

РБК+

Внутренний туризм

Путешествия по стране могут стать драйвером экономики



Подготовлено редакцией РБК+

Партнеры проекта



Агентство по развитию туризма
Калужской области

Реклама

Фото: Getty Images Russia

Текст: Матвей Мишин

Туристическая отрасль получила шанс на динамичное развитие. Но для этого необходима соответствующая инфраструктура.

+

По данным Росстата, в 2022 году валовая добавленная стоимость туристической индустрии составила 3,6 трлн руб., 2,6% от ВВП России. До 2030 года руководством государства поставлена задача увеличить этот показатель в разы. Для сравнения: в Испании сфера туризма в прошлом году, по подсчетам туристической ассоциации Exceltur, обеспечила более 12% ВВП.

После пандемии, когда внешние поездки были практически невозможны, и сегодня на фоне визовых и логистических проблем, связанных с геополитической ситуацией, внутренний туризм получил дополнительные стимулы. «Влияние на отрасль оказывают ограничения, затрагивающие недружественные страны, — говорят в пресс-службе Минэкономразвития. — Турист переориентируется на отечественный рынок, что дает мощный импульс росту внутренних турпотоков».

За прошлый год по России было совершено 61 млн поездок, на 4 млн больше, чем в 2021-м, приводят данные в министерстве. По итогам этого года ожидается рост внутреннего туристического потока еще на 7 млн человек. В первом квартале 2023-го турпоток уже вырос на 19% к аналогичному прошлогоднему периоду.

Наиболее привлекательные направления для путешественников, по данным Минэкономразвития, — Краснодарский край, Северный Кавказ, Алтай, Байкал, Карелия, Дальний Восток, города Золотого кольца, а также традиционно популярные крупные города, такие как Москва, Санкт-Петербург, Калининград, Казань. Среди новых точек притяжения выделяют Дагестан. Буквально за три года туристический поток в республике увеличился на 140%, в том числе благодаря грамотной маркетинговой и информационной политике, отмечает доцент кафедры гостиничного и туристического менеджмента РЭУ им. Г.В. Плеханова Роман Гареев. По словам эксперта, опыт Дагестана уже планируют использовать в Чеченской Республике.

С увеличением количества путешествий внутри страны стала более четко проявляться их сегментация по целям. Согласно результатам опроса, проведенного в марте онлайн-сервисом Check in (где респонденты, хотя бы раз путешествовавшие в 2022 году, могли выбрать несколько ответов), наиболее популярными видами туризма являются санаторно-курортный и культурно-познавательный отдых — 45,2 и 44,5% ответов соответственно. Далее следуют сити-туры (40%), пляжный отдых (около 30%).

В разных регионах формируется свой пул из наиболее востребованных видов отдыха, отмечает Роман Гареев. Перспективными, по его словам, также являются агротуризм, автотуризм и караванинг, этнографический, гастрономический, экологический, медицинский и спортивный виды туризма.

О росте продаж активных туров на летний сезон заявляют все туроператоры, отмечают в Российском союзе туристической индустрии (РСТ). По данным РСТ, в прошлом году туроператоры продали на 30% больше активных и приключенческих туров, чем годом ранее. Среди наиболее востребованных направлений — Камчатка, Курилы, Мурманская область, Алтай, Карелия.

Директор дивизиона «Городская экономика» Агентства стратегических инициатив (АСИ) Ольга Захарова одним из наиболее перспективных направлений развития туротрасли называет оздоровительный (велнес) туризм. По данным Глобального института здоровья, наша страна занимает 13-е место в топ-20 стран по объемам такого вида туризма и обладает большим потенциалом для его развития. Урбанизация и городские стрессы, рост хронических заболеваний — все это создает запрос на здоровые путешествия, говорит Ольга Захарова: «Зона пересечения между медицинским и велнес-туризмом расширяется, это создает новые бизнес-ниши». В то же время велнес-туристы сегодня предпочитают совмещать оздоровительные процедуры с посещением достопримечательностей, ресторанов, шопингом или бизнес-переговорами. Кроме того, аудитория оздоровительных курортов в последнее время существенно помолодела, отмечает Ольга Захарова.

