

# Экскурсионное положение

**В Тверской области появилось новое министерство — по туризму. Возглавил его финансист, что обнадеживает. Пока туристическая отрасль — теневая часть экономики, где вместо стратегии бесконечные туристические фантазии**

## Конкурентные преимущества

Напомним, что глава региона Игорь Руденя рассматривает туризм как экономически перспективную отрасль для региона. Прямая экономическая выгода для территории — это занятость населения, рост налоговой базы и доходов от отрасли в региональную казну. Ну и, конечно, нематериальный актив — имидж региона, от которого напрямую зависит уровень вложения в территорию. Теперь есть министерство по туризму, есть министр — Иван Егоров. Ранее он работал заместителем у министра финансов Ирины Севериной. Появление у руля финансиста обнадеживает: есть шанс, что на смену бесконечным туристическим фантазиям придет системный подход, а за ним и реальная отдача в бюджет. Губернатор отводит министерству почетное место, называя его одним из ключевых органов власти. Более того, предписывает министерству курировать состояние дорожной сети, что также добавляет подразделению аппаратного веса. Планы, озвученные министром, тоже выглядят разумными. Тверь не превращается в Соренто, как мечтают городские чиновники, концепция развития отрасли не строится на 900-летию областной столицы, до которого еще 35 лет, — уже хорошо. Теперь важно, чтобы министерство не погрязло в долгодумии. Тем более что многие вопросы можно решить оперативно.

## С чего начинается Родина

Конечно, дороги быстро не построить. Но за год, определившись с основными туристическими направлениями, в вопросе явно можно подтянуться. Недавно вернулась из Беларуси. Объехали на автобусе полстраны, ни разу на дороге не споткнулись. Стоило пересечь границу, запрямились как зайцы. С уважением вспоминались и белорусские туалеты. Они расположены по всему пути следования очень разумно, все бесплатные и находятся под управлением структуры, которая следит за состоянием и ремонтом дорог. Подозреваю, что она государственная. Туалеты просторные, ухоженные, на окнах герань. Предусмотрено все, вплоть до плана эвакуации с объекта в случае пожара. Справить нужду, путешествуя по России, включая Тверскую область, — непростая задача. Все приличные объекты расположены в придорожных комплексах на заправках. Стоит только подъехать туристическому автобусу, появляется вывеска «Извините, закрыто на ремонт». Автобус с туристами мыкается по заправкам, спасибо тем, кто проявляет душевность. Бесплатно можно

только на вокзалах. Но с закрытым носом. Сразу вспомнилось предновогоднее мероприятие, организованное Ассоциацией по туризму Тверской области. Среди амбициозных представлений тверских чиновников о будущем туризма города прозвучало робкое пожелание о туалетах. Но планируя развитие отрасли на 35 лет вперед, тему никто не поддержал. Хотя она, бесспорно, характеризует культуру территории не меньше, чем исторические объекты. Конечно, туалеты хорошо бы построить, но пока можно договориться с бизнесом, который их уже имеет (заправки, кафе), об эксплуатации.

## Туриста — задержать

Статистика отмечает рост числа туристов в Тверскую область. Но главное, чтобы посещаемость стала регулярной и максимально длительной. Сегодня же регион исследуется туристами транзитным способом, и от этого об-

Возможно, стоит временно прибегнуть к экспертам-консультантам, тем более что они уже присматриваются к региону, охотно принимают участие в отраслевых семинарах и делятся рекомендациями. Вот, например, Вадим Прасов, советник губернатора Ярославской области по туризму, вице-президент Федерации рестораторов и отельеров России, предлагает проанализировать, что привлекает туриста в тверской регион, и постараться его задержать хотя бы на ночь. Тогда территории это становится экономически выгодно: задействованы гостиницы и общепит, которые потом платят налоги в бюджет. Задержать же туриста возможно только интересной информацией, а также способами ее подачи.

Как правило, разрабатывают туристические маршруты туроператоры. Однако беда в том, что как только они его начинают успешно продавать, на раскрученную тему начинают подсажи-

подтверждают специальным документом, который выдается на кафедре туризма в Минском университете. У нас же экскурсоводом может стать любой, у кого «язык подвешен». Хоть из Москвы, хоть из Твери.

