

**Участникам и организаторам
IV Всероссийской конференции
«Реализация государственной политики
в области развития культурно-познавательного туризма в России»**

Дорогие друзья!

От имени Федерального агентства по туризму и от себя лично приветствую вас и поздравляю с открытием IV Всероссийской конференции «Реализация государственной политики в области развития культурно-познавательного туризма в России»!

Культурно-познавательный туризм является в настоящее время одним из наиболее перспективных и востребованных сегментов внутреннего российского туристского рынка; стимулом и источником реализации скрытого потенциала культурно-исторических центров; инструментом «приобщения к истокам» и воспитания у граждан России чувства Родины.

Проведение Всероссийской конференции стало доброй традицией. В четвертый раз мы собираемся, чтобы обсудить актуальные вопросы развития культурно-познавательного туризма в России.


Место для проведения сегодняшней конференции выбрано неслучайно. Тобольск обладает бесценным многовековым культурным и духовным наследием, является одним из красивейших городов не только Сибири, но и всей России, местом рождения и последнего пристанища многих великих людей нашей страны. С каждым годом Тобольск привлекает все большее количество туристов – как соотечественников, так и граждан зарубежных стран.

Благодаря целенаправленной и активной работе городских и областных властей, поддержке федерального центра, город Тобольск за последние годы стал туристическим центром Западной Сибири и в настоящее время широко известен в мировом туристическом сообществе.

Уверен, что работа IV Всероссийской конференции «Реализация государственной политики в области развития культурно-познавательного туризма в России» будет способствовать плодотворному и заинтересованному партнерству между представителями органов власти, учебных заведений, музеев, научного и бизнес-сообществ; обмену положительным опытом развития культурно-познавательного туризма в России.

Желаю всем участникам Всероссийской конференции интересной плодотворной работы и реализации намеченных планов!

Руководитель
Федерального агентства по туризму



А.И. Ярочкин

Дорогие друзья!

От всей души приветствую организаторов и участников IV Всероссийской конференции «Реализация государственной политики в области культурно-познавательного туризма в России»!

Огромная и богатая ресурсами территория Тюменской области и важная роль, которую она играла и играет в жизни России, привлекают к нашей земле внимание соотечественников и зарубежных туристов.

Уникальные города нашего края – свидетели больших исторических событий, происходивших в разные эпохи развития России и ее культуры.

Тюменская область знаменита туристическими брендами российского и мирового уровня – здесь многое связано с именами последних представителей царствующего дома Романовых, с Распутиным, декабристами, с золотом скифов и арийскими племенами.

По числу объектов, составляющих культурные ресурсы (музеи, памятники истории и культуры, спортивные сооружения), Тюменская область входит в число первых семи регионов России и вполне сравнима с такими развитыми странами мира, как Канада, Норвегия, Германия.

Роль культурно-познавательного туризма в современном мире огромна. Туризм затрагивает все сферы деятельности общества, в том числе культуру, экономику, социальную жизнь.

Россия – страна богатейшей истории и культуры, наличие значительного историко-культурного потенциала в сочетании с возрастающим интересом к истории и культурному наследию позволят при соответствующем уровне развития туристской инфраструктуры добиться высоких результатов.

Убежден, что сегодняшняя конференция даст возможность ее участникам обменяться опытом работы и полезной информацией и поможет выработать рекомендации по развитию культурно-познавательного туризма в России.

Желаю участникам конференции плодотворной работы, упрочения делового сотрудничества, осуществления творческих планов!

Заместитель Губернатора
Тюменской области



О.В. Заруба

Уважаемые участники конференции!

Я рад приветствовать на Тобольской земле участников IV Всероссийской конференции «Реализация государственной политики в области развития культурно-познавательного туризма в России».

Думаю, выбор места проведения нынешней конференции неслучаен. По сути, весь наш город является памятником под открытым небом каменного и деревянного зодчества Сибири, в его архитектуре чувствуется осязаемая связь прошлого с настоящим.

Тобольск относится к историческим городам России, которые являются культурным достоянием нашей страны. Жизнь каждого исторического города индивидуальна и, соответственно, имеет свои особенности.

Уникальностью нашего города и предпосылками для развития туризма является значительный объем исторического, духовного и культурного наследия, что и вызывает интерес у потенциальных туристов.

Президент России Дмитрий Анатольевич Медведев отметил: «Наше богатейшее культурно-историческое наследие является поистине грандиозным ресурсом для развития туризма».

Даже в условиях экономического кризиса первоочередная задача – искать те рычаги, которые смогут привести в действие механизм возвращения древним российским городам былого величия и вовлечения их культурного наследия в экономику страны.

Главной святыней нашего города и региона в целом является Ансамбль Тобольского Кремля и Менового двора, куда входят 30 памятников федерального общероссийского значения.

С Тобольском связаны имена многих выдающихся деятелей науки, искусства, культуры, знаменитых писателей, путешественников и ученых; достаточно сказать, что наш город является родиной великого Д.И. Менделеева.

Тобольск прошел много разных периодов и эпох в нашей многовековой истории, сейчас он переживает второе рождение.

Сегодняшняя конференция – логическое продолжение тех мероприятий, которые Администрация города Тобольска при комплексной поддержке Правительства Тюменской области проводила в последние годы.

Благодаря Губернатору Тюменской области и с целью создания туристического центра Западной Сибири на базе историко-культурного наследия города Тобольска проведены масштабные работы по благоустройству, ремонту, реконструкции и строительству, осуществляется формирование туристской инфраструктуры города.

Уважаемые участники и гости конференции, я желаю всем удачи в деле развития культурно-познавательного туризма, активной и плодотворной работы, творческих дискуссий, которые будут способствовать развитию внутреннего и въездного туризма в России.

А самое главное – добро пожаловать в Тобольск!

Глава Администрации г. Тобольска



И.Ф. Оленберг

ПЛЕНАРНОЕ ЗАСЕДАНИЕ

Реализация государственной политики в области культурно-познавательного туризма в России

А.И. Ярочкин,

руководитель Федерального агентства по туризму

Уважаемые коллеги!

Проведение Всероссийской конференции стало доброй традицией. Как вы знаете, это уже четвертая конференция по культурно-познавательному туризму, которую проводит Федеральное агентство по туризму.

Вслед за Псковом, Суздалем и Великим Новгородом сегодня «эстафету» принимает удивительный по своей красоте старинный сибирский город – Тобольск, некогда называемый «столицей Сибири»; город, обладающий богатейшей историей, огромным культурным и туристским потенциалом.

Место для проведения сегодняшней конференции выбрано неслучайно. Тобольск обладает бесценным многовековым культурным и духовным наследием, является одним из красивейших городов не только Сибири, но и всей России, местом рождения и последнего пристанища многих великих людей нашей страны. С каждым годом Тобольск привлекает все большее количество туристов, как соотечественников, так и граждан зарубежных стран, приезжающих сюда с целью культурно-познавательного туризма.

В 2003 году Президентом Российской Федерации В.В. Путиным было дано поручение о разработке комплекса мер по созданию туристического центра Западной Сибири на базе историко-архитектурного наследия г. Тобольска (от 26.03.2003г. № Пр-516). Благодаря активной целенаправленной работе городских и областных властей, государственной поддержке заинтересованных министерств и ведомств – Минфина России, Минэкономразвития России, Минкультуры России, Минтранса России, Минрегиона России и Ростуризма – город Тобольск за последние годы стал центром туризма в Западной Сибири, широко известным в мировом туристском сообществе. Сегодня мы можем доложить, что поручение Президента выполнено. Проведение Всероссийской конференции в городе Тобольске, активность, проявленная при ее подготовке местными властями, стала ярким подтверждением этому.

За время, прошедшее с последней конференции, многое изменилось. Кризис, разразившийся в конце 2008 года, оказал значительное влияние на развитие туризма как в России, так и во многих других странах. Туризм одним из первых почувствовал его негативные последствия, в первую очередь международный туризм.

Объемы въездного и выездного туристских потоков в России снизились на 8% и 15,5% соответственно, что явилось в первую очередь следствием сокращения платежеспособного спроса населения и общего снижения расходов граждан на отдых.

Кризис сделал российских туристов более самостоятельными в выборе и организации своего отдыха как за границей, там и внутри страны. Большой популярностью стали пользоваться самостоятельные поездки, т.е. без использования услуг туристических фирм. В период кризиса туристы выбрали более близкие, недорогие направления и отели эконом-класса, предпочитая туристские маршруты внутри своей страны.

По оперативным данным органов исполнительной власти субъектов Российской Федерации в сфере туризма, в 2009 году внутренний турпоток составил около 34,5 млн. человек, что на 9% больше, чем в 2008 году (31,5 млн. человек). Таким образом, количество поездок внутри страны

не только не сократилось, но даже заметноросло. При этом доля туризма в ВВП страны составила не менее 2,5%.

Произошло снижение объема делового и корпоративного туризма, который пострадал от мирового экономического спада сильнее, чем туризм с целью отдыха, в том числе культурно-познавательный.

Культурно-познавательный туризм является в настоящее время одним из наиболее стабильных, перспективных и востребованных сегментов внутреннего российского туристского рынка; стимулом и источником реализации скрытого потенциала культурно-исторических центров; инструментом «приобщения к истокам» и воспитания у граждан России чувств патриотизма и любви к Родине.

По данным исследования Ирландского совета по туризму (Irish Tourist Board), 24% всех туристских прибытий в страны Европейского союза относятся к культурно-познавательным турам.

Культурное наследие является одним из наиболее привлекательных ресурсов для туризма в Российской Федерации. Обладая многообразными природными ресурсами, Россия вместе с тем значительно уступает многим другим странам из-за недостатка теплых морских побережий и продолжительного зимнего периода. В то же время Россия традиционно воспринимается как страна, внесшая огромный вклад в мировую культуру.

Практически каждый регион нашей страны обладает богатейшим культурно-историческим ресурсом: памятники культуры, истории и архитектуры, музеи и заповедники, театры, цирки и зоопарки, дворцы и усадьбы, церкви и монастыри, этнографические центры и другие объекты показа.

Согласно данным Росстата, в России насчитывается 2 368 музеев, 477 исторических города, 590 театров, 67 цирков, 24 зоопарка, почти 99 тысяч памятников истории и культуры, 140 национальных парков и заповедников. В России в настоящее время действуют 103 музея-заповедника и 41 музей-усадьба. 15 объектов культурного наследия входят в список Всемирного наследия ЮНЕСКО.

Культурно-познавательный туризм играет важную роль в структуре туристских потоков. На его долю приходится пятая часть внутреннего турпотока и треть – во въездном туризме. Ежегодный его прирост, по оценкам специалистов, составляет порядка 15%.

Культурно-познавательный туризм отличается многообразием, он тесно связан с другими видами туризма. К примеру, если речь идет о культурно-познавательной поездке по святым местам, такой тур является одновременно и экскурсионным, и религиозным. Если целью путешествия является знакомство с культурой, обычаями и нравами местных народов, то такой тур можно одновременно считать и экскурсионным, и этнографическим. То, что объектами туристского показа могут быть не только историко-культурные, но и природные достопримечательности, роднит культурно-познавательный туризм с экологическим. Если целью поездки становится посещение какого-либо мероприятия или события, тур можно считать событийным, и т.д.

Развитие культурно-познавательного туризма связано, прежде всего, с тем, что он способствует созданию позитивного имиджа, инвестиционной привлекательности, содействует повышению образовательного и культурного уровня населения, уважения к своей национальной культуре и культурам других народов и стран.

Туризм является средством открытого доступа к человеческим ценностям, культурному наследию, духовному оздоровлению. Кроме того, туризм является средством коммуникаций, взаимопонимания между людьми, средством развития интеллекта.

Развитие этого направления туризма играет важную роль и в решении социальных проблем. Во многих странах мира именно за счет туризма создаются новые рабочие места, поддерживается высокий уровень жизни населения. Развитие сферы туризма способствует повышению уровня образования, совершенствованию системы медицинского обслуживания населения, внедрению новых средств распространения информации, сохранению и развитию культурного потенциала, ведет к гармонизации отношений между различными странами и народами.

О важности развития культурно-познавательного туризма в России говорил на совещании с главами городов Золотого кольца России по вопросам развития внутреннего туризма и проблемам местного самоуправления 1 августа 2008 года в г. Угличе Ярославской области Президент

Российской Федерации Д.А. Медведев: «Наше богатейшее культурно-историческое наследие является поистине грандиозным ресурсом для развития туризма».

В ходе совместного заседания президиума Государственного совета Российской Федерации и президиума Совета при Президенте Российской Федерации по культуре и искусству в г. Великом Новгороде 18 сентября 2009 года Президент России Д.А. Медведев привел данные Всемирного экономического форума, по оценкам которого Россия занимает девятое место из 130 стран мира по числу культурных объектов. Дмитрий Анатольевич (Медведев) еще раз подчеркнул, что это «создает фантастические возможности для развития туризма».

Бурное развитие культурного туризма во многих странах объясняется тем, что культурно-познавательный туризм является одним из действенных механизмов защиты памятников истории и культуры.

Качественный и конкурентоспособный туризм способен в значительной степени влиять на процессы, связанные с сохранением культурного наследия и подлинных образцов культуры.

Туризм является эффективным средством создания условий для диалога. Неслучайно туризм называют послом мира и благополучия. Он способствует расширению деловых и углублению культурных связей между народами разных стран, играет большую роль в достижении взаимопонимания между людьми, представляющими различные культуры. Благоприятное воздействие индустрии туризма и путешествий на все секторы экономики позволяет добиться высоких результатов в формировании и развитии инфраструктуры гостеприимства.

Роль туризма – продемонстрировать культурное разнообразие всех стран. Это придает большую значимость культурному туризму и направляет усилия общественности на сохранение культурного разнообразия и культурного наследия.

Несмотря на то, что культурно-познавательный туризм в России в последние годы активно развивается, существует ряд проблем, препятствующих его развитию.

К наиболее значимым проблемам, требующим пристального внимания и серьезного подхода к их решению, следует отнести недостаточное развитие туристской инфраструктуры и отсутствие, за редким исключением, практики создания субъектами Российской Федерации благоприятных условий для инвестиций при строительстве средств размещения и иных объектов туристского использования; значительный моральный и физический износ существующей материальной базы; недостаточное количество гостиниц туристского класса (две-три звезды); низкое качество оказываемых туристских услуг и т.д.

Серьезной проблемой в развитии туризма является отсутствие достаточного количества профессионально подготовленных кадров для сферы туризма, особенно среднего профессионального уровня. Эта проблема становится особенно актуальной в преддверии проведения XXVII Всемирной летней Универсиады 2013 года в г. Казани, XXII Олимпийских зимних игр и XI Паралимпийских зимних игр 2014 года в г. Сочи. Именно поэтому одной из тем «круглых столов» нашей конференции станет обсуждение проблем правоприменительной практики и подготовки кадров для сферы туризма.

Помимо общих причин, сдерживающих развитие туризма в целом, существует ряд специфических проблем, касающихся развития именно культурно-познавательного туризма.

Во многом это связано с тем, что туристской инфраструктурой охвачена очень малая часть историко-культурного комплекса. Анализ обеспеченности местами размещения в 40 наиболее интересных исторических малых и средних городах Российской Федерации показывает, что в 60% из них практически отсутствуют благоустроенные гостиничные учреждения, а комфортабельные условия размещения могут быть созданы менее чем в десятиях городах.

В этих условиях отдельные учреждения культуры и, прежде всего, музеи-заповедники принимают на себя функции центров туристского размещения и обслуживания. В настоящее время на территории музеев-заповедников появляются небольшие гостевые дома (или даже малые гостиницы), которые способны принять небольшое количество туристов, стать своеобразными центрами специализированного научного туризма.

Вместе с тем создание туристской инфраструктуры в музеях-заповедниках и на территории национальных парков не носит масштабного характера, хотя представляется достаточно разумным и рациональным: это позволит активизировать дополнительные ресурсы, будет способствовать более эффективному развитию данных учреждений и сохранению историко-культурного наследия.

Одной из важнейших проблем, препятствующих развитию культурно-познавательного туризма в России и его эффективному использованию в целях сохранения наследия, является то, что колоссальный природный и историко-культурный потенциал страны используется, по экспертным данным, не более чем на 20%. Преобладающая масса потока иностранных и отечественных туристов следует в Москву и Санкт-Петербург, частично отвлекаясь в сторону «Золотого Кольца», заполняя круизные суда по Волге, а также фрагментарно насыщая некоторые приграничные территории.

География культурно-познавательного туризма в России может и должна быть гораздо обширнее, чем в настоящее время. Ведь вне сферы туризма остаются многие объекты культурного и природного наследия, расположенные в различных регионах Российской Федерации. Недостаточно активно развивается туризм в Сибири, во многих районах Севера, горных районах Азиатской России. Вне туризма оказались и многие уникальные исторические города средней России и Сибири.

На заседании Госсовета России в г. Великом Новгороде, о котором я упоминал выше (совместное заседание президиума Государственного совета Российской Федерации и президиума Совета при Президенте Российской Федерации по культуре и искусству в г. Великом Новгороде 18 сентября 2009 года), Президент Д.А. Медведев подчеркнул, что «потенциал страны используется очень слабо, и мы значительно отстаем от ведущих стран. Есть объективные причины, они всем понятны: отсутствие необходимой инфраструктуры, отсутствие финансирования, нехватка информации, плачевное состояние самих памятников».

Еще одной проблемой является то, что свыше чем в 30 субъектах отсутствуют музеи-заповедники и музеи-усадьбы, более чем в 60 регионах России нет национальных парков.

Музеи-заповедники практически отсутствуют в большинстве регионов Севера, Сибири и Дальнего Востока, хотя здесь имеются чрезвычайно интересные ресурсы для их организации. Музеи-заповедники могут быть сформированы на базе исторических поселений, связанных с освоением этой территории. Очень интересными для их создания представляются места проживания коренных малочисленных народов Севера, Сибири и Дальнего Востока, сохранивших традиционную культуру, национальные традиции, природопользование, навыки охоты, рыболовства, другие виды традиционного хозяйствования.

Базой создания музеев-заповедников могут быть территории с уникальными археологическими памятниками, объектами военного наследия (например, Владивостокский форт, места боев Гражданской и Великой Отечественной войн), промышленно-индустриального наследия и др. Именно через музеи-заповедники может и будет происходить культурное и туристское освоение новых регионов.

Парадоксально, что даже в европейской части России в некоторых областях, обладающих уникальными историко-культурными ресурсами, нет ни одного музея-заповедника. Среди них, например, Тверская область (на территории которой находятся 14 исторических городов, большое количество старинных усадеб, другие интересные памятники истории и культуры), Калужская область (9 исторических городов, известные усадебные и монастырские комплексы, места сражений 1812 года), Челябинская, Пермская и другие области, богатые объектами историко-культурного наследия.

В стране фактически не существует этнографических музеев-заповедников, которые ставили бы своей целью сохранение и представление традиционной культуры малочисленных народов или этнографических групп непосредственно в местах их проживания. Этнографический туризм

в России – это очень перспективное направление, поэтому проблемам его развития посвящен сегодня отдельный «круглый стол» нашей конференции.

Итогом вышеперечисленного становится крупная проблема – разрушение и гибель памятников истории и культуры.

По оценкам экспертов, более 60% объектов культурного наследия находятся в предаварийном или аварийном состоянии и требуют проведения немедленной консервации, реставрации или реконструкции.

Среди них даже архитектурные комплексы, внесенные в Список Всемирного наследия ЮНЕСКО. Чрезвычайно остро стоит проблема сохранения памятников деревянного зодчества. Под реальной угрозой утраты находятся сотни других объектов.

Не все из вышеперечисленных проблем можно решить только благодаря развитию туризма, но во многом туризм как направление экономики, обладающее самым большим мультипликативным эффектом, способен дать существенный толчок к решению данных проблем.

Туризм в силу специфики своей природы, помимо прямого экономического воздействия (доходы туристских предприятий, налоги, валютные поступления и занятость), оказывает косвенное воздействие на развитие смежных секторов экономики, при этом размер косвенного влияния может намного превышать прямое воздействие.

Развитие туризма, расширение доступа посетителей к естественным, культурным и другим объектам показа, кроме создания имиджа страны и налаживания международных связей, укрепляет и расширяет источники инвестирования. Таким образом, развивая туризм, регион привлекает дополнительные финансы для решения вопросов, в том числе связанных с поддержанием в должном состоянии памятников – объектов показа для туриста.

По словам Президента России Д.А. Медведева, «там, где власти совместно с бизнесом, с федеральным центром начинают изменять ситуацию, туризм становится одним из наиболее действенных механизмов развития региона. Когда туризм становится одним из ключевых направлений, все меняется. Памятники сразу становятся отреставрированными, появляются гостиницы, рестораны, даже в довольно скромных условиях. Поэтому главный ресурс в этом направлении – это, конечно, государственно-частное партнерство».

Так, в результате совместных действий власти и бизнеса только за прошедший 2009 год введена в эксплуатацию 471 туристский объект стоимостью 80,6 млрд рублей, из них 439 гостиниц и других средств размещения (26 340 новых койко-мест). Несмотря на кризис, это больше, чем в 2008 году, когда было построено 400 гостиниц.

В 2009 году были введены, в частности, следующие объекты:

- 2-я очередь канатной дороги на г. Эльбрус в Кабардино-Балкарской Республике (объем привлеченных средств составил 327 млн. рублей);
- туристско-рекреационный комплекс «Абалак» в Тюменской области (количество гостиничных номеров – 80);
- автодорога на плато Лаго-Наки;
- «Гранд Отель «Казань» в Республике Татарстан;
- 2-я очередь гостиницы «Горизонт» в Пензе;
- 13 малых гостиниц в п. Домбай и др.

