦИЮ,
УКАЗАТЕЛИ И ИНФОРМАЦИОННЫЕ
СТЕНДЫ**



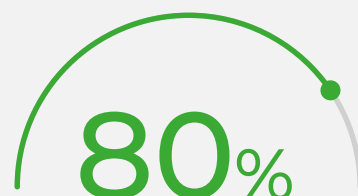
**РЕСПОНДЕНТОВ ИСПОЛЬЗУЮТ ВО ВРЕМЯ
ПОХОДОВ ЦИФРОВЫЕ УСТРОЙСТВА.
ПРИ ЭТОМ 42% ОПРОШЕННЫХ
ПОЖАЛОВАЛИСЬ НА ПЛОХОЙ ПРИЕМ СЕТИ,
А 35% – НА ПЛОХОЕ КАЧЕСТВО СИГНАЛА
GPS / ГЛОНАСС**



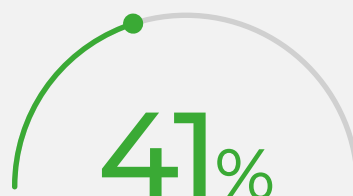
**УЧАСТНИКОВ ОПРОСА УКАЗАЛИ
НА НЕОБХОДИМОСТЬ УСТАНОВКИ ТУАЛЕТОВ
НА МАРШРУТЕ, 50% – СКАМЕЕК ИЛИ ИНЫХ
ЗОН ОТДЫХА. 48% ВЫСТУПИЛИ ЗА СОЗДАНИЕ
ПЛОЩАДОК ДЛЯ СБОРА МУСОРА**



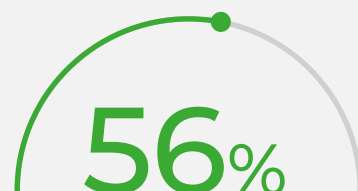
**ПУТЕШЕСТВУЮЩИХ ПО ТРОПАМ
ВОСПОЛЬЗОВАЛИСЬ БЫ ДОСТУПОМ К СЕТИ
ИНТЕРНЕТ (WI-FI), СЕРВИСОМ ЗАРЯДКИ
ТЕЛЕФОНОВ И ДРУГИХ ГАДЖЕТОВ,
А ТАКЖЕ МОБИЛЬНЫМ ПРИЛОЖЕНИЕМ
С ИНФОРМАЦИЕЙ О МАРШРУТЕ**



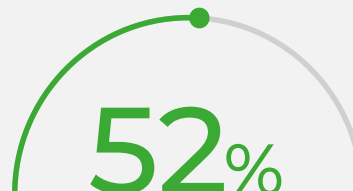
**ОПРОШЕННЫХ СТАРАЮТСЯ УЛОЖИТЬСЯ
В СУММУ ДО 5000 РУБЛЕЙ НА ЧЕЛОВЕКА
В ДЕНЬ**



**ПРЕДПОЧИТАЮТ
ПУТЕШЕСТВОВАТЬ НАЛЕГКЕ**



**РЕСПОНДЕНТОВ НЕ ЗАИНТЕРЕСОВАНЫ
ВО ВСТУПЛЕНИИ В ТУРИСТИЧЕСКИЕ
КЛУБЫ. ИХ ЧЛЕНАМИ ЯВЛЯЮТСЯ
ЛИШЬ 8% ОПРОШЕННЫХ**



**НИЧЕГО НЕ ЗНАЮТ ПРО НОРМАТИВ
«ТУРИСТСКИЙ ПОХОД С ПРОВЕРКОЙ
ТУРИСТСКИХ НАВЫКОВ» ВСЕРОССИЙСКОГО
ФИЗКУЛЬТУРНО-СПОРТИВНОГО КОМПЛЕКСА
«ГОТОВ К ТРУДУ И ОБОРОНЕ»**

ПРЕДПОЧТЕНИЯ РОССИЙСКИХ ТУРИСТОВ

В ПОСЛЕДНИЕ ГОДЫ ВНУТРИРОССИЙСКИЙ ТУРИЗМ ПОЛУЧИЛ СЕРЬЕЗНЫЙ ТОЛЧОК ДЛЯ РАЗВИТИЯ. ПРИ ЭТОМ ЗНАЧИТЕЛЬНАЯ ЧАСТЬ ЖИТЕЛЕЙ РФ, ПРИНЯВШИХ УЧАСТИЕ В НАШЕМ ПРОШЛОГОДНЕМ ИССЛЕДОВАНИИ «РОССИЙСКИЙ ВНУТРЕННИЙ ТУРИЗМ – 2023: НОВЫЕ ГОРИЗОНТЫ», ВЫБИРАЕТ НЕ ТОЛЬКО ОТДЫХ НА ПЛЯЖАХ И КУРОРТАХ ИЛИ ЭКСКУРСИИ ПО ДОСТОПРИМЕЧАТЕЛЬНОСТЯМ, НО И АКТИВНЫЕ ВИДЫ ТУРИЗМА. ТАК, 45% ГРАЖДАН РОССИИ, ОПРОШЕННЫХ НАМИ В 2023 ГОДУ, ОТМЕТИЛИ, ЧТО ПРЕДПОЧИТАЮТ АКТИВНЫЙ ОТДЫХ: СПЛАВЫ, ПОХОДЫ, ЭКСТРЕМАЛЬНЫЙ ТУРИЗМ И Т. Д.

ПРЕДПОЧИТАЕМЫЕ ВИДЫ ОТДЫХА

В нашем новом исследовании мы подробнее изучили, какие именно виды активного отдыха предпочитают россияне. Так, 69% респондентов указали, что практикуют пешие походы, 26% – комбинированные походы, а 23% увлечены горным туризмом. При этом среди респондентов старше 24 лет доля тех, кто предпочитает походы по пешим тропам, составляет уже 75%.

КАКИЕ ВИДЫ ТУРИЗМА ВАМ ИНТЕРЕСНЫ?

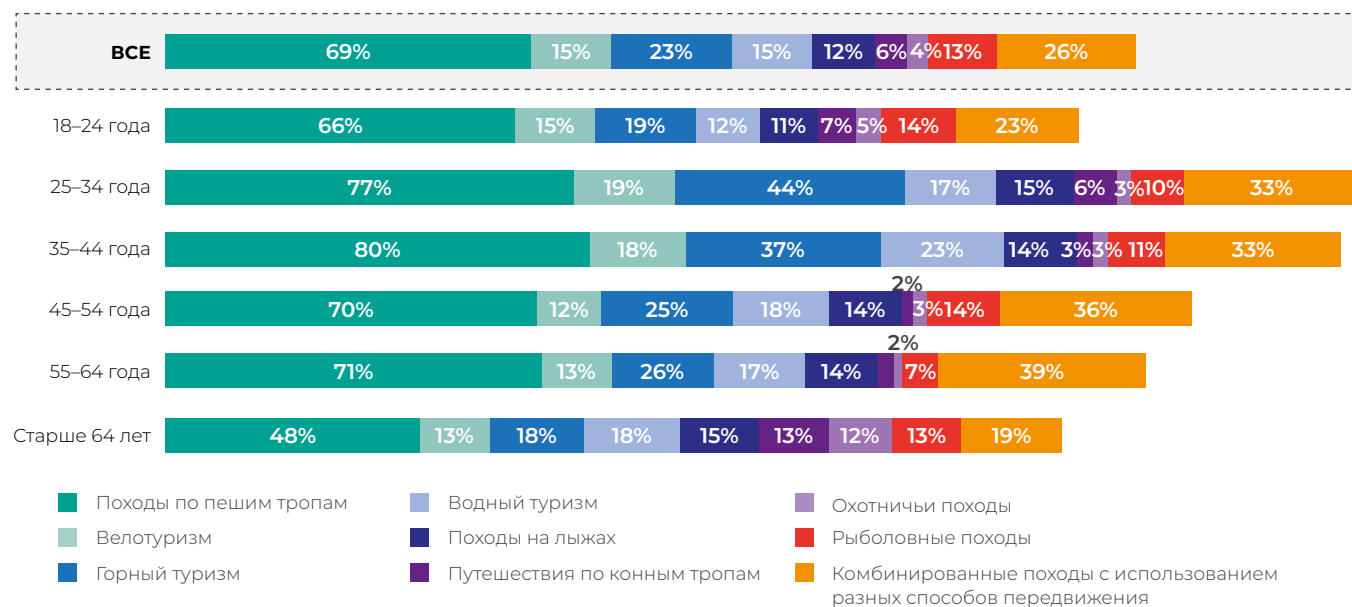
Возможны несколько вариантов ответа.