Набирает обороты промышленный туризм: предприятия в разных регионах формируют организованные экскурсионные туры на свои площадки, давая людям возможность собственными глазами увидеть производственный процесс, где возможно поучаствовать в нем, рассказывают об истории, открывают интересные факты, проводят мастер-классы, знакомят с продукцией, на пищевых производствах устраивают дегустации. Все больше регионов видят в этом в том числе инструмент развития кадрового потенциала, продолжает Ольга Захарова. С лета 2021 года АСИ при поддержке Минпромторга реализует масштабный проект по развитию промышленного туризма, в рамках которого для регионов, предприятий, вузов и отраслевых бизнес-сообществ создан акселератор «Открытая промышленность».

В Минэкономразвития отмечают, что за последние два года существенно изменилась потребительская модель туриста. Трендом сегодня становятся короткие поездки на автомобилях, посещение мест вблизи крупных городов, люди чаще стали путешествовать по своему региону. Также уменьшился период бронирования: теперь поездки планируют в основном за две-три недели.

Основной проблемой российской туротрасли опрошенные редакцией эксперты называют недостаточный уровень развития гостиничного сектора и инфраструктуры туризма и гостеприимства, ее неравномерное распределение по территориям страны. Одни регионы испытывают колоссальную нагрузку на свою туристическую и транспортную инфраструктуру, в то время как остальные не могут говорить о достаточной загрузке коллективных средств размещения и каких-то значительных доходах от туризма, говорит Ольга Захарова. Высокие цены на гостиницы уже стимулируют рост сектора посуточной аренды в частном секторе.

В Минэкономразвития понимают проблему: по предварительным оценкам, на сегодняшний день в стране необходимо создать как минимум 200 тыс. качественных гостиничных номеров. Один из приоритетов государства в сфере туризма — существенное ускорение темпов строительства нового номерного фонда, говорят в пресс-службе министерства.

РБК №06-08 (175) 2023

«Проориентационные туристические маршруты помогут привлечь кадры»

Чем промышленный туризм интересен бизнесу, РБК+ рассказала начальник управления корпоративных отношений компании «Сахалинская Энергия» Наталья Гончар.



С 2021 года в стране стал активно развиваться промышленный туризм. Каковы перспективы этого направления?

На примере Сахалинской области можно сказать, что промышленный туризм — это дополнительная возможность привлечения людей на территорию региона и использования потенциала островов. Так, в силу природных особенностей здесь достаточно хорошо развит экологический и спортивный туризм. При этом на Сахалине представлен широкий круг предприятий из разных отраслей промышленности: рыбопромышленного комплекса, транспортной сферы, нефтегазового сектора и других.

За последние два года у регионов и бизнеса приобрело популярность участие во Всероссийском акселераторе по промышленному туризму «Открытая промышленность» Агентства стратегических инициатив. Уже более 500 компаний принимают

участие в проекте. Мы, как представители нефтегазового комплекса Сахалинской области, рады присоединиться к развитию этого направления.

Какие задачи решает бизнес, участвуя в развитии промышленного туризма?

Для одних компаний это интересный маркетинговый ход: например, B2C-сектору промышленный туризм позволяет охватить более широкую аудиторию покупателей. Для других — возможность привлечь высококвалифицированных и креативных сотрудников.

Для нашей компании интерес представляет проориентационная составляющая промышленного туризма, когда в турмаршруты включаются промышленные комплексы. В формате экскурсий на предприятие мы видим потенциал для знаком-

ства нашей целевой аудитории — студентов профильных нефтегазовых специальностей — с особенностями работы в компании, ее ролью в жизни региона. Поэтому мы разработали обзорную экскурсию, в которую включили посещение близлежащих к предприятию населенных пунктов, поездку и рассказ о производственном комплексе, а также более глубокую предметную консультацию с представителями кадровой службы. Таким образом, туристы смогут получить конкретную информацию о возможности влиться в наш коллектив.