По результатам мониторинга, проведенного Ростуризмом, в настоящее время в России насчитывается 11 376 средств размещения (без учета малых средств номерным фондом менее 10 номеров) с общим номерным фондом 599 тысяч номеров и количеством койко-мест 1,1 млн.

Благодаря государственно-частному партнерству в рамках реализации мероприятий федеральной целевой программы «Юг России (2008-2010 годы)» было продолжено строительство 7 объектов инженерной и обеспечивающей инфраструктуры (подводящие сети и сооружения объектов водоснабжения, водоотведения, энергоснабжения) к создаваемым туристско-рекреационным комплексам в четырех субъектах Российской Федерации юга России: в Республике Дагестан («Новокаякент», «Немецкая деревня «Порт – Петровск»), Республике Калмыкия («Березовское»),

Карачаево-Черкесской Республике («Архыз», «Теберда-Домбай»), Республике Северная Осетия-Алания («Мамисон»). Общий объем бюджетного финансирования составил 201,08 млн. рублей (в том числе субсидирование из федерального бюджета – 151,48 млн. рублей, из бюджетов регионов – 49,6 млн. рублей). Все объекты являются переходящими, строительство начато в рамках программы в 2008 году, сроки строительства рассчитаны до 2012 года.

В настоящее время Минспорттуризмом России совместно с Ростуризмом разработан проект концепции федеральной целевой программы по развитию внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации на 2011-2016 годы.

Общий планируемый объем финансирования Программы рассчитан в ценах соответствующих лет и составляет 332 млрд рублей, в том числе:

- средства федерального бюджета – 96 млрд рублей (28,9%);
- средства бюджетов субъектов Российской Федерации – 25 млрд рублей (7,5%);
- внебюджетные средства – 211 млрд рублей (63,6%).

Предполагается средства федерального бюджета и бюджетов субъектов Российской Федерации, включенных в ФЦП, направить на:

- капитальное строительство и модернизацию объектов инженерной инфраструктуры, создаваемых туристских объектов с длительным сроком окупаемости (сети энергоснабжения, водопроводные и канализационные сети, транспортные сети, очистные сооружения и т.п.);
- проведение научно-исследовательских работ, связанных с маркетинговыми исследованиями в области внутреннего и въездного туризма;
- реализацию мероприятий по обеспечению ширококомасштабной кампании, направленной на продвижение отечественного туристского продукта на внутреннем и мировом рынках.

В настоящее время проект концепции ФЦП прошел согласование в заинтересованных федеральных органах исполнительной власти и направлен в Минэкономразвития России для внесения в Правительство Российской Федерации.

Большую роль в развитии культурно-познавательного туризма играет продвижение.

Для продвижения российского туристского продукта необходима активная имиджевая рекламно-информационная кампания в СМИ как в России, так и за рубежом, участие в крупнейших международных профильных и иных выставках, презентации туристских возможностей регионов России.

Продвижение России как туристского направления на внутреннем и международном туристских рынках, формирование образа Российской Федерации как страны, благоприятной для туризма, реализуемое государством (в лице Ростуризма), ориентировано как на потребителей, так и на туристскую индустрию и осуществляется по следующим основным направлениям:

- участие в крупнейших международных туристических и иных выставках единым российским национальным стендом;
- проведение межрегиональных форумов, конференций и совещаний;
- создание сети туристско-информационных центров в субъектах Российской Федерации;
- издание имиджевой рекламно-информационной печатной и иной продукции;
- создание полиязычного государственного информационного портала «Туризм в России»;
- создание аудио-визуальных произведений о регионах России и их распространение в средствах массовой информации.

Ежегодно наша страна единым национальным стендом принимает участие в 18 главных профильных туристических выставках в европейском и азиатско-тихоокеанском регионах. В рамках выставок проводятся пресс-конференции, презентации туристических возможностей регионов России, семинары, встречи, переговоры различного уровня с зарубежными национальными туристскими администрациями, ассоциациями и отдельными компаниями.

- МАТКА, Хельсинки, Финляндия, январь 2009 г.
- FITUR, Мадрид, Испания, февраль 2009 г.

- ОТМ-09, Дели, Индия, февраль 2009 г.
- ВП, Милан, Италия, февраль 2009 г.
- ИТВ, Берлин, Германия, март 2009 г.
- ИНТУРМАРКЕТ, Москва, Россия, март 2009 г.
- GLOBE, Рим, Италия, март 2009 г.
- GITF, Гуанчжоу, КНР, апрель 2009 г.
- КОТФА, Сеул, Корея, июнь 2009 г.
- ВПТЕ, Пекин, КНР, июнь 2009 г.
- TOP RESA, Париж, Франция, сентябрь 2009 г.
- JATA, Токио, Япония, сентябрь 2009 г.
- ОТДЫХ, Москва, Россия, сентябрь 2009 г.
- TOUR SALON, Познань, Польша, октябрь 2009 г.
- WTM, Лондон, Великобритания, ноябрь 2009 г.
- CITM, Шанхай, КНР, ноябрь 2009 г.
- EIVTM, Барселона, Испания, декабрь 2009 г.
- ITF, Тайвань, Тайбэй, октябрь-ноябрь 2009 г.

Начиная с 2006 года, при поддержке Федерального агентства по туризму проводится Международная туристская выставка «Интурмаркет», единственная отраслевая выставка на территории Российской Федерации, в работе которой принимают участие практически все регионы России и которая ориентирована на продвижение национального туристского продукта на внутреннем рынке.

На V Международной туристской выставке «Интурмаркет» в этом году на площади 29 150 кв. метров свои стенды представили более 1 200 участников из 135 стран и регионов мира. За время работы «Интурмаркет – 2010» выставку посетили около 75 тысяч человек.

Проводится обширная некоммерческая реклама на рынках Европы, Азии и внутри России. К примеру, в 2009 году были проведены рекламные акции в средствах массовой информации европейских стран в Великобритании, Италии, Франции, Испании, Германии, Австрии, Болгарии. Из стран азиатско-тихоокеанского региона рекламные мероприятия были проведены в Китае и Японии. Была размещена наружная реклама (на панельных дисплеях, щитах, панно, билбордах, на бортах автобусов и др.) на 1 033 носителях наружной информации, размещены 82 статьи в печатных изданиях, 147 роликов на радио, 542 ролика на телевидении, размещена реклама в Интернете – на 1 042 сайтах.

В 2009 году была проведена пропаганда отдыха в стране для российских граждан. Было размещено 20 сюжетов о преимуществах отдыха в России на 2 каналах российского телевидения, выпущены 239 роликов на радио и размещена информация на 220 носителях наружной информации в городах Российской Федерации, размещены 44 статьи в печатных изданиях.

На российском телеканале, производящем вещание за пределами Российской Федерации «Russia Today», были размещены 180 роликов на английском языке и 72 ролика на арабском языке о туристских возможностях России.

Кроме того, были проведены презентации туристских возможностей России на базе российских зарубежных представительств в Мадриде, Варшаве, Париже, Хельсинки и Лондоне.

Эта форма работы по продвижению национального турпотенциала хорошо себя зарекомендовала. Она относится к средствам PR (паблик рилейшнз), которые специалисты считают наиболее эффективными для продвижения турпродуктов.

За счет дополнительно выделенных Министерством спорта, туризма и молодежной политики Российской Федерации средств по заказу Федерального агентства по туризму был реализован телепроект по созданию и трансляции видеосюжетов (на общую сумму 36 697,7 тысяч рублей). Телефильмы (хронометражом 26 минут) о 14 регионах России были размещены на Российском информационном канале «Вести» (ВГТРК) и на телеканале «5 канал Санкт-Петербург»; информационные сюжеты (хронометражом 5 минут) были размещены на телеканале «Россия» (ВГТРК). Итого было показано 28 телефильмов и 70 телесюжетов на трех российских каналах.

Сюжеты рассказывают об истории, достопримечательностях, уникальных памятниках природы и культуры, а также интересных людях из регионов России. Проект вызвал широкий общественный резонанс, было получено большое количество положительных отзывов от телезрителей.

В этом году продолжится совместная работа Ростуризма с компанией ВГТРК по созданию цикла телесюжетов о регионах России.

Одним из важных элементов в рекламной кампании по продвижению туристских возможностей России на мировом рынке является изготовление рекламно-информационной имиджевой продукции. Данная продукция предназначена для некоммерческого распространения по сети каналов: на выставках, через представительства государства (посольства, торгпредительства) за рубежом, через российские компании, работающие на внешних рынках, которые заинтересованы в ассоциативной связи с брендом «Россия», а также через заинтересованные объединения и организации.

Данный вид рекламной продукции частично распространялся через Всемирную туристскую организацию и другие международные организации, с которыми поддерживает отношения Ростуризм, на официальных встречах с руководством национальных туристских организаций зарубежных стран и аналогичных мероприятиях.

Рекламно-информационная продукция изготовлена на мировом полиграфическом уровне на языках основных направляющих рынков – английском, немецком, французском, итальянском, испанском, японском, китайском, финском, польском и др. общим тиражом 54 тыс. экземпляров:

- CD-диск «Россия»;
- серия брошюр «Россия»: «Россия», «Отдых на Волге», «Туризм и культурные памятники», «Отдых на Черном и Балтийском морях», «Центральная Россия»;
- CD-диск в рамках подготовки к проведению Года России во Франции и Года Франции в России о туристических возможностях России;
- брошюры о туристических возможностях России: «Культурно-познавательный туризм в России», брошюра «Активный виды туризма», «Путешествие по Байкалу», «Путешествие по Золотому кольцу», «Путешествие на Северо-Запад России»;
- брошюра «Объекты Всемирного наследия ЮНЕСКО в России».

Важным средством продвижения туристских ресурсов регионов являются туристско-информационные центры (ТИЦ), цель которых – помочь туристам в получении необходимой информации о туристских продуктах и услугах, информационно-консультационное обеспечение, мониторинг рынка туристских предложений и создание единого банка данных.

В настоящее время в регионах России функционирует порядка 50 туристско-информационных центров. Деятельность ТИЦ может осуществляться не только как туристско-информационный офис, но и путем создания электронных средств продвижения – туристских порталов или терминалов.

Вопрос продвижения внутреннего туристского продукта столь многогранен, что мы решили выделить его обсуждение на нашей конференции в отдельный «круглый стол» по теме «Роль продвижения в развитии туристских дестинаций», на котором будет продолжено развитие этого вопроса.

Подводя итог своему выступлению, я хотел бы еще раз отметить, что многовековая история народов России, многочисленные и разнообразные традиции, уникальные объекты наследия являются собой неисчерпаемый источник для создания оригинальных масштабных проектов их туристского использования.

Огромный туристский потенциал могут иметь даже совсем небольшие исторические городские поселения. Здесь к месту можно упомянуть о небольшом волжском городе Мышкине в Ярославской области, чье население всего около 6 000 жителей. Это бывший уездный центр, который в XX веке потерял не только свои прежние экономические функции, но и был преобразован в село Мышкино. В качестве одного из направлений экономического развития жизни

Мышкина был разработан проект реставрации памятников истории и архитектуры и создания «Музея Мыши» с целью привлечения туристов, путешествующих по Волге.

Музей Мыши достаточно прост – там собраны всевозможные фигурки мышей из различных материалов, но он привлекает своей необычностью, уникальностью, неповторимостью. Теперь все туристские теплоходы останавливаются в Мышкине, даже кратковременные круизные поездки из Москвы (на 3-4 дня) обязательно предполагают остановку в Мышкине.

Этот пример лишний раз доказывает, что туризм является эффективным инструментом развития территорий, так как существующие в туризме технологии позволяют сделать привлекательной и посещаемой практически любую местность или город.

Подобного рода проекты могут быть реализованы и уже реализуются во многих российских городах. В рамках нашей конференции мы будем иметь возможность познакомиться со многими подобными, очень интересными проектами.

Здесь очень важно подчеркнуть значительную роль региональных властей в развитии культурно-познавательного туризма, который может стать ключевым направлением для развития регионов, при этом на территории каждого региона должна быть выработана собственная стратегия, учитывающая специфику местного историко-культурного потенциала и дополняющая стратегию развития других регионов России.

Поэтому я призываю все регионы активнее сотрудничать по всем направлениям деятельности Ростуризма, чтобы дать новый толчок развитию этого направления туризма.

Опыт реализации региональных программ и проектов в сфере туризма по использованию объектов историко-культурного наследия в качестве ресурса экономического развития Ярославской области

Г.В.Крохмаль,

начальник отдела развития туризма департамента экономического развития Ярославской области

Ярославская область более десяти лет является одним из лидеров туристской отрасли в Центральной России. В 2009 году ее посетили около 1 миллиона 400 тысяч туристов, что на 14% превышает туристский поток 2008 г. Число занятых в туристской индустрии области выросло за 2009 г. на 2%.

Для путешественников из России и зарубежья Ярославская область интересна, прежде всего, уникальным культурно-историческим наследием. В области насчитывается более 5 000 памятников истории и культуры, 250 музеев, часть из которых имеют не только национальное, но и мировое значение. В структуре въездного туристского потока Ярославской области доля культурного туризма составляет более 70%.

И каждый уголок Ярославского края неповторим по-своему. Это Ярославль, который в этом году будет отмечать 1000 лет со дня своего основания, Ростов – колыбель христианства Северо-Восточной Руси и самый древний город в Центре России, Переславль-Залесский – родина Российского флота и многие другие.

Этот огромный культурный потенциал необходимо включать в процесс социально-экономического развития и превращать в культурный капитал. И с помощью поступлений от культурно-познавательного туризма он должен воспроизводиться и восполняться.

Развитие туризма определено в Ярославской области одним из основных стратегических направлений развития региона.

Основные мероприятия по развитию культурно-познавательного туризма проводятся в рамках Областной целевой программы развития туризма и отдыха на 2009-2010 годы.

Все мероприятия в этой программе мы рассматриваем в совершенно конкретном социально-экономическом контексте.

Так, мы поддержали в 2009 г. 11 крупных туристских фестивалей и праздников 12 муниципальных образований области. Их ежегодное проведение позволяет сформировать календарь основных туристских событий, осуществить имиджевую поддержку основных туристских брендов региона. За 2009 г. в области было разработано более 40 новых интерактивных туристских маршрутов и программ.

Основа потенциала культурно-познавательного туризма – наши музеи. Крупнейшие музеи открыты еще в позапрошлом веке. Посещаемость музеев области остается высокой и стабильной в последнее время – почти 2 млн. посещений ежегодно.

Только в прошлом году в области введены в строй 8 новых музейных экспозиций, 2 новых частных музея. Появляются и инновационные музеи нового типа, такие, как музей гидроэнергетики в Угличе.

В области разработана единая программа продвижения туристских возможностей области. Центральное место в ней отводится созданию сети туристско-информационных центров и интернет-портала. Уже открыт первый такой центр в Угличе, ведется работа в Ярославле, Ростове, Мышкине.

В рамках кластерного подхода, который принят в области, мы переходим к территориальному принципу развития культурно-познавательного туризма на особенно насыщенных объектами наследия территориях.

Так, беспрецедентный для России проект создания международной курортной зоны «Золотое кольцо» в срединной части маршрута «Золотое кольцо России» в Переславском МР, в уникальном средоточии культурного и природного наследия, позволит обеспечить инфраструктуру как для массового, так и для элитарного туризма.

Примером реконструкции и реставрации ансамбля Ярославской Большой мануфактуры с каскадом прудов и регулярным Петропавловским парком XVIII века является проект рекреационного комплекса «Парк-отель «Петровский» в г. Ярославле. Этот проект реализуется согласно рамочной программе по сотрудничеству в сфере культуры и культурного наследия между Министерством культуры РФ и Советом Европы на 2009-2011 годы.

Впервые открыт в Ярославской области целый музей под открытым небом – старинное купеческое село Вятское, между Ярославлем и Костромой. Здесь сразу целых 53 здания признаны памятниками архитектуры и благодаря стараниям предпринимателей они восстанавливаются; появился уникальный Музей русской предприимчивости.

Наши предложения

- Создать механизм по активизации создания и продвижения межрегиональных культурных туристских маршрутов.
- Перейти к созданию на территориях сосредоточения объектов наследия к формированию туристских парков.
- Ускорить шаги по реализации программ аттестации гидов-переводчиков, экскурсоводов и проводников.

Развитие внутреннего и въездного туризма на примере г. Тобольска. Проблемы и перспективы.

А.В. Стрункина,

председатель комитета по туризму администрации г. Тобольска

Как справедливо отметил Президент РФ Д.А. Медведев, «В туризме заложена одна из точек роста для многих российских регионов».

Мне бы хотелось представить вам информацию о развитии туризма в Тобольске, как перспективной отрасли экономики, нацеленной на удовлетворение потребностей людей и повышение качества жизни населения.

Тобольск относится к историческим городам России, которые являются культурным достоянием нашей страны, и имеет хорошие перспективы для развития внутреннего и въездного туризма, что обусловлено рядом факторов: многовековым культурным и духовным наследием, наличием туристских брендов российского и мирового значения: Тобольск – ангел Сибири, Тобольск – родина Д.И. Менделеева и др.

За последние несколько лет, благодаря Губернатору, Правительству Тюменской области, наш город сделал резкий рывок в экономическом и социальном развитии.

В целом в Тюменской области, и Тобольске в частности, развитие туризма основывается на реализации областных и муниципальных целевых программ, основной целью которых является создание конкурентоспособной индустрии туризма.

На сегодняшний день перед администрацией города Тобольска поставлены предельно четкие цели – сохранить историческое наследие Тобольска, возродить утраченное и создать условия для его превращения в современный, динамично развивающийся город, увеличив туристический поток.

Реализация поручения Президента по созданию туристического центра Западной Сибири на базе историко-культурного наследия города Тобольска началась с 2006 года. С этой целью Правительством Тюменской области и администрацией города Тобольска проведены и продолжаются масштабные работы по реконструкции, строительству и благоустройству, особое внимание уделяется возрождению Нижнего Посада, ведется застройка исторической части Тобольска, которая подчинена требованиям сохранения уникальной исторической среды.

Создание туристического центра невозможно представить без развития туристской инфраструктуры. За истекший период в городе осуществлен I этап ее создания: возрос темп модернизации и строительства новых гостиниц, благодаря консолидации власти и бизнеса.

На сегодняшний день в Тобольске насчитывается 9 гостиниц с номерами разного уровня комфортности. Общее количество номерного фонда составляет 670 мест, для сравнения в 2006 году было 4 гостиницы на 322 места. Несмотря на положительную динамику, ощущается недостаток специализированных средств размещения, таких как хостелы, пансионаты, базы отдыха.

Мы делаем ставку на развитие туризма, видя в нем фактор, способный решить не только некоторые социально-экономические проблемы города, но и укрепить туристский потенциал, который может и должен использоваться более эффективно, обеспечивая положение Тобольска в ряду наиболее привлекательных для туристов регионов России.

Главным фактором для развития туризма в нашем городе является статус Тобольска как уникального города-памятника каменного и деревянного зодчества Сибири.

Всего в городе насчитывается более 200 памятников истории и культуры. В их числе 16 соборных, приходских и монастырских храмов, которые являются градоформирующими объектами и придают Тобольску особую живописную зрелищность. По сути, весь наш город является памятником под открытым небом.

При поддержке Правительства Тюменской области предпринимаются все необходимые мероприятия по сохранению этого бесценного наследия.

На сегодняшний день осуществлены следующие мероприятия: выполнены противоаварийные работы и консервация памятников гражданской и культурной архитектуры, находящихся в критическом состоянии. Завершены ремонтно-реставрационные работы на целом ряде объектов Ансамбля Кремля и Менового двора, продолжается реставрация более 30 памятников города Тобольска.

Таким образом, вкладывая средства в строительство, благоустройство, реконструкцию и реставрацию памятников, Правительство Тюменской области повышает занятость населения посредством создания дополнительных рабочих мест.

Мы понимаем, что для формирования конкурентоспособного туристского рынка усилий по развитию только инфраструктуры и воссоздания памятников недостаточно, речь идет о продвижении туристского продукта города. С этой целью разработана эффективная стратегия, сосредоточенная на ключевых направляющих туристских рынков.

Администрацией города Тобольска проводится работа по рекламно-информационному обеспечению туризма включая проведение активной рекламной политики в прессе, на радио, в сети Internet, для чего создан электронный сайт «Тобольск – новая русская сказка», отражающий информацию о туристических ресурсах нашего города, в этом году запланирована модернизация сайта исторических фотографий с видами Тобольска.

Немаловажным является издание рекламной некоммерческой печатной продукции, в т.ч. на иностранных языках, организация рекламно-информационных туров для СМИ и ведущих туроператоров России, проведение презентаций туристического потенциала региона в России и за рубежом, участие в специализированных туристских выставках, проведение различных конкурсов, создание видеofilьмов об истории, культуре, природе Тобольска.

На сегодняшний день достигнуты определенные результаты: город стал более узнаваем, повысилась его привлекательность среди российских и зарубежных туристов, в 2008 году получена туристическая премия Федерального Агентства по туризму имени Ю. Сенкевича в номинации «За активное продвижение туристских ресурсов регионов России».

Немаловажную роль в получении этой престижной награды сыграло отличие тобольского туристского предложения от аналогов, с избытком предлагающихся на туристском рынке. Оно состоит в том, что в Тобольске имеется уникальная возможность на мощной ресурсной базе сформировать туристский продукт, основанный на сочетании различных видов туризма. Это позволяет создать новые конкурентоспособные туристские продукты и повысить финансовую эффективность работы отрасли. Учитывая вышеизложенное, можно с уверенностью говорить, что город Тобольск имеет все необходимые условия для дальнейшего развития туризма.

