

КРУГЛЫЙ СТОЛ В АГЕНТСТВЕ ПО РАЗВИТИЮ ТУРИЗМА КАЛУЖСКОЙ ОБЛАСТИ

Калужская область богата многочисленными культурными объектами, которые могут заинтересовать как российского туриста, так и иностранцев. В ходе встречи участников экспедиции в Агентстве развития туризма Калужской области, его руководитель рассказала о наиболее перспективных направлениях развития туризма в регионе, успешных культурных проектах, реализуемых частными инвесторами, и особенностях выстраивания взаимоотношений региональных властей с бизнесом в сфере туризма.

Ключевые слова:

Калужская область, промышленный туризм, фестивали, культурные проекты, региональный бренд.

Каледина Татьяна Евгеньевна, руководитель Агентства по развитию туризма Калужской области:

Меня зовут Каледина Татьяна Евгеньевна, я являюсь руководителем Агентства по развитию туризма, а также туристско-информационного центра «Калужский край» (ТИЦ), Калужский ТИЦ считается одним из лучших в Российской Федерации, он был создан в прошлом году, и сейчас мы думаем о том, как его развивать и сделать еще более привлекательным для туристов. На данный момент в нем проходят выставки местных художников и фотографов. Можно подписаться на нашу страницу в Instagram, где можно узнать обо всех культурных событиях Калужской области. На днях, кстати, проходило открытие мануфактуры Bosco.

Гончарова Наталия Александровна, эксперт Научно-учебной лаборатории исследований в области бизнес-коммуникаций НИУ ВШЭ:

Да, мы пытались на него попасть, но, к сожалению, нам отказали.

Каледина Т.Е.:

Да, это было закрытое мероприятие. Однако в ближайшее время они будут проводить экскурсии в рамках развития промышленного туризма. Вчера на мероприятие приехало порядка 500 человек, различные знаменитости. После события мы просмотрели Instagram: о Калуге пишут много положительного.

Матюненко Юлия Алексеевна, стажер-исследователь Научно-учебной лаборатории исследований в области бизнес-коммуникаций НИУ ВШЭ:

Раз Вы заговорили о Bosco, то можно начать сразу с промышленного туризма. В-первых, что означает «промышленный ту-

ризм», а во-вторых, кто будет его курировать: само Bosco или все-таки непосредственно Калуга?

Каледина Т.Е.:

Промышленный туризм – это когда для группы любопытных людей (например, школьники или студенты – все зависит от предприятия) проводится экскурсия по части предприятия, его отдельным объектам. Так делают и на заводе Volkswagen, где есть возможность приехать и посмотреть, как делаются автомобили. Есть специально проложенный маршрут с гидом, участникам экскурсии выдаются гаджеты. На некоторых предприятиях, связанных с промышленным туризмом, могут проводиться мастер-классы. Промышленный туризм важен для того, чтобы расширить свой кругозор, например, чтобы студент мог выбрать предприятие для практики, или школьник мог выбрать свой путь в рамках профориентации, работать в последствии на заводе и собирать автомобили или стать инженером-конструктором. Также, если Вы турист, то Вы потенциальный покупатель этой продукции, которая представлена на данном предприятии. Например, после посещения завода «ЭкоНива», где производится молочная продукция, и я ее попробовала, я в магазинах уже обращаю внимание на продукцию данной марки.

Таким образом, «промышленный туризм» – это глобальное понятие. Не все регионы располагают возможностью для промышленного туризма. Сейчас данное направление хорошо развивают Магнитогорск, Челябинск, Екатеринбург, куда мы скоро полетим. Калужская область тоже начинает активно развивать промышленный туризм, так как здесь расположена такая уникальная вещь, как автомобильный кластер, в который входит не только

Volkswagen, о котором мы говорили, но также Peugeot-Citroen, Volvo и т.д. На многие предприятия нужно записываться заранее, не все готовы ждать, но это того стоит.

Подскажите, вы к нам из каких регионов приехали?

Матюненко Ю.А.:

Учатся все в Москве, но некоторые родились в других регионах.

Шатрабаева С.М.:

Я из Пермского края.

Каледина Т.Е.:

Пермский край мы знает по известному сериалу «Реальные пацаны», и это здорово. Мы, к сожалению, таким похвастаться не можем, но можем похвастаться членами Правительства: Максим Акимов, который курирует, в том числе, и транспорт, прежде он был нашим мэром, а еще раньше – учителем в школе; Николай Любимов, губернатор Рязанской области, работал также у нас, он калужанин.