Источник: Российский внутренний туризм – 2023: новые горизонты.
<https://asi.ru/library/vnutrenniy-turizm/195469/>

КАКИМ ВИДОМ АКТИВНОГО ТУРИЗМА ВЫ ЗАНИМАЕТЕСЬ?

Возможны несколько вариантов ответа.





ЧАСТОТА ПУТЕШЕСТВИЙ

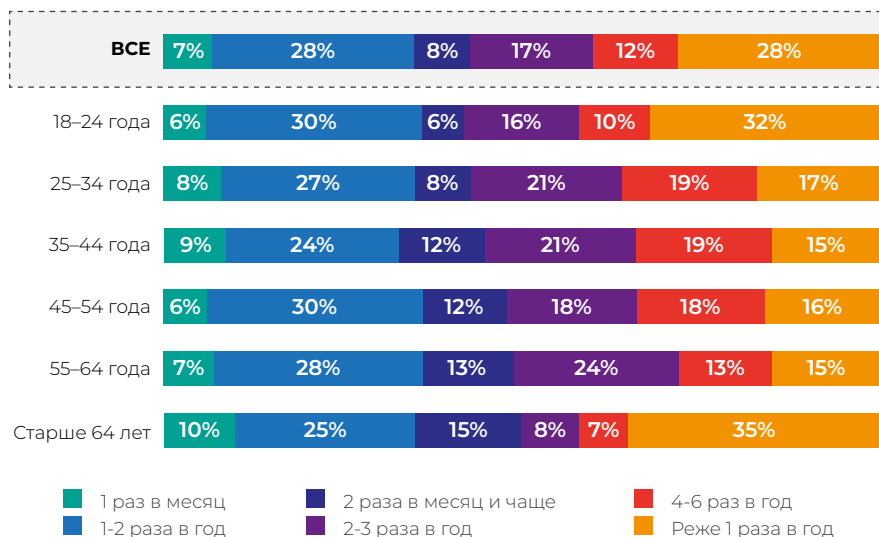
Организация путешествий требует времени и дополнительной подготовки, а иногда и значительных финансовых затрат. Поэтому неудивительно, что, согласно данным нашего исследования, большинство участников опроса (56%) путешествуют один или два раза в год, а иногда и реже.

Молодые и более возрастные туристы (категории 18–24 и старше 64 лет) путешествуют реже, чем люди среднего возраста.

ДЛИТЕЛЬНОСТЬ ПУТЕШЕСТВИЙ

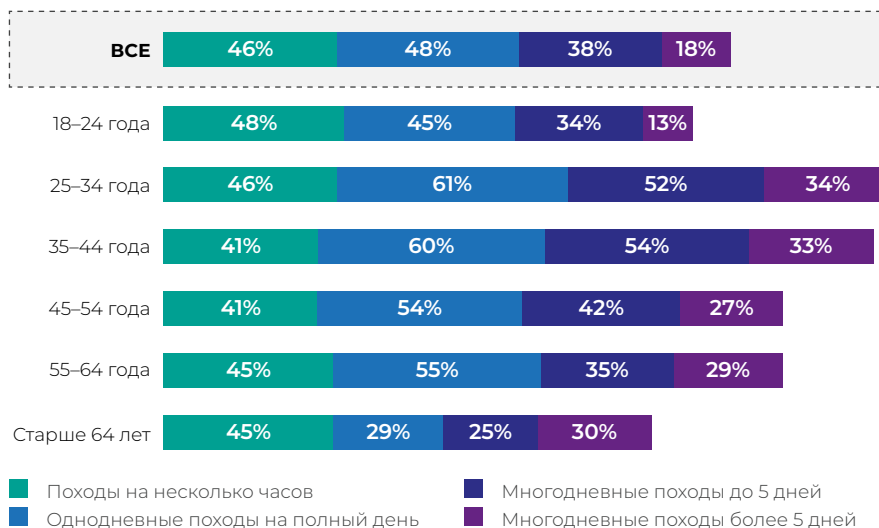
Большинство участников нашего опроса предпочитают недолгие путешествия. Так, 48% опрошенных ходят в однодневные походы, 46% — лишь на несколько часов. Представители среднего возраста (25–44 года) чаще других выбирали в качестве предпочтительной длительности походов многодневные походы.

КАК ЧАСТО ВЫ ПУТЕШЕСТВУЕТЕ?



КАКОЙ ДЛИТЕЛЬНОСТИ ПОХОДЫ ВАМ ИНТЕРЕСНЫ?

Возможны несколько вариантов ответа.





СЛОЖНОСТЬ МАРШРУТА

Как мы и ожидали, большая часть опрошенных предпочитает средние (50%) и легкие (29%) туристические маршруты: холмистая или равнинная местность, небольшие уклоны, легкие подъемы, отсутствие или минимальное количество препятствий. При этом треть представителей среднего возраста (25–44 года) выбирает сложные или очень сложные походы. Интересно, что среди молодежи (18–24 года) таких около 20%, а в категории старше 64 лет – больше 25%.

Маршруты высокой и очень высокой сложности (горные походы, с препятствиями и большими перепадами высот) интересны лишь 21% опрошенных.

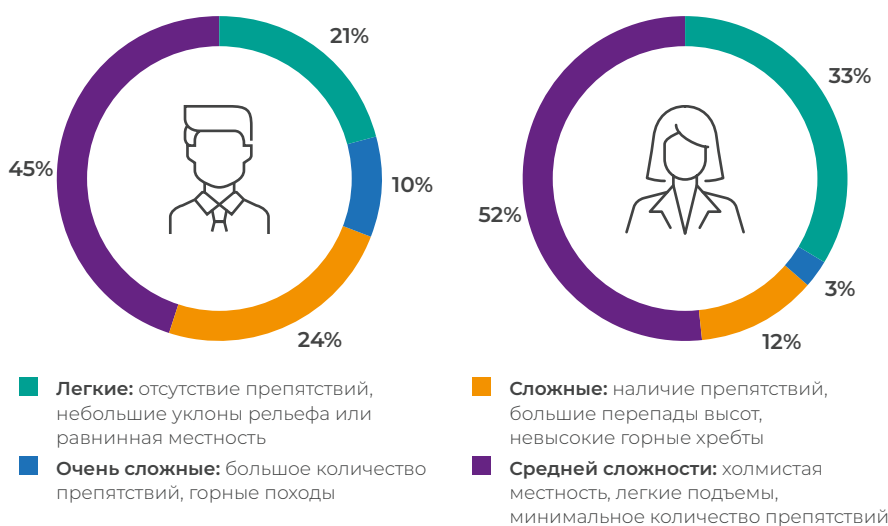
При этом представители средней возрастной категории (25–54 года) в основном предпочитают более сложные походы. Среди лиц старше 64 лет 16% выбирают очень сложные маршруты. А с учетом ответов всех респондентов доля таких «экстремалов» составляет 5%.

Женщины реже, чем мужчины, готовы отправляться в сложные и очень сложные походы и чаще предпочитают легкие и средней сложности маршруты. Так, 85% представительниц слабого пола готовы к легким и средним по сложности путешествиям, в то время как среди мужчин эти категории выбрали 66%, т. е. на четверть меньше.

ПОХОДЫ КАКОГО УРОВНЯ СЛОЖНОСТИ ВЫ ПРЕДПОЧИТАЕТЕ?



ПОХОДЫ КАКОГО УРОВНЯ СЛОЖНОСТИ ВЫ ПРЕДПОЧИТАЕТЕ?