Развивая туристскую индустрию в городе, мы сталкиваемся с целым рядом проблем, на которые обращаем внимание, и осуществляем работу по их решению. В данном случае проблемы и перспективы развития туризма неразрывно связаны друг с другом, и на этом мне бы хотелось остановиться поподробнее.

При администрации города функционируют: Координационный совет по развитию внутреннего и въездного туризма, Исторический совет города Тобольска, комиссия по развитию, сохранению и созданию монументального искусства в городе Тобольске, на заседаниях которых решаются проблемные вопросы развития туристской отрасли и сохранения историко-культурного наследия.

Индустрия туризма характеризуется тем, что основное внимание в ней обращается на качество сервиса, таким образом, основной общепризнанной проблемой сферы туризма является нехватка квалифицированных кадров, особенно среднего и младшего обслуживающего звена.

Главной проблемой является чрезмерная академичность профильного высшего образования при явном недостатке практических навыков и знаний, существующие учебные программы чаще всего не отвечают реальным нуждам секторов туризма. В равной степени это касается учебников

и учебных пособий, составляемых преподавателями, не имеющими практического опыта работы в индустрии. При большой нехватке квалифицированных кадров для туристской индустрии выпускники профильных высших учебных заведений часто остаются невостребованными из-за отсутствия навыков и знаний по конкретным специализациям.

Для решения вышеуказанных проблем администрация города Тобольска применяет инновационные методы, одним из которых является создание в 2009 году студенческого туристско-экскурсионного бюро. Деятельность бюро позволяет трудоустраивать студентов туристских специальностей во время прохождения учебной практики, содействует подготовке квалифицированных специалистов с опытом работы, открытию предприятий сферы туризма и созданию потенциальных рабочих мест.

Администрацией города осуществляется работа с вузами и сузами Тобольска, осуществляющими подготовку кадров сферы туризма, которая началась с 2005 года. На ставших уже традиционными круглых столах и встречах студентов с их потенциальными работодателями – представителями предприятий и организаций, сферы туризма, решаются актуальные проблемные вопросы кадрового обеспечения.

Особое внимание уделяется комфортному пребыванию потенциальных туристов. Прибыв в Тобольск, любой турист должен получить соответствующий его запросам и интересам набор услуг на сопоставимом международном уровне. Однако действующие отраслевые стандарты даже при их безукоризненном выполнении не исчерпывают многообразных проблем, возникающих при обслуживании туристов.

Невысокий уровень сервиса и культуры обслуживания туристов, отсутствие стандартизированного подхода препятствуют развитию туристической отрасли. Отсюда возникла необходимость упорядочить требования к инфраструктуре, нормам обслуживания, использовать достижения науки и техники международного туризма в области руководства и управления.

В настоящее время комитетом по туризму разработаны специальные требования к туристской инфраструктуре и обслуживанию туристов, согласно мировым стандартам.

В ближайшие два года, практическое применение «специальных требований» позволит наиболее эффективно построить работу по превращению Тобольска в активную туристскую зону с современной инфраструктурой.

Неотъемлемой частью комфортного пребывания является обеспечение безопасности туристов. С этой целью разработаны схемы милицейского патрулирования на первом пешеходном туристическом маршруте.

Среди множества условий, определяющих эффективность туристического бизнеса, одно из главных мест занимает формирование интереса у гостей к городу посредством посещения новых объектов показа.

Наш город является родиной многих известных всему миру личностей, одним из которых является великий химик Д.И. Менделеев. Учитывая тенденцию развития нашего города как туристического центра мы планируем создать площадку периодической системы химических элементов (цветное панно с изображением химических элементов таблицы Менделеева).

Хочу отметить, что администрация города Тобольска оказывает всестороннее содействие в вопросах по развитию туризма в нашем городе и всячески приветствует сотрудничество с субъектами туристической отрасли, в том числе и по организации совместных туристических маршрутов и туров.

Обустройство действующих и разработка новых туристических направлений и маршрутов, в том числе межрегиональных, связывающих несколько городов определенной тематикой, также на сегодняшний день являются весьма перспективным направлением.

Мы считаем, что развитие межрегиональных связей в развитии туризма имеет большую перспективу и потенциал, так как обособленное развитие отдельных городов, несмотря на имеющийся туристский потенциал, происходит трудоемко и долговременно, так как предполагает серьезные финансовые затраты на первом этапе.

Основным связующим звеном нам представляются события, связанные с пребыванием семьи Романовых, посредством создания своеобразного «Сибирско-Уральского Золотого кольца», туристического маршрута «По следу царственных теней», события связанного с последним периодом жизни семьи императора Николая II, а также ролью Григория Распутина в их судьбе, с пребыванием в Тобольске, Тюмени, Екатеринбурге, а также посещением родины Распутина в селе Покровское.

Кроме этого, перспективными направлениями для администрации города Тобольска являются:

- организация и проведение фестивалей, праздников, туристских конкурсов и событийных мероприятий;
- развитие внешнеэкономических связей в сфере туризма, включая взаимодействие с международными консульствами и дипломатическими представительствами иностранных государств по налаживанию деловых контактов;
- разработка и создание речных маршрутов по круизному туризму, который в настоящее время является наиболее перспективным видом туризма на мировом туристском рынке, растущим опережающими темпами;
- содействие в повышении квалификации, подготовке и переподготовке кадров по специальностям в сфере туризма и гостиничного бизнеса. Организация и проведение мастер-классов и семинаров, обмен опытом ведения профессиональной деятельности в сфере туризма;
- создание информационных центров на территории города, включая увеличение точек обслуживания туристов и предоставление им качественных услуг. Предоставление туристам и экскурсантам достоверной информации по интересующим их вопросам;
- разработка проектов зон охраны объектов историко-культурного наследия, изготовление и оснащение исторической части города информационно-справочными указателями об объектах показа и многое другое.

Подтверждением того, что туризм в Тобольске может стать значимым сектором экономики, является и постоянное докризисное увеличение количества туристов. На сегодняшний день основной задачей является удержать достигнутый уровень туристического потока.

Ежеквартально комитетом по туризму производится сбор статистических данных по посещаемости Тобольска. На основании полученных данных прослеживается положительная динамика роста количества туристов и экскурсантов, посещающих наш город. В 2009 году Тобольск посетило 134 737 человек, средняя заселяемость гостиниц за 2009 год составила 43%.

С целью оценки экономической эффективности туристской деятельности администрацией города Тобольска разработана формула подсчета условного прямого дохода от туризма и сопутствующих отраслей, который за 2, 3, 4 квартал 2009 год составил 355 563,490 рублей.

Увеличению числа отдыхающих, получающих туристско-экскурсионное обслуживание, способствуют разработанные в городе туристские маршруты с целенаправленной тематикой, в соответствии с тем или иным видом туризма. На сегодняшний день основными видами туризма в Тобольске являются: историко-познавательный, паломнический, спортивный и научный туризм; перспективными являются: охотничье-рыболовный, деловой, так как в городе уже проходит около 20 международных и межрегиональных конференций и симпозиумов, событийный и свадебный туризм, которым в последнее время уделяется особое внимание.

Остановившись на этих направлениях, в июле 2010 года состоится событийное мероприятие «II фестиваль военно-исторической реконструкции «Абалакское поле». Это театрализованное действие с элементами исторического фехтования, включающее: турнир лучников, парные поединки, боевые коллективные столкновения. Наряду с военным компонентом в рамках фестиваля осуществляется знакомство с повседневным бытом средневековья (ремесла, кухня, градостроительство).

В сентябре пройдут ставшие уже традиционными «Царские дни в Тобольске», представляющие собой торжественное памятное мероприятие, связанное с пребыванием в Тобольске семьи Романовых.

Кроме того, на сегодняшний день в Тобольске проводится конкурс «Лучший свадебный туристический маршрут».

Тенденция к увеличению количества туристских маршрутов, действующих в городе способствует увеличению количества дней пребывания туристов в Тобольске и удовлетворению спроса потребителей на туристские услуги. Так, среднее пребывание туристов в Тобольске составляет 2,5 суток.

На территории города действует 13 организаций, занимающихся туристской деятельностью, согласно мониторингу, средний показатель туристического потока на въезд составляет 70%, на выезд 30%.

На сегодняшний день в сфере гостеприимства Тобольска занято – 5 099 человек, что составляет примерно 10% от общего количества занятых в Тобольске.

Благодаря комплексу мероприятий по созданию туристического центра за последние три года в Тобольске активно развивается направление по изготовлению сувенирной продукции с тематикой города как исторического и духовного центра Сибири. Данная ниша пустовала практически до 2003 года. Сейчас же изготовление сувенирной продукции при увеличивающемся потоке туристов, как никогда актуально и востребованно, поскольку в любой стране продажа сувениров напрямую зависит от притока туристов (в 2006-2007 гг. было 7 точек продажи, на сегодняшний день их более 30).

Помимо сувенирной отрасли, развитие туризма в Тобольске имеет широкий мультипликативный эффект, распространяющийся на другие секторы экономики: транспорт, связь, образование, торговлю, услуги, информационные технологии и малое предпринимательство.

По итогам выступления можно констатировать, что за последние годы создан реальный задел на пути создания в Тобольске туристического центра и эта работа будет продолжаться.

Формирование и продвижение туристских брендов российских дестинаций

И.В.Зорин,

профессор, ректор РМАТ, зав.кафедрой ЮНЕСКО по культурному туризму в целях мира и развития

Концепция «устойчивого развития» туризма входит в число приоритетов Всемирной туристской организации ООН (ЮНВТО), Организации Объединенных Наций по вопросам образования, науки и культуры (ЮНЕСКО), Международной ассоциации научных экспертов по туризму (АИЭСТ), Европейского союза и Ассамблеи регионов Европы.

Одно из используемых определений устойчивого туризма звучит следующим образом: «Устойчивый туризм понимается как управление всеми ресурсами таким способом, при котором удовлетворяются экономические, социальные и эстетические потребности при сохранении культурной целостности, важнейших экологических процессов, биологического разнообразия и системы жизнеобеспечения. Это достигается путем сбалансированного учета потребностей туристов и дестинации. Этим самым устойчивость гарантирует, что туризм отвечает потребностям сегодняшних туристов и принимающих регионов, сохраняя и преумножая возможности для будущего. В этом качестве она является неотъемлемым элементом всех процессов развития туризма и управления».

В этом определении использован термин «дестинация», под которой понимается «место (территория) посещения, привлекающее туристов своими специфическими природными и рекреационными ресурсами, достопримечательностями, историческим и культурным наследием».

В условиях экономического спада наличие всеобъемлющей стратегии устойчивого развития и плана действий по формированию и продвижению туристских брендов российских дестинаций, повышению привлекательности российских дестинаций приобретает более чем когда-либо первостепенное значение для региональных органов управления туризмом и всех, кто непосредственно или косвенно связан с туризмом.

Ведь далеко не всякое предпринимательство на ниве туризма оборачивается «золотым дождем». Концепция «устойчивого развития» туризма обязана своим рождением критическому рассмотрению как достижений мирового туризма, так и его негативных воздействий. Свою задачу мы видим в том, чтобы предостеречь от ошибок, которые были допущены в прошлом во многих странах, с высоким уровнем туристского развития, обернувшихся экономическими потерями, деградацией природных, культурных и исторических ресурсов, социальной напряженностью и другими негативными проявлениями.

Скромные бюджетные возможности не позволяют всем нам вести работу по формированию и продвижению туристских брендов российских дестинаций на мировом туристском рынке, поэтому очень важно максимально эффективно использовать то, чем мы располагаем, использовать разнообразные формы партнерских отношений.

Недавно по приглашению РМАТ в Москве побывал генеральный директор Всемирного центра совершенствования для туристских дестинаций при ЮНВТО, один из виднейших мировых экспертов в этой области, доктор Франсуа Бедар (Канада), который поделился с нами своим опытом и с которым мы заключили соглашение о сотрудничестве в продвижении российских дестинаций на международном и внутреннем рынке.

Упомянутая мной Всемирная туристская организация ООН (ЮНВТО) провозгласила своей целью превращение в организацию, «основанную на знаниях». Такая же трансформация необходима всему российскому туризму. Позиции России на международном рынке, несмотря на традиционные упоминания ее потенциала, и ее роль в мировом туризме, к сожалению, довольно скромны.

РМАТ как образовательное и научное учреждение – член Совета по образованию и науке ЮНВТО, в котором работает кафедра ЮНЕСКО по культурному туризму в целях мира и развития, создан Институт инновационных исследований в туризме, который видит свою миссию не только в том, чтобы готовить кадры для туризма завтрашнего дня, но и в том, чтобы обеспечивать анализ и прогноз его развития, продвигать знания и мировой опыт совершенствования дестинаций в регионах. РМАТ уже имеет опыт участия в международных экспертизах регионов как туристских дестинаций, в частности, в 2008 году в Татарстане, и работа, выполненная с участием представителя РМАТ, получила высокую оценку правительства Республики Татарстан.

В настоящее время имеется историческая возможность, используя авторитет ЮНЕСКО и ЮНВТО, повысить привлекательность российских дестинаций, содействовать росту въездного и внутреннего туризма, особенно в регионах Урала, Сибири, Алтая и Дальнего Востока.

Недавно, в том числе на выездном заседании Комиссии Совета Федерации по делам молодежи и туризму в Алтайском крае (г. Белокуриха, февраль 2010г.), нами была выдвинута инициатива по созданию «Национального центра устойчивого развития туризма и повышения привлекательности российских дестинаций», основанного на принципах государственно-частного партнерства. Результатом деятельности Центра будет обеспечено продвижение российских регионов в качестве туристских дестинаций, более рациональное использование туристско-рекреационных ресурсов в долгосрочной перспективе, увеличение притока посетителей в регионы как в рамках внутреннего, так и въездного туризма.

Возражений эта инициатива на упомянутом заседании не встретила, но и не получила должной поддержки. За прошедшее время мы обсудили ее в Брюсселе, где получили полное понимание и поддержку со стороны руководителя отдела туризма Европейской комиссии господина Франческо Яньело. Идея создания подобного органа для российских регионов поддерживается руководством Ассамблеи регионов Европы, Международного бюро социального туризма (БИТС), рядом ведущих экспертов ЮНВТО, в том числе Генеральным директором Всемирного центра совершенствования дестинаций Франсуа Бедаром, а также Президентом Международной ассоциации научных экспертов по туризму АИЭСТ Петером Келлером.

Инициатива была обсуждена и одобрена на Международной научно-практической конференции «Современная модель профессионального туристского образования и ее законодательное обеспечение», состоявшейся в Совете Федерации 20 мая 2010г.

Обращаю внимание, что форма его создания как некоммерческого партнерства имеет широкое применение в странах с развитой туристской инфраструктурой и в последнее время пробивает себе дорогу в регионах России. То есть мы не просим никакого финансирования данного проекта из государственного бюджета. Государственная поддержка необходима в данном случае именно как государственное партнерство – признание важности данного вида деятельности для развития внутреннего и въездного туризма, приоритетных для Российской Федерации и всемерное содействие деятельности центра по направлениям: устойчивость, продвижение и кадровое обеспечение туристских дестинаций.

Поэтому предлагаю включить в проект рекомендаций данной конференции следующие пункты:

1. Инициативу Российской международной академии туризма (РМАТ) по созданию «Международного центра устойчивого развития туризма и повышения привлекательности российских дестинаций», основанного на принципах государственно-частного партнерства, в целях продвижения российских регионов как туристских дестинаций одобрить.
2. Рекомендовать федеральным органам управления туризмом содействовать работе некоммерческого партнерства «Международный центр устойчивого развития туризма и повышения привлекательности российских дестинаций», основанного на принципах государственно-частного партнерства, в установленном порядке.

Туризм и ускоренное инновационное развитие регионов РФ: Проект «Живая карта» России»

Е.А. Джанджуазова,

д.э.н., профессор, заведующая кафедрой туризма
Института туризма и гостеприимства
ФГОУ ВПО «Российский государственный
университет туризма и сервиса»

Туризм в современном мире – явление сложное и противоречивое...

Туризм стал одним из способов формирования общечеловеческих ценностей, наиболее доступным способом познания, изучения и сохранения исторического, культурного и природного наследия в XXI веке. С туризмом прямо или косвенно связано более 30 отраслей экономики. Для его развития необходима мощная инфраструктура, которая активизирует создание более 100 млн. рабочих мест по всему миру. Туризм занимает более трети мирового рынка услуг. Вместе с тем туристская деятельность может быть успешной только при активном внедрении инноваций, активизирующих процессы развития.

Проблема инноваций в туризме сегодня чрезвычайно актуальна. Инновации приносят на туристские рынки новые идеи через новые продукты и услуги. Во всем мире инновации составляют основу конкурентоспособности фирм, отраслей и стран. Они позволяют выигрывать состязания за отраслевые рынки путем освоения новых, более привлекательных для потребителей продуктов.

Принято разделять инновации на пять основных типов:¹

- продуктовые инновации
- технологические инновации
- технические инновации
- управленческие инновации
- организационные инновации

Инновации не только дают возможность поднять уровень конкурентоспособности, но и подразумевают приспособление сферы туризма к постоянно изменяющимся факторам внешней среды путем применения новых маркетинговых стратегий, которые в свою очередь будут активизировать появление инновационных продуктов, услуг, технологий и процессов. В этой связи рекомендуется рассматривать инновации в туризме как перманентный, глобальный и динамический процесс, оказывающий влияние на ускоренное экономическое развитие регионов РФ. Рассмотрим некоторые направления инновационного развития туризма.

Во-первых, – туризм может стать движущей силой для развития малых городов России через создание новых туристских маршрутов, объединяющих потенциал наиболее интересных и развитых с туристской точки зрения малых исторических городов РФ.

Основой развития туристской деятельности в малых городах, может стать культурно-познавательный туризм как растущий сектор, привлекающий наиболее образованных потребителей с достаточно высокими доходами. Многие малые города активно используют эту возможность и принимают меры по разработке новых подходов к позиционированию своего культурного и природного наследия, диверсифицируют традиционные туристские продукты, включают в них новые компоненты, формируют единое городское туристское пространство на основе природных ландшафтов, музеев, памятников истории, культуры, архитектуры. Малый город ставит целью объединить все свои ценные ресурсы в единый ансамбль, подчеркивающий его культурную этническую самобытность и уникальность.

Города ремесел, этнические деревни, музейные улицы, заповедные маршруты – вот способы реализации этой идеи. Реализуя ее, малый город становится единым туристским центром, где вся инфраструктура формируется не как отдельный сектор городского хозяйства, а как неотъемлемая часть всей туристской сферы. Этот подход дает возможность решать сложные социально-экономические проблемы малых городов и в том числе моногородов, существующих вокруг градообразующих предприятий, большинство которых в настоящее время находятся на грани остановки производства и полной ликвидации.

Во-вторых, можно рассматривать туристскую деятельность как основу для возрождения российской провинции.

В этой связи целесообразно создавать комплексные системы малых туристских городов, выполняющих роль «рекреационных зон» («рекреационных поясов»), окружающих крупные городские агломерации и города-мегаполисы. Такой подход основывается на сложившихся предпочтениях россиян в отношении отдыха. По оценкам ВЦИОМ более 30% россиян предпочитают проводить отпуск на даче. Дачный отдых стал настоящей национальной традицией, а следовательно, туристский продукт малых городов будет активно востребован. Кроме того, целесообразно формировать комплексный конкурентоспособный туристский продукт малых городов России на основе создания межрегиональных тематических туристских маршрутов.

Так, например, к юбилею Отечественной войны 1812 года целесообразно сформировать маршрут «Дорогами войны 1812 года», объединяющий Московскую, Смоленскую, Калужскую и Тверскую области. В целом исторические события могут стать базисом для инновационного развития регионов, так как новые турпродукты могут быть созданы в виде реконструкции памятных исторических событий.

В-третьих, все территории РФ могут быть объединены в единое туристское информационное пространство на основе создания крупных региональных проектов, к которым можно отнести проект «Живая карта России».

Главной идеей проекта является сочетание возможностей современных информационных технологий с систематизированной информацией о туристской территории. Проект «Живая карта России» задумывается как Интернет-портал, аккумулирующий обширную информацию о туристских территориях РФ. Основываться он будет на интерактивной карте России, позволяющей находить информацию о достопримечательностях, объектах туристской инфраструктуры, памятных местах, туристских маршрутах и многом другом, что может заинтересовать путешественника по регионам РФ. Этот проект получил образное название «Живая карта России», так как способен передавать пользователю все многообразие информации в живом, интерактивном режиме. В настоящее время интерактивные туристские карты создаются во многих регионах России и странах СНГ. Значительный опыт накоплен и зарубежными странами в частности Францией, Финляндией, Италией, Испанией и др. Вместе с тем каждая туристская дестинация, создавая свой интерактивный ресурс, использует собственные методические и технологические подходы к демонстрации туристских возможностей территории в глобальной сети.

Анализ ряда интерактивных проектов туристских карт разных территорий показал, что в основе их создания лежит территориально-отраслевой принцип, т.е. разработчики обозначают на карте туристские объекты в виде графических изображений, активизируя которые, можно получить информацию о них, обычно через web-сайт, на котором размещена информация об объекте. Однако меню интерактивной туристской карты может быть построено по разным признакам, и его структура в значительной степени зависит от того, какие признаки классификации туристских ресурсов используются и какая методика описания туристских объектов берется за основу.

