



ПРАВИТЕЛЬСТВО КАЛУЖСКОЙ ОБЛАСТИ

ПОСТАНОВЛЕНИЕ

7 ноября 2022 г.

№ 842

Об утверждении Стратегии развития туризма в Калужской области на период до 2030 года

В соответствии с Законом Калужской области «О нормативных правовых актах органов государственной власти Калужской области» в целях создания благоприятных условий для развития туризма в Калужской области Правительство Калужской области **ПОСТАНОВЛЯЕТ:**

1. Утвердить прилагаемую Стратегию развития туризма в Калужской области на период до 2030 года.
2. Настоящее постановление вступает в силу со дня его официального опубликования.

Губернатор Калужской области



В.В. Шапша

Стратегия развития туризма в Калужской области на период до 2030 года

1. Общие положения

Стратегия развития туризма в Калужской области на период до 2030 года (далее — Стратегия) направлена на комплексное устойчивое развитие сферы туризма Калужской области и определяет ключевые приоритеты, которые предполагают реализацию набора стратегических инициатив, направленных на развитие туризма в регионе к 2030 году.

Стратегия направлена на усиление конкурентоспособности региональной экономики и эффектов социально-экономической политики в сильно меняющихся внешних условиях.

Информационной базой для разработки Стратегии является комплексный анализ развития сферы туризма и гостеприимства Калужской области за последние 10 лет, включая оценку туристско-рекреационных ресурсов территории, проведенное маркетинговое исследование с использованием больших данных, а также результаты стратегических сессий с широким кругом общественности.

Стратегия разработана с учетом национальных стратегических целей, задач и планов, зафиксированных в рамках:

- Указа Президента Российской Федерации от 21.07.2020 № 474 «О национальных целях развития Российской Федерации на период до 2030 года»;
- Указа Президента Российской Федерации от 07.05.2018 № 204 «О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации на период до 2024 года» (в ред. Указов Президента Российской Федерации от 19.07.2018 № 444, от 21.07.2020 № 474) и соответствующих ему национальных проектов;
- распоряжения Правительства Российской Федерации от 20.09.2019 № 2129-р (в ред. постановления Правительства Российской Федерации от 23.11.2020 № 1903, распоряжения Правительства Российской Федерации от 07.02.2022 № 187-р);
- ключевых положений отраслевых стратегических документов, принятых на федеральном уровне.

Понятия, используемые в Стратегии, имеют значения, определенные Федеральным законом «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» и распоряжением Правительства Российской Федерации от 20.09.2019 № 2129-р (в ред. постановления Правительства Российской Федерации от 23.11.2020 № 1903, распоряжения Правительства Российской Федерации от 07.02.2022 № 187-р).

2. Текущее состояние развития туризма в Калужской области

Туристская индустрия — одно из перспективных направлений социально-экономического развития Калужской области.

На территории Калужской области по состоянию на конец 2021 года функционирует более 200 коллективных средств размещения — от пятизвездочных отелей, гостиниц и хостелов до баз отдыха и гостевых домов. На рынке региона представлены отели известных международных сетей Four Points by Sheraton, Best Western, Hilton, Ambassador.

В Калужской области более 70 % коллективных средств размещения уже классифицированы. Номерной фонд данных объектов равномерно распределен по «звездности». Наибольшая часть номеров приходится на объекты класса 3 и 4 звезды.

Кроме этого, на территории региона располагаются 242 туристические стоянки национального парка «Угра».

С точки зрения обеспеченности туристско-рекреационными ресурсами в Калужской области расположены или действуют 315 предприятий общественного питания, 506 транспортных компаний, занимающихся пассажирскими перевозками, 18 туроператоров и 121 туристическая фирма, а также более 1800 объектов, вовлеченных в туристско-рекреационный оборот для обслуживания туристского потока.

Самыми популярными в социальных сетях Интернета являются: мужской монастырь Оптиная пустынь, арт-парк «Никола-Ленивец», музей истории космонавтики имени К.Э. Циолковского, национальный парк «Угра», этнографический парк-музей «Этномир», Центральный городской парк культуры и отдыха города Калуги, парк птиц «Воробьи», сказочный дом «Вихляндия», Калужский объединенный музей-заповедник, Свято-Пафнутьевский Боровский монастырь, Каменный мост, Калужский Свято-Троицкий кафедральный собор, Свято-Никольский Черноостровский женский монастырь, дом-музей, квартира-музей К.Э. Циолковского, горнолыжный комплекс «Квань», Калужский областной драматический театр.

Транспортная инфраструктура Калужской области представлена развитой сетью автомобильных дорог с качественным асфальтным покрытием, платным участком трассы М-3, международным аэропортом «Калуга», железнодорожными вокзалами «Балабаново», «Малоярославец», «Обнинское», «Калуга-1», «Калуга-2», «Сухиничи Главные», «Козельск» и другими, автовокзалами в городах Калуга, Обнинск, Козельск, модернизирующимися аэродромами для малой авиации в Бабынинском и Медыньском районах.

На принципах государственно-частного партнерства в регионе реализованы и реализуются инвестиционные проекты по приспособлению объектов культурного наследия под объекты туристической инфраструктуры, такие как:

- сохранение и восстановление объектов культурного наследия федерального значения: каретного сарая и ткацкого корпуса усадьбы Полотняный завод (Гончаровых), XVIII в. в пос. Полотняный Завод Дзержинского района Калужской области. Созданы парк-отель «Гончаровъ» и кафе «Гончаровъ»;

- реконструкция производственного здания, входящего в состав объекта культурного наследия федерального значения «Усадьба Полотняный завод (Гончаровых), XVIII в.». Создан музей бумаги «Бузеон»;

- сохранение объекта культурного наследия «Дом П.Г. Щепочкина, В.Д. Мещеринова, руб. XVIII-XIX вв., 1840-е гг.», расположенного на территории Дзержинского района Калужской области. Проект находится в стадии реализации. Запланировано создание гостиницы, кафе и сыроварни;

- сохранение и восстановление объекта культурного наследия (памятник истории и культуры) регионального значения «Городская усадьба, кон. XIX в.» (Усадьба Шокина), расположенного на территории Боровского района Калужской области. Проект находится в стадии реализации. Запланировано создание новой туристической локации.

19 локальных брендов Калужской области входят в перечень культурных брендов России. Это города Боровск, Обнинск — первый наукоград, Гаруса, сооружения Боровский Свято-Пафнутьев монастырь, Гостиный Двор Калуги, Оптиная пустынь, природный объект река Угра, события «Архстояние» и другие в арт-парке «Никола-Ленивец», памятные даты Великое стояние на реке Угре и Малоярославецкое сражение,

персоны Александр Чижевский, Георгий Жуков, Марина Цветаева, Константин Паустовский, Константин Циолковский, образы Безымянная высота, колыбель космонавтики и оптинские старцы, арт-кластер «Этномир». Не менее известными являются имя С.Т. Рихтера и бренд музыкально-художественного фестиваля С.Т. Рихтера в Тарусе.

В конкурсе Минсельхоза России «Вкусы России» в 2021 году были представлены 4 гастрономических бренда Калужской области: минеральная вода «Козельская», стейк «Мосальский», пастила «Калужская» и калужская малина. В 2021 году на гастрономическом фестивале в городе Калуге профессиональные повара представили 20 оригинальных блюд и 5 напитков, изготовленных на калужских продуктах, таких как калужское тесто, угорский чай, калужский зефир, черные пряники и смоква. Представленные блюда планируются к внедрению на туристских предприятиях общественного питания Калужской области. Кроме того, в 2021 году в Калуге появился фирменный десерт – торт «Калуга». Товарный знак «Торт Калуга» был зарегистрирован в Государственном реестре товарных знаков и знаков обслуживания Российской Федерации.

К традиционным промыслам Калужской области относятся хлудневская игрушка, тарусская вышивка и тарусская керамика. Тарусская вышивка стала номинантом премии Russian Traveler Awards 2022 проекта «Сокровища России».

Применительно к Калужской области Роспатент зарегистрировал исключительное право на географическое указание в отношении козельской минеральной воды, хлудневской игрушки и тарусской вышивки.

Согласно оценкам Росстата, доля туризма составляет 2,6 % в валовом региональном продукте Калужской области, что эквивалентно 15 410 млн. рублей. В последнее десятилетие туристский поток в Калужской области увеличивался со среднегодовым темпом прироста 6-7 %. Туристские индексы, показывающие степень развитости Калужской области как туристской территории, определяют ее лидирующие позиции в Центральном федеральном округе.

Ключевые показатели развития туризма в Калужской области представлены в таблицах 1 и 2.

Таблица 1. Ключевые показатели развития туризма в Калужской области в 2016 - 2021 гг.

Показатель	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Общее число туристов и экскурсантов, чел.	2 284 500	2 451 899	2 501 400	2 502 811	1 766 600	2 713 578
Численность размещенных лиц в КСР*, чел.	452 147	525 171	638 756	602 239	414 674	550 363
Число ночевок, ед.	1 596 025	1 687 351	1 914 162	2 167 984	1 170 848	1 595 199
Номерной фонда КСР, ед.	7 376	7 238	7 583	7 905	7 856	7 574
Количество функционирующих предприятий КСР, ед.	175	183	187	197	198	201

* Коллективное средство размещения.