Промышленный туризм также открывает дополнительные возможности для реализации социальных программ компании. Мы заинтересованы в том, чтобы сотрудникам было не только комфортно работать в отдельно взятой компании, но и интересно жить в регионе. Нам важно, чтобы Сахалинская область была привлекательной для жизни, работы, путешествий.

Что обеспечивает синергетический эффект на весь регион?

Развитие промышленного туризма — это командная история. Инициатива реализуется на территории всей области компаниями самых разных направлений. В акселераторе, например, участвует в том числе Центр обработки вызовов «112», который рассказывает о работе одной из самых сильных служб спасения в стране. А также один из наших подрядчиков по авиаперевозкам — компания «Аврора». При этом региональные туроператоры — участники акселератора — помогают правильно организовать и направить турпоток. Нам всех объединяет правительство Сахалинской области.

Взаимодействие в рамках проекта помогает организациям лучше узнать своих коллег, а также развить новые партнерские отношения. Например, в рамках разрабатываемой «Сахалинской Энергией» концепции дальнейшего развития промышленного туризма в качестве одного из ключевых партнеров мы рассматриваем «Росмолодежь».

«Цель — привлечь новых инвесторов и заинтересовать туристов»

Полина Коченкова, заместитель министра культуры и туризма Калужской области, начальник управления туризма



Калужская область, безусловно, привлекательна для туриста — большую часть территории (240 тыс. га) занимают особо охраняемые природные территории, в том числе национальный парк «Угра» и Государственный природный заповедник «Калужские засеки». По территории региона протекает более двух тысяч рек, на Оке возродилась туристическая навигация, появился первый межрегиональный речной маршрут Калуга — Поленово. Хорошо развивается экологический и сельский туризм — глэмпинги, пешеходные и велотропы, сплавы, базы отдыха, экоотели.

Основные клиенты туротрасли региона — жители Московской агломерации. Близость к Москве — одно из конкурентных преимуществ Калужской области. Еще одно — серьезный культурно-познавательный пласт: в прошлом году только Музей истории космонавтики принял 729 тыс. туристов. А всего Калужскую область посетили больше 3 млн человек. 70% турпотока — экскурсанты и 30% — туристы, которые остаются с ночевкой.

Регион является крупным логистическим центром ЦФО: по территории области проходят пять федеральных автомагистралей, в том числе прямая трасса до Москвы — 180 км. Протяженность железных дорог — почти 900 км. Регулярные рейсы международного аэропорта Калуга позволяют комбинировать туристические маршруты, начиная их в Калуге, а заканчивая в Санкт-Петербурге, Минводах, Мурманске и даже Минске или Ереване.

Наша основная цель — заинтересовать туристов, приезжающих в Калужскую область только на экскурсию, чтобы они задержались здесь подольше — от двух дней до недели. Для этого мы активно работаем с инвесторами, готовыми развивать и улучшать туристскую инфраструктуру.

Регион предлагает инвесторам индивидуально подобранные под проект площадки с коммуникациями по границе и транспортной инфраструктурой. Прорабатывается вопрос создания особой экономической зоны туристско-рекреационного типа. Кроме того, область вошла в федеральный инфраструктурный проект «Большое Золотое кольцо России». Мастер-план предполагает создание в Калужской области двух всесезонных курортов — в Тарусе и Никола-Ленивце.

Ведется работа по мастер-планированию территорий и развитию культурно-познавательных и природных зон, что позволит выделять земельные лоты для будущих инвесторов. В целом такое планирование позволяет сохранять природную и коммерческую целостность туристической территории: не мешать существующему бизнесу, а развивать те проекты, которых на этих территориях не хватает.