Так, например, в проекте KARTA.FI («Интерактивная туристская карта Финляндии») предлагается меню ресурса, включающее следующие туристские объекты: луна-парки, аквапарки, зоопарки, тематические места, горнолыжные курорты, центры отдыха, национальные парки, музеи, интересные места, гостиницы, кемпинги, коттеджи, b&b, кафе, магазины, аэропорты.

¹ Hjalager A.-M. Innovation patterns in sustainable tourism //Tourism Management. 1997. Vol.18. N.1. P.36.

В каждом из указанных разделов формируются подразделы, где более детально представляются конкретные объекты с их расположением на карте страны. Рассмотрим более подробно раздел «Тематические места» в табл. 1.

Таблица 1
Примерная структура меню проекта «Интерактивная туристская карта Финляндии» (фрагмент)

Наименование тематического раздела	Объекты	Расположение объекта на карте	Характер описания объекта
Тематические места	Центр науки Хеурека (Эврика)	Находится недалеко от Хельсинки, в городе Вантаа. Tiedepuisto 1, 01301, Vantaa +358 (0) 9 85799	Описание располагается на сайте: www.heureka.fi
	Центр науки Тьетомаа. Семейный научно-развлекательный центр	Находится в городе Оулу. Nahkatehtaankatu 6, 90015, Oulu +358 (0) 8 5584 1340	Описание располагается на сайте: www.tietomaa.fi
	Центр Арктикум Арктический центр и региональный музей Лапландии Арктикум	Находится в городе Рованиеми. Pohjoisranta 4, 96200, Rovaniemi +358 (0) 16 322 3260	На сайте имеется информация на русском языке: www.arktikum.fi
	Мир Мумми-троллей	Находится в местечке Наантаа, рядом с городом Турку Tuulensuunkatu 14, 21100, Naantali +358 (0) 2511 1111	Описание располагается на сайте: www.muumimaaailma.fi
	Снежный замок Лумилианна	Расположен в городе Кемпи в южной Лапландии. Kauppakatu 16, 94100, Kemi +358 (0) 16 259 502	Описание располагается на сайте: www.snowcastle.net

В целом можно отметить, что разработчиками использованы укрупненные признаки обозначения и описания туристских объектов Финляндии, вместе с тем основные, т.е. наиболее популярные объекты с точки зрения посещаемости обозначены, однако такой подход к изучению туристской территории трудно назвать полным и комплексным. Кроме того, он практически не применим для России.

В этой связи предлагается сформировать особую методику изучения российских туристских территорий, опираясь на категорию «туристское пространство», которое можно рассматривать с разных точек зрения: географической, экономической, культурной, исторической, этнической и пр.

Туристское пространство (tourism space) – это особый вид пространства, существующего как логическая форма (структура), состоящая из элементов, или конструкций разной природы, объединенных единой целью – удовлетворение потребностей людей в проведении досуга, отдыха, и рекреации.

Туристское пространство составляют разнообразные элементы: достопримечательности, туристская инфраструктура, туристские маршруты, продукты, услуги и многое другое. Все эти элементы имеют разную природу, функциональные и иные особенности, но вместе с тем совокупно они формируют туристское пространство каждой территории (континента, страны, региона, города и пр.). Однако возникает необходимость разработать специальные дидактические подходы, позволяющие выделить основные типы туристского пространства, в рамках которых будет систематизироваться информация о различных туристских объектах изучаемой территории с учетом общности их природы, выполняемых функций и иных особенностей.

Выделение обособленных типов туристского пространства позволит посмотреть на территорию с разных точек зрения и в том числе более четко обозначить ее туристскую специализацию. Рассмотрим особенности основных типов туристского пространства.

Естественное (природное) туристское пространство – сохранено практически в первозданном виде и привлекает туристов богатыми природными туристскими ресурсами, дающими возможность заниматься активными видами туризма, контактировать с нетронутой природой и малоизмененными природными ландшафтами. Такой тип пространства составляют особо охраняемые природные территории (ООПТ).

Культурно-историческое туристское пространство – насыщено различными историко-культурными объектами: памятники истории, культуры, архитектуры, дворянские усадьбы, дачи, выставочные центры, парки (тематические, аквапарки, зоопарки и пр.), музеи, галереи, выставочные залы, театры, кинотеатры, остатки материальной культуры прошлых эпох, сакральные объекты (церкви, храмы, монастыри, старинные кладбища, часовни, могилы известных людей и пр.).

Рекреационное туристское пространство – способствует восстановлению духовных и физических сил людей. Включает курорты и лечебно-оздоровительные местности, а также расположенные на них объекты лечебного туризма: санатории, пансионаты, лечебницы, ванны корпуса, бюветы, курортные галереи, терренкуры, стадионы, спортивные комплексы, спортивные площадки, бассейны и прочие спортивные сооружения и объекты.

Сервисное туристское пространство – способствует удовлетворению потребностей туристов и местного населения в услугах (размещения, питания, транспорта, бытовых и пр.). Включает: гостиницы, пансионаты, отели, мотели, рестораны, кафе, закусочные, столовые, предприятия автосервиса, сферы бытовых услуг, торговли и пр.

Антропологическое (этническое) туристское пространство – дает возможность туристам изучать национальную культуру, фольклор, эпос, гастрономию, а также заниматься ремеслами, декоративно-прикладным искусством и пр. Включает: этнокультурные центры, этнические деревни, этнические парки, центры и мастерские ремесел, народные художественные промыслы, и пр.

Событийное туристское пространство – особый тип туристского пространства, предлагающий комплексный туристский продукт, основанный на событийном календаре территории. Включает: выставки, фестивали, ярмарки, форумы, слеты, спартакиады, конкурсы, юбилеи, театральные сезоны, и другие события.

Мифологическое туристское пространство – особый тип туристского пространства, основанный на искусственно созданных туристских аттракциях на основе мифологизации территории. Основой для формирования мифологического пространства являются: легенды, эпос, народные предания, художественный вымысел, устное народное творчество, рассказы очевидцев о мистических событиях и места (благоприятные и «гиблые места»).

Представленная типизация туристского пространства – это пока только начальная попытка структурировать его как совокупность разнообразных элементов. Вместе с тем туристское пространство динамично развивается, так как появляются новые объекты (элементы), которые постепенно способны формировать новые типы туристского пространства, а следовательно, процесс изучения туристской территории бесконечен.

Литература:

1. Джанджугазова Е.А. Маркетинг туристских территорий. – М.: Академия, 2008.
2. Джанджугазова Е.А. «Москва Булгаковская»: мистическая топография города. Научно-практический журнал. «Современные проблемы сервиса и туризма», №1, 2009.
3. Джанджугазова Е.А. Мифология места. Московское метро: путешествие во времени и пространстве. Научно-практический журнал. «Современные проблемы сервиса и туризма», №1, 2009.
4. Сергеев В. Алексеенко Е. МГИМО (У) МИД РФ «Типология моделей инновационного развития». www.lavinrussia.ru/ 13/07/2009/
5. Hjalager A.-M. Innovation patterns in sustainable tourism //Tourism Management. 1997. Vol.18. N.1. P.36.
6. <http://karta.fi>. 22.02.2010.

Речной туризм – приоритетная отрасль развития внутреннего туризма

Е.Г. Борискина,

генеральный директор ООО «Компания речного туризма Волжского пароходства «Волга-Флот-Тур»

Речные круизы были и остаются одним из самых популярных видов отдыха в нашей стране. Подтверждение тому – богатейшие традиции речных путешествий в России.

Речной круиз – это визитная карточка России; увидеть всю красоту и величие страны можно за несколько дней, путешествуя на теплоходе от Ростова-на-Дону до Москвы и Санкт-Петербурга. Речные круизы дарят своим клиентам незабываемый отдых, ведь не случайно 80% туристов, отдохнувших на наших теплоходах, становятся нашими постоянными клиентами, ежегодно открывая для себя новые маршруты.

В развитии экономики нашей страны наступило время, когда государственная политика в области речного транспорта направлена на развитие флота, портовой инфраструктуры, комплексную реконструкцию инфраструктуры внутренних водных путей, что позволит обеспечить возрастающие потребности экономики в развитии внутренних водных путей и потребности экономики в перевозках пассажиров.

Это ставит масштабные задачи перед всеми специалистами отрасли и требует от всех нас профессионализма.

Несмотря на общее снижение основных показателей развития туристской отрасли в 2009г, рынок круизного туризма Поволжья не только сохранил свои объемы, но и продемонстрировал положительную динамику. Круизный туризм вносит большой вклад в развитие региональной экономики. Наличие на рынке одного теплохода создает от 50 до 100 рабочих мест, увеличивает объем туристских услуг до 40 млн. рублей и до 3-х млн рублей в год налоговых поступлений в бюджеты всех уровней.

Один туроператор, как «Волга-Флот-Тур» в сегменте круизного туризма обслуживает около 100 тысяч туристов и 60 тыс. экскурсантов в год. Объем услуг составляет около 500 млн рублей, платежи в областной и местные бюджеты и внебюджетные фонды составляют около 28 млн. рублей

Но, к сожалению, существуют и проблемы на пути развития речного туризма:

- нет развитой инфраструктуры;
- проблема причалов, являющихся неотъемлемой составляющей транспортного процесса. Кроме того, количество причалов недостаточно, особенно это касается так называемых «зеленых стоянок»;
- проблема старения судов. Судам по 20-30 лет, практически все теплоходы были построены в Чехословакии, Германии, Австрии еще в советское время. Высокая степень изношенности судов влечет за собой высокие затраты на техническое переоборудование и реконструкцию круизных судов. Через 10-15 лет перспектива развития рынка российских круизов, если не принять никаких мер, может быть очень печальной. Строительство новых судов с учетом этих требований в настоящее время без поддержки государственного финансирования невозможно из-за большого срока окупаемости судна и непродолжительного периода эксплуатации;
- проблема отсутствия льготного налогообложения.

Для успешного развития круизного туризма необходимо решение этих проблем.

При условии государственной поддержки и содействия развитию туристской инфраструктуры в Поволжье и в России в целом круизный туризм может стать одним из высокодоходных секторов туристского рынка.

Тенденция развития круизного туризма характеризуется устойчивым ростом спроса на круизные маршруты. Причем в спросе доминирует сегмент потребителей комфортабельного отдыха с максимальным комплексом разнообразных дополнительных услуг на самом теплоходе.

С 1999 года компания речного туризма Волжского пароходства работает в данном сегменте как 100% дочернее предприятие ОАО «Судоходная компания «Волжское пароходство», реализует федеральную программу «Основные возможности, приоритеты и направления развития круизной инфраструктуры».

Компания речного туризма Волжского пароходства – крупнейшая круизная компания Поволжья с офисами в двух экономически развитых регионах – Нижнем Новгороде и Самаре.

Кредо компании: профессионализм, целеустремленность и качество предоставляемых услуг.

Мы активно сотрудничаем со всеми регионами России, с каждым годом растет количество агентств, работающих с нами. Сегодня их около 450 из различных регионов России. Это является неоспоримым фактом стабильности нашей компании

В оперативном управлении компании находится 9 единиц флота:

5 четырехпалубных теплоходов: «Федор Шалапин», «Семен Буденный» «Георгий Жуков», «Михаил Фрунзе», «Александр Пушкин» – теплоход класса интурист; трехпалубный модернизированный теплоход «Капитан Пушкарев», 3 прогулочных теплохода: «Отдых-1» и «Москва-13», «Москва-72». Пассажироместимость наших круизных теплоходов от 180 до 300 человек. Навигационный период длится с мая по октябрь.

Все теплоходы оснащены современным навигационным оборудованием. На борту теплоходов одно-, двух-, трехместные каюты, оснащенные санблоками и кондиционерами, каюты класса «люкс», конференц-залы, рестораны, бары, читальный и музыкальный салоны, солярий, медицинский пункт.

География маршрутов самая разнообразная, охватывает Россию от самых низовьев Волги: Астрахани и Ростова-на-Дону до Москвы и Санкт-Петербурга, предоставляя возможность путешествовать по рекам Волга, Дон, Москва-река, Кама, а также по Ладожскому и Онежскому озерам и другим водным путям.

На берегах Волги и тех многочисленных рек, которые в нее впадают, живет и бережно хранится история российского государства. Каждый приволжский город – маленький шедевр, рассказывающий о славных временах и великих событиях. Не всегда в эти города можно легко добраться по суше и не все знают о существовании этих жемчужинок Поволжья. Чтобы показать все это историческое, культурное и природное богатство, компания «Волга-Флот-Тур» ежегодно организует незабываемые речные круизы. Каждый сезон – новые туры и новые маршруты, раскрывающие очарование российской глубинки.

Посадку на наши теплоходы можно провести не только в Нижнем Новгороде, Самаре, Казане, но и других городах Поволжья, а также в Москве и Санкт-Петербурге.

Путешествие из Нижнего Новгорода в Москву проведет вас через Городец, Кострому и Мышкин. Город мастеров Городец с его традиционными печатными пряниками, золотым шитьем и знаменитой росписью по дереву удивит гостеприимством и уютом. Здесь свои последние дни провел Александр Невский, а Петр I открыл одну из старейших судоверфей. Кострома – родина Ивана Сусанина и сказочной Снегурочки. Именно в Костроме, в Ипатьевском монастыре, первый царь династии Романовых Михаил венчался на царство, и с тех пор при вступлении на престол каждый государь посещал «Колыбель рода Романовых». В городе Мышкин вы сможете посетить единственный в мире Музей мыши и полюбоваться русскими валенками.

Круиз Нижний Новгород – Санкт-Петербург покажет город-музей Ярославль с тысячелетней историей, города Горицы и Свирьстрой с их монастырями, столицу Карелии Петрозаводск, сказочный город-музей Улич с множеством историко-архитектурных памятников, Русскую Швейцарию – город Плес, с Домом-музеем художника Исаака Левитана и единственным в России Музеем пейзажа.

Кроме этого вы посетите одну из красивейших святынь православия – остров Валаам в Ладожском озере и музей-заповедник деревянного зодчества и этнографии Карелии остров Кижи.

В туре из Нижнего Новгорода в Ростов-на-Дону вы посетите Мамаев курган в Волгограде, музей военной техники в Саратове, музей Остапа Бендера в Козьмодемьянске, Самару и столицу Татарстана Казань – город, где сливаются восточная и западная культуры. Из Ростова-на-Дону сможете отправиться на экскурсии в Таганрог, в Азов и казачьи станицы.

Формирование и организация речных круизов на комфортабельных теплоходах и экскурсионно-познавательных прогулок по Волге являются одним из приоритетных направлений деятельности нашей компании, но далеко не единственным.

Деловой туризм является самым перспективным направлением в сфере речного туризма.

Наличие на борту теплоходов конференц-залов, ресторанов, концертных площадок, возможность размещения до трехсот человек позволяют проводить международные конференции, симпозиумы, круглые столы, мероприятия любого формата.

Все наши теплоходы востребованы у корпоративных заказчиков. Проводить мероприятие высокого уровня на наших теплоходах стало доброй традицией!

Так, именно нашей компании выпала высокая честь участвовать в таких значимых для России мероприятиях, как:

- встреча Святейшего Патриарха Московского и Всея Руси Кирилла в Городце в рамках празднования «Александровских дней»;
- восьмые молодежные Дельфийские игры России «Молодость России»;
- всероссийский форум «Здравница-2009» в Волжском Утесе;
- деловая встреча председателя Правительства В.В. Путина с секретарями региональных отделений и руководителями фракций партии «Единая Россия» в региональных законодательных собраниях и др.

Являясь нашими постоянными партнерами и клиентами, органы законодательной и исполнительной власти, экономические организации России и зарубежных стран оценивают качество наших услуг на самом высоком уровне

«Компания речного туризма Волжского пароходства» с 2001 года работает в нише лечебно-рекреационного туризма. На теплоходах-пансионатах «Федор Шалапин», «Семен Буденный», «Георгий Жуков», «Михаил Фрунзе», «Александр Пушкин», «Капитан Пушкарев» мы предлагаем совместить возможности оздоровительного действия природных факторов с методами восстановительной медицины.

Отдельную нишу на рынке круизных услуг занимает единственный в России теплоход-санаторий «Михаил Фрунзе», прочно утвердившийся на рынке лечебно-рекреационного туризма. Положительный опыт работы «Волга-Флот-Тур» по организации оздоровительного лечения за последние годы дает серьезные основания для дальнейшего использования 4-х палубного теплохода «Михаил Фрунзе» в режиме теплохода-санатория. Качество услуг конкурентоспособно аналогичным видам отдыха и лечения в России.

Наличие лицензии на осуществление медицинской деятельности, в том числе, в разделе санаторно-курортной помощи, позволяет расширить круг отдыхающих, привлекая также

- средства добровольного медицинского страхования,
- бюджета,
- социальных программ.

Мы предлагаем реальную возможность разумного сочетания оздоровительных процедур с экскурсионной и развлекательной программами, а также используем только натуральные препараты на основе лекарственных растений и природных факторов.

Нами создана «Коллекция целебных путешествий», в которую вошли лечебные и профилактические программы, рассчитанные на круизы от 5-ти до 13-ти дней.

Мы используем уникальные особенности действия природных лечебных факторов в «санатории на воде»:

- постоянное пребывание пациентов в условиях ионизированного речного воздуха;
- действие климатотерапии, ландшафтотерапии, происходящее в постепенной, последовательной их смене, что дает мощный психотерапевтический эффект и не вызывает привыкания организма к данным факторам, напротив, достигается постоянное усиление их воздействия и не требует акклиматизации;
- неоценимым преимуществом такого оздоровительного лечения является возможность проводить его всей семьей, включая детей, которые также получают за время круиза необходимые процедуры.

Все туры компании «Волга-Флот-Тур» в конечном итоге направлены на оздоровление отдыхающих: ведь кто хорошо отдыхает, тот и работает хорошо! Еще древние говорили, что здоровье есть состояние душевного равновесия. На палубе теплохода вся суета, все мирские заботы отходят на второй план и постепенно забываются. Когда человек дышит чистым свежим воздухом, любуется прекрасными ландшафтами, наслаждается красотой русской природы, посещает исторические места, он чувствует свою сопричастность всему этому и обретает гармонию с окружающим миром. Это есть состояние равновесия, а значит – здоровья. После окончания круиза люди становятся чище и позитивнее и приобретают необыкновенный тонус. Вода, леса, экскурсии заряжают такой мощнейшей энергией, что, возвращаясь в город, хочется творить, дерзать, любить и просто жить. Жить активной и счастливой жизнью. В этом и заключается одна из главных целей нашей компании.

Я приглашаю Вас в круиз...

Культурный туризм в художественном музее. Возможности и перспективы

О.Б.Архипова,

кандидат искусствоведения,
начальник сектора туризма и специальных программ
ФГУК «Государственный Эрмитаж» г. Санкт-Петербург

Развитие культурного туризма – один из приоритетов XXI века. По оценке Всемирной туристской организации, в течение последних 10 лет количество туристов удвоилось и из одного государства в другое путешествуют свыше 1 миллиарда человек, а к 2020 году их количество должно составить 2,6 миллиардов. Относительно России эксперты ВТО полагают, что по объемам международного туристского обмена и величине валютных поступлений от туризма она должна войти в первую десятку стран мира.

Среди объектов показа культурного туризма Государственный Эрмитаж безусловно является номером один не только в Санкт-Петербурге, но, пожалуй, и в России в целом.

Готовясь к своему 250-летию в 2014 году, в последние годы музей вырос многократно. Часто музей ассоциируется с Зимним дворцом, в то время как его богатейшие коллекции, которые насчитывают более 3 миллиона экспонатов, размещаются в десяти зданиях в Санкт-Петербурге, вне города в России и за рубежом работают четыре Центра Государственного Эрмитажа.

Уже с конца XX века музеи становятся все более активными, все более явной становится их переориентация из храмов муз, хранилищ раритетов в центры духовной жизни своего города, региона. Отношения музея и общества можно рассматривать как открытый диалог музея с окружающим его миром.

В течение десятилетий мы наблюдали возросшую интеграцию музеев и общества. И хотя музеи по своей натуре «консервативные учреждения», которые обращают к прошлому, так как сохраняют материальные свидетельства былого; дополнительные функции, такие как общественные связи, маркетинг, стали все более и более распространенными и открыли музеи для гораздо большей аудитории.

В XXI в. большинство музеев будут продолжать увеличивать свое взаимодействие с окружающим обществом. Тенденция интеграции является результатом нескольких факторов.

Один из факторов – это глобализация. Нет сомнения в том, что глобализация влияет на отношения между музеем и обществом. Глобализация облегчает налаживание контактов различными способами коммуникации, включая легкость перемещений и путешествий, а также внедрение электронных средств коммуникации и Интернет.

Вместе с тем распространение электронных визуальных средств является другим фактором, оказывающим влияние на музеи. В эру репродукций, когда практически любое изображение можно найти в Интернете, реальные объекты приобретают новое значение и ценность. Музеи в этой ситуации позиционируют себя как уникальный опыт, предлагающий людям близкое знакомство с реальными объектами и произведениями искусства.

Важным фактором, побуждающим музеи увеличить взаимодействие с обществом является необходимость привлечения и удержания посетителей, которые платят деньги, расширение аудитории. Музеи вынуждены становиться все более агрессивными в развитии видов деятельности, приносящей доходы. Все более важно быть не только успешными в традиционном, музееведческом смысле, но также привлекательным, популярным.

Учитывая экономические изменения в обществе, сегодня музей не может позволить себе роскошь быть изолированным академическим учреждением, он должен «суетиться» вокруг довольных посетителей. Маркетинговые, социологические исследования стали привычным инструментом. Новые проекты должны согласовываться не только с интересами хранителей и исследователей,

но и учитывать такие факторы, как общественные тенденции, общественное мнение и ценности, интересы различных социальных и возрастных групп.