Таблица 2. Индексы развития рынка туризма некоторых регионов ЦФО на основе данных Росстата за 2021 год

Регион	Число номеров в КСР на 1000 жителей	Число мест в КСР на 1000 жителей
Калужская область	7,5	19,1
Тульская область	4,5	11,8
Тверская область	8,7	20,9
Ярославская область	7,1	18,2
Московская область	7,1	18,9

Ретроспективный анализ данных об объемах финансирования государственной программы Калужской области по развитию туризма показывает их планомерное увеличение (актуальная государственная программа Калужской области «Развитие туризма в Калужской области» действует до 2024 года).

Таблица 3. Объем финансирования государственных программ Калужской области по развитию туризма

Год	Объем финансирования
2016	31 584,31 тыс. руб.
2017	42 348,49 тыс. руб.
2018	50 055,769 тыс. руб.
2019	36 423,9 тыс. руб.
2020	53 284,78 тыс. руб.
2021	67 682,113 тыс. руб.

3. Стратегические приоритеты. Общие положения

Для достижения стратегической цели определены три стратегических приоритета: «Совершенствование управления в сфере туризма», «Пространственное развитие и развитие туристской индустрии», «Развитие системы продвижения и повышение узнаваемости туристских ресурсов и бренда».

В рамках Стратегии каждый приоритет предполагает реализацию набора стратегических инициатив, которые приведут к целевому состоянию развития туризма к 2030 году. Каждая стратегическая инициатива представляет собой набор задач и мероприятий, направленных развитие туризма в регионе.

Целевые показатели реализации Стратегии представлены в приложении к Стратегии.

4. Характеристика стратегических приоритетов

4.1. Стратегический приоритет «Совершенствование управления в сфере туризма»

С 2020 года сохраняется нестабильная и плохо поддающаяся прогнозированию ситуация на туристском рынке. Ограничения, связанные с распространением коронавирусной инфекции, санкционное давление привели к тому, что теперь невозможно опираться на данные и рыночные тенденции до 2019 года.

С учетом того, что ситуация и дальше будет развиваться непредсказуемо, Стратегия опирается на совершенствование механизмов управления сферой туризма региона. Управление должно выстраиваться на основе эффективного межведомственного взаимодействия и координации участников рынка, что связано с межотраслевым характером туризма. Это требует не только согласованности в действиях различных органов государственной власти и органов местного самоуправления, но и реализации законодательных инициатив на уровне региона в целях оперативной адаптации к постоянно меняющимся условиям.

Координация создает условия и среду для эффективного планирования развития туризма. Это источник релевантных данных и обратной связи от участников рынка — профессиональных ассоциаций и объединений — для региона.

Вместе с тем приоритет предполагает широкое использование инструментов цифровой экономики для формирования системы сбора, хранения и обработки данных и для эффективного планирования и управления сферой туризма и гостеприимства Калужской области.

Цель приоритета – формирование условий для повышения качества и безопасности услуг в сфере туризма за счет эффективного взаимодействия органов государственной власти с участниками туристской индустрии Калужской области.

Ключевыми инструментами реализации приоритета является развитие эффективных механизмов обратной связи органов исполнительной власти региона с участниками рынка и заинтересованными субъектами, обеспечение межведомственного взаимодействия, цифровизация сервисов для туристов и государственных услуг в сфере туризма, повышение качества услуг и кадровое обеспечение отрасли.

Приоритет включает следующие инициативы:

- 1) Повышение эффективности координации участников туристской индустрии и органов государственной власти Калужской области.
- 2) Качество и безопасность услуг в сфере туризма, кадровое обеспечение сферы туризма.

4.1.1. Стратегическая инициатива

«Повышение эффективности координации участников туристской индустрии и органов государственной власти Калужской области»

Стратегическая цель инициативы — обеспечить эффективное взаимодействие органов государственной власти Калужской области с участниками туристской индустрии с использованием системы цифровизации.

Выделяются две стратегические задачи.

Стратегическая задача 1. Усиление координации между органами исполнительной и законодательной власти Калужской области и администрациями муниципальных

образований расположенных на территории Калужской области, некоммерческими и коммерческими организациями в сфере туризма.

Ввиду межотраслевого характера туризма более эффективно должно осуществляться межведомственное взаимодействие, в том числе в части синхронизации государственных и муниципальных программ развития сферы туризма и гостеприимства.

Необходимо усиливать совместную работу и согласование позиций органов власти и местного самоуправления со стратегическими интересами хозяйствующих субъектов. Важную роль в данном процессе выполняют некоммерческие организации и общественные советы по туризму, которые являются координаторами инициатив на территории муниципальных образований.

Особое внимание необходимо уделять бизнес-объектам и территориям, где концентрируется туристский поток региона. На таких территориях органам местного самоуправления необходимо регулировать деятельность службы жилищно-коммунального хозяйства для обслуживания общественных территорий при увеличении антропогенной нагрузки туристов. Для этого необходимо вырабатывать особые форматы совместной работы администраций муниципальных образований и администраций бизнес-объектов.

Интеграционным механизмом для всех участников сферы туризма должен выступать проектный подход, который предполагает: соучаствующее проектирование (вовлечение местного населения, сообществ, представителей бизнеса) при планировании и реализации региональных мероприятий в сфере туризма и гостеприимства, формирование проектного офиса по туризму, развитие деятельности координационного совета по развитию туризма в Калужской области.

Стратегическая задача 2. Совершенствование системы сбора и интерпретации данных статистического наблюдения в сфере туризма и гостеприимства, цифровизация сферы туризма.

Система государственного управления сферой туризма требует релевантных данных для принятия обоснованных и оперативных решений. Для этого необходимо внедрение цифровых инструментов получения обратной связи от местных жителей, туристов, общественных и предпринимательских структур. В итоге должна быть сформирована многоуровневая система сбора данных статистического наблюдения в сфере туризма в разрезе муниципальных образований на основе данных субъектов бизнеса и региона в целом (туристский поток, экскурсионный поток, портрет туриста). Координация участников рынка с помощью цифровых инструментов предполагает создание бенчмаркинговой информационной системы, нацеленной на сбор оперативных данных по ключевым показателям деятельности предприятий сферы туризма и гостеприимства (агрегированные данные о количестве рабочих мест, среднегодовой загрузке, выручке и др.). Она может быть реализована как путем добровольной инициативы участников рынка, так и методом цифровой трансформации (путем разработки или установки специального программного обеспечения). В целях изучения мнения туристов и сбора оперативных данных о турпотоке необходимо формировать полевые исследования в местах концентрации туристского потока и встраивать инструменты сбора данных в цифровой форме «путь клиента» на основном туристическом портале региона.

4.1.2. Стратегическая инициатива «Качество и безопасность услуг в сфере туризма, кадровое обеспечение сферы туризма»

Стратегическая цель инициативы — повышение уровня качества, безопасности и доступности услуг в сфере туризма и гостеприимства Калужской области.

Система обеспечения качества туристского продукта Калужской области неразрывно связана с системой подготовки кадров, наличием профильного образования у работников сферы туризма, повышением уровня качества услуг организаций сферы туризма и гостеприимства и обеспечением их безопасности.

Подготовка кадров и туристское образование имеют решающее значение в обеспечении высокого уровня качества туристского продукта Калужской области. Система должна выстраиваться таким образом, чтобы привлекать в отрасль туризма не просто лучших, но вовлеченных людей (как местных, так и из других регионов России).

Выделяются две стратегические задачи.

Стратегическая задача 1. Формирование условий для кадрового обеспечения сферы туризма в Калужской области.

Качество услуг базируется на квалифицированных кадрах и системе их подготовки. Необходимо, с одной стороны, чтобы образовательные программы (включая подготовку, переподготовку и повышение квалификации) учитывали региональные особенности Калужской области и обеспечивали востребованные компетенции, с другой стороны – необходима система мониторинга и прогноза кадровой потребности в сфере туризма на среднесрочную и долгосрочную перспективу на уровне региона.

Это требует развития научно-методологической базы в сфере туризма и гостеприимства при одновременном закреплении практикоориентированного подхода при подготовке кадров в высших и средних профессиональных образовательных организациях (в том числе за счет расширения практики защиты выпускных квалификационных работ в формате «диплом как стартап» с целью увеличения числа новых актуальных проектов в сфере развития туризма Калужской области).

Реализация данных мероприятий будет осуществляться с участием следующих образовательных организаций: Калужского государственного университета им. К.Э. Циолковского, государственных автономных профессиональных образовательных учреждений Калужской области «Калужский колледж экономики и технологий» и «Обнинский колледж технологий и услуг».

Необходимо проведение согласования программ подготовки по туризму и гостеприимству в высших и средних профессиональных образовательных организациях с профессиональным сообществом и органами государственной власти, отвечающими за развитие отрасли туризма. Усиление регионального компонента в образовательных программах с фокусом на туристские ресурсы Калужской области также будет создавать предпосылки для привлечения квалифицированных кадров.

Необходима интеграция образования в туризме с креативными индустриями в целях создания конкурентоспособного туристского продукта Калужской области (в том числе в сфере искусства, медиасобытий).

Регион должен стимулировать организации сферы туризма к поощрению лучших сотрудников, реализуя региональные конкурсы, признающие заслуги организаций сферы туризма и гостеприимства, которые обеспечивают высокий уровень качества обслуживания (отдельно для каждого направления туризма), конкурсы среди сотрудников предприятий в формате «Лучший в профессии», а также поддерживая участие предприятия и сотрудников в федеральных и международных конкурсах. Еще одним эффективным механизмом реализации кадровой политики региона в сфере туризма является проведение регулярных ярмарок вакансий.

Отдельным механизмом является проведение аттестации гидов-переводчиков и экскурсоводов, а также инструкторов-проводников, для чего может быть сформирована региональная «тренировочная база» (аудитор-центр) с привлечением к обучению студентов.