Вывод: если хотим, чтобы о территории давалось целостное, однородное представление, надо создавать профессиональное сообщество и не пускать в него чужих. Заинтересованность та же — рабочие места, налоги в бюджет. Ну и, конечно, историческая достоверность.

## Про маршруты

О них — отдельный разговор. Маршрут — это образ региона. И с образом у нас пока почти ноль. Например, есть тверское троюградие (Тверь — Торжок — Старица). Однако на нем туристы, в основном из Москвы, проскакивают пулей. В лучшем случае, покупают пирожки в ларьках. А можно было бы поработать, выстроить неторопливо, достойно. Ведь ос-

шний вид. Нужно соответствовать общей задаче.

Вообще, разработать тематический тур не такое уж и великое дело: любили ездить цари («Тверь — царский путь»), любили охотиться генсеки в Завидовском заповеднике («Тверь — большая охота»), переломили на территории планы фашистской Германии («Тверь — дорогой победителей») и т.д. Студенты исторического факультета за месяц могли бы насочинять тематические туры — никаким агентствам платить не надо. Но вот что области действительно не хватает, так это современных туристических объектов типа планетария в Калуге или Музея Брестской крепости в Беларуси, который, кстати, построен на деньги «Газпрома» в 2012 году.

## Про события

Еще эксперты советуют привлекать туристов на события. Но каждый день невозможно превратить в «Нашествие», тем более регион с него, кроме славы, мало



ласть не выигрывает. Речь идет, конечно, не о туристах в зоне Завидово — там как раз все естественным образом развивается, но для людей, у которых достаток выше среднего. Такой крупный проект (благоустроенные гостиничные объекты с развитой инфраструктурой развлечений) прямой интерес территории, которая получает доход в виде уплаченных бизнесом налогов в бюджет. Но недавно тверской регион встал на путь развития массового туризма, у которого есть свои правила. Знания об этих правилах в Тверской области есть, однако они разрозненные и, к сожалению, во многом неактуальны. Некоторые соседние регионы — Ярославль, Калуга, Новгород — нас обскакали. Но никогда не поздно стать конкурентоспособными.

Основные поставщики туристов. В нашем случае это Москва. Работники тверского турбизнеса отмечают, что москвичи на только воруют маршруты, но и небрежно работают с информацией. Получается, креативная часть отрасли, которая также является и продавцом товара, сегодня находится в уязвимом положении. Бог с ними, с москвичами, — воруют даже свои. К примеру, экскурсии на объекты отдельно стали продавать некоторые тверские музеи. Право имеют, но логику процесса рушат. Я поинтересовалась, есть ли такая проблема в Беларуси. Оказалось, что нет: потоки туристов под контролем, а белорусские экскурсоводы, которые работают с туристами, проходят специальную подготовку, включая, кстати, политический блок. Свое трудовое право они

новная тема тура — православие — не терпит суесть. Но хорошо, что он уже есть, — постепенно за регионом закрепляется имидж места, где много религиозных памятников архитектуры.

Пытаются продавать операторы нас и как Тверскую Венецию. Тоже тема благодатная: и архитектура подходит, и даже есть итальянская сыроварня, которая уже не первый год включена в туристический маршрут. Кстати, в праздники довелось побывать. Много слышала, но в итоге — разочарование. Если Тверская Италия будет подаваться в таком (!) помещении, где такие (!) туалеты, где меню с такими (!) ценами, то туристу вряд ли захочется сюда вернуться. Все-таки объекты, включенные в тур, должны, получая доход, тратить их на свой вне-

что получает — больше проблем в части охраны и безопасности. Есть уже и здравые идеи. Например, провести гастрономический фестиваль, расширив тверские курники и рыбники кулинарными изобретениями городов-побратимов Твери. Это уже другой масштаб, и в части посещения может стать очень «вкусным» мероприятием.

И все же главная проблема тверского туристического рынка — непрозрачность. С ней предстоит долгая работа: предположительно в тени находится половина отрасли. Но решать проблему надо. Иначе какой смысл в увеличении туристического потока, если деньги от него оседают в чьих-то карманах, а прибыль проходит мимо областной казны?

**Виктория ТЮЛЬПАНОВА**