Огромные возможности для реализации этой стороны музейной деятельности представляет «культурный туризм».

Надо сказать, что сам термин не прижился в музейной среде, так как подразумевается, что в противовес может существовать и «бескультурный». В любом случае в нашей аудитории не только уместно, но мне кажется, необходимо говорить о «музейном туризме».

Музейный туризм можно определить как активно развивающееся направление культурного туризма. Его специфическая особенность выражается в том, что главной его идеей является ознакомление с музейной коллекцией и популяризация этой коллекции.

Значение этого вида туристической деятельности заключается в том, что только музейный туризм дает возможность «вывести» знаменитые коллекции музеев в современное культурное пространство и актуализовать их как специфическую форму интеллектуального и художественного наследия. Это представляется необходимым в связи с тем, что новый взгляд на художественное наследие, а также новые культурологические, психологические и педагогические методики работы с ней позволяют раскрыть в музейной коллекции пласты, еще «не задействованные» современным культурным сознанием.

Для осуществления современного музейного туризма в Государственном Эрмитаже разработана стройная система грамотного представления музейной коллекции по ряду параметров.

Во-первых, это разработка специальных программ для разных возрастных категорий посетителей; во-вторых, подготовка специальных циклов для представителей разных социальных групп; в-третьих, создание программ, предполагающих включение туристов в процесс творческой деятельности внутри музея и на базе его коллекции; в-четвертых, создание синтетических программ с использованием возможностей не только художественной коллекции Эрмитажа, но и других видов искусства внутри музея (музыкального сопровождения, концертного исполнения и т.п.); в-пятых, создание комплексных программ с привлечением других музеев, художественных и культурных центров и организаций; в-шестых, создание интернациональных программ для любителей искусства и профессионалов.

Музейный туризм должен быть органично включен в процессы, составляющие и определяющие современную культуру. В связи с этим особое значение приобретает процесс интеграции музейного туризма и музейной коллекции в международную туристическую деятельность; разумное сочетание просветительской ориентации и развлекательной составляющей туризма, а также привлечение при подготовке программ разнообразных форм художественной деятельности и различных видов искусства, позволяющих с новой точки зрения показать музейную коллекцию.

Учитывая вышесказанное, представляется интересным опыт Государственного Эрмитажа. Значение Эрмитажа в развитии музейного туризма определяется уже тем, что он является крупнейшим музеем, обладающим одним из самых значительных мировых собраний изобразительного искусства. Кроме того, Эрмитаж стал первым в мире музеем, официально провозгласившим туризм частью собственно музейной деятельности, таким образом, формально закрепив свое первенство в создании этого направления.

Логическим продолжением такой позиции Эрмитажа стало создание специального подразделения музея, получившего название Сектора туризма и специальных программ. Этот отдел занимается разработкой оригинальных программ, программ-проектов, базирующихся на практически неограниченных возможностях коллекции, позволяющих удовлетворять самые разнообразные потребности любителей искусства.

Так, в качестве специальных образовательных программ разработаны следующие темы:

«Первый визит в Эрмитаж» (Обзорная экскурсия, Галерея драгоценностей), «Один день в Эрмитаже» (Вариант 1: Обзорная экскурсия, Галерея драгоценностей, посещение фондов или реставрационной мастерской; Вариант 2: Обзорная экскурсия, Зимний дворец – резиденция русских царей, Петербургские ювелиры, библиотека Николая II), «Два дня в Эрмитаже» (Обзорная

экскурсия, убранство русского интерьера XVIII-XIX вв., Русское прикладное искусство XVIII-XIX вв., посещение Реставрационно-хранительского центра «Старая деревня» и реставрационной мастерской), «Белые ночи в Санкт-Петербурге» (Обзорная экскурсия, Зимний дворец Петра I, Эрмитаж Екатерины II с демонстрацией работы часов «Павлин» и концертом классической музыки).

Особое место программы «Музыкальный Эрмитаж», которые ставят своей целью возрождение традиции музыкальных вечеров в Зимнем Дворце. В Гербовом и Павильонном залах, в Большом италийском просвете Нового Эрмитажа звучала музыка Россини, Шуберта, Вивальди, Моцарта, Чайковского, Бородина, Глинки, русские романсы. Перед гостями музея выступали лауреаты международных конкурсов, Детский хор Санкт-Петербургского радио и телевидения.

Отдельно следует упомянуть программы, действующие в период работы временных выставок, организованных Эрмитажем. Наиболее удачной и востребованной среди программ такого содержания стала программа «Неведомые шедевры», приуроченная к одноименной выставке произведений французской живописи XIX – начала XX века из частных собраний Германии (30 марта 1995 – 31 марта 1996 года).

Это был практически первый самостоятельный музейный туристический продукт, представленный Государственным Эрмитажем на международный туристический рынок.

Новые перспективы создания специальных программ открывают ввод в строй Реставрационно-хранительского центра «Старая деревня» и проект реставрации Главного штаба.

Ряд программ готовится с учетом того, что Эрмитаж является одним из наиболее важных и притягательных объектов показа в Санкт-Петербурге. Среди программ такого направления – циклы «Белые ночи» (летний сезон) и «Белые дни» (зимний сезон). В этом случае на сотрудников музея ложится особая ответственность, так как подобные программы служат не только популяризации эрмитажной коллекции, но и утверждению нашего города на мировом туристическом рынке в качестве уникального памятника мировой культуры.

Таким образом, музейный туризм в настоящее время зарекомендовал себя как одно из самых перспективных направлений туристической деятельности, и важнейшая причина заключается в том, что любая музейная коллекция, а тем более собрание Государственного Эрмитажа в первую очередь, предоставляет возможность самого широкого ее использования и интерпретации, способной удовлетворить самые разнообразные культурные запросы посетителей.

Продвижение туристического продукта российской самобытной культурно-исторической направленности на российском и международном рынках на примере туристического комплекса «Абалак» (Тюменская область)

И.О.Вашуркин,

президент Холдинга «Славянская Групп», г. Москва

Управляющая компания «Славянская Групп» успешно работает в туристско-рекреационном сегменте бизнеса России. Под управлением компании динамично развиваются объекты инфраструктуры туризма, в числе которых: Отель «Славянская»***** (Тюменская область, г. Тобольск), Radisson SAS DON HOTEL ***** (г. Ростов-на-Дону), туристский комплекс «Абалак» (Тюменская область, с. Абалак), туроператор по внутреннему и въездному туризму «ЕВРОСЕЗОН» (Тюменская область, г. Тобольск), а также рекреационные объекты ближнего и дальнего зарубежья (Крым (Украина), Финляндия).

С 2008 года под руководством компании ведется строительство туристского комплекса «Абалак». Актуальность настоящего проекта обусловлена большой социально-экономической значимостью.

Он находится в 20 минутах езды от Тобольска, на высоком берегу реки Иртыш, в селе рядом со Свято-Знаменским мужским монастырем, прославленным природной красотой, богатой историей и чудотворной иконой Божьей Матери «Знамение». В последние годы традиции деревянного домостроения возрождаются. Это происходит по многим причинам, главная из которых — стремление человека к чистоте первозданной природы.

Рубленый острог рядом со Свято-Знаменским мужским монастырем представляет собой архитектурный ансамбль в стиле традиций русского деревянного зодчества. На территории комплекса «Абалак» уже действует часть объектов. Это трактир «Белая Сова», детское кафе «Змей Горыныч», пивной бар «Рыба Кит», избушка на «курих» ножках и другие постройки.

Также готовится к вводу в эксплуатацию гостиничный комплекс с размещением в нем до 150 туристов. Туркомплекс «Абалак» рассчитан на посетителей самого разного возраста, поэтому он приобрел статус одного из лучших мест в регионе для семейного отдыха.

Особое внимание уделено познавательному и детскому туризму. Для самых юных туристов работает детское кафе, представленное в виде фигуры трехголового Змея Горыныча, из пасти которого выходит дым. Вокруг находится детский городок. С высокой деревянной горы можно кататься и зимой, и летом. В городке есть традиционные русские качели, сказочные персонажи и домики. В праздничные и выходные дни для детей организованы развивающие интерактивные программы и мероприятия, которые не оставят ни одного ребенка равнодушным к происходящему.

Интересен объект «Крестьянская усадьба», где туристы своими глазами увидят быт русских крестьян XVIII в. Здесь построят настоящую кухню, мастерские ремесленников, конюшню. В создании понравившегося сувенира смогут принимать участие и посетители. Таким образом, произойдет активное приобщение посетителей к народной культуре, демонстрация русских народных промыслов.

Большой интерес вызывает строительство на территории комплекса музея Ермака Тимофеевича, в котором будет воспроизведена обстановка того времени, наполненная подлинными историческими экспонатами.

Реализуя спортивно-оздоровительное направление комплекса, начато строительство боулинг-клуба, где планируют проводить рейтинговые турниры и современного Wellness и SPA-центра, который станет самым большим (около 10 000 тысяч квадратных метров) в Западной Сибири и самым уникальным по оснащенности. Одной из главных достопримечательностей станет Wellness-центр, где посетителям будут представлены все бани мира: японская, русская, римская, восточная «Хаммам», ледовая пещера, травяная баня и др. К проекту привлечены лучшие проектировщики России, Австрии и Германии.

В зимний период на территории комплекса работает горнолыжная трасса. Высота снежных склонов — 45–47 м, длина — 300–350 м, длина подъемника — 250 м. Желающие могут взять на прокат горные лыжи, сноуботинги. Круглый год на территории комплекса организована рыбалка. В «Абалаке» комфортно и профессиональным рыбакам, и любителям-новичкам, и отдыхающим семьями, а также корпоративным путешественникам. В перспективе дальнейшего развития сегмента активного отдыха в туристическом комплексе Абалак – создание загородного клуба с верховой ездой, катанием на санях и телеге, на квадроциклах и велосипедах, моторных лодках и катерах.

«Абалак» стал местом проведения культурно-массовых и событийных мероприятий регионального и федерального значения, собирающих на территории комплекса до 3 500 тысяч человек одновременно.

3-4 июля 2010 года в Абалаке уже во второй раз пройдет Всероссийский фестиваль военно-исторической реконструкции «Абалакское поле». В 2009 году он объединил клубы исторической реконструкции из Екатеринбурга, Омска, Тобольска, Тюмени, Ханты-Мансийска и других городов. На территории туристского комплекса и в окрестностях собралось до тысячи человек, всего «Абалакское поле» посетили несколько тысяч гостей. Они смогли увидеть турниры по стрельбе из лука, метанию сулиц, топоров, показательные выступления клубов, побывать на ярмарке ремесленников, где были представлены изделия мастеров из Тобольска, Екатеринбурга, Омска, Ханты-Мансийска, Сургута, Тюмени.

Гостей привлекают не только национальный колорит и самобытность праздников. Высокие стандарты качества обслуживания туристов, соблюдаемые на всех объектах компании «Славянская Групп», являются визитной карточкой мероприятий.

Туристический комплекс «Абалак» уже стал одним из любимых и посещаемых мест, как российскими, так и иностранными гражданами.

Объект посетили и дали высокую оценку представители Федеральной Государственной власти, в том числе аппарата Президента России. Проект «Туристический центр «Абалак» получил похвалу не только у профессионалов в области туризма, но и среди представителей высших органов государственной власти. Точная копия комплекса в виде деревянного макета приковала внимание и журналистов центральных средств массовой информации, а сам он стал основной темой многих телевизионных сюжетов и газетных статей. Ведущие специалисты отечественной туристической индустрии отметили перспективность и уникальность проекта для России. По их мнению, появление туристического комплекса «Абалак» в Тобольске стало еще одним свидетельством расширения границ для внутреннего и въездного туризма, который увеличивает число туристов, посещающих Тюменский регион.

В сентябре 2008 года туристический Центр «Абалак» получил высокую награду в сфере туризма – Диплом Национальной туристской премии имени Юрия Сенкевича как Лучший туристический проект России.

В настоящее время ведутся переговоры по объединению туркомплекса «Абалак» и комплекса «Сибирское подворье», строительство которого осуществляет Правительство Тюменской области. Совместная реализация данного проекта станет одним из лучших примеров частно-государственного партнерства в Российской Федерации.

С целью продвижения проекта холдинг «Славянская Групп» участвует в туристических выставках («Интурмаркет», «ОТДЫХ-Leisure», WTM, ITB), презентациях турпродукта в России и за рубежом (Москва, Санкт-Петербург, Мюнхен, Лондон и др.), пресс-конференциях и пресс-турах.

Во время рабочего визита в Финляндию по приглашению мэра города Лаппеенранта Сеппо Миеттинена президент и генеральный директор холдинга Славянская Групп Игорь Вашуркин и Владимир Кидло провели презентацию Тюменского региона, города Тобольска, туркомплекса Абалак, гостиницы Славянская и других объектов компании. Особый интерес у мэра города и его сотрудников вызвал уникальный туркомплекс Абалак. С их стороны поступило предложение о создании подобного деревянного чуда в Финляндии.

Туристический комплекс «Абалак» стал еще одной достопримечательностью Тобольска — жемчужины Сибири и был признан высоким достижением в развитии туристической индустрии в Российской Федерации.

Круглый стол «Правоприменительная практика и кадровые вопросы в сфере туризма»

Анализ потребностей рынка труда в индустрии гостеприимства как условие развития туристского потенциала региона

Д.В.Бугров,

ректор Уральского государственного
университета им. А.М. Горького,
президент межрегиональной некоммерческой организации
Уральская Ассоциация туризма

Поступательное развитие экономики и потребительского рынка России в 1-м десятилетии XXI в. превратило Екатеринбург в один из крупнейших в стране центров делового туризма (business travel). Бурный рост индустрии встреч (MICE) привел к впечатляющим переменам инфраструктуре сферы гостеприимства – как количественным, так и качественным. Эти инфраструктурные сдвиги со временем сами стали играть роль драйвера деловой активности на Среднем Урале. Экономический спад конца десятилетия, вызванный глобальными финансовыми потрясениями, не привел к обвалу гостиничной отрасли – не в последнюю очередь и потому, что уровень, достигнутый отельным сектором Екатеринбурга, позволил сохранить привлекательность города как делового центра. Ряд крупных событий, состоявшихся в Екатеринбурге в 2009-2010 гг., поддержал показатели MICE-индустрии на докризисном уровне или даже обеспечил их превышение. Это подтверждают прошедшие в столице Урала деловые встречи министра иностранных дел России с коллегами из Германии, Бразилии, Индии и Китая (май 2009 г.), саммит стран ШОС и группы БРИК (июнь 2009 г.), запланированные российско-германский саммит, международная выставка и форум промышленности и инноваций «ИННОПРОМ», а также заседание форума «Петербургский диалог» (июль 2010 г.). Продолжается запуск крупных гостиниц – в январе 2010 г. состоялся ввод 4-звездного сетевого отеля Novotel группы Accor.

Развитие индустрии делового туризма в Екатеринбурге, ее выход на уровень международных стандартов актуализирует проблемы, связанные с подготовкой и повышением квалификации кадров, предъявляет повышенные требования к качеству профильного образования, настоятельно диктует необходимость его ориентации на практическую деятельность.

Кадровое обеспечение сферы гостеприимства в течение 10 лет находится в поле повышенного внимания специалистов Центра информационного обеспечения сервиса при кафедре социально-культурного сервиса и туризма Уральского государственного университета (УрГУ). Этот факт подтверждает содержание всех маркетинговых и информационно-аналитических исследований, проведенных силами кафедры по заказу Комитета по внешним связям и Комитета по организации бытового обслуживания населения Администрации Екатеринбурга, а также Министерства по физической культуре, спорту и туризму Свердловской области – Программы развития туризма в Екатеринбурге на 2001-2003 гг.; Программы въездного и внутреннего туризма в г. Екатеринбурге на 2004-2006 гг.; проекта «Гостиничный сервис в Екатеринбурге: состояние и тенденции развития» (2004 г.); Стратегического проекта «Гостиницы Екатеринбурга» (2005 г.); Стратегического проекта «Екатеринбург – туристический центр, где встречаются Европа и Азия» (2005 г.); Концепции развития внутреннего и въездного туризма в Свердловской области (2007 г.).

В марте 2009 г. кафедра социально-культурного сервиса и туризма УрГУ выиграла грант Европейского Союза по программе TEMPUS на реализацию проекта учебного центра индустрии гостиничных услуг «Ecole hoteliere superieure» (ESHA ETF JP 00276 2009). Проект ESHA имеет целью создание 4-х отельных школ в странах СНГ (в России – 2, в Казахстане и Молдавии). В консорциуме участников проекта – образовательные учреждения, гостиничный холдинг USTA-group (Екатеринбург) и GIP FIPAG – Groupement d'Interet Public Formation et Insertion Professionnelles de l'Academie de Grenoble. При участии европейских экспертов преподаватели УрГУ разрабатывают модульные программы непрерывного образования, а USTA-group предоставит университету для реализации этих программ действующую гостиницу и специалистов-практиков для отработки студентами и слушателями профессиональных компетенций.

Проект создания образовательной структуры по обучению профессиям гостиничного и ресторанного сектора под названием «Высшая школа отельного сервиса (ВШОС/ESHA)» объединяет средства и образовательные возможности различных учебных заведений (университеты, колледжи, лицеи), предприятий-партнеров, ассоциаций отельеров и рестораторов, региональных органов власти (профильных министерств субъекта федерации). В Высшей школе студенты получают профессиональный опыт по 8 приоритетным специальностям гостиничного и ресторанного сектора. План мероприятий по проекту рассчитан на 3 года и реализуется в 4 этапа: разработка и внедрение общей методологической матрицы проекта, анализ потребностей предприятий гостиничного и ресторанного сектора в области развития человеческих ресурсов; подготовка преподавателей, создание 8 образовательных программ; открытие и начало работы в качестве экспериментальной площадки Высшей школы отельного сервиса; передача методического руководства по реализации проекта в университеты-партнеры.

На 1-м этапе проекта было проведено исследование, направленное на выявление потребностей предприятий индустрии гостеприимства в обучении персонала, а также определение новых профессий и соответствующих компетенций. Его результаты становятся основой для обновления существующей системы обучения и повышения квалификации в училищах, колледжах и высших учебных заведениях Свердловской области, что позволит предприятиям гостиничной и ресторанной сферы оптимизировать затраты на переподготовку персонала.

Целью исследования явился анализ состояния кадровых потребностей гостиничного и ресторанного сектора Екатеринбурга

В ходе проведенной во 2-й половине 2009 г. работы эксперты УрГУ поставили перед 120 профессионалами отрасли 4 ключевых вопроса:

- Какие специальности являются приоритетными и требуют обновления содержания и принципов построения образовательных программ?
- Какие образовательные потребности и потребности в компетенциях существуют у тех, кто работает по этим специальностям, т.е. почему именно эти специальности рассматриваются как приоритетные?
- Какая подготовка ведется сегодня по этим специальностям в вузах, колледжах, лицеях?
- Какова точка зрения квалифицированных специалистов-практиков в этой области относительно подготовки по приоритетным специальностям? Есть ли предложения по улучшению этой подготовки? Какие новые образовательные программы нужно создать?

Эксперты использовали несколько методов для сбора информации: интервью квалифицированных специалистов органов региональной власти и муниципального управления; интервью группы профессионалов отельного и ресторанного бизнеса; анкетирование руководителей гостиничных структур и менеджеров среднего звена; анализ сведений, представленных в специально проведенном документальном исследовании «Динамика развития туристского сектора Екатеринбурга и Свердловской области».

Диаграмма 1. Количество коллективных средств размещения в г. Екатеринбурге

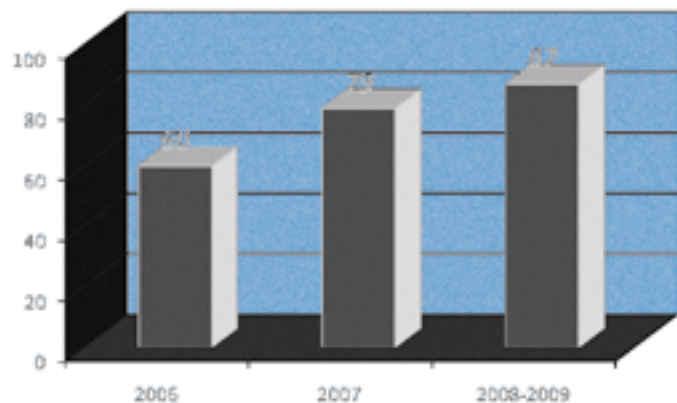


Диаграмма 2. Количество мест в гостиницах, кемпингах и дополнительных местах размещения, ед.