Стратегическая задача 2. Создание условий для обеспечения качества услуг организациями в сфере туризма, безопасности в сфере туризма, атмосферы гостеприимства в Калужской области.

В рамках данной задачи для повышения качества услуг в сфере туризма целесообразно формирование региональной модели обеспечения качества услуг по элементам туристской индустрии (сельские дома, кемпинги, фестивальные площадки и пр.) и создания марки качества для фермерской продукции, гастрономического продукта и иных продуктов Калужской области под единым брендом Калужской области (например, развитие марки качества «Калужское гостеприимство»).

Для успешного развития туризма необходимо обеспечить комплексную безопасность туристов и объектов туристской деятельности. Она включает действия всех участников туристской отрасли. С учетом важности массовых событийных мероприятий для туризма Калужской области отдельные меры должны быть реализованы и в этом направлении, в том числе: создание комфортных условий для участников массовых мероприятий на всем пути следования (от прибытия в регион до нахождения на территории объекта туризма и гостеприимства во время массового мероприятия), формирование региональной модели обеспечения безопасности массовых мероприятий, координация усилий всех вовлеченных министерств, ведомств и органов власти при организации и проведении массовых мероприятий. Таким образом, должны сформироваться условия, при которых процедура проведения массовых мероприятий (в том числе на общественных территориях) для организаторов станет простой, понятной, а для участников – комфортной и безопасной.

Образ и привлекательность региона как туристского направления формируют не только подготовленные сотрудники предприятий и инфраструктура, но и его местные жители. В рамках стратегической задачи необходимо закрепление атмосферы гостеприимства, что реализуется за счет разработки и продвижения кодекса гостеприимства местных жителей, проведения просветительских мероприятий среди школьников, направленных на формирование позитивного отношения к сфере туризма и туристам; производства и распространения информационной продукции, пропагандирующей ценности гостеприимства.

4.2. Стратегический приоритет «Пространственное развитие и развитие туристской индустрии»

Туристическая инфраструктура — это вопросы качественной среды туристских территорий, безопасности, обеспечения транспортной доступности и связности территорий, проработки вопросов логистики, логики распределения туристского потока по региону, приоритетов в определении очередей развития муниципальных образований и проектов на них, а также создания необходимой и разнообразной туристской инфраструктуры — как базовой, так и специализированной.

Приоритет «Пространственное развитие и развитие туристской индустрии» направлен на создание и развитие туристической инфраструктуры, а также комфортного инвестиционного и предпринимательского климата.

Стратегическая цель приоритета — обеспечить комплексность и повысить социально-экономическую эффективность использования туристской ресурсной базы региона для привлечения и обслуживания растущего туристского потока.

Приоритет включает следующие стратегические инициативы: «Территориальная пересборка», «Транспортно-логистическая система туризма», «Инфраструктура туризма и индустрии гостеприимства» и «Комфортный инвестиционный климат».

4.2.1. Стратегическая инициатива «Территориальная пересборка»

В соответствии с задачами, предусмотренными Стратегией развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 года, утвержденной распоряжением Правительства Российской Федерации от 20.09.2019 № 2129-р (в ред. постановления Правительства Российской Федерации от 23.11.2020 № 1903, распоряжения Правительства Российской Федерации от 07.02.2022 № 187-р), основные мероприятия, запланированные в рамках реализации национального проекта «Туризм и индустрия гостеприимства» и входящего в него федерального проекта «Развитие туристической инфраструктуры», требуют более совершенного подхода к территориальной организации туризма и развитию качественной инфраструктуры туристских территорий.

Настоящая Стратегия построена на единой схеме территориального развития туризма и индустрии гостеприимства Калужской области до 2030 года. Она предполагает приоритетное развитие территорий, обладающих наибольшей туристской привлекательностью и имеющих наибольший природный и культурно-исторический потенциал. На данных территориях планируется развитие круглогодичных инфраструктурных центров и формирование вокруг них маршрутно-тропиночной сети для быстрого доступа к другим туристским ресурсам. Основной принцип туристско-рекреационного проектирования инфраструктурных центров - обеспечение основного сценария пребывания в течение 4-5 часов для обслуживания растущего потока туристов и обеспечение условий для качественных базовых туристских услуг: размещения и питания.

При таком подходе на территориях формируются достаточные условия для туристского пребывания на 1-2 ночи и выполняется принцип комплексности туристского предложения, за счет которого развивается экономика туризма региона.

Актуальность инициативы определяется необходимостью систематизации деятельности региона по включению ресурсов территории в туристско-рекреационный оборот, усилению предпосылок для долгосрочного пребывания туриста в Калужской области и повышения количества повторных туристских поездок.

Стратегическая цель инициативы — определить туристские территории региона для приоритетного комплексного развития до 2030 года и сформировать на их базе систему круглогодичного обслуживания растущего туристского потока.

Стратегическая инициатива связана со следующими проектами и сценариями развития.

«Каркас исторических городов» Калужской области.

Исторические города Калужской области – территории, где сформированы наиболее сильные предпосылки для развития культурно-исторического туризма. С одной стороны, имеется развитая транспортная и инженерно-техническая инфраструктура города, которой может пользоваться «туристская индустрия», с другой – нематериальное и материальное культурное и историческое наследие, которое является основой туристского продукта.

Основными инструментами использования данных предпосылок для роста и эффективного управления туристским потоком в исторических городах и округе (кроме маркетинга) являются:

1) создание привлекательного архитектурного, эстетического и культурно-исторического образа города (реставрация зданий и фасадов, формирование видовых точек и др.),

2) музеефикация, расширение экспозиционных пространств, событийная программа как инструменты возрождения исторической памяти и культурного наследия,

3) формирование сценариев комфортного, безопасного и интересного пребывания в данном городе на базе современной туристско-рекреационной инфраструктуры (туристско-рекреационное программирование территории),

4) насыщение города качественными коммерческими объектами (средства размещения, объекты общественного питания и пр.) с привязкой к сценариям,

5) эффективная административная политика для учета интересов жителей и восстановления/сохранения объектов культурного наследия при росте туристского потока (управление туристским потоком).

При утрате исторической подлинности, гармонии городского и природного ландшафта исторических городов будет утрачена возможность экономического развития данных территорий как мест туристического притяжения. В связи с этим каждым заинтересованным муниципальным образованием должен быть сформирован долгосрочный план развития туризма и индустрии гостеприимства, учитывающий этап жизненного цикла, на котором находится их туристская территория, характерные для него проблемы и вызовы, а также выработанную совместно с общественностью долгосрочную политику развития туризма.

Город Боровск. Единственный город региона, который имеет статус исторического поселения федерального значения. Является популярной туристской дестинацией. На его территории располагаются объекты, популярные в медиапространстве и обладающие привлекательностью у туристов: Свято-Пафнутьев Боровский монастырь, квартира-музей К.Э. Циолковского. Город располагается в северной части региона и характеризуется высоким индексом транспортной доступности для основного туристского трафика со стороны Москвы и Московской области. Отличительной особенностью являются сплавы по реке Протве вдоль города.

Требуется совершенствование благоустройства непрерывной прогулочно-пешеходной и велосипедной сети города вдоль видовых точек и объектов. Деятельность уже ведется на базе объединения некоммерческих организаций («ТИГР», «АЯРВИК», «Изборский клуб» при поддержке администрации муниципального района «Боровский район»). Необходима работа по планированию инвестиционных лотов для коммерческой инфраструктуры: объекты общественного питания, средства размещения, благоустройство набережной и развитие инфраструктуры реки Протвы для сплавов (берегоукрепление, причальные стенки, пункты проката, общее благоустройство).

С точки зрения развития туризма региона город Боровск является инфраструктурным центром туристско-рекреационной зоны «Северная агломерация». Он связывает маршрутно-тропиночной сетью объекты туристского интереса, которые находятся рядом.

С точки зрения транспортной доступности город Боровск удобен для доступа автомобилистов. Входной точкой туристского потока путешественников без автомобиля может являться как город Балабаново, так и город Обнинск. В первом случае необходимо поддерживать удобство расписания автобусного сообщения для пересадки туристов с электрички на автобус. Во втором случае сценарий пребывания может начинаться не с города Боровска, а, наоборот, с посещения основного объекта туристского показа города Обнинска - Музея атомной энергетики. Тогда требуется планомерная работа по оптимизации автобусного сообщения «Обнинск-Боровск» для улучшения транспортной доступности.

Города Боровск и Обнинск вместе с городом Малоярославец образуют транспортный треугольник с «плечами» тридцатиминутной доступности на автомобиле и линейную связь железнодорожным транспортом (ст. Малоярославец, ст. Обнинское, ст. Балабаново). С данной точки зрения город Малоярославец может служить туристской

территорией дневного посещения. При развитии благоустройства территории Свято-Никольского Черноостровского женского монастыря, развитии благоустроенной пешеходно-тропиночной сети, развитии качественных объектов питания и средств размещения город будет формировать предпосылки для продолжительного отдыха туристов.

Кроме этого, город Малоярославец имеет предпосылки для формирования крупного туристического комплекса с развитой спортивной и конгрессной инфраструктурой для обслуживания туристских потоков из городов Калуги и Обнинска. В городах Калуге и Обнинске имеется нехватка конгресс-холлов и крупных выставочных площадей. В городе Обнинске имеется сформированный кластер спортивных и образовательных объектов, генерирующих спрос на услуги подобного комплекса. Хорошая транспортная доступность как из города Обнинска, так и из города Калуги обосновывает целесообразность расположения данной инфраструктуры в городе Малоярославце между двумя городами.