В регионе реализуются все существующие меры господдержки туристической отрасли. Дополняют их региональные программы, наиболее интересная из которых — поддержка агротуризма. Инвестор, реализующий проект в сельской местности, — а это практически вся область, кроме городов Калуга и Обнинск, — может получить «аграрный кешбэк» — возмещение 20% понесенных затрат на развитие материально-технической базы.

Для индивидуального сопровождения инвестиционных туристических проектов создано Агентство по развитию туризма, которое бесплатно оказывает консалтинговые услуги, подбирает площадки и курирует проекты вплоть до открытия объекта. Сейчас в портфеле агентства десятки проектов по созданию глэмпингов и пляжей, строительству гостиниц, баз отдыха и кемпингов. На ПМЭФе, в частности, будет подписано соглашение с корпорацией «Туризм. РФ» для совместной реализации восьми проектов, самый крупный из которых — сафари-парк братьев Запашных в Боровском районе. Объем инвестиций в этот рекреационный комплекс составит от 12 млрд руб.

Калужская область старается создавать такие условия, при которых людям хотелось бы приезжать в регион не только для отдыха, но и оставаться здесь жить и работать. В планах — дальнейшее развитие инфраструктуры и сервиса: отелей, ресторанов, кемпингов, сети маршрутов и троп, проектов в области логистики. Во все эти сферы регион приглашает инвесторов.

И рублем, и советом, и сервисом



Текст: Петр Алексеев

Развитию туристической отрасли способствует комплексная господдержка, показывает опыт Москвы.

+ Туризм — одна из самых передовых отраслей российской экономики. Здесь тесно переплетаются цифровые технологии и сервисы, финансовые и управленческие решения, человеческий капитал и искусственный интеллект. Все прогрессивные решения реализуются здесь в полной мере. Неудивительно, что туристическая отрасль оказалась в фокусе внимания не только бизнеса, но и государства.

«Туризм влияет на развитие более 50 смежных отраслей и создает перспективы развития для малого и среднего бизнеса, является точкой роста для многих регионов», — отмечают в Минэкономразвития РФ.

Многие меры господдержки отрасли были опробованы еще во время пандемии и уже успели доказать свою эффективность: льготные кредиты, субсидии на компенсацию потерь, налоговые по-

слабления. Сейчас на фоне роста внутреннего туристического рынка фокус сместился с антикризисных к стимулирующим мерам поддержки, чтобы помочь отрасли раскрыть ее потенциал, говорит генеральный директор корпорации «Туризм.РФ» Сергей Суханов: «За два года работы мы рассмотрели более 700 входящих заявок на реализацию туристических проектов от инвесторов и субъектов РФ. Из них 75 проектов находятся в нашем текущем портфеле на разных стадиях реализации».

В Минэкономразвития отмечают, что правительство поддерживает инвестиционную активность в экономике туризма, вводятся преференциальные налоговые режимы: «Уже отменен НДС для гостиниц. Следующим шагом по поручению президента РФ должно стать освобождение от налога на добавленную стоимость туроператоров, которое коснется 4 тыс. компаний».

«Уже направили 64 регионам более 13 млрд руб. в рамках нацпроекта по туризму — на обустройство туристических маршрутов, создание модульных гостиниц, закупку туристического оборудования, поддержку событийных мероприятий. Это в два раза больше — как по сумме, так и по числу субъектов, получивших поддержку. Главная системная задача — увеличение номерного фонда», — отметил министр экономического развития Максим Решетников.

Однако эксперты отмечают, что для гармоничного развития туристической отрасли наряду с инфраструктурными и финансовыми мерами поддержки нужны также образовательные и кадровые программы. Внутренний туризм стремительно растет, в сфере появляются новые направления. Подготовка профессиональных кадров, адаптация предложений под новые рынки, а также повышение качества сервиса остаются важнейшими вызовами для отрасли.

