

31 → Правда, Ленинградская область рассматривается петербуржцами и жителями самой области лишь как вариант проведения выходных. По мнению Татьяны Гавриловой, Ленобласть является «Меккой для еженедельного отдыха». Свой ежегодный отпуск жители Петербурга и области стремятся провести либо в Европе, либо на море.

БАРЬЕРЫ НА ПУТИ К ПОПУЛЯРНОСТИ Эксперты оценивают туристический потенциал Ленинградской области как высокий, но полагают, что существует целый ряд аспектов, мешающих региону стать популярным направлением как у российских туристов, так и у жителей соседних стран.

«Во-первых, неразвитая инфраструктура в сочетании с высокими ценами. По-настоящему комфортных гостиниц в Ленинградской области не так много, но и те, что есть, совершенно неконкурентоспособны по сравнению с отелями Прибалтики. У финских туристов даже вопроса не возникает, куда ехать: те, кто хотят провести комфортно рождественские каникулы и при этом сэкономить, отдадут предпочтение Эстонии, а не России. Хотя Россия и более доступна с точки зрения транспорта (поезд, машина, паром), Эстония явно выигрывает в соотношении цена/качество», — рассказывает Марина Колесник. Второй проблемой гостиниц Ленинградской области госпожа Колесник называет их слабую представленность в интернете. «Сегодня только половина областных отелей имеет сайт, страничка на английском языке есть и вовсе у единиц. Для сравнения, в Санкт-Петербурге более 90 процентов отелей имеют сайты, более половины имеют англоязычную версию», — говорит генеральный директор Oktogo.ru.

По данным администрации Ленинградской области, на территории региона расположено 440 работающих гостиниц, пансионатов, баз отдыха и турбаз. Четверть из этого числа можно определить как места коллективного размещения высокого уровня комфортности. Этому статусу соответствуют часть гостиниц и коттеджей.

Такое несолидное число гостиниц и пансионатов в регионе, позиционирующем себя как «территорию отдыха», — это не единственная причина непопулярности Ленобласти у туристов. Марина Колесник объясняет большую привлекательность прибалтийских стран и Финляндии у жителей Северо-Запада России по сравнению с Ленинградской областью рядом факторов. «Активное продвижение Эстонии и Латвии на российском туристическом рынке, продуманная рекламная компания, транспортная доступность сочетаются с хорошим уровнем сервиса за разумные деньги. К примеру, средний чек за ночь в spa-отеле в Латвии составляет 50 евро, в Эстонии 60 евро. Россия, к сожалению, не может конкурировать с ближайшими соседями ни по качеству сервиса, ни по цене. Средний чек в отелях Ленинградской области с аналогичным набором составляет 80 евро», — говорит госпожа Колесник.

Российский союз туристической индустрии в своих подсчетах стоимости отдыха в Ленобласти исходит из того, что человек, выезжающий на неделю за границу, должен закладывать в свои расходы (стоимость турпутевки плюс прочие расходы на месте) не менее 50 тыс. рублей. «В таком

случае на аналогичную поездку в Ленобласть потребуется около 30 тыс. рублей: из программы полностью выпадет шопинг, будут присутствовать рестораны и минимальный объем развлечений. Основная сумма уйдет на размещение и питание», — считает Татьяна Гаврилова.

При такой стоимости отдыха в Ленобласти, недостатке гостиничной инфраструктуры, слабой транспортной доступности объектов отдыха назвать регион территорией отдыха пока никак не получается. К тому же, по мнению Татьяны Гавриловой, работа по созданию привлекательного образа Ленобласти для туристов ведется недостаточно активно, не носит системного характера, и за последние два года объем продвижения региона значительно снизился.

Для того чтобы область стала по-настоящему конкурентоспособной и интересной для отечественных и иностранных туристов, необходимо серьезное государственное участие. Эксперты признают — без бюджетных вложений в развитие транспортной, гостиничной и культурной инфраструктуры, регион не станет интересен и для бизнеса. «Для туристов, выбирающих место отдыха, большую роль играет уровень цен, поскольку доступность отдыха часто является одним из основных критериев выбора. При этом такие своеобразные «инвестиции в цены», когда последние искусственно сдерживаются или занижаются для повышения привлекательности региона, дадут большое экономическое преимущество в долгосрочном периоде. Ведь повышение туристической привлекательности является стратегическим фактором развития», — считает Антон Сафонов, аналитик «Инвесткафе». Инвестиции в повышение туристической привлекательности Ленобласти со стороны бизнеса и государства должны быть значительны, поэтому, по мнению господина Сафонова, быстро увеличить число туристов в регионе будет сложно.

По данным Российского союза туристической индустрии, недавнее исследование показало, что для администраций районов Ленинградской области экономический интерес представляют прежде всего индивидуальные туристы. «Привлечением „индивидуалов“ как раз должны заниматься администрации совместно с ресторанами и средствами размещения. Что же касается групповых туристов, интересных турфирмам, то для районов они абсолютно не интересны: все средства, за исключением небольшого дохода от покупки туристов, уходят в другой субъект федерации, в Санкт-Петербург», — рассказывает Татьяна Гаврилова.

По мнению эксперта, правительству Ленинградской области необходимо осознать «болевы́е точки» развития туризма в регионе и переориентироваться на другой потребительский рынок. «Очень верно, что выставка „Лентревлэ“ и Фестиваль малых исторических городов теперь проходят в Петропавловской крепости: как раз так и нужно привлекать индивидуальных туристов из Санкт-Петербурга. Однако этот акцент нужно усиливать», — полагает госпожа Гаврилова.