Город Обнинск также выступает молодежным центром региона и вместе с городом Калугой формирует территории развития креативных индустрий и спорта.

Город Таруса. Является «действующим» туристическим городом региона, для которого в настоящее время разрабатывается концепция создания всесезонного курорта. Для региона Таруса является точкой входа «московского» туристского потока со стороны Симферопольского шоссе. Как и город Боровск, город Таруса обладает особо привлекательным сочетанием культурно-исторических и природных ресурсов. Ресурсы территории города Тарусы, реки Оки и музея-заповедника Поленово являются ярко выраженным предметом межрегионального сотрудничества Калужской и Тульской областей. Другой линией межрегионального сотрудничества является направление «Таруса – Серпухов – Коломна».

Повышение привлекательности города Тарусы как туристской дестинации связано с развитием городского ландшафтного парка и формированием непрерывной сети пешеходных и велосипедных троп, включая пешеходную зону в Старом городе для исключения существующей перегруженности исторического центра города автотранспортом, а также благоустройством набережных рек Ока и Таруса.

Дальнейшее стратегическое развитие города Тарусы как туристского направления невозможно без децентрализации туристского потока в городе Тарусе и перераспределения его по всей территории района с использованием местных и связанных исторических продуктов (Большая Таруса).

Еще одним направлением стратегического развития города Тарусы как туристской дестинации является создание и регулирование схемы автомобильного сообщения для разгрузки автодороги «Серпухов-Таруса» и участка «Серпуховское шоссе – Старый центр г. Таруса». Могут быть использованы как административные методы (в том числе временные в период высокого сезона) для использования въезда в город Тарусу со стороны г. Калуги, так и инфраструктурное развитие альтернативной дорожной сети.

Город Таруса связан с городом Боровском двумя дорогами, одна из которых пролегает через город Жуков (Жуковский район). С точки зрения развития туризма город Жуков может быть интересен наличием филиала Музея Победы «Музей Жукова», являющегося объектом федерального уровня и реализующего перспективный план инфраструктурного развития комплекса. Проект комплексного благоустройства и развития дома-музея Г.К. Жукова в селе Стрелковка может послужить для городов Таруса и Боровск фактором для обеспечения связанности данных территорий туристским маршрутом, а для Жуковского района - ключевой туристской аттракцией и точкой роста.

Город Калуга. Обладает наибольшей концентрацией популярных объектов региона в медиапространстве и является туристическим городом региона. Наиболее популярной для

туристов локацией является исторический центр города, который включает в себя Гостинные ряды, Центральный парк культуры и отдыха, Свято-Троицкий кафедральный собор, Каменный мост через Березуйский овраг, Присутственные места, Золотую аллею и Калужский объединенный музей-заповедник. Также роль туристской доминанты в данный момент выполняет первый в мире крупнейший в России Государственный музей истории космонавтики им. К.Э. Циолковского.

В городе Калуге требуется совершенствование благоустройства непрерывной прогулочно-пешеходной и велосипедной сети вдоль набережной Яченского водохранилища и реки Оки. Также необходимо использовать потенциал Калужского бора путем благоустройства прогулочной зоны и обеспечения ее связи с набережными.

Вдоль данной велосипедной и тропиной сети необходимо предусмотреть объекты общественного питания, смотровые площадки, санитарно-бытовые модули. В границах Калужского бора возможно современное благоустройство экологических троп (что послужит концептуальной связью с национальным парком «Угра» и другими территориями Калужской области).

Привлекательным атрибутом центральных территорий туристских городов России, имеющих водный ресурс, является наличие центра гребных видов спорта. Дальнейшее развитие инфраструктуры спортивной школы олимпийского резерва по гребному спорту Вячеслава Иванова на гребных базах на реке Оке и на Яченском водохранилище повысит туристскую привлекательность города Калуги и Калужской области.

Ввиду наличия на водохранилище спортивной инфраструктуры обоснованным является развитие территории в направлении насыщения ее объектами для современного и молодежного спорта, включая детский центр для развития концепции активного отдыха туристов, приезжающих в город Калугу. Уникальной особенностью города Калуги может стать наличие городского тревел-парка с асфальтированной площадкой и питчами для автомобилей.

Благоустройство Березуйского оврага позволит усилить туристический потенциал Каменного моста - одного из самых популярных в медиапространстве туристических объектов Калужской области. Соединение его с благоустроенной набережной реки Оки и далее с набережной Яченского водохранилища позволит создать непрерывный прогулочный маршрут с качественными видовыми характеристиками.

Насыщение территории Гостинных рядов коммерческими объектами, реализующими региональные брендовые товары и товары народных художественных промыслов, также необходимо для формирования привлекательного туристического облика столицы региона.

Кроме этого, Калуга как исторический город требует планомерной работы по реставрации и восстановлению фасадов архитектурных зданий.

Другим перспективным направлением является формирование в городе Калуге креативного кластера с реновацией старых промышленных территорий.

Никола-Ленивец. Арт-парк «Никола-Ленивец» обладает самым мощным туристическим брендом в Калужской области и является туристской дестинацией международного уровня. Наибольшую популярность имеют событийные мероприятия, проходящие на его территории. Особенностью данного проекта является то, что он в течение года генерирует массовый однодневный туристский поток.

Данная территория отличается от исторических городов Боровска, Малоярославца, Тарусы своим природным профилем. Она находится на сопредельной территории с национальным парком «Угра».

До 2023 года на территории Арт-парка «Никола-Ленивец» и сопредельных территориях будет спроектирован всесезонный курорт. Однако формирование комплексной круглогодичной инфраструктуры для продолжительного отдыха на данной

территории требует существенных инвестиционных вложений как в коммерческую, так и коммунальную инфраструктуру. В настоящее время инфраструктура средств размещения в большей степени представлена некапитальными объектами кемпингового типа и предполагает функционирование в летний сезон.

Улучшение транспортной связанности города Калуги с территорией Никола-Ленивца обеспечит кратное повышение туристской привлекательности данных территорий.

Поселок Полотняный Завод, село им. Льва Толстого и село Дворцы вместе с городом Калугой и Никола-Ленивцем образуют линейный маршрут «Калуга - село им. Льва Толстого – п. Полотняный Завод - Никола-Ленивец» (1,5 часа на автомобиле).

Мужской монастырь Успения Пресвятой Богородицы Свято-Тихонова пустынь (село им. Льва Толстого) является популярным объектом в медиапространстве. Вместе с музеем-диорамой «Великое стояние на реке Угре в 1480 году» (село Дворцы) образуют единый развитый инфраструктурный комплекс. Ежегодно на данной территории проходит военно-исторический праздник «Великое стояние на Угре». С точки зрения места расположения и транспортной доступности объект является загородным по отношению к городу Калуге и может рассматриваться посетителями как часть сценария пребывания в городе.

Приоритетное инфраструктурное развитие данных территорий связано с восстановлением объектов музея-заповедника «Полотняный завод».

Город Юхнов. Является территорией приоритетного развития всесезонного туристического курорта (деятельность ведется на базе Ассоциации «НАК»). Предпосылками данного проекта выступает сочетание двух основных факторов: нахождение города с развитой коммунальной и социально-культурной инфраструктурой с благоустроенной прибрежной рекреационной территорией «Городок» в природной среде и ландшафте национального парка «Угра».

Центром всесезонного курорта выступает рекреационная территория «Городок» с инвестиционным проектом апартаментов и спа-отеля на 120 мест. Данная территория формирует вместе с социальной инфраструктурой города и национального парка единый курортный комплекс. Туристскую привлекательность и предпосылки для длительного пребывания в данном курорте обеспечивают: круглогодичный бассейн отеля и физкультурно-оздоровительный центр города, пляж, проект детского центра, развитая сеть всесезонных туристических и экологических троп национального парка.

Для повышения визуальной привлекательности города и формирования его туристического облика необходимо вести планомерную работу по реставрации фасадов зданий и сельских домов.

Город имеет хорошую автотранспортную связанность с городом Калугой (82 километра или 1 час на автомобиле). Через территорию города Юхнова пролегал Варшавское шоссе, что формирует устойчивую связь с городом Медынь и «северными» районами, а также «южными» районами Калужской области.

Город Медынь может привлекать туриста за счет комплекса «Военфильм», экскурсионного проекта «Эконива», а также развивающейся деятельности аэродрома «Михеево» и авиафестиваля.

Удобная транспортная связь «г. Юхнов – г. Калуга» также формируется через туристские территории города Медынь, поселка Полотняный Завод, села им. Льва Толстого.

Город Козельск. Находится в непосредственной близости от самого популярного в регионе туристического объекта – Свято-Введенского ставропигиального монастыря Оптина Пустынь, а также монастыря Казанской Амвросиевской ставропигиальной

женской пустыни. Может быть также интересен туристам за счет соседства с границами национального парка «Угра» и рекой Жиздра.

Город Козельск находится с южной стороны от г. Калуги и имеет от города хорошую транспортную доступность на автомобиле (70 километров или 1 час езды на автомобиле).

Наибольшую туристскую привлекательность территории обеспечивают монастыри и храмы, расположенные в Козельском районе. Целесообразно усилить маркетинговое продвижение единого маршрута, объединенного брендом «Духовное кольцо Козельского района».

Инфраструктурному развитию туризма в округе города Козельска будет способствовать благоустройство ландшафтного парка на видовой точке на подъезде к комплексу Оптиная Пустынь, а также развитие видовой площадки долины реки Жиздра.