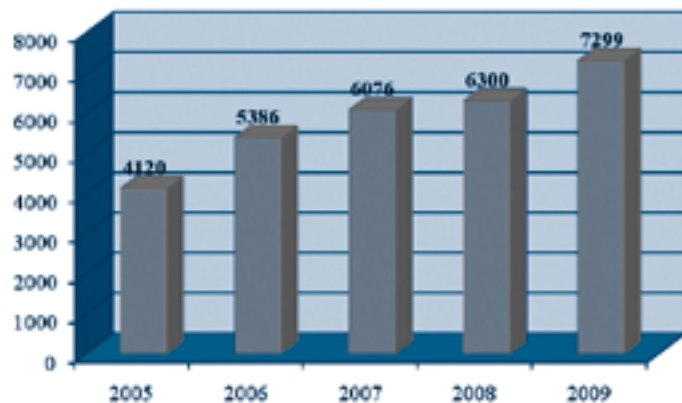


Диаграмма 3. Доля гостиниц в общем количестве коллективных средств размещения в г. Екатеринбурге

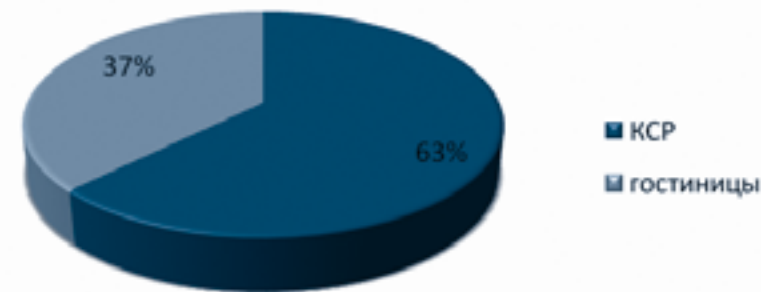
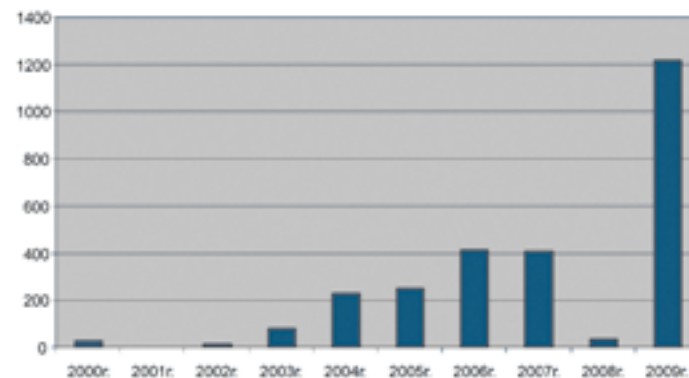


Диаграмма 4. Ежегодный рост номерного фонда отелей Екатеринбурга, число номеров



По результатам интервью и анкетирования представителей отельного бизнеса названы следующие 10 ключевых функций, которые являются приоритетными в плане обновления образовательных программ.

Управленческие функции:

1. Руководитель отдела продаж – 93%
2. Директор по персоналу – 80%
3. Менеджер службы приема и размещения – 78%
4. Управляющий отеля – 78%
5. Руководитель службы уборки – 59%

Линейные функции:

1. Менеджер по обучению и развитию персонала – 71%
2. Администратор / receptionист – 68%
3. Специалист по продажам номерного фонда – 66%
4. Горничная – 46%
5. Специалист по маркетингу – 39%

Профессионалы ресторанного бизнеса также обозначили 10 основных функций, приоритетных в плане совершенствования образовательных программ.

Управленческие функции:

1. Менеджер ресторана – 92%
2. Шеф-повар – 83%
3. Директор ресторана – 83%
4. Арт-директор, PR-менеджер – 61%
5. Управляющий производством, бренд шеф-повар – 22%

Линейные функции:

1. Официант – 75%
2. Бармен – 75%
3. Старший повар/су-шеф/бригадир – 44%
4. Повар – 39%
5. Кондитер, пекарь – 39%

В результате работы по выявлению потребностей профессиональной среды в индустрии гостиничного и ресторанного сервиса были выделены следующие 8 ключевых профессий:

1. Управляющий отеля.
2. Руководитель службы приема и размещения.
3. Руководитель отдела продаж и маркетинга.
4. Управляющий ресторана.
5. Официант.
6. Повар.
7. Администратор службы приема.
8. Специалист отдела продаж.

Помимо этого, представители отрасли обозначили базовые компетенции и навыки, формирование и развитие которых должны обеспечить соответствующие образовательные программы.

Таким образом, Высшая школа отельного сервиса в Екатеринбурге ориентирована на качественную подготовку специалистов, осуществляющих создание отельного или ресторанного продукта, его продвижение и сервисное сопровождение. Этот подход позволяет охватить все внутренние и внешние процессы функционирования предприятия и учитывает как интересы профессионалов тесно взаимосвязанных секторов экономики, так и актуальную экономическую ситуацию, и международный опыт в сфере образования и практики подготовки специалистов гостиничного и ресторанного бизнеса.

Особенности подготовки специалистов для гостиничного бизнеса (из опыта практической работы)

А.Ю.Конев,

кандидат исторических наук,
директор Тобольского индустриального института
Тюменского государственного нефтегазового университета

Индустрия гостеприимства (гостинично-ресторанный бизнес) – перспективная отрасль российской экономики. Региональные аспекты ее развития в Тюменской области обусловлены реализацией программ, направленных на диверсификацию отраслевой структуры региона, ростом значения г. Тобольска как туристического центра и Тюмени как бизнес-центра Западной Сибири, объективными потребностями населения в соответствующих услугах, высокой мобильностью населения.

Число гостиничных предприятий растет быстрыми темпами, но уже сегодня в условиях конкурентной среды, менеджмент этих предприятий понимает, что период экстенсивного развития должен смениться периодом значительного улучшения качества и перечня оказываемых услуг. Привлечение новых и удержание постоянных клиентов невозможно без квалифицированного персонала и продуманной маркетинговой политики.

Эти задачи не могут быть решены только усилиями самих средств размещения. Должна быть выстроена соответствующая система подготовки профессиональных кадров, а также переподготовка уже работающего персонала, зачастую не имеющего специального образования.

В Тобольском индустриальном институте Тюменского государственного нефтегазового университета в 2007 году была открыта специализация «Менеджмент гостеприимства» (МГС) в рамках специальности «Менеджмент организации». Ее выбор осуществлялся с учетом того, что в остальных вузах региона, при наличии родственных направлений подготовки кадров для туристической сферы в целом, не велась специализированная подготовка студентов для гостиничной отрасли по программам высшего профессионального образования. Институт ориентируется на подготовку специалистов среднего и высшего звена управления, способных работать как в сложившихся предприятиях гостинично-ресторанного профиля, так и обладающих потенциалом для открытия собственного бизнеса в данной сфере.

Принимая во внимание современные тенденции в развитии менеджмента в гостиничном хозяйстве и специфику оказываемых услуг в сфере гостеприимства был сформирован учебный план специальности. Планом предусматривается в рамках блока общепрофессиональных дисциплин изучение таких предметов, как основы менеджмента, маркетинг, организационное поведение, хозяйственное право, финансы и кредит, бухгалтерский учет. В рамках спецдисциплин – управление персоналом, информационные технологии управления, управленческие решения, управление качеством. В рамках дисциплин специализации – гостеприимство и туризм, гостиничный сервис, ресторанный сервис, основы управления в гостеприимстве, финансово-экономический анализ в индустрии гостеприимства, профессиональная этика и этикет, реклама в социально-культурном сервисе. Учитывая, что будущие специалисты-отельеры будут работать в условиях конкретного региона и при этом должны обладать соответствующими коммуникативными компетенциями, в качестве предметов по выбору им предлагается освоить курсы регионоведения, делового иностранного языка (английский), психологии управления. На базе лингвистического центра «Лига» студенты могут факультативно изучать углубленный курс разговорного иностранного языка.

Особое значение при подготовке специалистов имеет практика. Институт, помимо существующих в учебном плане учебно-ознакомительной, экономической и преддипломной практик, рекомендует студентам уже со второго курса пройти 3-недельную производственную практику,

предусматривающую знакомство со всем производственным циклом средства размещения высокого класса. В 2009-2010 гг. этот проект реализуется в соответствии с договором о сотрудничестве с «ГрандОтельУват». В лице руководства отеля (генеральный директор – А.М. Тулупов) институт нашел заинтересованных партнеров, не просто предоставивших место практики, но и взявших на себя функции по проведению соответствующих тренингов в условиях реально действующего предприятия. Студенты, прошедшие предварительный отбор, попробовали свои силы в службах приема и размещения, службе баров и ресторанов (включая выездное обслуживание), хозяйственной службе, в центре отдыха и развлечений. Начальное практическое знакомство с отелем (методом погружения) призвано дать будущим специалистам представление о специфике производственного цикла гостиницы, помочь оценить свои возможности и приступить к формированию профессиональных качеств, необходимых для работы в сфере гостеприимства.

Особенностью взаимодействия института с «ГрандОтельУват» является то, что специалисты-практики из числа топ-менеджеров продолжают профессиональное общение с группой стажировавшихся студентов на теоретических занятиях по дисциплинам ресторанный сервис, гостеприимство и туризм. Получив теоретическую подготовку по этим дисциплинам специализации, основная часть группы вновь пройдет практику на базе отеля в Увате. Другая часть будет определена на практику в другие средства размещения Уватского района и г. Тобольска. Таким образом, годичный цикл подготовки студентов по предлагаемой траектории, сочетающей практическую и теоретическую подготовку, с активным участием потенциальных работодателей, позволяет не только познакомить учащихся со спецификой профессии, но и отобрать в ходе него претендентов на трудоустройство в конкретный гостиничный комплекс. Студенты, прошедшие отбор в течение года, привлекаются руководством отеля по согласованию с институтом для работы в службе приема и размещения баров и ресторанов на короткие сроки в периоды пиковых нагрузок (например, новогодние и Рождественские праздники) и для работы на специализированных выставках для презентации услуг и программ отеля. В рамках этой индивидуальной работы менеджмент формирует корпоративную этику и приверженность своему бренду, а студенты имеют возможность выступать агентами предприятия, а также наработать материал для дипломного проекта.

Учитывая рост набора на специализацию МГС и необходимость расширения баз практики, мы считаем, что данный опыт взаимодействия может быть реализован в рамках партнерских соглашений с другими гостиничными комплексами. В качестве таковых институтом рассматриваются отель «Славянская» 5* (Тобольск) и бизнес-отель «Евразия» 4* (Тюмень). Безусловно, каждая из этих сторон может предложить свой вариант практической подготовки студентов, ориентированный на специфику потребностей и стратегии развития своего персонала. В свою очередь вуз готов участвовать в разработке или корректировке программ по развитию и переподготовке персонала гостиниц с учетом специфики города, региона, целевых групп гостей и туристов.

Опыт работы института, пусть и очень скромный, выявил ряд проблем, которые нуждаются в решении как в части совершенствования учебных программ и соответствующих учебно-методических разработок, так и в части переподготовки и повышения квалификации штатного преподавательского состава вуза. Здесь, на наш взгляд, полезно изучить не только отечественный, но и зарубежный опыт. С этой целью Нефтегазовый университет в лице выпускающей кафедры социального менеджмента (заведующий – профессор А.Н. Силин) и филиал «Тобольский индустриальный институт» подали заявку на участие в международном консорциуме вузов в рамках европейской программы «ТЭМПУС».

Другим важным средством повышения уровня компетенции, прежде всего, студентов является углубление их подготовки в рамках специализированных семинаров ведущих отечественных специалистов-отельеров. С учетом особенностей услуг и продуктов сферы гостеприимства (несохраняемость, изменчивость, неразрывность производства и потребления, несохраняемость) весьма актуальными представляются программы по управлению сервисным продуктом (например, курс, разработанный и реализуемый исполнительным директором ООО «ОТЕЛЬ технологии»

А.А. Круминой). Актуальны также семинары по профессиональной языковой подготовке, по специализированным информационно-программным средствам, используемым в ведущих гостиницах России. Все эти курсы могут быть реализованы в качестве программ дополнительного образования (в рамках имеющейся у института лицензии) не только для учащихся вуза, но и для внешних потребителей, заинтересованных в повышении компетенций своих работников.

Подготовка студентов в вузе также включает в себя ряд моментов по развитию профессиональных качеств и умений у студентов вне рамок учебных занятий и практик. Именно студенты групп МГС составляют основу службы этикета института (прием и встречи делегаций), работают на выставках и ярмарках по продвижению бренда ТюмГНГУ и его индустриального института в городе Тобольске.

В заключение отметим, что на взгляд автора подготовка специалистов для сферы гостеприимства должна быть выстроена по целевому принципу и уже на 2 году обучения в вузе студенты должны пройти практику не только для общего ознакомления с будущей сферой деятельности, но и с целью первичного профессионального отбора. На 3 курсе студент должен направляться для дальнейшей практической подготовки под заказ конкретного гостиничного предприятия. На 4-5 курсе это предприятие должно работать уже по индивидуальной траектории с будущим специалистом. Другими словами – подготовка должна быть ориентирована на конкретного потребителя, она не может быть безадресной. Вуз самостоятельно обеспечивает получение базовых общепрофессиональных знаний и навыков. Специализация должна выстраиваться в тесном взаимодействии с потенциальным заказчиком-работодателем. Такой подход имеет определенные сложности в реализации, так как требует постоянного расширения баз практики, вариативность в формировании модели специалиста. Вместе с тем только так можно гарантировать трудоустройство большей части выпускников вуза по данной специальности и удовлетворить специфические кадровые запросы предприятий соответствующей сферы.

Целевая подготовка специалиста, со студенческой скамьи вовлеченного в орбиту деятельности конкретной фирмы, более выгодна, чем набор по конкурсу «с улицы». Так проще сформировать работника, отвечающего стандартам и потребностям предприятия. Именно так уже давно работают крупные промышленные компании и холдинги нефтяной, нефтегазохимической и нефтегазотранспортной отраслей. Этот опыт сегодня должен изучаться и перениматься гостиничными цепями, прочими средствами размещения.

Автор не абсолютизирует выдвинутые положения, а предлагает их к обсуждению и дискуссии.

Некоторые проблемы подготовки кадров для туристской отрасли

И.Г. Светлова,

доцент, заместитель декана ГОУ ВПО

«Уральский государственный лесотехнический университет»

Туризм входит в XXI век как наиболее прибыльный вид бизнеса. Используя примерно 7% мирового капитала, туризм на рубеже веков прочно занял третье место после экспорта нефти и автомобилей.

Обладая уникальными природными ресурсами (по данным ежегодного отчета Всемирного экономического форума наша страна занимает по числу природных объектов 5 место из 133 стран) и культурно-историческим наследием (9 место), Россия может войти в десятку популярных туристских стран [1,37]. В туризме заложена одна из точек роста для многих российских регионов. Доля туризма в ВВП страны составляет около 3%, несмотря на наличие кризисных явлений.

По прогнозам ВТО, число прибывающих в Россию туристов должно возрасти к 2020 году до 40 млн. чел., доходы от туристов в России возрастут в 5,7 раза: с 7,1 млрд дол. до 37 млрд дол. Ни одна отрасль российской, да, пожалуй, и мировой экономики не может сравниться с туризмом по темпам ожидаемого роста. В этом секторе экономики занят каждый 8 трудоспособный человек в мире, в России в индустрии туризма и гостеприимства занято более 1 млн. трудоспособного населения. Экстраполируя, мировые и российские тенденции применительно к условиям Свердловской области, можно с уверенностью говорить об ожидаемом росте. На сегодняшний день в туристской отрасли Свердловской области занято более 3 тыс. чел., каждый из которых «дает» работу еще 9-10 занятых в разных сферах туристской инфраструктуры. В области это еще около 30 тыс. рабочих мест. Развитие региональной туристской сферы может стать важной бюджетообразующей отраслью, способствующей увеличению занятости населения в смежных видах экономической деятельности, что особенно актуально в условиях экономического и финансового кризиса.

По данным Министерства физической культуры, спорта и туризма Свердловской области в 2006 году имели лицензии на право осуществления туроператорской деятельности 58 компаний, 444 компании-лицензии на осуществление турагентской деятельности. На конец декабря 2009 количество турфирм составило 527. Доля активно действующих туристических компаний составляет 65% [2,41]. За годы кризиса рынок «просел» на 20%, но, несмотря на это в целом темпы роста рынка труда в сфере туризма за последние 10 лет резко увеличились, и сегодня спрос на профессионально-подготовленные кадры намного превышает предложение. Но не потому, что не хватает выпускников вузов, готовящих специалистов для сферы туризма и гостеприимства: проблема в уровне их подготовки, низкой трудовой мотивации, завышенных критериях самооценки.

В соответствии с городской программой «Развитие туризма в г. Екатеринбурге», утвержденной решением Екатеринбургской городской Думы, активную работу проводит Координационный совет по туризму при главе города, который является коллегиальным экспертно-консультативным совещательным органом. В координационный совет входит Образовательная секция, которая объединяет сегодня 15 высших и средних специальных учебных заведений, готовящих специалистов для сферы туризма и гостеприимства. Академическая общественность вместе с работодателями, анализируя подготовку кадров, приходит к выводу, что главная проблема носит СИСТЕМНЫЙ характер. Состоит она из следующих компонентов:

1. Несоответствие программ подготовки в вузах требованиям рынка. Работодатели выдвигают сейчас новые требования с точки зрения компетентности специалистов.
2. Отсутствие четкой квалификационной характеристики выпускаемых специалистов. Необходимо проводить мониторинг спроса и предложений на рынке труда для

определения профессионально-квалификационной структуры потребности в рабочей силе для кадрового обеспечения туристской индустрии.

3. Катастрофический недостаток преподавателей-практиков. Одной из основных причин низкого уровня подготовки кадров в туризме является примат теории над практикой, вызванный нехваткой у преподавателей собственного профессионального опыта работы именно в сфере туризма. С другой стороны, практики турбизнеса с большим трудом соглашаются на проведение мастер-классов (дело здесь и в низкой оплате, которую может предложить вуз, и в неумении практиков вести лекционную работу), а в формировании важнейшей общекультурной компетенции «обладания высокой мотивацией к профессиональной деятельности» решающую роль играет продуктивное общение с эффективными и успешными менеджерами отрасли.
4. Организация процесса подготовки специалистов не предусматривает возможности подработки студентов без ущерба для процесса обучения.

В концепции модернизации российского образования в качестве приоритетного выделено практикоориентированное образование. Целевая задача всей системы образования сегодня – переход от передачи знаний к формированию компетенций. В связи с этим высшая школа должна быть ориентирована на деятельностный тип обучения. Компетентностный подход противопоставляется знаниевой парадигме. Образовательный процесс должен быть направлен не на передачу готовой информации, а на формирование обобщенных понятий применения усвоенных знаний, способов деятельности в различных ситуациях. Актуальной сегодня становится не сумма усвоенной информации, а способность действовать.

Профессионализм сегодня – это не только овладение комплексом знаний по специальности и основными навыками профессионального труда, но и умение находить в проблемных ситуациях оптимальные решения. Доминантой в системе подготовки кадров становится не столько освоение информации, сколько формирование готовности самостоятельно и результативно действовать.

Литература

1. Назина Н.А. Проблемы развития туризма в Российской Федерации // Вестник ассоциации вузов туризма и сервиса. Научный журнал, 2010, № 1
2. Крупнейшие туркомпании Екатеринбурга. // Деловой квартал, 2010, №12 (728).
3. Снегов С. В теории и на практике // Турбизнес, 2007, № 18.
4. Теория и методика профессионально-практической подготовки специалистов сервиса и туризма. Сборник научных статей. Под ред. Т.Н. Третьяковой. Челябинск: издательский центр ЮУрГУ, 2009.
5. Стратегия развития туризма в Российской Федерации на период до 2015. Федеральное агентство по туризму, 2008.

Культурно-познавательный туризм в контексте образовательной программы Тюменского государственного университета

Н.А.Балюк,

доктор исторических наук, профессор,
заведующий кафедрой социально-культурного
сервиса и туризма Тюменского государственного университета

С.И.Ларин,

декан эколого-географического факультета
Тюменского государственного университета

Концепция развития выпускающей кафедры социально-культурного сервиса и туризма Тюменского государственного университета максимально ориентирована на современные тенденции развития въездного и внутреннего туризма в регионе, где культурно-познавательный туризм выступает в качестве ведущего направления. Учитывая острую потребность на региональном рынке труда в специалистах культурно-познавательного туризма, в образовательный модуль специальности «Социально-культурный сервис и туризм» и направлений «Туризм» и «Сервис» включены дидактические единицы, формирующие базовые профессиональные компетенции в данной области.

При разработке учебно-методического комплекса дисциплин специализации «Туризм» и направления «Туризм», за основу были взяты системные основы культурно-познавательного туризма выступающего с одной стороны – как вид экономической деятельности с характерным мультипликативным эффектом, ввиду включения в сферу обслуживания туристов различных сегментов народного хозяйства; с другой – как функциональная сфера культуры и действенный фактор влияния на культуру личности, что в свою очередь определяет высокую степень ответственности за качество оказываемых услуг. В этой связи логично обозначить следующий ряд ключевых направлений работы кафедры по профессиональной подготовке кадров для работы в сфере культурно-познавательного туризма.

1. Научно-исследовательская работа профессорско-преподавательского состава и студентов ориентирована непосредственно на проблемы развития туризма и индустрии гостеприимства в Тюменском регионе. Ведущее научное направление кафедры – «Оценка туристско-рекреационного потенциала Тюменской области для целей культурно-познавательного, экологического, этнографического и водного туризма» органично связано с общей образовательной программой специалитета и бакалавриата, т.к. результаты научных исследований включаются в УМК дисциплин в качестве регионального компонента, определяют тематику курсовых и дипломных проектов в контексте актуальных проблем, способствующих развитию въездного и внутреннего туризма, формированию регионального рынка туристских услуг. По итогам выпусков 2009 и 2010 г. студентами подготовлено 20 дипломных работ, посвященных проблемам развития культурно-познавательного туризма в Тюменской области. Впервые в рамках дипломного проектирования предприятия разработана межрегионального водного туристского маршрута «Водный путь Ермака».

