

# Деловой туризм: Потенциал и перспективы



**М**ногие российские города, заинтересованные в развитии гостиничной индустрии и сферы услуг и стремящиеся повысить свою туристическую привлекательность, активно рекламируют историческое и архитектурное наследие: живописные церковные ансамбли, монастыри и храмы. Хотя Тула и не входит в число городов Золотого кольца, но ее потенциал (так же, как и всей области) в этом отношении достаточно высок — в регионе расположены музеи федерального значения, уникальные архитектурные сооружения (Тульский кремль, Успенский собор, церковь Сергия Радонежского и т. д.). А по количеству брендов Тула существенно превосходит многие другие российские города: тульский пряник, тульский самовар, Куликово поле, усадьбы «Ясная Поляна» и «Поленово». Их правильное позиционирование при достаточной финансовой поддержке со стороны местных и федеральных властей, бесспорно, могло бы существенно увеличить число туристов, посещающих Тульскую область.

Стабильный поток бизнес-путешественников, приезжающих в регион с деловыми целями (командировки, участие в семинарах, производственных совещаниях и конференциях), обеспечивает ряд крупных промыш-



Туристический и инвестиционный потенциал Тульской области определяется в первую очередь ее выгодным географическим положением. Тула находится менее чем в 200 километрах от Москвы. Близость к столице, а также развитая транспортная сеть в области и наличие привлекательных для путешественников объектов — все это может стать залогом активного развития в Тульской области туризма, в том числе, и делового. О потенциале развития этого направления туризма в регионе — Вадим Зеленский, Председатель Ассоциации Бизнес Туризма России.

ленных предприятий, в том числе, знаменитый Тульский оружейный завод «Тулажелдормаш» и др.

По моему мнению, количество туристов, приезжающих в Тульскую область, могло бы существенно возрасти и за счет корпоративных мероприятий, в частности MICE-событий. Многие московские организации проводят их в Подмоскovie или в соседних областях. Как правило, это крупные выездные мероприятия, в которые входит проживание, питание, организация совместного досуга сотрудников компании.

Неотъемлемой частью корпоративной культуры западных, а также многих российских компаний сегодня являются инсентив-туры — поощрительные (мотивационные) поездки для сотрудников компании, клиентов, дилеров, торговых агентов, топ-менеджеров и т. п. Они направлены на установление более тесного контакта между персоналом, обмен опытом и новыми идеями, подведение итогов. Такие программы сочетают работу и отдых. Многие организации предпочитают проводить инсентив-туры за границей, но это не всегда возможно в связи с визовыми вопросами и экономической политикой компании. Осуществление же подобных мероприятий в Подмоскovie или соседних областях (в том числе, и Тульской) позволяет сделать такие поездки более продолжительными при аналогичных затратах.

В последнее время все более популярными становятся тематические мероприятия для сотрудников,



помогающие сплотить коллектив в игровой форме: например, приключенческие туры, позволяющие окунуться в атмосферу Средневековья или иной эпохи. Как правило, такие выезды продолжаются один-два дня, на протяжении которых участники перевоплощаются в представителей выбранного исторического периода, пользуются орудиями того времени, соблюдают его обычаи. Насколько мне известно, подобные корпоративные мероприятия проводятся, в том числе, и с выездом в Тульскую область с ее богатым историко-культурным наследием.

Я уверен, что все названные мероприятия могли бы получить в регионе более широкое распространение при наличии достаточного количества современных гостиниц, способных принять организованные группы туристов. К сожалению, число отелей (как городских, так и загородных) уровня 3-4\* в Тульской области крайне невелико, и оно явно не отвечает планам властей по повышению туристической привлекательности

территории. Да, есть городские отели, но многие из них располагают совсем небольшим номерным фондом (до 20 номеров), а ряд других, построенных еще в советское время, уже устарел. У современных туристов достаточно высокие требования к комфорту: конечно, антикварную мебель в номерах и меню подушек они вряд ли потребуют, но, например, наличие кондиционера — обязательно. Это уже считается нормой, а не роскошью. Очевидно, что многие отели, по-



строенные более 15-20 лет назад, сегодняшним требованиям не соответствуют.

Вторая сложность на пути развития бизнес-туризма в Тульской области, характерная, впрочем, и для других российских регионов, — это сложившийся стереотип мнения о низком уровне обслуживания. И хотя в Тульской области, к сожалению, не так много гостиниц и баз отдыха, которые могли бы принять большую группу и при этом предоставить достаточно высокое качество услуг, такие средства размещения существуют. Например, среди загородных отелей я бы отметил «Император» 4\* — здесь есть и прилегающая территория для проведения мероприятий на природе, и бизнес-центр, и конференц-зал. И этот пример не единичный. Поэтому, я считаю, необходимо не только активно продвигать туристский и рекреационный потенциал области, но и работать над повышением уровня доверия к тульским отелям и загородным гостиничным комплексам. Уверен, что участие предприятий области в Программе АБТ «Аттестация Бизнес и Конференц-отелей» позволит дополнительно повысить привлекательность этих средств размещения для корпоративной клиентуры и расширит сотрудничество с компаниями, предоставляющими услуги делового и MICE-туризма.

Радует, что областные власти планомерно работают над увеличением количества гостей, приезжающих в регион. Привлечь их могут возрождаемые достопримечательности. Например, уже 2012 году планируется завершение реконструкции Тульского



кремля, который может быть включен в список всемирного наследия ЮНЕСКО. Однако действия, направленные на рост турпотока, требуют и параллельного развития сферы услуг. Туристический потенциал это не только наличие исторических памятников, но и развитая инфраструктура, включающая средства размещения, транспорт, коммуникации, средства связи, предприятия общественного

питания. И сейчас у местных властей есть стремление развивать ее, привлекать инвесторов к строительству новых отелей и реконструкции старых. Если эти планы будут реализованы, Тульская область может стать привлекательным туристическим направлением, популярным не только у любителей путешествий по России, но и у более высокобюджетной группы — корпоративных туристов. □