Другой сценарий пребывания в Козельске может быть связан с посещением национального парка «Угра» в Березичском лесничестве, где организован музей «Козельские засеки», сформированы туристические и экологические тропы, объединенные темой природы и засечных лесов. Уникальным объектом данной территории парка является вольер для зубров, куда организуются экскурсии. Другим объектом, обладающим туристским потенциалом, является урочище Чертово городище, для которого требуется благоустройство подъездных путей и пеших троп.

Кроме этого, Козельский район является (по состоянию на 2022 год) территорией реализации инвестиционного проекта туристско-рекреационного кластера «Жиздра», в рамках которого возможна реализация инфраструктуры всесезонного курорта.

Иным потенциальным направлением инфраструктурного развития города Козельска как туристской территории может стать территория города Сухиничи. В городе имеется узловая железнодорожная станция, на которой ежедневно останавливаются поезда сообщением с Москвой (путь занимает 3 часа от Москвы, как на электричке от города Калуги до Москвы), через Сухиничский район проходит Киевское шоссе.

Развитие города Сухиничи связано с комплексным благоустройством, в том числе фасадов зданий (каменная и деревянная архитектура середины XIX в. - начала XX века), здания железнодорожной станции и музея при нем, а также набережной реки Брынь.

Село Перемышль. Имеет потенциал транзитной территории из города Калуги в город Козельск. Село Перемышль – как исторический населённый пункт требует работ по реставрации зданий, а также благоустройства видовой точки в долине реки Жиздра и места слияния рек Ока и Жиздра.

Города Мещовск и Мосальск. Являются развивающимися туристскими городами региона. Город Мещовск располагается на расстоянии часовой (85 километров) автомобильной доступности от города Калуги (1 час 50 минут на автобусе), город Мосальск - 1 час 20 минут на автомобиле или 1 час 50 минут на автобусе из города Калуги. Они могут расширить предложение городов Калуги и Козельска как инфраструктурных центров туристских территорий.

Требуется планомерное развитие благоустройства исторических центров и берегов рек для организации непрерывной прогулочно-пешеходной сети городов. Необходимо улучшать транспортную связанность общественным транспортом с городами Калуга и Козельск.

Улучшение состояния дороги между городами Мосальск и Мещовск позволит сформировать удобный линейный маршрут «г. Козельск – г. Мещовск – г. Мосальск» с выездом в сторону города Юхнов. При этом город Мосальск отличается более удобной транспортной доступностью со стороны города Юхнова.

Для развития всех исторических городов важно проведение планомерного восстановления объектов культурного наследия и развитие действующих объектов в сторону комплексности в привязке к инфраструктурным центрам туристских территорий.

«Южные» районы региона (Людиновский, Кировский, Барятинский, Спас-Деменский, Куйбышевский, Жиздринский, Думиничский, Ульяновский районы). С точки зрения развития туризма обладают пока наименьшим потенциалом для обслуживания туристов из Москвы и Московской области, однако могут развиваться за счет привлечения туристского потока из соседних регионов: Брянской, Орловской, Тульской областей. В рамках Стратегии целесообразно развитие территорий за счет экскурсионных маршрутов на промышленные предприятия, популяризации народных промыслов (Хлудневская игрушка) через формирование современных музейных и творческих комплексов, также развитие проектов комплексного освоения территорий вокруг водных ресурсов: озер Брынь, Ломпадь, Бездон, Милятинского водохранилища. В данных районах целесообразным является развитие двух концепций коммерческих объектов: рассчитанных на уникальное предложение, отсутствующее в регионе, либо рассчитанных на низкую стоимость размещения, например, на базе кемпингов с развитой сетью туристических троп.

Более детальное туристско-рекреационное проектирование региона предполагается проводить в рамках мастер-планирования муниципальных районов с точечным выявлением потребностей всех участников рынка, формированием адресных мер поддержки и условий инвестиционного развития территорий. Кроме этого, задачей мастер-планирования является обеспечение связанности туристско-рекреационных ресурсов территории и включение как можно большего количества участников рынка в цепочку формирования стоимости туристского продукта территорий региона.

«Природный каркас» развития туризма в Калужской области.

Калужская область является, в первую очередь, территорией загородного отдыха на природе для жителей мегаполиса Москва. С данной точки зрения основным ресурсом, привлекающим туристский поток, является природа. Основным природным ресурсом Калужской области сосредоточен в границах национального парка «Угра», а также представлен основными крупными реками Ока, Угра, Протва, Жиздра, Нара и их притоками.

Инфраструктурно неосвоенные территории национального парка «Угра» и его рек (Угра и Жиздра), рек Серена, Протва, Ока, Нара являются традиционными местами отдыха с палатками и сплавами на байдарках. Следующим шагом развития данного вида туризма должно стать благоустройство туристических стоянок и кемпингов (приоритетно вдоль рек Угра и Жиздра), а также инфраструктуры для байдарок. Участки рек для благоустройства должны быть привязаны к популярным туристским маршрутам, а также обеспечивать доступ с воды популярных туристических объектов и исторических городов (где возможно).

Речные маршруты по реке Оке в направлении от города Калуги до города Тарусы являются одним из приоритетных направлений развития туризма в рамках водного каркаса. С точки зрения природных ресурсов наиболее интересен участок Калужско-Алексинского каньона, являющийся особой охраняемой природной территорией регионального значения. Его благоустройство позволит повысить привлекательность речных экскурсий.

Кроме этого, водный каркас рек, перечисленных выше, формирует предпосылки для создания сети классифицированных пляжей в наиболее популярных туристических местах (с учетом проведения комплексных мероприятий по обеспечению чистоты рек).

Ввиду того, что средства размещения тяготеют к территориям вблизи водного каркаса рек, его развитие возможно через региональный проект водной тропы «Большая Калужская тропа» или проект «Калужское поречье».

Развитие инфраструктуры для отдыха на природе формирует условия для увеличения спроса на продукцию производственных предприятий спортивного оборудования и инвентаря, находящихся в Калужской области. Возможно целенаправленное формирование предложений для привлечения новых производств, в том числе производств по изготовлению автодомов и комплектующих.

В рамках данного направления возможно развитие сети кемпинговых стоянок для автодомов у туристических объектов или средств размещения с целью позиционирования Калужской области как современной туристской дестинации.

Таким образом, в рамках данной инициативы выделяются две стратегические задачи.

Стратегическая задача 1 — развитие единой для региона схемы территориального развития туризма и индустрии гостеприимства до 2030 года.

Создание укрупненных единиц пространственного планирования развития туризма и индустрии гостеприимства региона, а также связей между ними и территориями — поставщиками туристов позволяет сформировать единый и комплексный подход всех муниципальных районов и иных региональных и федеральных стейкхолдеров к получению социально-экономических эффектов от развития туризма региона наиболее эффективным способом.

Схема территориального развития туризма и индустрии гостеприимства в Калужской области опирается на объединение муниципальных районов по пространственному признаку и туристско-рекреационному профилю. На базе кластеров и опорного транспортно-логистического каркаса туризма формируются туристско-рекреационные зоны развития (далее — ТРЗР):

- ТРЗР № 1 — «Северная агломерация» — включает: город Обнинск, Жуковский, Боровский, Малоярославецкий, Медынский районы;

- ТРЗР № 2 — «Центральная» — включает: город Калугу, Дзержинский, Ферзиковский, Перемышльский, Бабынинский, Юхновский, Износковский, Тарусский районы;

- ТРЗР № 3 — «Срединная» — включает: Козельский, Ульяновский, Сухиничский, Мещовский, Мосальский районы;

- ТРЗР № 4 — «Южная» — включает: Людиновский, Кировский, Бярятинский, Спас-Деменский, Куйбышевский, Жиздринский, Думиничский, Ульяновский районы.

Связанность территорий обеспечивается за счет базовых концепций туристских продуктов территории:

- исторические города Калужской области (городской туризм);
- культурно-историческое наследие Калужской области;
- патриотизм и военное прошлое;
- «заповедная» природа;
- активный отдых на природе и аутдор;
- молодежь и креативные индустрии.

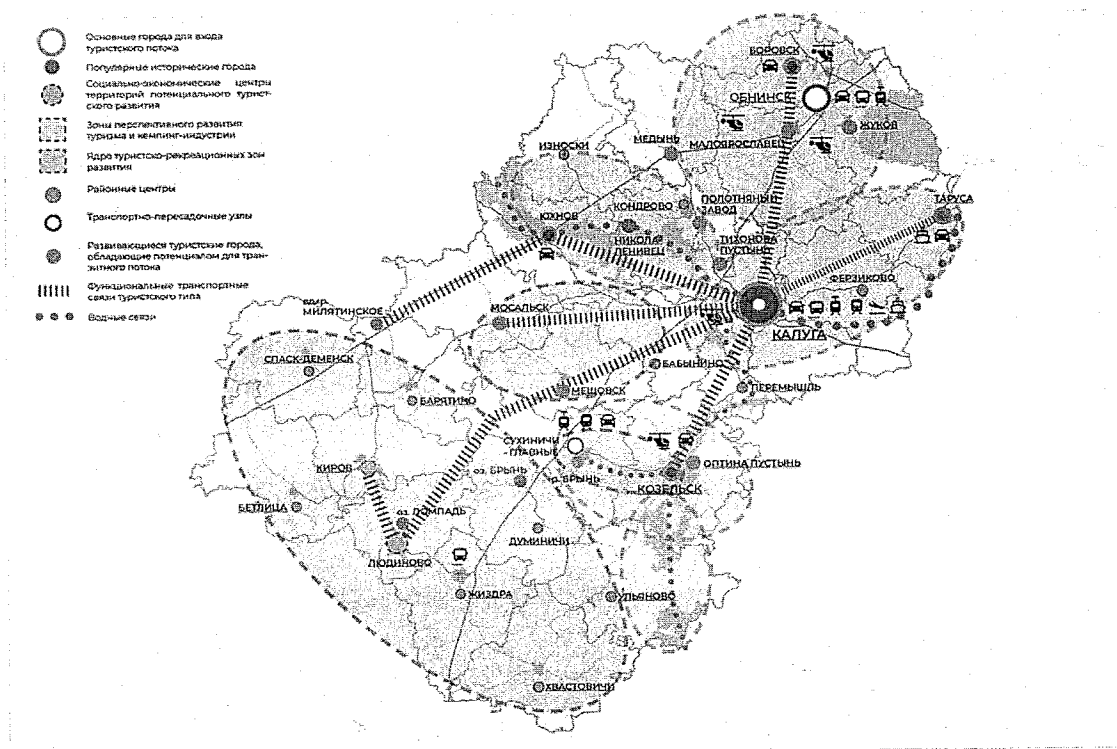


Рисунок 1. Единая схема территориального развития туризма и индустрии гостеприимства Калужской области.

