

СРЕДА ОБИТАНИЯ

МАРШРУТЫ

Олег Андрияшкин: Экономическая база отрасли — 90% населения

Издатель популярных путеводителей по Пермскому краю —
о перспективах развития регионального туризма

АЛЁНА СЕРЕБРЯКОВА

Олег Андрияшкин — настоящий энтузиаст и популяризатор красот и уникальных мест Пермского края. В его агентстве «Стиль-МГ» в 2015 году вышел очередной путеводитель «Пермь. Пермский край», а вообще, путеводители «от Андрияшкина» считаются образцом «вождения за руку» потенциального туриста. В дни, когда в Прикамье вновь активизировались разговоры на тему «Как бы нам привлечь туристов?», мнение Андрияшкина по этому поводу как минимум небезынтересно.

— В последнее время много говорится о внутреннем туризме. Встречи в администрациях и муниципалитетах, круглые столы, активное обсуждение со стороны Пермской туристической гильдии, а теперь вот и фестиваль «Гений места». Власть «развернулась» в сторону туристов?

— Желание властей развивать туризм оправданно. Пусть первые шаги и очень затайливы по своей логике, всё же это лучше, чем ничего. Однако для развития нужны многолетние вложения. Есть ли средства? Разумен ли приоритет этого в нынешнее экономическое время?

Считаю, просить денег — не самая лучшая идея (тем более что их всё равно никто не даст). Задача отрасли — сформировать запрос на условия для развития. Этот процесс начался.

— «Креативный класс» осознал важность туризма в своей стране? Судя по форматам и частоте встреч, этим делом заинтересовались всерьёз?

— Давайте смотреть на вещи реально. Сменить итальянские и французские «юга» на Пермский край наши обеспеченные хипстеры, конечно, не планируют. Все дискуссии, хоть с участием модных столичных и международных персон, — дань сиюминутному поветрию. Для бомонда разговоры о развитии внутреннего туризма — это мероприятие сродни «фермерским рынкам», «гагарин-маркетам» и прочим тусовкам по взаимному впариванию хендмейд-безделниц. Всё это милые, трогательные и добрые, но абсолютно бессмысленные



ФОТО ЕВГЕНИЙ ВОТИНЦЕВ

инвенты как содержательно, так и экономически.

Субъект внутреннего туризма — иной персонаж. Качественно другая целевая аудитория. Дети «советских туристов», с младых ногтей натякающиеся в кладовке на выпадающую с антресолей гита-

У нас есть где и 40 человек на автобусе «развернуться», и двойке байдарочников отлично провести время. Нужны прописанные маршруты, локальное и территориальное информирование, реклама.

ру. Семейные пары, уже побывавшие в Турции, Египте и Таиланде, но обнаружившие, что на малой родине тоже есть немало интересного. Вполне состоявшиеся люди, принципиально не готовые выезжать за границу (в том числе и по материальным соображениям). Ну и, конечно, те, кто по административным и политическим причинам не может выезжать.

Таких людей, если подумать, 90% нашего населения. Это и есть экономическая база отрасли.

— То есть думающий и обеспеченный класс пренебрегает туризмом в Прикамье? В России в целом?

— Нет. Обеспеченный класс как раз проявляет к поездкам по нашей территории всё более и более растущий интерес. Масса местных директоров и олигар-

предпочитает путешествовать по страницам Facebook, блогам и Лазурному берегу. Причём именно в этом порядке, ибо богатых хипстеров у нас мало.

— А как же туристы, приезжающие на пермские мероприятия? Дягилевские сезоны, концерты, фестивали?

— Это очень разные материи. Сегмент «культурного» туризма, театралов постоянен. Вряд ли ошибусь, если скажу, что поток представителей «культурного» туризма и театралов ежегодно стабилен как по численному, так и по структурному составу. Такие путешествия — тоже важный «отсек» внутреннего туризма.

Руководители отрасли чаще всего мыслят территориями: «туризм в Перми», «туризм на территории Н-ского района». Кластерный подход, может быть, и имеет право на существование. Но я бы оперировал маршрутными категориями, точками интереса, «провинциями» и объектами. Кстати, именно так мы и формировали логику нашего нового путеводителя «Пермь. Пермский край», вышедшего в 2015 году.

Пластов локального туризма помимо «культурного» и «спортивного» множество. Это и техноген всех мастей, которым Пермский край традиционно богат. Охотничьи туры. Профессионально

хов за несколько лет вполне освоила все виды классического внутреннего туризма в Пермском крае и других российских территориях. Сплыв, авто- и снегоходные вылазки, трекинг и стандартные походы, экскурсии и восхождения...

Удивительно, но их не смущают инфраструктурные несовершенства вроде сомнительных гостиниц, заправок или столовых. Дороги весьма посредственного качества не смущают. Парадокс?

А вот «креативный класс», который как раз больше всего обсуждает отрасль,