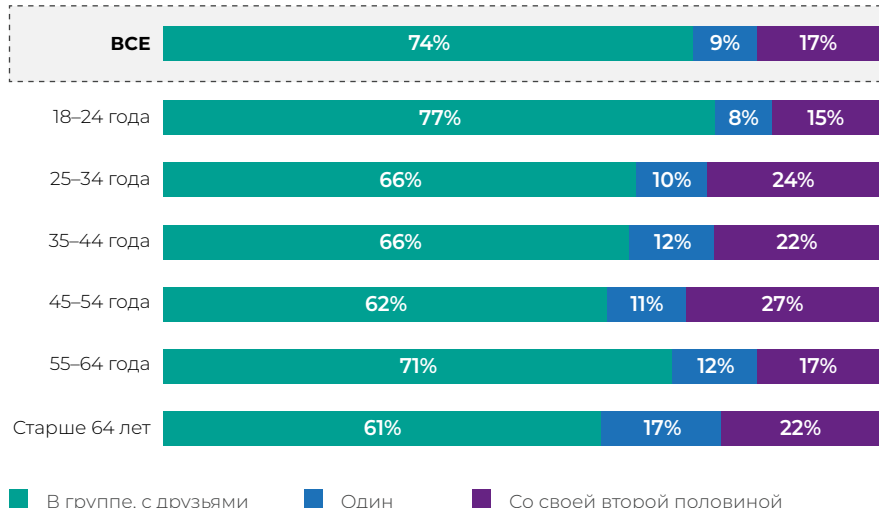


УЧАСТНИКИ ПУТЕШЕСТВИЯ

Судя по данным, полученным в результате нашего исследования, большинство респондентов предпочитают путешествовать в компании.

74% указали, что в походы предпочитают ходить в группе или с друзьями, еще 17% – со своей второй половиной. Лишь 9% путешествуют в одиночестве. Но с возрастом количество респондентов, готовых к одиночным походам, увеличивается до 17%.

В ПОХОДЫ Я ПРЕДПОЧИТАЮ ХОДИТЬ...



ТРАНСПОРТ

78% наших респондентов выбирают автомобиль, чтобы попасть на начало маршрута. 35% предпочитают добираться до туристических троп пешком, 34% – общественным транспортом.

Следует отметить, что общественный транспорт, чтобы добраться до тропы, несколько чаще

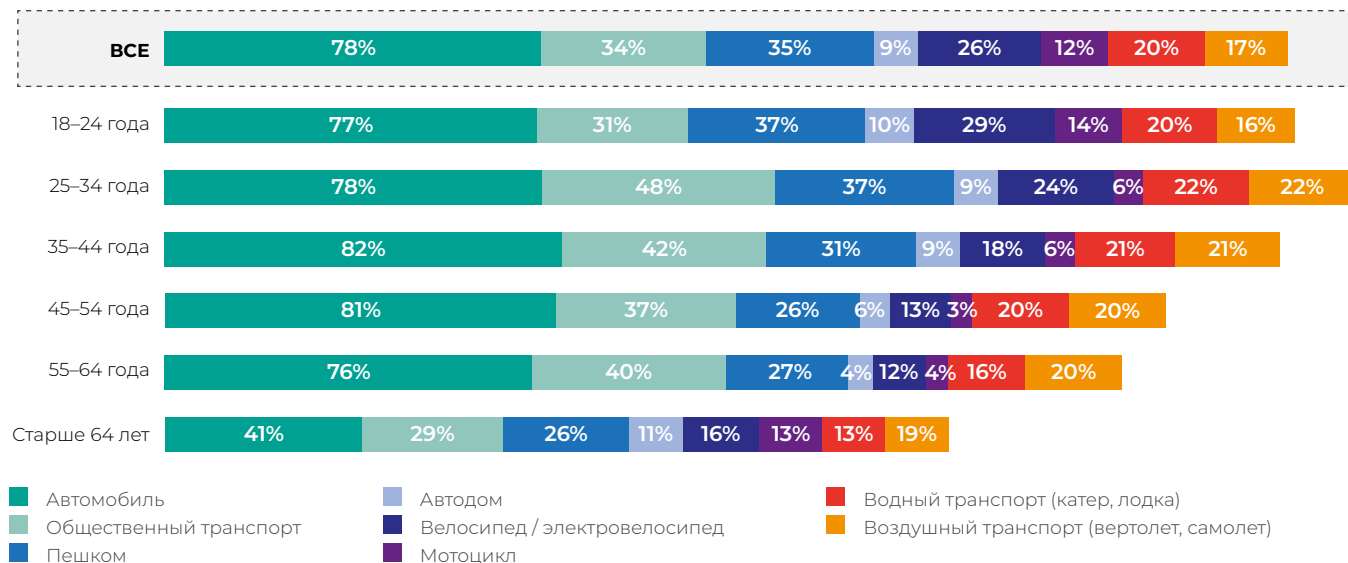
используют более подготовленные туристы, предпочитающие более сложные маршруты (60% среди более опытных туристов).

Это может быть связано с тем, что попасть на тропу, которая привлекает таких путешественников, можно только таким образом.

Представители старшего поколения (категория 64+), участвовавшие в опросе, реже выбирали автомобиль в качестве предпочтительного вида транспорта для того, чтобы добраться до туристической тропы.

КАКОЙ ВИД ТРАНСПОРТА ВЫ ИСПОЛЬЗУЕТЕ, ЧТОБЫ ДОБРАТЬСЯ ДО ТУРИСТИЧЕСКОЙ ТРОПЫ?

Возможны несколько вариантов ответа.

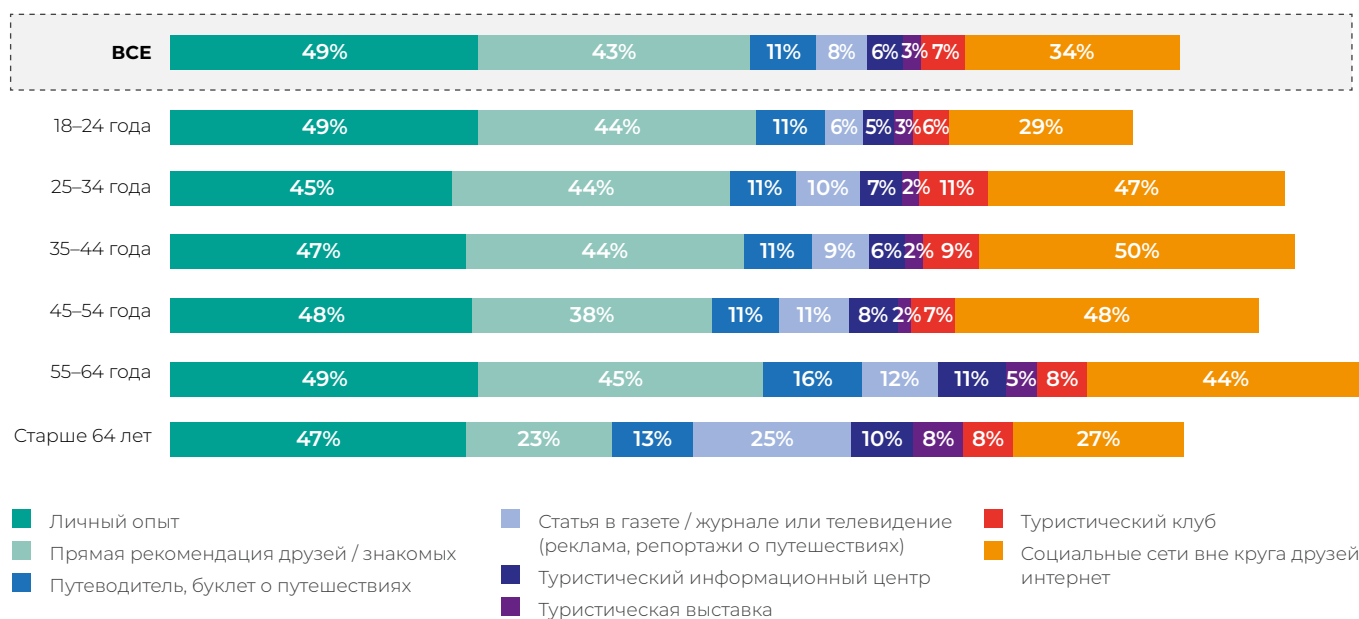


ПОДГОТОВКА К ПУТЕШЕСТВИЮ

АКТИВНЫЙ ТУРИЗМ (ДЛИТЕЛЬНЫЕ ПЕШИЕ ПЕРЕХОДЫ, СЛОЖНЫЕ МАРШРУТЫ) ТРЕБУЕТ СЕРЬЕЗНОЙ ПОДГОТОВКИ И ПРЕДВАРИТЕЛЬНОГО СБОРА ИНФОРМАЦИИ. ПРОГУЛКА, ЗАПЛАНИРОВАННАЯ ВСЕГО НА НЕСКОЛЬКО ЧАСОВ, ПО НЕЗНАКОМЫМ ДИКИМ МЕСТАМ БЕЗ ПОДРОБНОГО ОБДУМЫВАНИЯ ДЕТАЛЕЙ МОЖЕТ ОБОРНУТЬСЯ НЕ ТОЛЬКО ИСПОРЧЕННЫМ НАСТРОЕНИЕМ, НО И БОЛЕЕ СЕРЬЕЗНЫМИ ПРОБЛЕМАМИ.