Стратегическая задача 2 – разработать для туристских территорий мастер-планы как комплекс инструментов инфраструктурного и экономического развития туризма.

В рамках каждой ТРЗР предполагается создание туристических мастер-планов с дальнейшей их реализацией на базе комплексного регионального плана развития туризма и индустрии гостеприимства. Комплексный план должен включать механизмы межведомственного характера и быть построен с использованием проектного подхода.

4.2.2. Стратегическая инициатива «Транспортно-логистическая система туризма»

Важными элементами системы распределения и обслуживания туристского потока региона являются транспортная обеспеченность и логистические возможности: пассажиропоток, малая авиация, автомобильный транспорт, пешеходный трафик и прочее. Необходимо планирование и проектирование транспортно-логистической системы распределения и обслуживания разнообразного туристского потока.

Стратегическая цель инициативы — формирование устойчивых и удобных транспортно-логистических связей между территориями - поставщиками туристского потока и туристско-рекреационными зонами развития региона, а также внутри региона.

Выделяются две стратегические задачи.

Стратегическая задача 1. Разработать и утвердить единую транспортно-логистическую систему распределения и обслуживания туристского потока на территории региона.

Транспортно-логистическая система распределения и обслуживания туристского потока включает транспортно-логистическую сеть туристского типа, транспортно-логистическую инфраструктуру обслуживания туристского потока, объединенных при

помощи технологии осуществления перевозок и обслуживания туристов в рамках туристских продуктов региона.

Должна быть создана транспортно-логистическая сеть, обеспечивающая связь туристского потока:

- 1) ТРЗР с точками входа туристского потока в регион;
- 2) между ТРЗР;
- 3) внутри ТРЗР.

Планомерная работа по ее совершенствованию должна вестись на основе маркетинговых исследований и системы сбора оперативных данных о туристском потоке.

Транспортно-логистическая сеть туристского типа представляет собой совокупность транспортных связей (путей сообщения разного типа, дорог, туристических троп) территории, соединяющих транспортно-пересадочные узлы, транспортные развязки, точки входа туристского потока, обеспечивающих транспортную доступность объектов туристской индустрии региона в рамках туристских продуктов.

При этом должны быть учтены все типы транспортных средств и виды передвижения, характерные для туризма, включающие не только автомобильный транспорт: велосипеды, речной транспорт, малая авиация и иные, используемые в туризме.

Выделение элементов транспортно-логистической сети туристского типа и их локализация на карте региона позволят синхронизировать планы развития туризма с планами профильных министерств по развитию транспортной инфраструктуры Калужской области в рамках мастер-планов и комплексных программ.

Опорный транспортно-логистический каркас туризма региона, на базе которого предполагается развитие транспортно-логистической сети туристского типа, предполагает развитие города Калуги как основного транспортно-пересадочного узла (далее - ТПУ) туристского потока региона и возможности его использования для межрегиональных маршрутов. Вспомогательные ТПУ будут создаваться в рамках каждой ТРЗР и обеспечивать комфортность движения туристского потока до туристских территорий и объектов (мест туристского интереса), которые часто находятся на удалении от ТПУ.

Стратегическая задача 2. Обеспечить доступность, качество и конкурентоспособность услуг в рамках транспортно-логистической системы распределения и обслуживания туристского потока на территории региона.

Реализация данной задачи должна начинаться с разработки и внедрения модели обеспечения качества услуг, которыми пользуются туристы на транспортно-логистической инфраструктуре. Акцент необходимо сделать на добавлении услуг и сервисов, которые отвечают запросам различных типов туристов (целевой аудитории): индивидуальные туристы, группы туристов, семьи с детьми, туристы с крупногабаритным оборудованием и прочие. Они связаны в большей степени с организацией окружающего пространства, информационной обеспеченностью и улучшением комфорта для туриста. Одно из решений должно быть направлено на локализацию туристско-информационных центров с расширенным перечнем сопутствующих услуг вдоль транспортно-логистической сети, а также создание единой системы навигации.

Конкурентоспособность данных услуг должна существенно повыситься разработкой и реализацией программы мультимодальных туристских перевозок по региону.

Для реализации данной модели необходимо создать единую информационную среду взаимодействия региональных органов исполнительной власти, контрольных органов и компаний-операторов, обеспечивающих обслуживание туристского потока на транспорте, что возможно при проектном подходе и системе мониторинга показателей реализации Стратегии.

Эффективная реализация задачи также невозможна без межрегиональных проектов развития транспортно-логистической сети туристского типа для усиления связей между территориями — поставщиками туристского потока и Калужской областью. На первом этапе необходимы проработка и оценка реализуемости таких проектов, как создание межрегиональных туристских троп (разного типа движения: безмоторного и моторного) для туристского потока со стороны Москвы и Московской области, межрегиональное сотрудничество на базе аэропорта «Калуга», на базе водных путей - река Ока, река Угра, - и межрегиональное сотрудничество для привлечения турпотока, пользующегося малой авиацией.

4.2.3. Стратегическая инициатива «Инфраструктура туризма и индустрии гостеприимства»

В местах концентрации туристских ресурсов необходимо предусмотреть создание качественной обеспечивающей и туристической инфраструктуры.

Стратегическая цель инициативы — обеспечить туристско-рекреационные зоны развития комплексной инфраструктурой для формирования лучшего туристского опыта и конкурентоспособного туристского продукта.

Выделяется три стратегические задачи.

Стратегическая задача 1. Обеспечение туристско-рекреационных зон развития качественной обеспечивающей инфраструктурой (туалеты, экстренная телефонная связь, площадки отдыха, элементы благоустройства и прочее) для формирования лучшего пользовательского опыта туристов (в том числе с учетом сезонных пиков).

Задача предполагает планирование развития обеспечивающей (коммунальной) инфраструктуры, мощностей и средств на обслуживание в рамках мастер-планов ТРЗР с учетом увеличения нагрузки при росте туристского потока. Для этого необходимо заложить дополнительные мероприятия или уточнить существующие в планах и программах ответственных органов государственной власти и органов местного самоуправления Калужской области, а также привлекать к созданию такой инфраструктуры частные инвестиции (включая некоммерческие организации). Особое внимание необходимо уделить планированию данной инфраструктуры для экскурсионных автобусных маршрутов.

Стратегическая задача 2. Обеспечение туристско-рекреационных зон развития туристской инфраструктурой, как основной в виде средств размещения и объектов общественного питания, так и специализированной (по видам туризма и по типам потребностей пользователей) для обеспечения лучшего пользовательского опыта и привлекательного туристского продукта.

Задача базируется на планировании потребностей в основной и специализированной туристской инфраструктуре на основе мастер-планов ТРЗР, которые учитывают рост туристского потока и сезонные пиковые нагрузки на инфраструктуру. При планировании предусматривается выделение земельных участков и инвестиционных лотов с проверенными концепциями и финансовыми моделями. Другим инструментом является увеличение мощностей существующих объектов туристской инфраструктуры.

Стратегическая задача 3. Обеспечение целостности и привлекательности визуальной концепции туристского пространства туристско-рекреационных зон развития и транспортных путей.

Через мастер-планы закладываются единый дизайн-код и объемно-пространственные регламенты, которые относятся к туристско-рекреационным зонам развития и туристским транспортным путям. Ресурсное обеспечение данных планов может

быть реализовано за счет средств федерального бюджета на формирование комфортной городской среды, реконструкцию, реновацию, реставрацию исторических зданий.

Связь туристско-рекреационных зон развития и отдельных объектов показа должна быть реализована за счет единой системы туристской навигации. Она должна быть узнаваемой и включать не только туристические дорожные знаки на коричневом фоне, но и более широкий перечень объектов, включая карты, QR-коды и иные объекты.

Реализация стратегической инициативы также возможна в рамках формирования федеральной туристической межрегиональной схемы территориально-пространственного планирования макрорегиона «Большое Золотое кольцо».

В рамках проведенных исследований пространственного и социально-экономического развития, а также комплексного исследования туристического потенциала регионов на территории Калужской области предлагается создание двух туристических территориальных проектов (всесезонных курортов):

- создание всесезонного курорта на территории Дзержинского района (с основным ядром притяжения – арт-парк «Никола-Ленивец»);

- создание всесезонного курорта на территории Тарусского района (с основным ядром притяжения – г. Таруса) (далее – всесезонные курорты).

В рамках всесезонных курортов запланировано создание гостиничной и обеспечивающей инфраструктуры.