Гончарова Н.А.:

Да, мы как раз с экспедицией в Рязанскую область ездили в первый год его губернаторства.

Каледина Т.Е.:

Вот-вот. Мы известны только своими политиками. Еще Циолковский. Если у вас есть возможность посетить музей космонавтики, сделайте это.

Алумов Сергей Александрович, студент 4-го курса ОП «Медиакоммуникации» НИУ ВШЭ:

Мы там только вчера были.

Каледина Т.Е.:

Вчера там была и делегация от Bosco, кстати.

Матюненко Ю.А.:

Мы ушли буквально за пару минут до того, как они приехали в музей, не застали их чуть-чуть.

Каледина Т.Е.:

Еще я вам рекомендую посетить и Дом-музей Циолковского. Там представлено очень много уникальных вещей, принадлежавших Циолковскому, например, его «слухач» (Циолковский был немного глуховат), который мы будем раскручивать сейчас в качестве небольшого бренда.

Матюненко Ю.А.:

А если говорить о региональных брендах, помимо Циолковского, что есть еще, и как Вы занимаетесь в принципе развитием брендов?

Каледина Т.Е.:

Если мы говорим про объекты, то к ним относится «Этномир», где прошел на прошлой неделе хлебный фестиваль под названием «Хлебный мир». Приезжали делегации 40 стран мира и пекли хлеб – можно было купить и попробовать.

В Калужской области сейчас набирает обороты тема тематических музеев, например, музей мусора «Му-Му». Если вы там не были, я вам рекомендую его посетить, там все очень здорово сделано.

Гончарова Н.А.:

Единственное, он далеко от Калуги расположен.

Каледина Т.Е.:

В 90 километрах, он расположен ближе к Москве, под Обнинском. Потом, если говорить об Обнинске, то это первый наукоград в России, там расположена атомная электростанция. Чтобы на нее попасть, гражданам России надо подавать заявку за 2 недели, а иностранным гражданам – за месяц. Но туда вполне реально попасть.

Также есть еще первый интерактивный музей бумаги в России «Бузеон», расположенный на Полотняном заводе, который, во-первых, славится тем, что производил парусину для Петра I, а во-вторых, там выросла Наталья Николаевна Гончарова, там же она провела часть своего вдовства. Теперь в одном из его производственных помещений организован музей бумаги. Сейчас турист пошел избалованный: надо что-то потрогать, попробовать, чтобы был тактильный контакт, а «Бузеон» как раз этим располагает, как и «Му-Му».

У нас есть уникальный парк птиц «Воробьи». Если в Москве будете проезжать по улице Лобачевского, то увидите огромный плакат «Парк птиц». Ростуризм запустил проект, который называется «В двух часах до...», а до Калуги добираться поездом как раз 2 часа. В парке птиц представлена уникальная коллекция различных пернатых и экзотических животных, которые однозначно содержатся в хороших условиях.

Гончарова Н.А.:

Создание парка – это целиком частная инициатива или Калужская область вкладывалась в его создание и развитие?

Каледина Т.Е.:

Нет, это частная инициатива. Такие инвестиционные проекты как «Бузеон», Парк птиц, «Этномир», музей мусора «Му-Му», – это все частные проекты. Если мы говорим про туризм, то вы понимаете, что ин-

вестиции в туризм очень долго отбиваются, поэтому очень редко можно встретить инвестора, готового вложить большую сумму в туризм: эти средства отобьются лишь лет через 10. Хотя «Му-Му» отбил затраты через 5 лет, там очень грамотно была проведена маркетинговая кампания, что действительно очень здорово для такого частного объекта.

Впоследствии, если объект коммерчески успешен с имиджевой стороны, мы помогаем им с раскруткой, представляя их на многочисленных российских и зарубежных туристических выставках, размещая публикации в бортовых журналах. Когда вы летите в самолете, вы невольно обращаете внимание на публикации в бортовых журналах, так как не все берут с собой книги. В этом году мы делали публикации в бортовых журналах компаний Азимут и Руслайн, потому что они имеют точки разлета, в том числе, и в Калуге.

Гончарова Н.А.:

Я правильно понимаю, что это чартерные рейсы?

Каледина Т.Е.:

Нет, чартерные рейсы в Калуге только в Турцию и Брауншвайг. Последний – это рейс Volkswagen, которым летают работники компании.

Шатрабаева Светлана Михайловна, студентка 2 курса ОП «Социология публичной и деловой сферы» НИУ ВШЭ:

Скажите, пожалуйста, как у вас организуются туристические маршруты и есть ли они вообще для иностранных туристов?