ГДЕ ВЫ ПОЛУЧИЛИ ИНФОРМАЦИЮ О ТУРИСТИЧЕСКОЙ ТРОПЕ? ЧТО ВАС ПОДТОЛКНУЛО К ЕЕ ПОСЕЩЕНИЮ (ВО ВРЕМЯ ВАШЕГО ПОСЛЕДНЕГО ПОХОДА)?

Возможны несколько вариантов ответа.



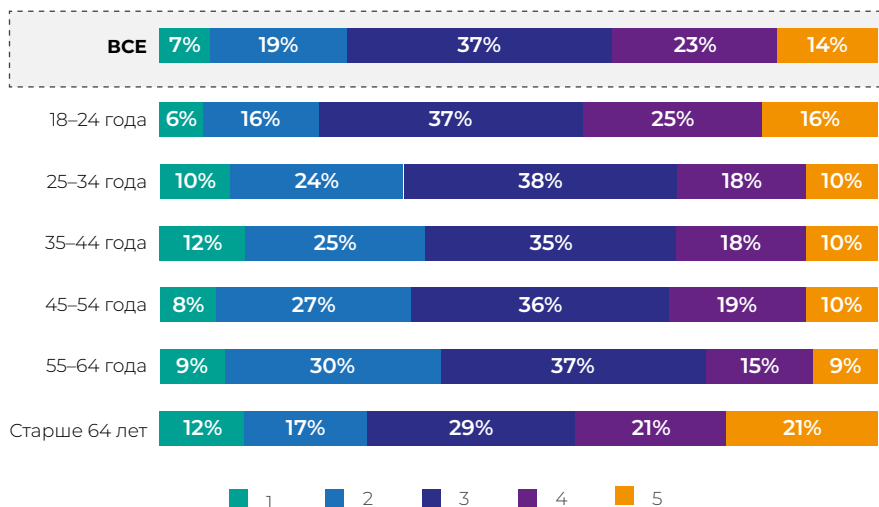
ИСТОЧНИКИ ИНФОРМАЦИИ

Отвечая на вопрос об источниках информации, использованных при подготовке к последнему походу, респонденты указали, что в основном опираются на личный опыт (49%), рекомендации знакомых (43%) и социальные сети (34%). Лишь 7% получили сведения о тропе в туристическом клубе, а 6% – в туристическом информационном центре.

ДОСТУПНОСТЬ ИНФОРМАЦИИ

В целом большинство респондентов удовлетворительно оценивают доступность имеющейся информации по теме активного туризма. Лишь 7% опрошенных дали негативные комментарии. При этом, если разбивать такие ответы по возрасту, доля недовольных респондентов в средней и старшей возрастных категориях несколько выше.

КАК ВЫ ОЦЕНИВАЕТЕ (ПО ШКАЛЕ ОТ 1 ДО 5, ГДЕ 1 – ОЧЕНЬ ПЛОХО, А 5 – ПРЕВОСХОДНО) ДОСТУПНОСТЬ ИМЕЮЩЕЙСЯ ИНФОРМАЦИИ ПО ТЕМЕ АКТИВНОГО ТУРИЗМА И ОТДЫХА (НАПРИМЕР, В ПЕЧАТНЫХ СМИ, НА ТЕЛЕВИДЕНИИ, В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ, НА ОФИЦИАЛЬНЫХ ИНТЕРНЕТ-РЕСУРСАХ РЕГИОНОВ)?

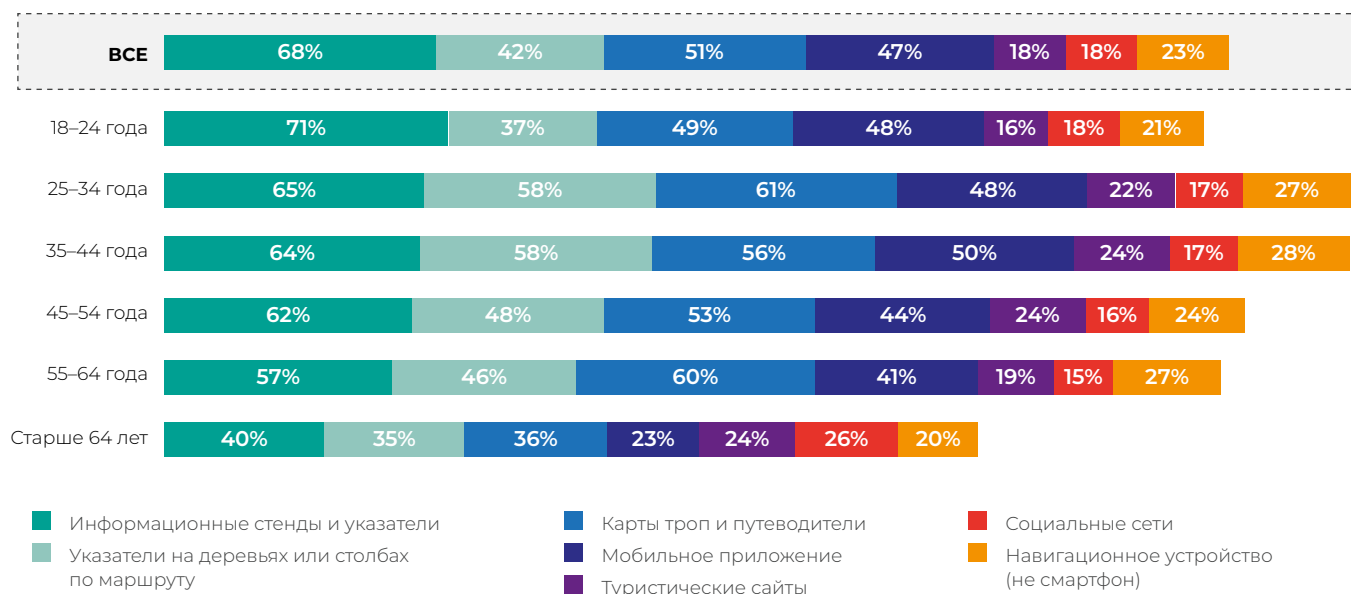


Вместе с тем число респондентов, оценивших доступность информации на «5», в среднем не превышает 14%. Наиболее лояльны участники опроса старше 64 лет (21%), а наименее – практически вся

активная аудитория (25–64 лет) – 9–10%. Самая частая оценка доступности информации – «3». Ее поставили чуть больше 35% всех респондентов.

КАКИЕ ИСТОЧНИКИ ИНФОРМАЦИИ ДЛЯ ОРИЕНТИРОВАНИЯ В ПОХОДЕ ВЫ ОБЫЧНО ИСПОЛЬЗУЕТЕ?

Возможны несколько вариантов ответа.



ОРИЕНТИРОВАНИЕ В ПОХОДЕ

Среди наиболее важных источников информации для ориентирования в походе участники нашего опроса указали навигацию (информационные стенды и пр.) – 68%, карты троп и путеводители – 51%, а также мобильное приложение – 47% и указатели (на деревьях и столбах по маршруту) – 42%.

Аудитория в возрасте от 25 до 44 лет использует все возможные источники информации: среди респондентов этой группы самый высокий процент обращения не только к «аналоговым» ресурсам (навигация, обозначения, указатели и карты), но и электронным (мобильные приложения и туристические сайты).