2. На базе структурного подразделения кафедры «Эко-тур», созданного для выполнения хозяйственных работ, в настоящее время ведется разработка экологической тропы и новых водных туристских маршрутов в рамках проекта «Тобольское Заболотье»; проектирование новых экскурсионных маршрутов по объектам историко-культурного наследия исторических городов и предместья Тобольска, Тюмени, Ишим. (+ доп. Если нужно – см. техзадания). Ведется разработка двухнедельного интенсив-тура для иностранных туристов в рамках международного сотрудничества ТюмГУ

с зарубежными вузами Франции, Англии, Германии, с использованием инфраструктуры университета (проживание, питание, транспорт, экскурсионное обслуживание). Подготовлены к изданию путеводители по Тобольску, Тюмени и Тобольскому тракту.

Организована работа студентов по созданию депозитария – электронной информационной базы данных о памятниках природы, истории, археологии, материальной и духовной культуры, расположенных на территории районных муниципальных образований Тюменской области, ХМАО и ЯНАО. Формирование информационного депозитария выстраивается на концепции формирования устойчивого туристского ресурса территории, предполагающего персонализацию региональной истории, т.е. определение памятных исторических мест, связанных с жизнью и деятельностью знаменитых людей на территории нашего края, формированием мемориального наследия (подчеркнем, что это наиболее актуальное на современном этапе направление деятельности зарубежных и отечественных музеев, ориентированное на потребности въездного туризма); включение объектов мемориального наследия в систему обслуживания туристов посредством создания мемориальных музеев и тематических экспозиций, определения среди сохранившихся зданий – объектов, связанных с жизнью и деятельностью знаменитых земляков. В целом, оптимальной моделью развития культурно-познавательного туризма в Тюменской области должен стать модуль – «город и историческое предместье», что дает возможность реализации экономически эффективных многодневных туров, ориентированных на спрос массового туриста. Систематизация информационной базы данных осуществляется на основе вышеуказанных принципов. Выявленная информация локализуется на картах конкретных административных районов. На первом и втором курсах студенты занимаются поиском необходимой информации о туристских объектах и обозначения их на картах в программном режиме «Power Point». На третьем курсе эта работа технически усложняется. В рамках курса «Комплексный практикум по СКСиТ», студенты изучают технологии проектирования уже на программном продукте «MapInfo», «ArcGIS», методы навигации и картографирования. Результатом данной работы для студентов являются научные публикации, курсовые и дипломные проекты по региональным проблемам туризма.

3. В целях формирования практических навыков в сфере экскурсоведения и культурно-познавательного туризма, в структуре кафедры открыта учебная турфирма с базой учебных выездных практик: «Оценка туристско-рекреационных ресурсов Тюменской области» и «Методика экскурсионного обслуживания». В рамках дополнительного профессионального образования кафедра реализует образовательную программу «Экскурсионное дело» (124 часа) с присвоением квалификации «Гид-экскурсовод», с выдачей диплома государственного образца, что обусловлено острой потребностью в кадрах данной квалификации.

В заключение отметим, что развитие в регионе рецептивного культурно-познавательного туризма требует подготовки качественно нового поколения специалистов в области сервиса и туризма, что определяет необходимость разработки новых образовательных стратегий, создания современной материальной базы выпускающих кафедр; внедрения в образовательные программы инновационных технологий, ориентированных на квалификационные международные стандарты; изучения зарубежного практического опыта на основе выездных практик и стажировок; координации деятельности между потенциальными работодателями и профильными кафедрами, с целью обеспечения базы практик, согласования образовательных программ с квалификационными требованиями сервисных предприятий.

О соотношении содержательных аспектов культуры и туризма

Л.Г.Скульмовская,

заведующий кафедрой социально-культурного сервиса и туризма ГОУ ВПО Нижневартковского государственного гуманитарного университета

Культурный туризм выступает в современных условиях, приобретая все большее значение, предметным полем исследования отечественных и зарубежных авторов. Тем не менее, до сих пор не существует четкой интерпретации этого понятия, в которое чаще всего вкладывают смысл потребности туристами «культурного продукта», создаваемого учреждениями культуры.

Взаимодействие культуры и туризма носит сложный характер, что определяется применением к его изучению различных теорий и концепций. В Европе культурный туризм давно стал самостоятельным видом туризма, основой которого является историко-культурный потенциал страны, включающий всю социокультурную среду с традициями и обычаями, особенностями бытовой и хозяйственной деятельности.

И.А. Пискунова¹ указывает на ряд подходов, в соответствии с которыми могут быть соотнесены содержательные аспекты культуры и туризма, и, исходя из типологических характеристик культурного туризма, дифференцирует его по следующим основаниям: фокусирование на мотивации туриста; многообразие тем и предложений, определяемых понятием «культура»; пространственно-временной аспект познавательного туризма.

Особый интерес вызывает классификация, представленная К.Велером², полагающего, что туристическое пространство «переживается» посредством окружающей среды (архитектуры, культурных ландшафтов и т.п.), соответствующих институтов, праздников и других аспектов, которые могут быть отнесены к сфере культуры. Культурный туризм, по К.Велеру, – это путешествие по местам, находящимся внутри своего региона, или в другие регионы, которые указывают типичные черты его прошлого или настоящего.

Всемирная хартия по культурному туризму (1974 г.) определяет его как один из видов туризма, который среди прочих целей имеет цель ознакомления с памятниками и достопримечательными местами. Мы разделяем точку зрения А.В. Даринского³ на культурный туризм, который рассматривает его как специфический вид туризма, когда целью путешествия является получение информации о какой-то местности, о ее культурных ценностях. Основным способом осуществления такой деятельности выступает экскурсия. В связи с этим ряд авторов к культурному туризму относят только такую деятельность, при которой экскурсия является основной деятельностью туриста.

Наиболее правильным представляется подход, при котором сначала интерпретируются понятия «культура» и «туризм», а потом посредством поиска граней их взаимодействия формируется понятие «культурный туризм». Туризм, взаимодействуя с культурой, способствует формированию культурно-познавательного туризма, который приобретает все более широкое распространение во всех странах мира.

Из всего множества классификаций культурного туризма наиболее соответствующим основаниями для классификации, по мнению С.А. Красной, представляются два основных подхода: технический и концептуальный⁴. Первый основан на описании типов дестинаций, привлекающих «культурных» туристов, и представляет собой концепцию понимания культуры как продукта. Второй – описывает мотивы, которые лежат в основе данного типа туризма, и объясняет стремление людей к посещению культурных дестинаций желанием узнать о них что-нибудь новое. Этот подход рассматривает культуру как процесс.

Европейская ассоциация по образованию в сфере туризма и отдыха в качестве ключевого аспекта культурного туризма называет «элемент обучения». Именно мотив обучения при определении культурного туризма подчеркивает различие между истинно «культурными туристами» и случайными посетителями дестинаций культурного туризма. Техническое определение чаще используется при осуществлении статистического наблюдения за туристскими дестинациями, претендующими на звание культурных. К разряду таких дестинаций, по мнению Европейской комиссии, могут быть отнесены⁵:

- места археологических раскопок и музеев;
- архитектурные памятники (знаменитые здания в черте города);
- события в области искусства; фестивали;
- художественное искусство, скульптура, художественные ремесла;
- музыка и танцевальное искусство (классическое, фольклорное, современное);
- театральные события, киноискусство;
- языковое и литературное обучение;
- религиозные фестивали, паломничество;
- целые культуры и субкультуры.

В результате сложившегося амбивалентного подхода к понятию культурного туризма Всемирной туристской организацией (ВТО) еще в 1985 г. была предпринята попытка их объединения. В связи с этим было сформулировано следующее определение культурного туризма: «перемещение людей с исключительно культурной мотивацией, такой, как обучающие туры, туры с целью осмотра культурных достопримечательностей, посещение фестивалей и других культурных событий, городов и памятников, путешествия с целью изучения фольклора, искусства и основ существования определенных народов, а также паломничество»⁶. К недостаткам данного определения можно отнести тот факт, что оно не позволяет выделить основные отличительные черты культурного туризма, и с его структурными компонентами можно согласиться лишь условно.

В этом же году ВТО была осуществлена работа по структурированию культурного туризма, где наряду с другими были названы обучающие туры и паломничество. По мнению С.А. Красной⁷, такие путешествия, как паломничество и ряд обучающих туров нецелесообразно относить к «культурному туризму». Это обусловлено тем, что паломнические туры часто осуществляются не с целью осмотра достопримечательностей или получения какого-либо нового уровня знаний, а исключительно с религиозной целью. Кроме того, паломнические туры могут осуществляться в места с исключительной религиозной привлекательностью, которые при этом не представляют собой никакой культурной ценности.

В связи с этим предлагается выделить паломничество в отдельный вид путешествия – религиозный туризм, который часто тесно связан с культурным, но не входит полностью в его структуру⁸. Та же ситуация и с обучающими турами, которые не всегда могут быть связаны с культурными достопримечательностями: например, языковые туры в зарубежные страны с проживанием в семьях небольшого городка, который не является культурной дестинацией. Мотивом путешествия здесь выступает желание погрузиться в местную языковую среду, а не знакомство с достопримечательностями, поэтому данный тип путешествия часто выделяют в отдельный – образовательный туризм⁹.

В последние годы в российском обществе развитие культурного туризма происходит наиболее интенсивно. Особенно это касается крупных городов, таких, например, как Санкт-Петербург, где туристические агентства разрабатывают новые турпродукты в данном направлении. Так, В.И. Барышников и В.М. Ахунов¹⁰, рассматривая проблемы экономики, музейной интеграции и развития культурного туризма в северной столице, указывают в качестве примера, деятельность Русского музея, который предлагает модель новой туристической программы «Один день в Русском музее», являющейся одной из формообразующих программ туристского бизнеса этого учреждения культуры. Программа рассчитана на различные категории населения, экономические категории сервиса и услуг, времена года и т.п. Другим не менее интересным экскурсионным

объектом является Эрмитаж, поэтому туристам был предложен совместный продукт «Два дня в Петербурге», программа которого предусматривает посещение Эрмитажа в течение первого дня, и Русского музея – в течение второго. В рамки данной программы могут быть включены другие, зачастую считающиеся неперспективными, музеи, памятники, маршруты, районы города и т.д.

Актуальные проблемы развития культурного туризма с 2003 г. являются объектом изысканий кафедры культурного туризма и экскурсоведения Балтийской академии туризма и предпринимательства (БАТиП)11. В целях систематизации результатов исследований используется комплексный подход, а сами исследования выполняются кафедрой в историко-культурологическом направлении. Применяются также и собственно экскурсоведческие методы, которые вместе обеспечивают теоретическую и практическую значимость полученных результатов исследований.

Создание новых, неординарных и многовариантных программ, призванных содействовать освоению культурного и природного наследия региона, – одна из главных задач внутреннего туризма на территории Ханты-Мансийского автономного округа-Югры. Подобные исследования в нашем регионе позволяют наиболее полно изучить туристско-рекреационные ресурсы территории и активно включать их в научный и культурный оборот.

Широкое развитие индустрии культурного туризма привело к тому, что ряд городов был объявлен «культурными столицами». Известно, что уже более десятилетия ежегодно объявляются культурные столицы мира. Это город, достигший наибольших успехов в сфере развития культуры и туризма. где проходят различные фестивали, праздники и другие события, способствующие развитию индустрии туризма.

Полагаем, столица Югры располагает всеми возможностями для того, чтобы стать в перспективе «культурной столицей» мира, но для этого необходимо искать специфические и привлекательные для отечественных и зарубежных туристов грани взаимодействия культуры и туризма. На территории автономного округа можно также ввести в практику ежегодный выбор самого «культурного города региона» на основе его достижений в области культуры и туризма.

Примечания:

Пискунова И.А. К определению концептуальных подходов культурного туризма / И.А. Пискунова// Научно- экспедиционный и познавательный туризм в России: опыт, пути и перспективы развития: Материалы Международной науч.-практ. конф. – Екатеринбург: Банк культурной информации, 2007. – С.3-6.

Wehler, Karlheinz. Produktion kulturtouristischer Angebote, in: Kulturtourismus Management. Reader: Strukturen und theoretische Konzepte zum Kulturtourismus Hagen, 1997: Fernuniversitat Hagen. S.105.

См.: Даринский, А.В. Туристские регионы РФ и ближнего зарубежья/ А.В. Даринский– СПб.: Питер,1994.

Красная, С.А. Культурный туризм как перспективное направление развития современного туризма /С.А. Красная// Вестник МГУКИ – №4. – 2006. – С.125-128.

Гордин, В.Э. Теоретические и практические подходы к развитию культурного туризма. Конвергенция культуры и туризма на пороге XXI века/ В.Э. Гордин, М.Д.Сушинская, И.Яцкевич. – СПб.: Эдинбург, 2000. – С.18-21.

ФЗ «Об основах туристской деятельности в РФ». По состоянию на 1 марта 2007 г. – Новосибирск: Сибирское университетское изд-во, 2007.

Красная, С.А. Указ.соч. – С.128.

См.: Мясникова, Л.А. Религиозное и светское паломничество: ритуал и практика: Монография/ Л.А.Мясникова, Е.А. Калужникова, Е.В. Андреева; под общ.ред. Л.А. Мясниковой.- Екатеринбург: Гуманитарный университет, 2008.

См.: Задорожная, А.Н. Современное состояние и перспективы образовательного туризма/ А.Н. Задорожная// Стратегии социально-экономического развития рекреационных территорий:

Материалы Международной научно-практической конференции.- Анапа: Филиал ГОУ ВПО «СГУТиКД», 2009.- С.155-160.

Барышников, В.И. Культурный туризм: проблемы экономики, музейной интеграции и развития/ В.И.Барышников, В.М. Ахунов / Труды академии туризма. -Вып.6.- Сер. науч.издание. – СПб: Невский фонд, 2005. – С.177-180.

См.: Макаров, А.Г. Новые ресурсы культурного туризма и экскурсоведения Санкт-Петербурга/ А.Г. Макаров, К.А. Ангменов// Актуальные проблемы развития туризма и подготовки кадров для предприятий туристской индустрии: Сб. науч.тр.- СПб. Издательство «Д.А.Р.К.», 2004. С.47-54.

Проблемы правового регулирования при реализации туристского продукта в Российской Федерации

А.В. Журавель-Мейзер,

старший преподаватель кафедры права и МПО
Тобольской Государственной Социально-педагогической
Академии имени Д.И. Менделеева

В законодательстве Российской Федерации при регулировании общественных отношений направленных на реализацию туристского продукта существует ряд правовых проблем, способных породить большое число споров и конфликтов между туристами их представителями, туроператорами, турагентами, страховщиками и иными субъектами туристской деятельности. Эти проблемы существенно снижают эффективность защиты имущественных интересов потребителей туристских продуктов и приводят к серьезным финансовым потерям у всех вышеперечисленных субъектов, снижают привлекательность внутренних туристских продуктов, как для российских, так и для иностранных туристов.

Особого внимания при правовом регулировании реализации туристского продукта конечному потребителю заслуживает структура межсубъектной правовой связи туроператора и турагента. Необходимость рассмотрения данной проблемы подтверждается отсутствием на практике надлежащего понимания и применения договорных механизмов, устанавливающих взаимодействие перечисленных субъектов. Примером служит продолжающаяся практика заключения договоров купли-продажи турпродукта, по условиям которых туроператор обязуется передать в собственность, а турагент – принять и оплатить туристские продукты (права на туры, путешествия или отдельные туристские услуги), что противоречит Гражданскому Кодексу Российской Федерации «об агентировании».

Согласно статьи 9 Федерального закона от 24 ноября 1996 г. «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» продвижение и реализация туристского продукта осуществляются турагентом на основании договора, заключаемого напрямую между туроператором и турагентом, а в соответствии со статьей 1005 Гражданского Кодекса Российской Федерации Турагент осуществляет продвижение и реализацию туристского продукта от имени и по поручению туроператора, а в случаях, предусмотренных договором, заключаемым между туроператором и турагентом, – от своего имени. Аналогичная норма, содержащаяся в Правилах, предусматривает, что исполнителем услуг по реализации туристского продукта может выступать турагент, действующий на основании договора со сформировавшим туристский продукт туроператором и заключающий с потребителем договор о реализации туристского продукта от своего имени, но по поручению и за счет туроператора (п. 2). Анализ вышеуказанных норм позволяет сделать вывод о единственно возможном способе формализации отношений турагента и туроператора – заключении агентского договора. Буквальное толкование абзаца 6 статьи 9 Федерального закона от 24 ноября 1996 г. «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» указывает на обязательность для сторон заключения подобного договора. Однако на практике туроператор и турагент, зачастую игнорируя установленное законом требование, не спешат заключать агентские договоры.

При реализации туристского продукта турагентом конечному потребителю при ранее заключенном договоре купли-продажи турпродукта с туроператором, приводит к фактической спекуляции туристскими продуктами, что, как было сказано выше, снижает привлекательность туристских услуг на внутреннем рынке.

Так же хотелось бы отметить недобросовестность турагентов при реализации туристских продуктов и туристических услуг без формирования последних туроператором, а именно когда турагент, действуя по поручению потребителя или его представителя, бронирует средство размещения

и (или) приобретает у перевозчика проездные документы. Отношения усложняются, когда турагент, заключает договоры, направленные на получение потребителем услуг по проживанию, питанию, экскурсиям с одним туроператором, а по перевозке и трансферу с другим, а в отдельных случаях и напрямую с перевозчиками и средствами размещения. В том и в другом случае возникает вопрос: не формирует ли своими действиями турагент туристский продукт, на что имеет право в соответствии со статьей 1 Федерального закона от 24 ноября 1996 г. «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» только туроператор? Ответом может служить следующий довод. Если турагент заключает договор, направленный на получение туристом перечисленных услуг, то фактически он, подменяя туроператора, оказывает туристу комплекс услуг за общую цену, т.е. формирует турпродукт, но не по договору о реализации турпродукта, а по договору агентирования. Кроме того, ответственным субъектом оказания услуг в данном случае является не туроператор, как того требует законодатель, а третьи лица, с которыми турагент заключает соответствующие договоры. Рассматриваемые договоры агентирования между турагентом и туристом следуют квалифицировать их как притворные в силу пункта 2 статьи 170 Гражданского Кодекса Российской Федерации, поскольку они направлены на прикрытие договора реализации туристского продукта.

Совершая выше перечисленные притворные сделки, направленные на фактическую реализацию туристских продуктов, турагент тем самым не только нарушает закон, но и несет ответственность за последствия неисполнения или ненадлежащего исполнения договора о реализации туристского продукта. Также турагент, действующий от своего имени и самостоятельно формирующий туристский продукт, несет полную ответственность перед потребителями за нарушение их прав на стадии заключения договора о реализации туристского продукта прежде всего в части своевременного предоставления необходимой и достоверной информации, обеспечивающей правильный выбор физическими лицами туристских продуктов.

Подводя итог рассмотренным проблемам, хотелось бы отметить определенные позитивные шаги, сделанные законодателем в части урегулирования отношений по формированию туристского продукта, его реализации и продвижению. Однако отсутствие четких определений, ясного распределения прав, обязанностей и ответственности субъектов туристской деятельности, продуманных механизмов защиты прав и интересов конечных потребителей являются серьезными препятствиями для развития туризма в Российской Федерации.

Регулирование экскурсионной деятельности в РФ: проблемы и перспективы (на примере Республики Татарстан)

А.И.Абдрашитов,

студент ФГОУ ВПО «Казанский государственный университет культуры и искусств»,
научный руководитель: Л.И.Ахатова

Экскурсионная деятельность является одной из важнейших составляющих сферы туризма. Экскурсия как процесс наглядного познания окружающего мира, является одним из лучших способов знакомства с территорией туристской дестинации, ее историко-культурным, архитектурным, археологическим, природно-географическим и другим рекреационным потенциалом.

Экскурсионная деятельность неразрывно связана с туризмом. Экскурсии являются одним из наиболее распространенных видов культурно-познавательного туризма и пользуются большой популярностью. Передвижения древних народов с целью изучения и освоения новых территорий, которые историки туризма традиционно рассматривают как истоки современных путешествий, способствовали развитию торговли, установлению религиозных и межкультурных связей. Таким образом, экскурсии, как и туризм, развиваются с древнейших времен истории человечества.

Первым экскурсоводом в России считается и признается император Петр I, любивший лично водить гостей по Петербургу, показывать его строительство и рассказывать о планах создания нового столичного города. На протяжении столетий происходила трансформация значения слова «экскурсия» – от «выбегания, вылазки или военного набега» в эпоху средневековья до «прогулки, поездки или поездки» в 19 веке.

В классическом понимании, экскурсия – это одна из форм и методов приобретения знаний, осуществляемая в виде деятельности по посещению достопримечательных чем-либо объектов». Обязательным является наличие в экскурсии трех элементов: экскурсанта, объекта показа и экскурсовода. Последний проводит экскурсантов по заранее определенному маршруту и своим рассказом и пояснениями помогает усвоить информацию и зрительные образы объектов показа.

В советское время вопросу подготовки экскурсоводов придавалось очень важное идеологическое значение. Экскурсия являлась не только формой активного отдыха, но и важным средством повышения культурного уровня и политического воспитания населения. По всей стране были созданы городские экскурсионные бюро, которые занимались вопросами методического обеспечения, организации, регулирования и повышения качества экскурсионной деятельности.