НЕ РУБЛЕМ ЕДИНЫМ

Показателен опыт поддержки туристической отрасли одного из главных туристических центров страны — Москвы, где считают, что меры должны быть комплексными. Особую роль здесь играют современные цифровые сервисы. Так, например, созданный Мостуризмом сервис для планирования путешествий RUSSPASS позволяет отелям подключаться к системе на льготных условиях (комиссия составляет всего 5%).

«Для нас важно не концентрироваться только на одной сфере туризма или только одной проблеме бизнеса, а способствовать всестороннему развитию всей индустрии. Мы оказываем финансовые и нефинансовые меры поддержки туристической отрасли, создаем площадки для коммуникации, помогаем столичному бизнесу выходить на зарубежные рынки, развиваем кадровый потенциал», — отметил председатель комитета по туризму Евгений Козлов.

Образование и наставничество и, наконец, самое важное — качественный нетворкинг в столице чаще предоставляется комплексно, подтверждает основатель компании — разработчика мобильного приложения для трансляции речи, в том числе гидов и экскурсоводов, на смартфоны «Турфон» Тимофей Окров. Например, акселератор Moscow Travel Factory, организованный Мостуризмом в рамках проекта «Московский туристический хаб», по его словам, включал качественную образовательную программу и консультации с наставником. «У нас была возможность пообщаться с представителями разных туристических площадок и договориться о пилотировании нашего решения. Кроме того, как один из трех победителей акселератора, мы получили пиар-поддержку на сумму 500 тыс. руб.», — рассказал Тимофей Окров.

Основатель образовательного туристического проекта Chexov Travel Анна Кутенкова отмечает, что ощутимую пользу приносит участие сотрудников Мосту-

В рамках «Московского туристического хаба» в столице проводится акселератор ИТ-решений для отрасли



РБК №06–08 (175) 2023

ризма в организации регулярных офлайн-встреч для обмена опытом, создании эффективной базы и инструментов для коллабораций между участниками рынка, что в итоге приводит к появлению новых продуктов высокого спроса.

«Помимо грантов и стимулирующих программ мы видим большой запрос у отраслевого сообщества на образовательные проекты, позволяющие развивать кадровый потенциал», — отмечает председатель столичного комитета по туризму.

По его словам, сегодня туристической отрасли столицы доступны кадровые программы, которые работают сразу в двух направлениях: привлечение лучших кадров, причем как из профильных вузов, так и из смежных сфер, и повышение квалификации действующих представителей отрасли.

В частности, бесплатные курсы «Школа гостеприимства» рассчитаны на сотрудников столичных гостиниц, туроператоров, турагентств, MICE-сектора, а также индивидуальных гидов-экскурсоводов. Курсы помогут специалистам сформировать необходимые для работы «мягкие навыки», научат актуальным маркетинговым инструментам.

МУЛЬТИПЛИКАТИВНЫЙ ЭФФЕКТ

Столица делает, в частности, ставку как на финансовую, так и нефинансовую поддержку событийного и делового туризма. Деловые туристы остаются в городе, как правило, в 1,5–2 раза больше денег, чем обычные путешественники, отмечает Евгений Козлов. Около 40% деловых туристов, по его словам, впоследствии возвращаются в город, где они принимали участие в деловом мероприятии, уже в качестве отдыхающих.

В прошлом году в столице запустили программу поддержки делового туризма, в рамках которой организаторы (юрлица и индивидуальные предприниматели) конференций, конгрессов, форумов могут получить грант из бюджета города для частичной компенсации затрат на аренду помещения для проведения мероприятия, а также технического оборудования. На эти цели было выделено 350 млн руб., воспользовались грантом организаторы более 60 мероприятий.

Благодаря грантовой поддержке организаторы смогли масштабировать свои события, увеличив численность участников или продлив деловую программу на большее количество дней. Поддержка событийного туризма позволяет предпринимателям — участникам таких мероприятий наладить утраченные и завести новые деловые контакты, говорит основатель сообщества организаторов деловых мероприятий MICE Excellence Татьяна Конакова.