Навигация с помощью гаджетов и смартфонов стала нормой. 88% опрошенных используют цифровые устройства во время похода (78% – и смартфоны, и иные устройства, а 10% – только смартфоны или планшеты). Лишь 12% полагаются исключительно на указатели на тропе и не пользуются цифровыми устройствами, при этом в категории старше 64 лет таких туристов в 2,5 раза больше – 30%.

Однако использование новых технологий имеет и обратную сторону. Лишь 31% опрошенных не сталкивались в походе со сложностями, связанными с цифровыми устройствами. 42% сообщили о плохом приеме сигнала сети, а 35% пожаловались на недостаточный или неточный прием сигнала GPS / ГЛОНАСС.

ПОЛЬЗУЕТЕСЬ ЛИ ВЫ ЦИФРОВЫМИ УСТРОЙСТВАМИ ВО ВРЕМЯ ПОХОДА (ТЕЛЕФОНОМ, НАВИГАТОРОМ)?



ВОЗНИКАЛИ ЛИ У ВАС СЛОЖНОСТИ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ ЦИФРОВОГО ОБОРУДОВАНИЯ ДЛЯ НАВИГАЦИИ ВО ВРЕМЯ ПОХОДА?

Возможны несколько вариантов ответа.





ПОХОДНОЕ СНАРЯЖЕНИЕ

Серьезные туристические походы требуют специфического оборудования. Но об этом сообщили немногие респонденты, поскольку большинство участников опроса стараются выбирать относительно несложные маршруты.

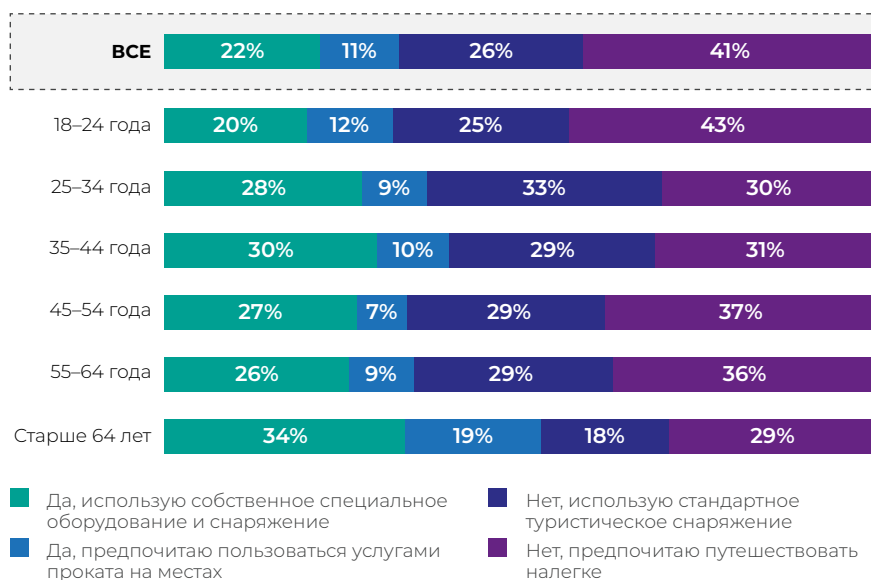
41% опрошенных нами потенциальных туристов предпочитают путешествовать налегке, и 67% указали, что им не требуется специфическое оборудование или снаряжение. При этом те, кому требуется оборудование и снаряжение, предпочитают использовать свое собственное (таких 22%). И лишь 11% туристов, указавших, что им нужно специальное снаряжение в походе, пользуются услугами проката на местах.

ТРАТЫ В ПОХОДЕ

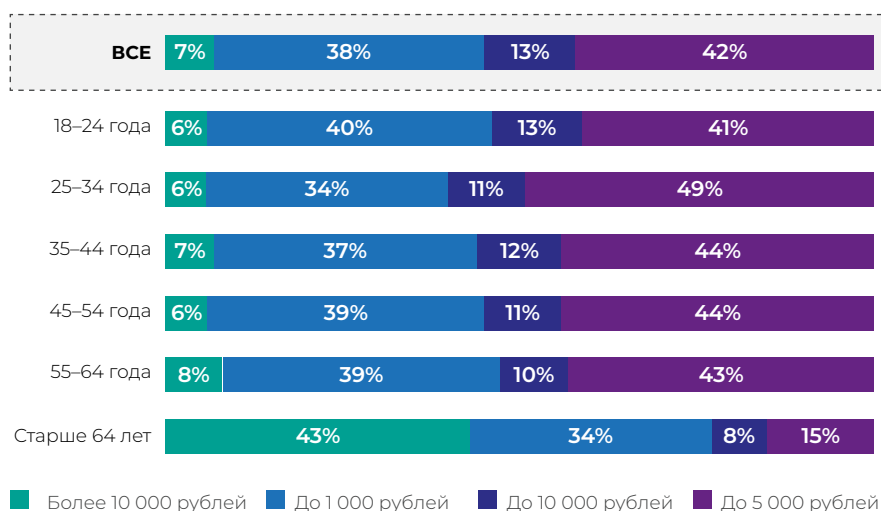
Большинство участников нашего исследования не готовы тратить значительные суммы на походы по туристическим тропам. Этот вид отдыха традиционно считается недорогим.

Большинство опрошенных (80%) старается уложиться в сумму до 5000 рублей на человека в день, причем 38% рассчитывают бюджет поездки исходя из 1000 рублей в день на человека.

ТРЕБУЕТСЯ ЛИ ВАМ В ПОХОДЕ КАКОЕ-ЛИБО СПЕЦИФИЧЕСКОЕ ОБОРУДОВАНИЕ И СНАРЯЖЕНИЕ (АЛЬПИНИСТСКОЕ, КЕМПИНГОВОЕ, СПЛАВНОЕ И Т. Д.)?



НА КАКОЙ БЮДЖЕТ НА ОДНОГО ЧЕЛОВЕКА В ДЕНЬ ВЫ ОБЫЧНО РАССЧИТЫВАЕТЕ ПРИ ОРГАНИЗАЦИИ ПОХОДА?



ИНФРАСТРУКТУРА ТУРИСТИЧЕСКИХ ТРОП

ТУРИСТИЧЕСКИЕ ТРОПЫ, ЧТОБЫ СТАТЬ УДОБНЫМИ И ПРИВЛЕКАТЕЛЬНЫМИ ДЛЯ ТУРИСТОВ, ДОЛЖНЫ ИМЕТЬ СПЕЦИАЛЬНУЮ ИНФРАСТРУКТУРУ, ВКЛЮЧАЯ УСТАНОВКУ ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ОБОРУДОВАНИЯ И УКАЗАТЕЛЕЙ ПО МАРШРУТУ.

ОБЪЕКТЫ ИНФРАСТРУКТУРЫ

На вопрос об объектах инфраструктуры на туристических тропах респонденты наиболее часто отвечали, что им необходим

туалет (68%), а также скамейки или иные зоны отдыха, оборудованные площадки для кемпинга и разведения костра (50%).

Немаловажно, что 48% опрошенных сообщили о важности создания площадок для сбора мусора.

КАКИМИ ОБЪЕКТАМИ ИНФРАСТРУКТУРЫ ВЫ БЫ ВОСПОЛЬЗОВАЛИСЬ, ПУТЕШЕСТВУЯ ПО ТРОПЕ?

Возможны несколько вариантов ответа.





ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ СЕРВИСЫ И УСЛУГИ

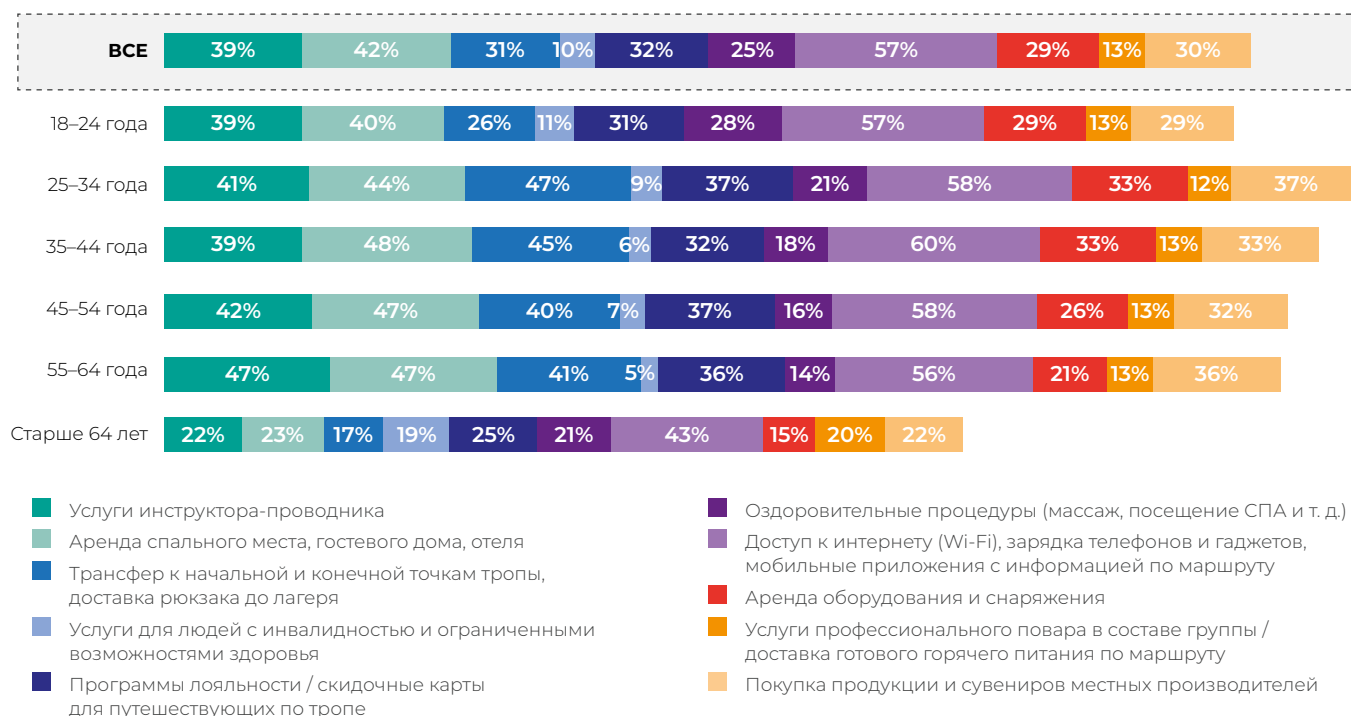
Отвечая на вопрос о дополнительных сервисах и услугах на туристических тропах, респонденты чаще всего сообщали, что необходимо: хороший доступ к интернету через Wi-fi (57%), возможность аренды спального места (42%)

и услуги инструктора-проводника (39%). Еще 31% опрошенных были бы рады трансферу до точки старта или финиша и доставке рюкзака до лагеря. Наименьший интерес у туристов вызвали услуги профессионального повара (13%).

Необходимо отметить, что 19% респондентов старше 64 лет отметили важность услуг для людей с инвалидностью.

КАКИМИ УСЛУГАМИ ВЫ БЫ ВОСПОЛЬЗОВАЛИСЬ, ПУТЕШЕСТВУЯ ПО ТРОПЕ?

Возможны несколько вариантов ответа.



УРОВЕНЬ ПОДГОТОВКИ ТУРИСТОВ

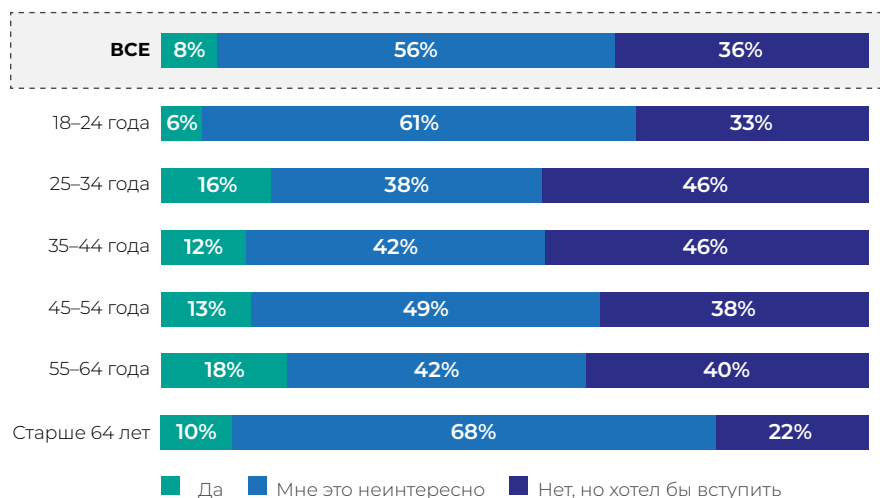
ТУРИСТИЧЕСКИЕ КЛУБЫ

Несмотря на то что активный туризм и путешествия по туристическим тропам предполагают наличие хотя бы небольшой специальной подготовки и дополнительных знаний, подавляющее большинство участников опроса (92%) не состоят в туристических клубах, и лишь 36% думают о возможности вступления в подобные организации. 56% наших респондентов заявили, что им это неинтересно. При этом в возрастной категории 25–44 года количество тех, кто хочет вступить в клуб, больше (46%), чем тех, кому это неинтересно (около 40%). В других категориях все же преобладают те, кого туристические клубы не интересуют (категория «18–24 года» – 61%, «старше 64 лет» – 68%). Представители старшего поколения менее других заинтересованы во вступлении в такие клубы.

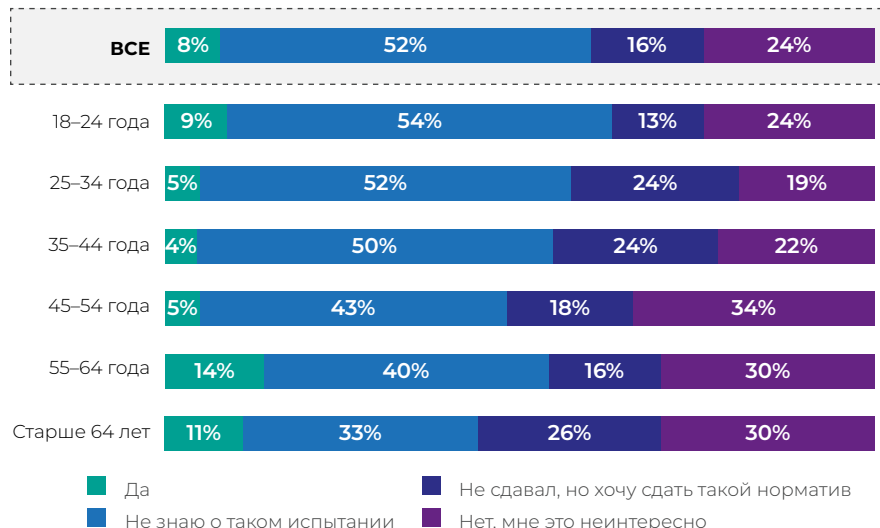
НОРМАТИВ «ТУРИСТСКИЙ ПОХОД С ПРОВЕРКОЙ ТУРИСТСКИХ НАВЫКОВ»

В рамках Всероссийского физкультурно-спортивного комплекса «Готов к труду и обороне» есть возможность пройти испытание

СОСТОИТЕ ЛИ ВЫ В ТУРИСТИЧЕСКОМ КЛУБЕ?



СДАВАЛИ ЛИ ВЫ НОРМАТИВ ИСПЫТАНИЯ «ТУРИСТСКИЙ ПОХОД С ПРОВЕРКОЙ ТУРИСТСКИХ НАВЫКОВ» ВСЕРОССИЙСКОГО ФИЗКУЛЬТУРНО-СПОРТИВНОГО КОМПЛЕКСА «ГОТОВ К ТРУДУ И ОБОРОНЕ»?