4.2.4. Стратегическая инициатива «Комфортный инвестиционный климат»

Стратегическая цель инициативы — построение системы, которая на постоянной основе стимулирует привлечение инвестиций в проекты в сфере туризма и гостеприимства Калужской области и обеспечивает комфортную предпринимательскую среду для развития малого и среднего предпринимательства в туризме, включая микропредприятия.

Благоприятный инвестиционный климат туристской сферы Калужской области формируется при стабильном социально-экономическом положении региона, развитости его внутренней инфраструктуры и транспортно-логистических связей.

Основной задачей станет создание «единого окна» для инвесторов, реализующих проекты в сфере туризма и гостеприимства, в том числе по:

- оказанию финансовой и нефинансовой (информационной, организационной, ресурсной и иных видов) поддержки, а также созданию условий для возможности использования федеральных инструментов поддержки;

- формированию «пакетов» адресной поддержки инвесторов по приоритетам: тип инвестиционных проектов (крупные, средние, мелкие), тип создаваемого инфраструктурного объекта (сельский гостевой дом, спа-отель и пр.), вид маркетингового продукта (экскурсионное бюро, туроператор, средство размещения и т.д.).

Адресная поддержка инвесторов позволит сконцентрировать усилия региона на стимулировании формирования приоритетных сегментов туристского рынка и координировать усилия с маркетинговой стратегией.

Необходимо формировать предпосылки для развития перспективных рынков, таких как кемпинг-индустрия и аутдор-индустрия.

Кроме этого, целесообразным является формирование земельных участков, цифровой системы «зеленого коридора» для инвесторов.

Привлечение новых инвестиционных проектов и развитие существующих позволит обеспечить генерацию новых и концентрацию существующих цепочек создания стоимости в сфере туризма на основе резидентных структур с повышением эффективности

использования капитала, направленных на увеличение доли услуг туризма в валовом региональном продукте Калужской области.

4.3. Стратегический приоритет «Развитие системы продвижения и повышение узнаваемости туристских ресурсов и бренда»

Стратегическая цель приоритета — создание и продвижение качественного и привлекательного для целевой аудитории регионального туристского продукта на уровне мировых стандартов и стать одним из лидирующих направлений туризма в Центральном федеральном округе.

Для этого требуется поддержка формирования специальных туристических предложений по перспективным направлениям туризма, включая культурно-познавательный, событийный (в т.ч. на базе кластеров и объектов «Новой культурной географии»), запуск событийной активности новых форматов - фестивалей современной культуры, уличного, театрального искусства, гастрономии, науки и технологий, массового спорта и др.), экологический, промышленный, образовательный, сельский и аутдор-туризм. Важным является повышение узнаваемости туристического бренда региона, формирование положительного имиджа и продвижение Калужской области как туристического направления. Повышению конкурентоспособности сектора услуг в Калужской области будет способствовать идентификация и поддержка объектов сферы услуг региона, имеющих положительную оценку клиентов и рекомендации к посещению.

Необходимы реализация совместных проектов развития туризма, формирование новых туристических предложений совместно с регионами Центрального федерального округа (Москва и Московская область, Тульская область, Смоленская область, Брянская область и др.).

В ходе образования эффективной системы продвижения туристского продукта необходимо акцентировать внимание на трех стратегических инициативах – единый бренд Калужской области, комплексный территориальный туристский продукт, продвижение территориального туристского продукта и бренда.

4.3.1. Стратегическая инициатива «Единый бренд Калужской области»

Стратегическая цель — создание интегрированного бренда Калужской области как туристского направления и формирование его зонтичной структуры.

Узнаваемость регионального туристического бренда — один из ключевых критериев выбора места отдыха для потенциального туриста и территории для инвестиционного проекта предпринимателя. Создание единой системы брендинга и ее продвижения является залогом конкурентоспособности региона и получения имиджевых эффектов.

Актуальность инициативы для Калужской области связана во многом с низкой степенью узнаваемости региона на туристском рынке и фактически отсутствием ассоциативной связи между Калугой, Калужской областью и ключевыми точками притяжения области (Оптина пустынь, арт-парк «Никола-Ленивец», фестивали «Архстояние» и «Сигнал» и др.).

Выделяется три стратегические задачи.

Стратегическая задача 1. Разработка и закрепление зонтичной структуры бренда Калужской области как туристского направления.

Задача предполагает разработку визуальной и содержательной (смысловой) части единого территориального бренда (бренд-платформы) Калужской области как туристского направления. Он должен формировать у потенциального туриста понятную устойчивую ассоциацию или образ, связанный с отдыхом и путешествием в Калужскую область. Ассоциация или образ должны быть отличными от других регионов и проявлять уникальность предложения региона.

На основе проведенных глубинных интервью возможно обозначить следующую концепцию платформы будущего туристического бренда региона на основе ассоциаций туристов: космос, природа, фестивали.

Содержательная (смысловая) часть территориального бренда Калужской области раскрывается через локальные территориальные «суббренды», которые интегрированы в архитектуру единого бренда. Суббренды продвигаются в рамках единой рекламной и PR-кампании региона.

Одним из перспективных суббрендов является «Калужское гостеприимство». Положительную практику присвоения отличительного знака «Калужское гостеприимство», запущенную в рамках программы развития туризма в г. Калуга, необходимо совершенствовать и распространять на территории региона.

Таким образом, единый территориальный бренд отвечает за узнаваемость Калужской области как направления путешествия, а локальные территориальные суббренды подкрепляют единый бренд и формируют более узкое туристское предложение на рынке.

Перспективными направлениями суббрендов являются суббренды малых исторических городов (Боровск, Таруса, Козельск и др.), гастрономические суббренды, событийные суббренды, суббренд народных промыслов (тарусская вышивка, тарусская керамика, хлудневская игрушка), суббренд кемпинг-индустрии.

Стратегическая задача 2. Создание суббренда Калужской области как инвестиционно привлекательного региона для инвесторов в сфере туризма и индустрии гостеприимства в рамках единого туристического территориального бренда региона.

При реализации данной задачи важно учитывать общую стратегию социально-экономического развития региона и его инвестиционный потенциал в целом. Необходимо использовать положительный имидж Калужской области и ее сложившийся репутационный капитал как территории, благоприятной для инвестирования, для формирования «инвестиционного» бренда в сфере туризма и гостеприимства.

Стратегическая задача 3. Внедрение концепции внутреннего маркетинга Калужской области.

Задача нацелена на продвижение ценностей бренда региона как туристского направления и формирование единого контекста важности туристской сферы региона на уровне региональных органов власти и органов местного самоуправления. Инструмент реализации задачи — регламенты коммуникации и имиджевые мероприятия.

4.3.2. Стратегическая инициатива «Комплексный территориальный туристский продукт»

Стратегическая цель — содействие созданию конкурентоспособных туристских продуктов и услуг в сфере туризма и гостеприимства и формирование сбалансированного предложения региона (по сезонности и по охвату территорий региона).

Для максимального удовлетворения туристского спроса необходимо не только проектирование отдельных туристских продуктов, но и планирование территориальных

туристских продуктов в масштабе всего региона. Важно создать единое интегрированное туристическое пространство региона. Для этого целесообразно применить комплексный подход.

Выделяется две стратегических задачи.

Стратегическая задача 1. Формирование регионального организационного механизма по координации и поддержке формирования туристских продуктов и услуг.

Стратегическая задача базируется на содействии региона в деятельности органов местного самоуправления Калужской области по разработке туристских продуктов.

В рамках данной задачи необходимо выстроить эффективный организационный механизм включения регионального туристского предложения в единую рекламную кампанию на выбранный период.

Стратегическая задача 2. Поддержка формирования туристских продуктов, обеспечивающих конкурентоспособное и сбалансированное предложение региона (по сезонности и по охвату территорий региона).

Стратегическая задача нацелена на увеличение продолжительности туристских поездок и их количества в Калужской области, формирование единого туристического пространства.

Конкурентоспособность и сбалансированность туристского предложения формируется за счет разработки базовых туристских продуктов, отражающих их туристскую специализацию и конкурентное преимущество, и дополнительных туристских продуктов, отвечающих за их диверсификацию по сезонному признаку и ориентацию на различные целевые аудитории (в том числе по географическому признаку, учитывая приоритеты пространственного развития туризма).

Перспективным является развитие потенциала МICE-туризма и формирования условий для проведения крупных выставочных и форумных мероприятий.

Возрождение деятельности туристических клубов как «первичного звена» туристско-рекреационной системы региона будет способствовать формированию в долгосрочной перспективе массового спроса на путешествия внутри региона.

Важная роль региона также заключается в координации усилий муниципальных образований для формирования многосоставных туристских продуктов. Одним из центральных принципов решения данной задачи — ориентация на город Калугу как территорию максимальной концентрации туристско-рекреационных ресурсов и центрального транспортно-пересадочного узла. Это предполагает разработку основной программы пребывания в городе Калуге с возможностью ее расширения путем включения продуктов-саттелитов по принципу конструктора (для увеличения продолжительности пребывания туристов, приехавших в город Калугу).

4.3.3. Стратегическая инициатива «Продвижение территориального туристского продукта и бренда»

Стратегическая цель — содействие комплексному продвижению туристских продуктов и регионального туристского предложения Калужской области на внутреннем и международном туристских рынках.

Актуальность инициативы для Калужской области обусловлена отсутствием единой стратегии территориального маркетинга продвижения туристского продукта и несовершенством системы маркетинговых коммуникаций бренда.

Выделяется четыре стратегические задачи.

Стратегическая задача 1. Разработка и реализация комплекса мер, направленных на продвижение Калужской области как туристского направления и на обеспечение узнаваемости ее бренда на целевых рынках.