Каледина Т.Е.:

Конечно, в Калужской области есть туристические маршруты, они разработаны и находятся в ТИЦ. Обычно оставляют заяв-

ку по электронной почте или звонят, а мы предлагаем то, что у нас есть. Если нужна помощь с иностранным языком, то мы вызываем гида.

Шатрабаева С.М.:

Каким образом сопровождают туристов и как организуется их передвижение?

Каледина Т.Е.:

Во-первых, мы уточняем, на какое количество мест необходимо транспортное средство, находим транспорт, соответствующий всем необходимым требованиям. Когда путешествует детская группа, то обязательно есть сопровождение по законодательству РФ. В каждом автобусе есть сопровождающий и гид. Если это дети, то в качестве сопровождающего обычно выступают учителя, либо кто-то от агентства, кто организует данную поездку.

Шатрабаева С.М.:

Хотела бы у Вас узнать о специфике внутреннего туризма: разбиваете ли Вы туристов на группы, я имею в виду детские, подростковые и взрослые?

Каледина Т.Е.:

ТИЦ может заниматься коммерческой деятельностью. Под запрос, если, допустим, организуется экскурсия для школьников, то это, как правило, класс, где все дети приблизительно одной возрастной категории, поэтому у всех одинаковая программа. Смешанных групп бывает очень мало, например, когда несколько семей решило вместе путешествовать.

В Калужской области сейчас действует программа субсидированных рейсов, когда детские группы отправляются в Санкт-Петербург, Екатеринбург или Калининград, – вот три направления, которые мы выбра-

ли. Из бюджета Калужской области субсидируется именно оплата перелетов, что значительно удешевляет программу пребывания детей в других городах. Таким образом больше детей имеют возможность путешествовать по стране. Есть такая федеральная программа, и Калужская область достаточно щедро субсидирует данные рейсы.

Матюненко Ю.А.:

А кто из детей может попасть в эту программу?

Каледина Т.Е.:

В принципе об этой программе известно по всей Калужской области. Для участия в ней подается заявка в ТИЦ, формируется группа.

Гончарова Н.А.:

То есть нет никаких отдельных требований для детей и ограничений участия?

Каледина Т.Е.:

Нет. Конечно, если ребенок с ограниченными возможностями, то мы запрашиваем отдельно у турфирмы, которая организует данное мероприятие, есть ли у нее возможность организовать соответствующее сопровождение. Вообще у нас таких прецедентов еще не было. Наверное, для таких детей стоит формировать отдельную группу, потому что так будет удобнее организовать транспорт, и легче подстроиться гиду.

У нас есть социальные экскурсии по Калуге для людей с ограниченными возможностями, и ими очень охотно пользуются. Также мы организуем социальные туры для еще одной категории граждан, которая заслуживает особого внимания, – это пенсионеры в домах престарелых. Для них сделали за счет бюджетных средств выезд на диораму «Великое стояние на р. Угра». Восьмого

октября пройдет другой тур, который мы организуем, – это выезд на предприятие «ЭкоНива», где можно посмотреть, как производят различные молочные продукты, можно погладить коров и телят. Это очень интересно, особенно тем людям, кто постоянно живет в городе.

Матюненко Ю.А.:

Если говорить о взаимодействии с крупными культурными объектами, такими как Никола-Ленивец и «Этномир», что тут важно?

Каледина Т.Е.:

Да, необходимо еще отметить, что Никола-Ленивец – действительно очень интересный объект, которого, наверное, больше нигде нет.

Матюненко Ю.А.:

Как у агентства происходит взаимодействие с ним? Я к тому, что это частный объект, как у него происходит взаимодействие регионом?

Каледина Т.Е.:

Мы всех инвесторов знаем в лицо, у нас есть их телефоны, поэтому, если что-то нужно, мы всегда обмениваемся информацией. Если говорить о Никола-Ленивце, то недавно организовали очень интересную конференцию, посвященную туризму, на которой мы были. Вообще, по-моему, они грант выиграли на проведение мероприятий в этом году. Мы рекомендуем туда приезжать. Конечно, они представлены во всех наших каталогах, на всех выставках. Сейчас мы создаем портал агентства, посвященный Калужской области, где данный объект, естественно, будет представлен.

Алумов С.А.:

В Никола-Ленивце проходит довольно много фестивалей. Как организаторы этих фестивалей коммуницируют с Вами?