«Мы считаем, что ключи к успеху — партнерство, открытый диалог, адаптация программ поддержки под нужды бизнеса. Поэтому мы обновили условия получения грантовой поддержки, отвечая на запрос наших грантополучателей. В этом году сумма на конкретное событие будет зависеть от количества его участников и выполнения дополнительных критериев. Например, она увеличится, если мероприятие проведут в одной из столичных гостиниц или в программу включают экскурсию по Москве», — объяснил Евгений Козлов.

Туристическая отрасль сегодня, несмотря на множество новых вызовов, развивается быстрее многих других сфер экономики и потому особенно интересна потенциальным инвесторам. А существующие меры поддержки на федеральном и региональном уровне позволяют снизить возможные риски и строить долгосрочные планы развития.

Фото: пресс-служба

Фото: пресс-служба

Растет популярность гастрофуров

Знакомство с особенностями местной кухни и кулинарными традициями дополняет многие туристические программы.



Текст: Ирина Резник

+ На гастрономический туризм приходится около 10% от всех приобретаемых экскурсионных туров, спрос на дегустационные поездки растет на 17% в год, по данным Национального туроператора «Алеан».

Многие регионы делают ставку на гастротуризм. В частности, к проекту «Гастрономическая карта России», запущенному правительством в 2017 году, сегодня присоединилось около трети регионов. На территории 28 субъектов за это время проведено 36 фестивалей региональной кухни. К 2025 году должны появиться примерно 100 региональных продуктов в сфере гастротуризма. В 2018 году Росстандарт запустил систему добровольной сертификации в сфере гастрономического туризма, в том числе на основе постоянно действующего меню региональной кухни, использования регионального сырья и отечественных кулинарных техник.

Питание становится таким же влиятельным фактором выбора тура, как качество услуг проживания, экскурсионного обслуживания или транспорта, отмечает заместитель директора Института развития креативных индустрий НИУ ВШЭ Ольга Вапнярская. Туриндустрия, по ее словам, взяла на вооружение тренд на здоровый образ жизни, а также соблюдение тех или иных пищевых традиций и привычек: «В меню предлагаются вегетарианские и безлактозные продукты, блюда и напитки маркируются, чтобы потребитель мог контролировать свою диету».

ГASTРОВПЕЧАТЛЕНИЯ

При этом в чистом виде гастротуризм в нашей стране пока встречается редко, говорит вице-президент Федерации рестораторов и отельеров (ФРИО) Владимир Баканов: «Это элитный, дорогой вид туризма, рассчитанный на узкую группу потребителей, которые выбирают его исключительно ради удовольствия от изысканной еды». Настоящими гасстроманами можно назвать максимум 2% населения страны, а любителей путешествий с одной этой целью — менее 1%, ссылается на результаты опросов, проведенных профсообществом, Владимир Баканов. Так, например, рестораны, отмеченные

звездами Michelin, интересуют менее 1% населения, по данным ФРИО. «Большинство населения никогда там не были и даже не планируют, несмотря на то что это узнаваемая маркетинговая кампания», — говорит Владимир Баканов. Знаменитый ресторанный путеводитель — «Красный гид» Michelin — впервые был издан для России только в 2021-м, а в прошлом году компания приостановила свои проекты в нашей стране.

Развитию целенаправленного гастротуризма, по мнению Владимира Баканова, будет способствовать рост соответствующих региональных продуктов и ресторанов, способных предложить изысканное и богатое вкусовыми оттенками меню. Пока этот сектор только в начале пути. При этом культурно-познавательный туризм с элементами гастрономического развивается достаточно активно.

В последние годы на многих российских туристических маршрутах появились гастрономические приключения — посещение дорогих ресторанов высокой кухни с претензией на авторский подход, говорит вице-президент АТОР, гендиректор туроператора «Дельфин» Сергей Ромашкин. Это, по его словам, увеличивает стоимость тура на 10%. Элементы гастротуризма включаются в том числе в событийные, сельские, этнографические туры. Доля затрат на гастрономические впечатления может достигать 40% бюджета тура, отмечает Ольга Вапнярская.