«Туристский поход с проверкой туристских навыков»⁹. Проверка проводится в виде прохождения маршрута определенной протяженностью, в рамках которого оцениваются такие знания и навыки, как укладка рюкзака, ориентирование на местности по карте и компасу, установка палатки, разжигание костра, умение вязать туристские узлы, способы преодоления препятствий. Однако 52% участников нашего опроса ничего не знают о такой возможности, а 24% указали, что им это неинтересно. Лучшее знакомство с нормативом возрастная группа старше 55 лет, и именно среди них наиболее высок процент тех, кто его сдавал.

Лишь 8% опрошенных нами туристов сдавали подобный норматив. При этом в средней возрастной категории (25–54 года) эта доля еще меньше (около 5%).

Респондентов мужского пола, знающих об испытании, так же, как и сдававших норматив, ожидаемо больше.

ХАРАКТЕРИСТИКИ ОПЫТНОГО ТУРИСТА

Согласно данным нашего исследования, опытные и увлеченные туристы (например, члены туристических клубов) чаще, чем остальные участники опроса, предпочитают сложные виды туризма, такие как горный (59% против 23%) и водный (34% против 15%) туризм. Обычно они выбирают более сложные маршруты, чем большинство опрошенных нами туристов. Так, лишь 7% из них выбирают легкие варианты для походов. Они путешествуют чаще и более активно выбирают многодневные походы (64% – менее пяти дней, 59% – более пяти дней).

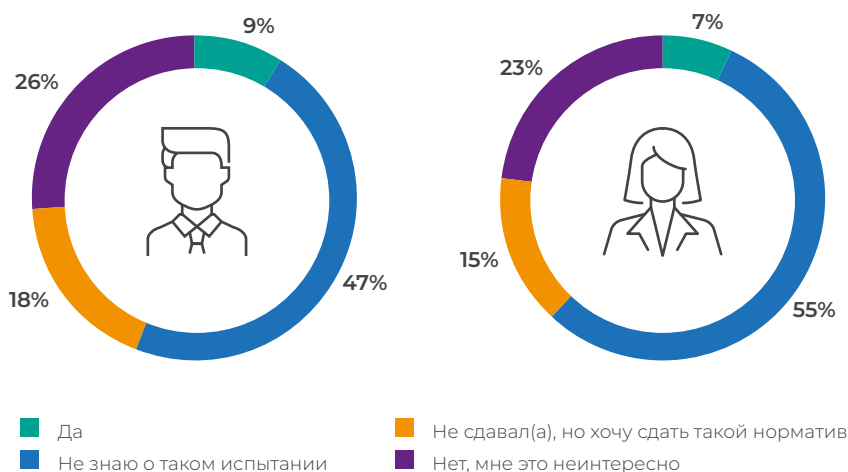
Кроме того, эти респонденты чаще других добираются до троп на общественном транспорте (60% против 34% среди всех респондентов). Можно предположить, что интересующие их маршруты расположены в более отдаленных местах, до которых иначе не добраться.

Респонденты с туристическим опытом также чаще используют в своих путешествиях специальное оборудование и реже остальных передвигаются налегке (10% против 40% среди всех респондентов).

Среди таких респондентов больше тех, кто является членом туристических клубов, и тех, кто сдал или хочет сдать норматив испытания «Туристский поход с проверкой туристских навыков».

При этом туристический клуб для таких участников опроса является источником информации о возможных маршрутах. Так, 48% тех, кто является членом туристического клуба, получали информацию о тропе именно там.

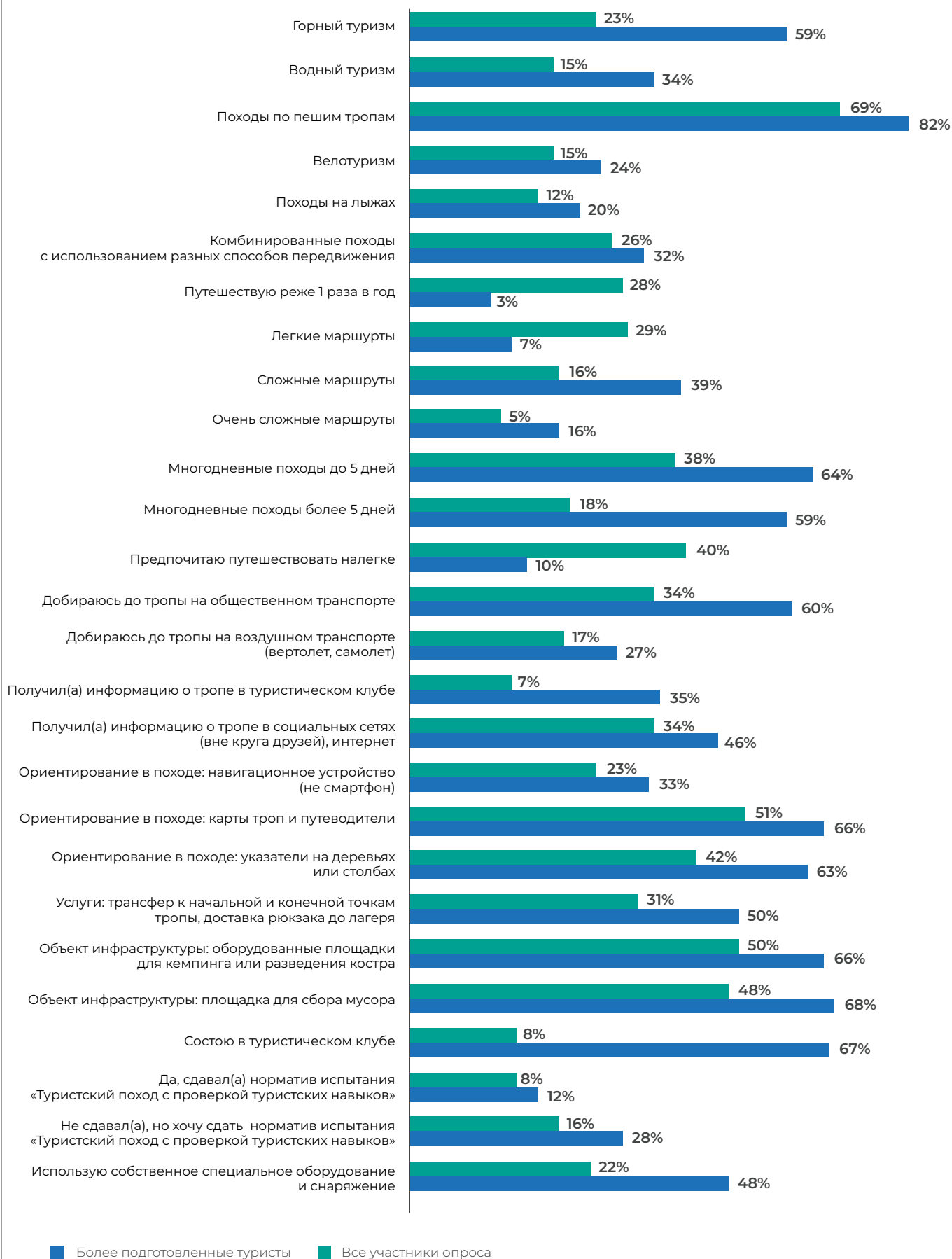
СДАВАЛИ ЛИ ВЫ НОРМАТИВ ИСПЫТАНИЯ «ТУРИСТСКИЙ ПОХОД С ПРОВЕРКОЙ ТУРИСТСКИХ НАВЫКОВ» ВСЕРОССИЙСКОГО ФИЗИКУЛЬТУРНО-СПОРТИВНОГО КОМПЛЕКСА «ГОТОВ К ТРУДУ И ОБОРОНЕ»?



⁹ <https://походгто.рф>

ПРОФИЛИ ОБЫЧНОГО И ПОДГОТОВЛЕННОГО ТУРИСТА

Возможны несколько вариантов ответа.



ЗАКЛЮЧЕНИЕ



БОЛЬШИНСТВО РОССИЯН ЗАИНТЕРЕСОВАНЫ В РАЗВИТИИ АКТИВНОГО ТУРИЗМА В СТРАНЕ. Самым доступным видом путешествий остаются пешие походы по туристическим тропам, и, как показал опрос, многие респонденты предпочитают маршруты средней сложности.