Каледина Т.Е.:

Они обязаны известить власти о проведении культурного мероприятия, потому что в противном случае по законодательству данное мероприятие может быть приравнено к митингам. Должны быть извещены местные власти, УВД, а также на подобных мероприятиях должны дежурить машины скорой помощи. Если это не сделано, то мероприятие может быть официально запрещено.

Шатрабаева С.М.:

В ТИЦ нам говорили, что у Вас проводятся выставки. В этом случае Вы взаимодействуете с Министерством культуры или проводите их сами?

Каледина Т.Е.:

Министерство культуры теперь существует отдельно от нас. Туризм с 1 января 2019 года входит в Министерство экономического развития даже на федеральном уровне. Как только происходят изменения на федеральном уровне, мы тут же их «зеркалим». Разумеется, мы сохраняем отношения и с Министерством культуры, организуем какие-то совместные мероприятия. У нас есть госзадание, и мы примерно рассчитываем, в каких выставках мы можем принять участие.

Гончарова Н.А.:

Я хотела бы вернуться к вопросу о Николо-Ленивце и «Этномире». Мы на своем опыте столкнулись с тем, что тяжело добраться до этих объектов, которые довольно значимы для региона, на общественном

транспорте, на каких-то специализированных автобусах. Будет ли решаться эта проблема, будет ли агентство принимать участие в развитии логистики?

Каледина Т.Е.:

Дороги и транспорт мы не курируем. Когда поступает от инвестора какой-то запрос, например, нам не хватает туристов из-за какой-то определенной проблемы, то в этом случае, если поручение переходит к нам, то мы его отрабатываем. У Никола-Ленивца действительно есть проблема с дорогой, но мы разговаривали с владельцем объекта: он сказал, что та дорога, по которой надо пройти, по замыслу инвестора уже является началом парка, некоторой его фишкой с архитектурной точки зрения. Более того, сейчас они не готовы к большому потоку туристов.

Что касается «Этномира», то можно доехать до Боровска, а оттуда ходят маршрутки. Однако, как правило, люди предпочитают добираться на своем автомобиле.

Шатрабаева С.М.:

Подскажите, каким образом отбираются объекты, которые попадают в ваши буклеты, и как много новых объектов появляется?

Каледина Т.Е.:

Есть объекты, которые уже вполне раскрыты. Мы ездим по муниципалитетам и отрабатываем все вопросы с владельцами туристических объектов, например, относительно того, готовы ли они выходить на большой рынок. Так, есть объекты, которым хватает внутренних туристов с близлежащих территорий. Другие же хотят дальше развиваться, в таком случае мы организуем инфотур, как правило, за счет инвесторов. Пивоварня «Гренадер» в Малом Ярославце, при

которой есть небольшой музей, проводит дегустацию своего пива.

Гончарова Н.А.:

Это у них в ближайшие дни будет проходить фестиваль?

Каледина Т.Е.:

Да, 8 октября пройдет фестиваль крафтовой культуры. Уже можно покупать билеты на сайте и приезжать. Это событие совпадает с реконструкцией 1812 года. Калужская область вообще известна большим количеством реконструкций. 12 октября будет проводиться новая реконструкция, вводиться новый туристический объект – это киностудия «Военный фильм». Сейчас выходит фильм «Ильинский рубеж» про подвиг подольских курсантов, съемки которого проходят на территории Калужской области. Со следующего года мы этот объект начинаем активно раскручивать, включать во все военно-патриотические маршруты. До ноября 2019 года на данный объект можно попасть бесплатно.

Шатрабаева С.М.:

Подскажите, как Вы работаете с историками, с людьми, которые изучают культуру Вашего края?

Каледина Т.Е.:

Буквально в субботу мой сотрудник выступал на секции краеведов на III Международном книжном фестивале. У нас есть краеведы, которые хотят что-то рассказать, мы всегда им рады, пользуемся их информацией.

Матюненко Ю.А.:

Я бы хотела вернуться к поддержке крупных туристических объектов. Если они хотят прийти в регион, они заходят через

Минэк или через Агентство по развитию туризма?

Каледина Т.Е.:

Они заходят через Агентство по развитию туризма, у нас есть инвестиционный отдел. Инвесторы приходят на беседу, после чего я закрепляю за ним сотрудника, который ведет этот инвестиционный проект условно «под ключ». Заполняется заявка и отрабатывается проект.

Матюненко Ю.А.:

Существуют ли какие-то льготы, преференции?