Стратегическая задача включает два основных направления работы.

Первое направление – продвижение бренда региона (обеспечение его узнаваемости) и формирование позитивного имиджа территории на целевых рынках.

Фокусом данного направления является создание у целевой аудитории туристов устойчивых ассоциаций с Калужской областью как территорией для отдыха и путешествий, а у потенциальных инвесторов – как приоритетной территории для инвестирования. Работа должна строиться по принципу наибольшего охвата широких слоев населения на приоритетных географических рынках, которые являются поставщиками спроса.

Второе направление – специальные кампании для продвижения территориальных туристских продуктов Калужской области, где особое внимание должно уделяться стимулированию спроса на туристские продукты в низкий сезон и межсезонье и стимулированию спроса на турпродукты «развивающихся» территорий. В данном направлении необходима точечная работа с целевой аудиторией.

В рамках новых инструментов продвижения целесообразно использовать: мобильные туристско-информационные центры, создание специальных интернет-проектов по продвижению тематики суббрендов, нишевых продуктов с использованием таргетированной рекламы.

Стратегическая задача 2. Увеличение цифровых инструментов продвижения Калужской области как туристского направления для широкого круга пользователей и формирования качественного пользовательского опыта туриста.

Данная задача реализуется за счет расширения использования инструментов цифрового маркетинга. Ключевой акцент делается на развитии единого туристического портала Калужской области как единого сервиса планирования путешествия.

Стратегическая задача 3. Обновление программы и увеличение количества мероприятий событийного туризма Калужской области, нацеленных на привлечение туристов в регион.

Чтобы повысить привлекательность туризма в регионе, необходимо совершенствовать общий событийный календарь путем увеличения плотности сетки событий, постепенного расширения их географии.

Одной из перспективных концепций событийного календаря региона является организация постоянно действующих мероприятий, проведение спортивно-зрелищных мероприятий, а также усиленное продвижение имеющихся.

Необходимо привлекать в Калугу и Калужскую область федеральные и международные проекты, события (в том числе в сфере культуры и искусства) как на постоянной, так и на временной основе.

Стратегическая задача 4. Организация и проведение на постоянной основе маркетинговых исследований туристского рынка и иных исследований, направленных на повышение эффективности создания, позиционирования, управления и продвижения «туристского продукта» региона.

Результаты исследования должны формировать аналитическую базу для корректировки стратегических и оперативных планов региона в сфере туризма, а также служить основой для совершенствования системы продвижения.

5. Ожидаемые результаты и риски реализации Стратегии

5.1. Ожидаемые результаты реализации Стратегии

Реализация Стратегии позволит обеспечить развитие туристской и гостиничной индустрии Калужской области в плановом периоде до 2030 года. Одним из ключевых результатов, отражающих тенденцию роста сферы туризма, является туристский поток, который к 2030 году должен увеличиться в два раза по сравнению с базовым прогнозным показателем 2023 года. Значения показателя туристского потока являются основными в Стратегии для оценки вклада Калужской области в развитие туризма в Российской Федерации.

Учитывая мультипликативный эффект туризма, рост турпотока отразится на увеличении значений показателя валовой добавленной стоимости туристской индустрии Калужской области, который выступает для Стратегии ориентиром оценки вклада туризма в социально-экономическое развитие региона.

Для оценки выполнения настоящей Стратегии сформирована система целевых показателей ее реализации в соответствии со стратегическими приоритетами (прилагается). Показатели сформированы по двум сценариям: базовый сценарий, который отражает среднегодовые темпы роста показателей на основе прогноза, и целевой сценарий, который отражает ускоренные темпы роста показателей.

5.2. Риски реализации Стратегии

Риски реализации Стратегии включают: внешние риски, которые характеризуются внешними для Калужской области факторами, и внутренние риски, характеризующиеся внутренними факторами.

К основным внешним рискам относятся: новые эпидемиологические ограничения на передвижения, ухудшение ситуации с логистикой, высокий уровень инфляции, падение уровня жизни, неблагоприятная геополитическая и военная обстановка, приоритизация сферы туризма в стратегиях социально-экономического развития других регионов Российской Федерации, недостаточная инвестиционная активность предпринимателей.

К внутренним рискам относятся: недостаточная приоритизация сферы туризма в стратегии социально-экономического развития региона, ухудшение инвестиционного климата в сфере туризма региона, недостаточное продвижение бренда региона как туристского направления, дефицит квалифицированных кадров в регионе, рост доли некачественных и несертифицированных услуг в сфере туризма, недостаточная связанность туристских территорий региона, отсутствие капитальных вложений для улучшения инфраструктуры туризма.

6. Ресурсное обеспечение реализации Стратегии, этапы ее реализации, система контроля и мониторинга реализации Стратегии

Реализация Стратегии осуществляется за счет средств всех уровней бюджетной системы Российской Федерации, а также средств внебюджетных источников.

Объем средств регионального бюджета, необходимых для реализации Стратегии, ежегодно определяется и корректируется в рамках бюджетного процесса.

Реализация Стратегии предусматривается в несколько этапов.

Первый этап (2023 - 2024 годы): реализация комплекса мероприятий, обеспечивающих формирование системных основ реализации Стратегии по каждому

стратегическому приоритету: разработка маркетинговой стратегии и плана ее реализации, формирование мастер-планов на базе пилотных территорий (город Калуга, Юхновский район, Жуковский район) с учетом мастер-планов Никола-Ленивца и города Тарусы, обеспечение эффективного межведомственного взаимодействия с учетом предложенных инструментов, разработка и принятие государственной программы Калужской области по развитию туризма и индустрии гостеприимства на последующие 5 лет, формирование региональной команды по работе с инвестиционными проектами и повышению инвестиционной привлекательности территорий в сфере туризма.

Второй этап (2025 - 2026 годы): связан с реализацией проектов и мероприятий, запущенных на первом этапе, продолжается планомерная работа по формированию мастер-планов, усиливается работа по продвижению бренда региона как туристского направления, привлечению инвестиционных проектов и формированию благоприятного инвестиционного климата, формируется система обеспечения качества и безопасности услуг, совершенствуется система статистического мониторинга.

Третий этап (с 2027 года): основан на выполнении регулярных мероприятий предыдущих этапов и является периодом, когда проявляются все эффекты реализации Стратегии.

Координация и методическое обеспечение разработки и корректировки Стратегии обеспечивается министерством культуры и туризма Калужской области.

Реализация Стратегии осуществляется органами исполнительной власти Калужской области, органами местного самоуправления Калужской области, институтами развития и научными организациями, профессиональным и бизнес-сообществом туризма и индустрии гостеприимства в соответствии с полномочиями в установленной сфере деятельности.

Достижение целей и задач Стратегии будет осуществляться в рамках реализации государственной программы Калужской области, которая будет основным механизмом реализации Стратегии.

Мониторинг реализации Стратегии реализуется на основе ключевых показателей достижения результатов с указанием ежегодных целевых значений, а также системы дополнительных показателей по каждому стратегическому приоритету, если необходимо.

Приложение
к Стратегии развития туризма
в Калужской области на период до 2030 года

Целевые показатели реализации Стратегии

Показатель	Ед. измерения	Сценарии	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030
ОБЩИЕ ПОКАЗАТЕЛИ СТРАТЕГИИ										
Туристско-экскурсионный поток	Чел.	Базовый	2 406 849	2 527 191	2 653 551	2 786 229	2 925 540	3 071 817	3 225 408	3 386 678
		Целевой	2 454 986	2 577 735	2 706 622	2 841 953	2 984 051	3 133 253	3 289 916	3 454 412
Туристский поток (туристские поездки)	Ед.	Базовый	601 712	661 168	733 833	814 554	904 155	1 003 612	1 108 992	1 228 763
СТРАТЕГИЧЕСКИЙ ПРИОРИТЕТ «Совершенствование управления в сфере туризма»										
Среднегодовая численность занятых (деятельность гостиниц и предприятий общественного питания)	Чел.	Базовый	16 102	16 424	16 753	17 088	17 430	17 778	18 134	18 496
		Целевой	16 428	16 757	17 092	17 434	17 782	18 138	18 501	18 871
Количество аттестованных экскурсоводов и гидов-переводчиков	Чел.	Базовый	10	12	14	17	21	25	30	36
		Целевой	13	16	19	22	27	32	39	47
Количество номерного фонда в классифицированных средствах размещения	Проц.	Базовый	72	76	80	84	88	92	97	100
СТРАТЕГИЧЕСКИЙ ПРИОРИТЕТ «Пространственное развитие и развитие туристской индустрии»										
Число номеров в коллективных средствах размещения	Номеров	Базовый	8 261	8 344	8 427	8 511	8 596	8 682	8 769	8 857
Число мест в коллективных средствах размещения	Мест	Базовый	20 438	20 642	20 848	21 057	21 268	21 480	21 695	21 912
СТРАТЕГИЧЕСКИЙ ПРИОРИТЕТ «Развитие системы продвижения и повышение узнаваемости туристских ресурсов и бренда»										
Численность размещенных лиц в коллективных средствах размещения	Чел.	Базовый	606 775	637 114	668 970	702 418	737 539	774 416	813 137	853 794
		Целевой	667 453	700 825	735 867	772 660	811 293	851 858	894 450	939 173
Число ночевочных мест в коллективных средствах размещения	Ночевочков	Базовый	1 674 959	1 758 707	1 846 642	1 938 974	2 035 923	2 137 719	2 244 605	2 356 835
		Целевой	1 708 458	1 793 881	1 883 575	1 977 754	2 076 642	2 180 474	2 289 497	2 403 972