Пока, по данным нашего исследования, **РОССИЙСКИЕ ТУРИСТЫ НЕ ГОТОВЫ ТРАТИТЬ ЗНАЧИТЕЛЬНЫЕ СУММЫ НА ОРГАНИЗАЦИЮ ПЕШИХ ПОХОДОВ.** Кроме того, серьезными видами активного туризма, требующими специального снаряжения и навыков, занимается сравнительно небольшое число россиян.



При принятии решения о маршруте и времени похода **БОЛЬШИНСТВО ОПРОШЕННЫХ ПОЛАГАЮТСЯ НА СОБСТВЕННЫЙ ОПЫТ, СОВЕТЫ ДРУЗЕЙ И ЗНАКОМЫХ, А ТАКЖЕ НА ДОСТУПНЫЕ БЕСПЛАТНЫЕ МАТЕРИАЛЫ В ИНТЕРНЕТЕ.**



ЛИШЬ НЕЗНАЧИТЕЛЬНОЕ ЧИСЛО ОПРОШЕННЫХ ЗАИНТЕРЕСОВАНО ВО ВСТУПЛЕНИИ В ТУРИСТИЧЕСКИЕ КЛУБЫ И СДАЧЕ СПЕЦИАЛЬНЫХ НОРМАТИВОВ. ПРИ ЭТОМ ОЧЕНЬ МНОГИЕ ДАЖЕ НЕ ЗНАЮТ О ТАКИХ ВОЗМОЖНОСТЯХ.



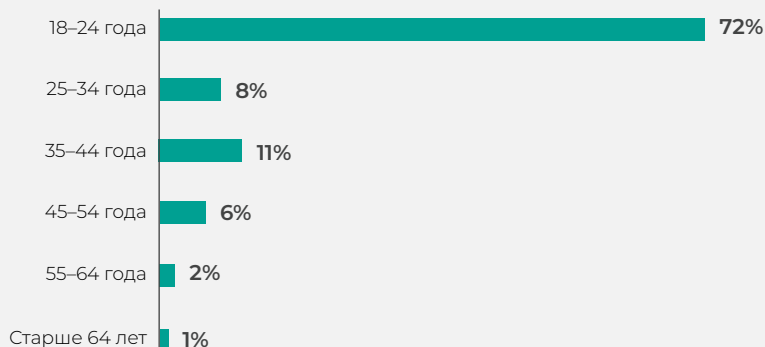
Для развития активного туризма **НЕОБХОДИМО РАЗВИВАТЬ ИНФРАСТРУКТУРУ ТУРИСТИЧЕСКИХ ТРОП,** обустраивать места стоянок и туалеты, обеспечивать доступность связи и качественную навигацию на туристических тропах, а также усиливать информационную поддержку таких маршрутов и активного туризма в целом.

ПРИЛОЖЕНИЕ.

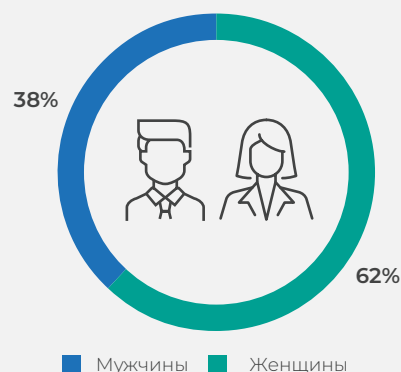
ПОРТРЕТ УЧАСТНИКОВ ОПРОСА

В РАМКАХ ИССЛЕДОВАНИЯ БЫЛО ОПРОШЕНО 9148 ЖИТЕЛЕЙ РОССИИ. БОЛЬШУЮ ЧАСТЬ ОПРОШЕННЫХ СОСТАВИЛИ ПРЕДСТАВИТЕЛИ МОЛОДОГО ПОКОЛЕНИЯ, ЯВЛЯЮЩИЕСЯ НАИБОЛЕЕ ЗАИНТЕРЕСОВАННОЙ В АКТИВНОМ ТУРИЗМЕ И ОТДЫХЕ ЧАСТЬЮ НАСЕЛЕНИЯ.

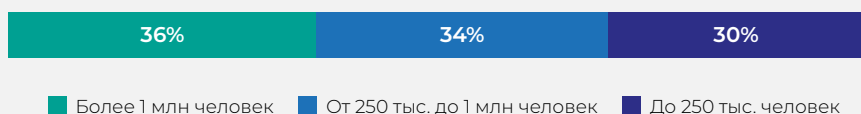
ВОЗРАСТ УЧАСТНИКОВ ОПРОСА



ПОЛ РЕСПОНДЕНТОВ



РАЗМЕР НАСЕЛЕННОГО ПУНКТА



КОНТАКТНАЯ ИНФОРМАЦИЯ



ОЛЬГА ЗАХАРОВА

Директор дивизиона
«Городская экономика»
АНО «Агентство стратегических
инициатив по продвижению
новых проектов» (АСИ)
+7 495 690 9129
tourism@asi.ru



ОЛЬГА АРХАНГЕЛЬСКАЯ

Руководитель направления
по оказанию услуг компаниям сектора
недвижимости, гостиничного бизнеса
и строительства, государственного
и транспортного секторов
Группы компаний Б1
+7 495 755 9700
olga.arkhangel'skaya@b1.ru



ДИАНА ЗИННАТУЛЛИНА

Руководитель программы дивизиона
«Городская экономика»
АНО «Агентство стратегических
инициатив по продвижению новых
проектов» (АСИ)
+7 495 690 9129
tourism@asi.ru



АЛЕКСЕЙ РЫБНИКОВ

Руководитель Аналитического центра
Группы компаний Б1
+7 495 755 9700
aleksey.rybnikov@b1.ru



АЛЕКСАНДР АЛЕКСЕЕВ

Эксперт Аналитического центра
Группы компаний Б1
+7 495 755 9700
alexander.alekseev@b1.ru

О ГРУППЕ КОМПАНИЙ Б1

Группа компаний Б1 предлагает многопрофильную экспертизу в сфере аудиторских услуг, стратегического, технологического и бизнес-консалтинга, сделок, оценки, налогообложения, права и сопровождения бизнеса.

За 35 лет работы в России и более 20 лет в Беларуси в компаниях группы создана сильнейшая команда специалистов, обладающих обширными знаниями и опытом реализации сложнейших проектов, в 10 городах: Москве, Минске, Владивостоке, Екатеринбурге, Казани, Краснодаре, Новосибирске, Ростове-на-Дону, Санкт-Петербурге и Тольятти.

Группа компаний Б1 помогает клиентам находить новые решения, расширять, трансформировать и успешно вести свою деятельность, а также повышать свою финансовую устойчивость и кадровый потенциал.

© 2024 ООО «Б1 – Консалт».
Все права защищены.

Информация, содержащаяся в настоящей публикации, представлена в сокращенной форме и предназначена лишь для общего ознакомления, в связи с чем она не может рассматриваться в качестве полноценной замены подробного отчета о проведенном исследовании и других упомянутых материалов и служить основанием для вынесения профессионального суждения. Группа компаний Б1 не несет ответственности за ущерб, причиненный каким-либо лицам в результате действия или отказа от действия на основании сведений, содержащихся в данной публикации. По всем конкретным вопросам следует обращаться к специалисту по соответствующему направлению.

B1.RU | B1.BY

КРАТКАЯ ИНФОРМАЦИЯ ОБ АГЕНТСТВЕ СТРАТЕГИЧЕСКИХ ИНИЦИАТИВ ПО ПРОДВИЖЕНИЮ НОВЫХ ПРОЕКТОВ

Автономная некоммерческая организация «Агентство стратегических инициатив по продвижению новых проектов» (АСИ) создана распоряжением Правительства России от 11 августа 2011 года.

Наблюдательный совет АСИ возглавляет президент России Владимир Путин.

Агентство поддерживает проекты, направленные на системные изменения в сфере повышения качества жизни, экологии, образования и подготовки кадров, регионального и городского развития, разработки новых технологий и поддержки бизнес-проектов.

Среди ключевых инициатив АСИ – Национальный рейтинг состояния инвестиционного климата в регионах, Рейтинг качества жизни, Национальная социальная инициатива, Национальная кадровая инициатива, платформа для обмена лучшими практиками «Смартека».

ASI.RU