Эксперты единодушно отмечают, что большой туристический потенциал Ленинградской области не реализуется в полной мере, поскольку долгое время ни государство, ни бизнес не вкладывались в развитие этой сферы жизни региона. ■

МУЗЕЙ КАК ЯКОРНЫЙ АРЕНДАТОР В ПЕТЕРБУРГЕ МОЖЕТ ПОЯВИТЬСЯ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ МУЗЕЙ СОВРЕМЕННОГО ИСКУССТВА. ОБ ЭТОМ ЗАЯВИЛ ГУБЕРНАТОР ПЕТЕРБУРГА ГЕОРГИЙ ПОЛТАВЧЕНКО ВО ВРЕМЯ ФЕВРАЛЬСКОГО ВИЗИТА В ЦВЗ «МАНЕЖ».

РОМАН РУСАКОВ

Следует отметить, что в городе функционирует уже как минимум два музея современного искусства, и оба они — частные. Как говорят участники рынка, привлекать частный капитал в такие проекты достаточно сложно — все-таки окупаемость подобных заведений находится под вопросом. Хотя работать безубыточно культурные объекты все-таки могут. О том, что городу нужен государственный музей современного искусства, Георгий Полтавченко заявил в ходе разговора с директором центрального выставочного зала «Манеж» Кириллом Кузьминым. Последний пожаловался, что «Манежу» негде хранить 3 тыс. экспонатов, собранных за последние 20 лет. В Смольном сообщили, что, вероятно, музей разместится во Фрунзенском районе. Более подробной информации о проекте пока нет.

НА ЧАСТНОЙ ИНИЦИАТИВЕ Сегодня в Петербурге работает два музея современного искусства — музей «Эрарта» на 29-й линии и «Новый музей» на 6-й линии Васильевского острова. «Новый музей» принадлежит заместителю генерального директора по инвестициям ОАО «МРСК Северо-Запада» Аслану Чехову, площадь музея составляет 500 кв. м, а инвестиции в проект оцениваются в \$1 млн.

Музей «Эрарта» принадлежит Марине Варвариной, вдове убитого 12 лет назад владельца концерна «Орими» Дмитрия Варварина. Сегодня это крупнейший частный музей России, он включает около 2 тыс. работ 140 художников. По оценкам аналитиков, в создание «Эрарты» было направлено около \$30 млн.

Следует отметить, что инвесторы в последнее время довольно часто заявляют о намерении создать либо музеи, либо какие-то арт-пространства. Однако, как правило, большинство проектов предполагает открытие в составе многофункциональных комплексов. И до реализации заявленных планов доходят далеко не все.

Из дошедших до финиша можно отметить заявленный к открытию (ориентировочно в апреле-мае) многофункциональный центр — креативное пространство «Ткачи» (бывшая «Новая бумагопрядильная мануфактура» на Боровой ул., 60). Помимо офисной функции здесь предусмотрено и арт-пространство. Инвестором проекта выступает ГК «Овентал».

Помимо арт-пространства современного искусства, которое разместится на последнем этаже комплекса (1300 кв. м), в здании будет работать торговая зона (1300 кв. м), кафе или ресторан (500 кв. м). Под офисы, образовательные

классы выделено 3750 кв. м, под детский театральный центр — 750 кв. м.

Общая площадь объекта составляет около 13 тыс. кв. м. Как сообщили в ГК «Овентал», затраты на создание всего комплекса составили около \$27 млн. Окупиться вложения, по расчетам специалистов «Овентала», должны за восемь лет.

«По примеру существования всех лофт-пространств мира именно творческая составляющая является основой развития подобных проектов. Мы не акцентируем внимание именно на арт-составляющей, а подходим к этому вопросу более гибко, отсюда и название „креативное пространство“, не использовавшееся до нашего появления и ставшее обязательной приставкой в названии новых подобных проектов. У нас найдут себе место разные формы проявления креативности: музыкальная и танцевальная студии, фотошкола и школа стиля, детский театральный центр, пиар-, рекламные, брендинговые и креативные агентства, магазины дизайнерской одежды и аксессуаров, музыкальный, мебельный, книжный магазин и даже дизайнерские велосипеды Electra. Именно творческая составляющая проекта придает гибкость и прочность нашей бизнес-модели. Она позволит нам развиваться быстрее», — считает Екатерина Филимонова, представитель ГК «Овентал».

Проектов, предусматривающих ту или иную культурную функцию, в городе довольно много. Например, музей обещает создать венгерская компания TriGranit в рамках своего проекта «Дворец искусств» на Васильевском острове (у домов № 77–79 по Среднему проспекту).

При прежней городской администрации этот проект, стоимостью 10 млрд рублей, нашел полное понимание и поддержку властей. Было заключено соглашение о реализации его по схеме государственно-частного партнерства. Однако новый губернатор города к идее «Дворца искусств» отнесся прохладно, а его заместитель назвал проект «непроработанным». Теперь представители компании «Инвест-Строй», аффилированной с TriGranit, заявили, что пересмотрели концепцию проекта «Дворца искусств». В частности, в новой концепции предусмотрено создание политехнического музея.

Эксперты отмечают, что при создании арт-проектов инвестор часто руководствуется чувством любви к искусству, также создание культурного центра может быть имиджевой акцией как для инвестора, так и для проекта.

УЧЕСТЬ ВСЕ НЮАНСЫ При создании и в процессе работы культурного центра может возникнуть масса сложных момен-