Каледина Т.Е.:

Мы подняли этот вопрос. На данный момент льготы именно в сфере туризма прорабатываются.

Шатрабаева С.М.:

У Вас очень красивые буклеты, а как Вы привлекаете к их созданию дизайнеров?

Каледина Т.Е.:

Спасибо. У нас в штате есть дизайнеры и люди, обладающие знаниями и навыками в сфере туризма, в том числе, и краеведы. Если у нас недостаточно информации, то мы обращаемся уже к сторонним людям.

Шатрабаева С.М.:

Планируете ли Вы разработку какого-то единого бренда?

Каледина Т.Е.:

У нас есть на территории Калужской области «КО», возможно, вы видели этот зеленый логотип. Его разработал Артемий Лебедев. Как Вы знаете, зеленый цвет – это цвет туризма. Мы им пользуемся, так как это действительно была недешевая вещь. Сейчас

многие регионы занимаются разработкой единого бренда. Может быть, мы к этому тоже придем. Агентство по развитию туризма еще молодое, у нас планируются не-большие реформы. Возможно, под это дело мы разработаем еще какой-то бренд. На данном этапе бренд для нас несколько вторичен, так как есть большая работа по организации выставок и инфотуров, привлечению внимания к нам и разработке налоговых льгот.

Гончарова Н.А.:

А есть ли в регионе воссозданные традиции по типу калужского теста, которые были бы интересны туристам?

Каледина Т.Е.:

Да, Вы, наверное, видели репортаж на «Первом канале». У нас есть гастрономические бренды, которые начали недавно раскручиваться. В регионе есть хорошие производители, чью продукцию можно встретить даже на полках московских магазинов: «Хлебный Спас», производящий печенье, в том числе и на экспорт, зефир (правда, на московских полках он пока не появился), мармелад, молоко; конфеты «Фруже», которые делают на заводе в Обнинске; калужское тесто, та самая легендарная сладость, рецепт которой был утерян после революции, но недавно восстановлен. Рецепт еще не запатентован, поэтому по крайней мере 3 производителя калужского теста в регионе есть, а в ближайшее время появится и четвертый.

Матюненко Ю.А.:

Если говорить о привлечении туристов извне, то на кого вы больше ориентируетесь: на Москву или на другие регионы?

Каледина Т.Е.:

Самый большой поток сейчас составляют туристы из Москвы и Московской области, которым хочется уехать, насладиться тишиной и т.д. Мы хотим привлечь в регион туристов из Германии и Франции, так как у нас есть очень много вещей, о которых мы могли бы рассказать. Я не говорю сейчас о теме войны, хотя французы ей интересуются. Немцев же больше интересует промышленность, история, архитектура и прочее.

Матюненко Ю.А.:

Можно ли сказать, что на данный день туризм составляет если не значительную, то весомую часть доходов региона?

Каледина Т.Е.:

В принципе да, туризм сейчас набирает обороты, мы рассчитываем увеличить туристический поток в 2 раза за следующие 5 лет, однако большую долю составляет промышленность и сельское хозяйство.

Гончарова Н.А.:

Я бы хотела затронуть тему государственно-частного партнерства. Подскажите, есть ли у региона опыт реализации проектов ГЧП в сфере туризма?

Каледина Т.Е.:

В регионе есть Агентство по развитию ГЧП, со всеми вопросами стоит обратиться туда. Эту тему я даже комментировать не буду.

Шатрабаева С.М.:

С какими трудностями Вы сталкиваетесь при организации российского и иностранного потока туристов? В чем между ними различия?

Каледина Т.Е.:

Проблема в том, что никто за границей не знает, что такое Калужская область. Так, на конференции в Германии нас представили как «новый интересный регион недалеко от Москвы». Мы сейчас стараемся найти те точки, которые были бы интересны для иностранного туриста. Так, им интересна тема космоса, это то, что отличает нас от других регионов. Иностранному туристу устал от обилия церквей и монастырей. Мы будем стараться и дальше делать ставку именно на тему космоса.

ROUND TABLE IN TOURISM DEVELOPMENT AGENCY OF THE KALUGA REGION

Kaluga region is rich in numerous cultural sites that may interest both Russian tourists and foreigners. During the meeting of the expedition members at the Tourism Development Agency of the Kaluga Region, the head of the agency spoke about the most promising areas of tourism development in the region, successful cultural projects implemented by private investors, and the peculiarities of building relationships between regional authorities and travel business.

Keywords:

Kaluga region, industrial tourism, festivals, cultural projects, regional brand.