

Будущее за частными музеями и промышленным туризмом?

Туристы стали самостоятельными

Туротрасль, как и многие сферы, переживает глобальные изменения. С развитием цифровых сервисов наблюдаются две тенденции: турист молодеет и переключается от организованных поездок на самостоятельные путешествия. Особенно это касается Европы и городов Золотого кольца. А значит, перед туротраслью встали новые вызовы.

— В Ярославскую область в 2018 году приехали 4,2 миллиона туристов. За 9 месяцев 2019 года — уже 3,6 миллиона, это больше, чем за аналогичный период прошлого года, — сообщила директор регионального департамента туризма Юлия Рыбакова. — 60 процентов тех, кто приезжает в наш регион, — это самостоятельные туристы.

Большинство гостей — соотечественники. Лишь порядка 20 процентов — иностранцы. И они, конечно, в подавляющем большинстве едут организованными группами. В основном это граждане европейских стран. Нашествие китайских туристов, с которыми сталкиваются Москва и Санкт-Петербург, нас пока не коснулось.

— Сейчас в Россию едут китайцы возрастной категории 60+. Такие люди предпочитают посещать именно столицы, и им требуется обеспечить привычные для них условия — это рестораны китайской кухни, гостиницы в тех местах, где имеются китайские дипсспоры, — рассказал советник председателя правительства Ярославской области по туризму и гостиничному бизнесу Вадим Прасов. — Нам же интересней была бы категория китайских туристов в возрасте 30 — 50 лет. Но в привлечении этой категории мы еще в самом начале пути.

Что касается европейских туристов, то в ближайшие годы ожидается изменение и этого сегмента. Россия вводит электронные визы. Пока еще об этом нововведении европейцы, к сожалению, знают мало. С изменением визовой процедуры неизбежно изменится и структура иностранного турпо-

IX Международный туристический форум «Visit Russia» проходил в Ярославле 24 – 25 октября. В этом году он был посвящен двум темам – развитию частных музеев и промышленному туризму



Мэр Ярославля Владимир Волков. Иностранные эксперты.

тока. И сейчас туротрасль занята тем, чтобы сформировать такое предложение, от которого стремительно меняющийся турпоток не смог бы отказаться.

Конечно, изменения затронут огромное количество направлений, связанных с отраслью туризма. На форуме вычленили два из них — частные музеи и промышленный туризм.

Родина первого частного

В Ярославской области сейчас насчитывается около 90 частных музеев. Но областной центр навсегда останется в истории музейного дела как родина первого частного музея современной России. Им стал основанный в 1993 году музей «Музыка и время».

— Частные лица, заработавшие большие деньги, тратят их не на себя, не на яхты и особняки, а на создание музеев. И при этом не требуют денег от государства. Разве это плохо? — рассуждает Юлия Рыбакова.

В качестве таких примеров она приводит Вятское или замок Понизовкина. Но у нас множество менее масштабных музеев. И вот им сложнее выдерживать конкуренцию и сохранять индивидуальность. В конце концов, сейчас практически в каждом городе есть свой музей пряника, самовара или уюта. Так почему именно к ним должны приходить туристы?



Как считают профессионалы туристической индустрии, теперь каждому маленькому музейчику по отдельности выжить невозможно, да и, наверное, не нужно. Их будущее — за кооперацией. Строгая логистика от одного до другого, интерактивные программы, вовлечение гостей в активное действие помогут таким музеям выжить.

Нечто схожее, но уже на более глобальном уровне, переживают сейчас и государственные музеи.

— Проблема региональных государственных музеев как раз и заключается в том, что формировались они приблизительно в одно время — в первые годы Советской власти и по одному и тому же принципу. В результате сейчас мы имеем примерно одинаковые музеи по всей стране. Приходится искать свое лицо каждому, преодолевая ту проблему, которую заложили еще сто лет назад, — считает директор Ярославского художественного музея Алла Хатюхина.



Елена Лысенкова, советник руководителя федерального агентства по туризму.

Как заметил Вадим Прасов, единственный музей в России, способный привлечь туристов приехать в Россию именно из-за него, — это Эрмитаж. Ради всех остальных музеев турист не поедет.

— Поэтому сейчас необходима перекомпоновка подходов к музейным маршрутам, — подытожила Юлия Рыбакова.

Кооперация, а не конкуренция

В этом плане оказался очень полезным опыт Европы, которым на форуме поделились гости в рамках пленарной подгрупповой дискуссии. Гости из Великобритании, Финляндии, Нидерландов рассказали, как у них осуществляется деление на государственные и частные, профессиональные и непрофессиональные музеи, какие существуют меры поддержки и какие есть возможности для заработка самими музеями. Как рассказал главный хранитель Музейного центра Ваприикки Тиму Ахола, в Финляндии, например, существует национальная сеть управления коллекциями, которая определяет, каким будет фонд каждого музея. В результате каждый становится уникальным.

— То есть если коллекция одного музея состоит из бутылок пепси-колы, а второго — кока-колы, то они не имеют права пересекаться? — уточнил мо-

дератор, ведущий аналитик Московского агентства организации отдыха и туризма Михаил Гнедовский. И тут же нашел слабое звено такого под-

хода: из поля зрения музеев могут выпасть какие-то отдельные направления — просто потому, что ни один из них не занимается. Но, с другой стороны, это означает и перспективы: всегда может найтись энтузиаст, который восполнит пробел.

Основатель и директор Ассоциации музеев Амстердама Бьорн Стенверс рассказал о популяризации музеев в Нидерландах, благодаря чему как большие, так и маленькие частные музеи не испытывают дефицита в посетителях. В России в этом плане огромное поле для экспериментов. Например, Бьорн Стенверс предложил использовать транспортные или дисконтные карты сетевых супермаркетов как носители для рекламы музеев, просто печатая на них

Депутат Госдумы Сергей Кривоносов.

изображения картин с пояснением, где их можно увидеть.

— Ярославль — крупный промышленный центр. У нас множество уникальных производств, сильная научная база, — сказал мэр Владимир Волков, обращаясь к участникам форума. — Сейчас идет работа над программой развития города на ближайшие пять лет, и туризм занимает в ней одну из ключевых позиций. Юлия Рыбакова уверена, что на ярославские предприятия туристы пойдут с удовольствием. Во-первых, в плане исторического наследия интересна будет фабрика «Красный Перекоп», бывшая Ярославская Большая мануфактура, чей 300-летний юбилей будет в 2022 году. Во-вторых, моторный завод. Мальчишкам и мужчинам будет интересно посмотреть, как собирают двигатели. В-третьих, интересны будут и небольшие производства — сувенирной продукции или пищевой, ее-то как раз и можно будет приобрести на выходе.

На завод на экскурсию

— И потом, каждая такая экскурсия — это формирование лояльности к бренду, — считает Юлия Рыбакова. По мнению специалистов, направление промышленного туризма особенно интересно молодежи. А значит, нужно формировать как можно больше предложений под эту возрастную категорию.