Гастрофуров дороже обычных экскурсионных по причине множества дополнительных опций и компонентов, добавляет коммерческий директор Национального туроператора «Алеан» Оксана Булах. При этом стоимость зависит в том числе от региона.

КУХНЯ КАК ДОСТОПРИМЕЧАТЕЛЬНОСТЬ

В целом развитию гастротуризма будет способствовать общий рост спроса на внутренний туризм, считает Ольга Вапнярская: «Россияне больше путешествуют по стране, ищут новые впечатления, хотят попробовать местные деликатесы и рецепты». В ответ на спрос увеличивается число гастрономических событийных мероприятий и туробъектов, повышается их разнообразие».

Наиболее интересно гастротуризм представлен в Санкт-Петербурге, Казани, республиках Северного Кавказа, Краснодарском крае, Мурманской области, Астрахани, Владивостоке, на Камчатке и Сахалине, рассказала Оксана Булах: «Культурные особенности и развитая местная кухня сочетаются с готовностью местных властей развивать эту составляющую туризма».

Тренд на здоровый образ жизни и экопродукты сформировал интерес к турам на фермерские хозяйства, сыроварни, молочно-мясные хозяйства, птицефермы, говорят в «Алеане».

Кроме того, знатоки и любители вин, которые специально ездят на дегустации в «винные» уголки мира, по словам Оксаны Булах, сегодня стимулируют энотуризм (винный туризм) в Краснодарском крае, Абхазии и Крыму.

Массовые гастрономические фестивали развивают культуру потребления местных продуктов не только среди туристов, но и у жителей региона, отмечает автор — методист и руководитель проекта «Гастрономическая карта России» Екатерина Шаповалова. Так, по ее словам, ежегодный фестиваль арктической кухни в Мурманской области сформировал в регионе спрос на оленину. Число гостей фестиваля с 2018 года выросло в десять раз — до 10 тыс. человек.



По мнению Шаповаловой, наличие в регионе местной кухни — показатель развития туротрасли в целом: «Если в регионе нельзя попробовать местную кухню, начиная с аэропорта и заканчивая придорожным кафе, туризм в данном регионе не развит». По ее мнению, территориальные власти и местный бизнес должны вдохновить опыт арктической кухни, которая наряду с северным сиянием стала полноценной туристической достопримечательностью.

ФАКТОР КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ

Гастротуризм — фактор конкурентоспособности региона, уверена Ольга Вапнярская. В первую очередь ставку на это направление делают территории с выраженными кулинарными традициями и брендами, такими как, например, коломенская пастила в Московской области или тульский пряник в Тульской области, агротуризм во Владимирской области и сыроварни в Тверской области.

Расширение гастрономических предложений — это возможность разнообразить турпрограммы, расширить сезонность, получить повторные визиты, добавляет Оксана Булах: «Тематические мероприятия — день огурца, арбуза, тыквы, меда, праздники пива, молодого вина и сыра с участием медийных персон — магнит для туристов». Потенциал гастротуризма в стране огромный, уверена Оксана Булах.

С переориентацией туристов — любителей гастрономических впечатлений на внутренний рынок следует ожидать в этом сегменте появления продуктов бюджетного и высшего ценового сегмента, считает Ольга Вапнярская. При этом, по ее словам, необходимо повышать уровень сервиса и качества предлагаемых турпродуктов и услуг.

Предпринимателям, развивающим региональную кухню, нужна господдержка, утверждает Екатерина Шаповалова. Сегодня в стране, по ее словам, нет, например, ни одной школы русской кухни — ни государственной, ни частной. А более чем из 180 тыс. предприятий питания меньше 1% специализируются на региональной кухне. Необходимо развивать сферу производства местных продуктов и готовых решений, позволяющих открывать в стране рестораны российской региональной кухни, будь то сибирское, арктическое, дальневосточное или иное направление, считает эксперт.