Например, в Казани существовало Бюро путешествий и экскурсий г. Казани при Обкоме профсоюзов и Совете по туризму ТАССР, которое неустанно совершенствовалось в своей деятельности. Казанская школа экскурсоводов считалась одной из лучших в Советском Союзе. Кроме экскурсоводов – «штатников», набирался резерв из внештатных сотрудников бюро. Большое внимание уделялось методической подготовке. Каждому молодому экскурсоводу прикреплялся экскурсовод-наставник из «стажистов», который курировал деятельность молодого работника. При Бюро имелся полный комплект методической документации на каждый экскурсионный маршрут, включающий методическую разработку с технологической картой экскурсии, контрольный текст, иллюстративные материалы, дополняющие зрительный ряд экскурсии (так называемый «портфель экскурсовода»). На любом экскурсионном маршруте в автобус, к примеру, совершающий обзорную экскурсию по городу, мог сесть экскурсовод-методист и проконтролировать ход экскурсии и деятельность экскурсовода. К сожалению, после развала Советского Союза прекратило свою деятельность и Бюро путешествий и экскурсий. Большинство экскурсоводов – «штатников» практически остались без работы. С начала 90-х годов начинается частная

практика экскурсоводов. К 2000 году количество практикующих опытных экскурсоводов можно было пересчитать по пальцам.

Вместе с советской системой рухнула и система подготовки кадров экскурсоводческого дела. В настоящее время многие ВУЗы и туристические компании в России открывают курсы экскурсоводов: режим подготовки экскурсовода различается от 3 до 9 месяцев, цены данной образовательной услуги также различаются, и, к сожалению, при отсутствии образовательного стандарта для данных курсов, существенно различается и уровень подготовки экскурсоводов.

Существовавшая прежде система экскурсионного обслуживания жителей и гостей республики, базировавшаяся на хорошо поставленном обучении и постоянном повышении квалификации экскурсоводов на основе единых требований, действенном контроле за качеством проводимых экскурсий, их надежном методическом обеспечении, отличалась достаточно высоким уровнем, который в настоящее время заметно снизился. Несмотря на недостаточность документированной законодательной базы, в советский период существовал качественный контроль экскурсионной деятельности.

Сегодня экскурсионная деятельность в России практически ничем не регулируется. На огромной территории нашей страны, обладающей огромным историко-культурным и природным потенциалом, не существует комплексной федеральной системы регулирования деятельности по знакомству туристов с объектами показа. Можно выделить следующие общие проблемы регулирования экскурсионной деятельности в РФ:

- Отсутствие нормативно-правовой базы, регулирующей экскурсионную деятельность на федеральном уровне.
- Отсутствие единой системы подготовки экскурсоводов на региональном и муниципальном уровнях в большинстве субъектов Российской Федерации.
- Отсутствие единой системы аккредитации экскурсоводов на региональном и муниципальном уровнях в большинстве городов Российской Федерации.
- Отсутствие единых нормативов и принципов начисления заработной платы работникам, занимающихся экскурсионной деятельностью.
- Социальная незащищенность экскурсоводов: отсутствие социальных гарантий со стороны работодателей по налоговым отчислениям в фонды социального и пенсионного страхования.

Возрастание интереса к Республике Татарстан, как со стороны жителей России, так и зарубежных стран, имидж республики как региона, благоприятного для туризма, предстоящее проведение Всемирной летней Универсиады в Казани, являются факторами, способствующими увеличению потока туристов и экскурсантов, что вызывает необходимость совершенствования экскурсионной деятельности и, прежде всего, в плане регулирования, как на государственном уровне, так и на уровне субъектов туристско-экскурсионного обслуживания поставленных проблем, их координации, установления цивилизованных отношений в данном сегменте туристского рынка.

Сегодня в одном из самых привлекательных регионов России – Республики Татарстан, наметилась тенденция улучшения системы регулирования и контроля экскурсионной деятельности. Комитетом внешних связей и туризма Исполнительного комитета Муниципального образования г. Казани активно ведется работа по созданию Некоммерческого партнерства «Гильдия экскурсоводов г. Казани», в рамках которого в ближайшее время будут решены следующие задачи:

- Создать единую систему подготовки и аккредитации экскурсоводов и гидов-переводчиков в г. Казани.
- Разработать систему классификации экскурсоводов на основе стажа их работы по профессии и по итогам их аттестации.
- Создать единую систему оплаты труда для экскурсоводов и гидов-переводчиков.

- Создать учебно-методический отдел, содержащий образцовые методические разработки экскурсий, научно-публицистические, статистические видео, аудио- и фото- материалы, необходимые для профессионального совершенствования экскурсоводов, пополнения их знаний, а также для создания новых экскурсий.

Необходимо проведение мероприятий и разработка средств по выведению «серых экскурсоводов» с рынка туристско-экскурсионных услуг. Наличие таких «экскурсоводов» негативно влияет на качественную презентацию туристской дестинации, ее исторического и культурного наследия, а также на имидж территории в целом.

Все перечисленные проблемы возможно решить путем создания качественной-нормативно-правовой базы, которая на современном этапе реализуется в России от муниципального и регионального к федеральному уровню.

Подготовка кадров для сферы туристического обслуживания

Т.А.Докучаева,

директор ООО Туристическое агентство «Тобольск-тур»

Начало развития туризма в г. Тобольске было положено еще в 1968 году, когда Тобольск был включен во всесоюзный туристический маршрут. И с тех пор едут к нам самые разные гости из всех уголков земли.

До периода 1989 года централизованно подготовкой кадров занимались две туристические организации Тобольский Краеведческий музей заповедник и Бюро путешествий и экскурсий г. Тобольска, где в последующем проходили практику и работали краеведы, экскурсоводы, методисты и другие сотрудники сферы туризма. В перестроечный период времени подготовкой новых кадров для сферы туризма практически не занимались и по этой причине подготовка новых кадров, в особенности экскурсоводческих – вопрос очень важный (можно даже сказать жизненно важный) для многих туристических организаций.

В свете решения этого вопроса о подготовке кадров в городе Тобольске в последнее десятилетие задействованы:

- Педагогическая Академия им. Менделеева и педагогический колледж;
- Тобольский индустриальный институт Тюменского государственного нефтегазового университета;
- Западно-Сибирский гуманитарный институт;
- Колледж искусств и культуры им. Алябьева.

Хорошая теоретическая подготовка значит много, как база для дальнейшей практической деятельности выпускников, но без практической подготовки молодым специалистам невозможно правильно оценить свои возможности, может быть даже и правильность выбранной сферы деятельности. Чего греха таить, будущие специалисты должны на практике постигать основы своей работы, знакомиться с условиями и требованиями, предъявляемыми работодателями при трудоустройстве. Индустрия туризма характеризуется тем, что основное внимание в ней обращается на качество сервиса. В то же время приходится констатировать, что сегодня отечественный сервис очень часто прочно ассоциируется с определением «ненавязчивый». Этому определению способствуют: долгое ожидание в очередях, недостаточная вежливость обслуживающего персонала, отсутствие должного внимания к нуждам и запросам клиентов, ошибки и невниманье в организации рабочего процесса. Недостаток методической литературы для работников сферы обслуживания применительно к российскому туристу. В основном литература западных авторов совсем не адаптирована к нашим условиям и российским туристам.

Также необходимо сказать и о том, что одним из важных условий обучения является отработка взаимодействия образовательных учреждений и предприятий туристской отрасли.

Туристические организации в настоящее время должны уделять больше внимания подготовке молодых специалистов, в частности экскурсоводческих, т.к. из показателей по Тобольску видно, что средний возраст экскурсоводов 40-45 лет.

Поэтому «Туристическая фирма «Тобольск-Тур», помогая учебным заведениям города в подготовке кадров, ежегодно принимает около 10 человек для прохождения практики на базе туристического агентства «Тобольск – Тур»:

Во время практики для студентов экскурсоводы «Тобольск-Тур» проводят мастер-класс.

Для знакомства предлагаются основные экскурсии программы пребывания в Тобольске: «Тобольск – город 4-х веков» обзорная по городу и пешеходная «Кремль – памятник архитектуры XVII-XIX вв».

А также тематические экскурсии в зависимости от времени пребывания студентов и наличия заявок:

- «Абалак – центр православия и паломничества Сибири»;
- «Тобольск – Родина конька-горбунка»;
- «Путем царственных страстотерпцев»;
- Прогулка-экскурсия «Ангел Сибири – летящий над Тобольским Кремлем».

Студентам предоставляется возможность работать совместно с сотрудниками фирмы «Тобольск-Тур» в качестве групповодов и попробовать свои силы в качестве экскурсоводов с дальнейшей оценкой и анализом пробной экскурсии.

Ежедневно подводится итог работы, выполненной каждым студентом.

Студенты совместно с менеджером по приему разрабатывают программы под конкретные заявки, поступившие в фирму, составляя расчет и расписание для групповода, экскурсовода, водителя, туристов. Анализируется целесообразность и экономичность различных вариантов.

Студенты готовят интерактивные занятия для групп туристов и экскурсантов с учетом возрастных особенностей, стараясь увлечь ребят историей и сделать пребывание в Тобольске максимально интересным и познавательным.

Сочетание аудиторного получения знаний и практической работы непосредственно с туристами, экскурсантами дает возможность правильно оценивать и использовать свои творческие ресурсы, предоставляется возможность испробовать свои способности и определиться с дальнейшей более узкой специализацией в сфере туризма.

В условиях непрерывных изменений во всех областях знаний, в том числе в туристско-экскурсионном деле особенно остро стоит проблема не только дать знания, но и научить самостоятельной работе, без которой дальнейшее развитие специалистов (в особенности будущих экскурсоводов) невозможно.

Практикантам предлагается ознакомиться с различными методами работы с информационной базой, чтобы каждый мог убедиться в важности и необходимости ее формирования с самого начала работы как будущего фундамента деятельности.

Особенно необходимо в сфере туристско-экскурсионного обслуживания научить владению методами и приемам работы с различными группами туристов-экскурсантов.

Поэтому за время практики, насколько это позволяет объем работы туристического агентства, студенты посещают экскурсии разных экскурсоводов, чтобы иметь возможность сравнивать различные приемы, используемые на практике.

Напряженная научно-познавательная работа с конкретными заявками, с момента получения звонка до отзыва о работе. Это маленькие успехи, которыми гордятся студенты, и мы искренне разделяем эту радость с ними.

Хорошо известно, что туризм это призвание, «Туристическое Агентство «Тобольск-Тур» старается дать студентам как можно больше шансов проявить себя с лучшей стороны и раскрыть свое призвание.

Мы предоставляем возможность студентам ознакомиться на практике с системами бронирования туров, оформлением пакета документов для туриста, изучить и поработать с каталогами по различным направлениям. Заняться поиском и подбором туров по заявкам клиентов, попробовать себя в качестве промоутера. Проявить творчество и разрабатывать рекламную продукцию для агентства.

Постановка высокого уровня требований при прохождении практики в туристическом агентстве «Тобольск – Тур» обусловлена подготовкой практикантов в дальнейшем к жестким требованиям на рынке туристических услуг.

Роль и место малого и среднего предпринимательства в реализации государственной политики в области развития культурно-познавательного туризма в России

Альханов Рафаэль Шамильевич,
директор ТРОФ поддержки предпринимательства
«Дом Предпринимателя Тюменской области»,
советник председателя – управляющий партнер
Тюменского регионального отделения
Общероссийской общественной организации малого
и среднего предпринимательства «ОПОРА РОССИИ»

Формирование государственной политики развития туризма в Тюменской области.

Первый этап

Историю развития туристической отрасли города Тобольска можно смело разделить на два этапа – допутинский и послепутинский. После исторического визита в Тобольск в 2003 году президента РФ Путина В.В., по итогам которого Правительству РФ было дано «Поручение о разработке комплекса первоочередных мер по созданию туристического центра Западной Сибири на базе историко-культурного наследия города Тобольска», туристическая отрасль совершила впечатляющий рывок.

Это произошло благодаря, прежде всего, энергичным и продуманным действиям исполнительной и законодательной власти Тюменской области и города Тобольска:

1. Разработка в 2004 году и начало реализации с 2005 года Областной целевой программы «Создание туристического центра Западной Сибири на базе историко-культурного наследия города Тобольска» на основании Поручения Президента РФ.
2. 26 июля 2005 года состоялся Официальный визит Полпреда президента РФ в УрФО Латышева П.М. в город Тобольск.
3. В июле 2005 года было заключено Соглашение и началось активное взаимодействие в сфере туризма между Федеральным агентством по туризму и Правительством Тюменской области. На сайте агентства регулярно размещается информация о планируемых и произошедших в регионе событиях в сфере туризма.
4. 26 сентября 2005 года в г. Тобольске было зарегистрировано некоммерческое партнерство «Информационно-туристический центр Тюменской области», деятельность которого направлена на развитие туристической индустрии региона, продвижение туристического продукта области на внутренний и международный рынки.
5. 1 декабря 2005 года в Тюменской областной Думе состоялся 2-х дневный Семинар-практикум по вопросам развития туризма в Тюменской области. Представители тюменских турфирм, гостиничного сервиса, санаториев, муниципальных образований, учебных заведений, музеев собрались для обсуждения специфики регионального развития туризма. В течение двух дней докладчиком на семинаре выступает доцент академии менеджмента Нижней Саксонии (Германия), исполнительный директор консалтингового предприятия в Гамбурге, г-н Клаус-Петер Вагенфюр.

Открывая семинар, зам. губернатора Сергей Дегтярь подчеркнул, что мероприятие является прямым приглашением тюменского бизнеса к взаимовыгодному сотрудничеству в области развития туризма, и отметил, что областное правительство рассматривает туристический сектор как одно из приоритетных направлений развития.

1. В декабре 2005 г. Тюменская область принята в состав Координационного совета по туризму «Московское соглашение» при Комитете по туризму Правительства г. Москвы.

2. В апреле 2006 г. подписано соглашение о взаимодействии между Департаментом стратегического развития и Министерством по физической культуре, спорту и туризму Свердловской области.
3. В 2006 году по заказу Правительства Тюменской области Консалтинговая группа «РОЭЛ Консалтинг» (г. Москва) разработала «Стратегию развития туризма на территории Тюменской области на период до 2011 года». Авторы документа:
 - Ириков В.А., директор по стратегии Консалтинговой группы «РОЭЛ Консалтинг», доктор технических наук, профессор, академик РАЕН
 - Ткаченко П.Н., зам. директора Департамента отраслевых и региональных программ Консалтинговой группы «РОЭЛ Консалтинг»
 - Кузнецов В.В., ведущий консультант Консалтинговой группы «РОЭЛ Консалтинг»
 - Акопянц Т.Д., главный редактор информационно-аналитического журнала «Налоги. Инвестиции. Капитал»
4. 21 декабря 2006 года Тюменской областной Думой принят Закон Тюменской области № 536 «О развитии внутреннего и въездного туризма в Тюменской области».
5. 3 мая 2007 года было принято Распоряжение Правительства Тюменской области № 307-рп «О создании Совета по туризму Тюменской области».
6. 25 сентября 2007 года Тобольская городская Дума утвердила в окончательном чтении Муниципальную целевую программу «Основные направления развития внутреннего и въездного туризма в г. Тобольске» на 2007-2009 гг., подготовленную Комитетом по туризму и инвестициям администрации города Тобольска.
7. 5 июня 2009 года в Тюмени прошла Конференция «Туризм в Тюменской области: региональные особенности и перспективы развития».
8. 31 августа 2009 года принята Долгосрочная целевая программа «Основные направления развития туризма в Тюменской области».
9. В 2009 году разработана Концепция Стратегии социально-экономического развития Тобольска до 2020 года, в которой очень четко расставлены акценты в развитии туристической индустрии и малого предпринимательства в городе Тобольске.

Можно уверенно констатировать – в Тюменской области и городе Тобольске за 6 лет (2004-2010 годы) сформирована внятная и адекватная современному социально-экономическому состоянию региона государственная областная и муниципальная политика в области туризма.

И 4-я Всероссийская конференция является прямым доказательством этого утверждения, она ставит Тобольск в один ряд с ведущими туристическими центрами России. На мой взгляд, сегодня – это аванс (170 тысяч туристов в 2009 году, это только начало формирования современной туристической индустрии Тобольска), но аванс оправданный, так как потенциал туристического рынка, региональной и муниципальной власти, гражданского общества, бизнеса и предпринимательства Тобольска только начинают раскрываться, несмотря на окружающие нас мировые экономические сложности.

Туристическая индустрия города Тобольска

Туризм сегодня представляет из себя вполне сформировавшуюся отрасль экономики города.

- Туроператорский и турагентский комплексы
- Музейный и экскурсионный комплексы
- Православный и мусульманский комплексы
- Гостиничный комплекс
- Ресторанный комплекс
- Торговый комплекс
- Сувенирно-производственный комплекс
- Образовательный комплекс
- Транспортный комплекс и т.д.

Совместные предложения Комитета конгрессного предпринимательства и Комитета делового туризма Тюменского РО ООО МСП «ОПОРА РОССИИ», Дома Предпринимателя Тюменской области, ГК «Триумф», турфирмы «Вэлкам» по развитию туристической отрасли Тобольска.

Первое предложение.

В 2015 году выйти на проведение в Тобольске ежемесячных проектов:

- 4 проекта международного уровня: СНГ, ШОС, ЕС, АТЭС
- 4 проекта всероссийского уровня: Ростуризм, Минрегион, Минкультуры, Минэкономразвития
- 4 проекта межрегионального уровня: УрФО, Большой Урал, Сибирское Соглашение

Календарь проектов:

- 31 января – День русской водки, Всероссийская ярмарка «Русский стандарт»
- 8 февраля – День Менделеева, «Международный химический форум «Менделеев-2011»
- Март – Урало-Сибирский торгово-экономический форум «Тобольск – столица Сибири»
- Апрель – Урало-Сибирский туристический форум «Тобольск – туристическая столица Урала и Сибири-2011» (для турфирм УрФО и СФО)
- 18 мая – Международный Музейный форум «Тобольский Кремль-2011» с участием всех кремлей России, Всемирный День (рождения) Николая Второго, Международный День музеев
- Июнь – День города Тобольска-2010 должен вернуться к Туристу УрФО и СФО.

Для этого необходима партнерская и спонсорская рекламная и пиар кампания Дня Города-2010 в УрФО и СФО.

- Июль – Всероссийский Православный форум «Третья Духовная Столица России-2011»
- Август – Международный экологический форум «Пресная вода России-2012»
- Начало сентября – Международный нефтехимический форум «Тобольск-2012», День работников нефтяной и газовой промышленности
- Октябрь – Всероссийский инвестиционный форум «Тобольск-2011»
- Ноябрь – Международный мусульманский конгресс «Тобольск-2013»

Эти проекты должны стать носителями основных конкурентных преимуществ Тобольска на туристическом рынке УрФО и России:

- Кремль
- Менделеев Дмитрий Иванович: выдающийся ученый-химик, экономист, педагог
- Семья Николая Второго (Н. А. Романов)
- Ермак – покоритель-первопроходец Сибири
- Православие – Третья Духовная столица России
- Обско-Иртышский водный бассейн
- Нефтехимический комбинат
- Осипов, президент РАН

Задача № 1.

Каждый проект должен иметь свою рекламную и пиар кампанию:

- в городах: Тюмень, Сургут, Екатеринбург, Курган, Омск
- в отраслевых и тематических печатных и электронных СМИ

Задача № 2.

Эти проекты должны стать «локомотивами» имиджа и маркетинговой системы продвижения Тобольска.

Задача № 3.

Бренд «Тобольск» должен постоянно присутствовать в маркетинговом, рекламном, информационном и интернет пространстве УрФО и СФО.

Второе предложение.**Задача.**

Активно привлекать (лоббировать) в Тобольск международные общественные, государственные и общественные, окружные структуры и организации для проведения, например:

- Саммит глав государств ШОС-2009, Екатеринбург;
- 4-я Всероссийская конференция Ростуризма-2010, Тобольск;
- Первый Всероссийский форум «Энергоэффективный город-2010», Тюмень;
- Заседание Совета МСУ Государственной Думы ФС РФ-2011, Тобольск;
- Заседание Ассоциации малых и средних городов России, Тобольск;
- и так далее.

Третье предложение.**Задача.**

Регулярно проводить «Дни Тобольска», «Тобольскую ярмарку», презентации Тобольска в Тюмени, Екатеринбурге, Сургуте, Кургане, Омске, Челябинске, Перми в рамках:

- Дней городов;
- выставочных проектов;
- конгрессных мероприятий: форумов, конгрессов, конференций, фестивалей, недель.

Четвертое предложение.**Задача.**

Создать Государственно-Частно-Общественное Партнерство «Тобольск – столица Сибири» для перехода туристической индустрии города на новый этап своего развития в части маркетинга, производства и продаж конгрессно-событийных высококонкурентных туристических продуктов и услуг российского и международного уровня.

РЕЗЮМЕ

Главная цель наших предложений – качественное увеличение профессиональных и отраслевых туристических потоков в Тобольск через конгрессное предпринимательство и конгрессно-событийный туризм. Для этого Тобольск должен в течение 2010-2011 годов овладеть Конгрессной Компетенцией Города – ККГ и на этой основе стать «Конгрессной компанией № 1» в УрФО и одной из ведущих «компаний» России.

Конгрессно-событийный туризм может стать «Локомотивом» развития культурно-познавательного, событийного, духовного, фестивального, экологического туризмов Тобольска и будет иметь большой синергический и мультипликативный социально-экономический эффект: каждый участник конгрессно-событийного мероприятия – потенциальный рекламоноситель как содержательной части своего мероприятия, так и культурно-познавательной.

В свою очередь, качественное (по составу участников; например приглашение 6 Нобелевских лауреатов по химии и 50 академиков РАН во главе с президентом Осиповым в Тобольск на конгрессное мероприятие в честь 175-летия Менделеева Д.И. в 2009 году стало сенсационным информационным поводом всероссийского и международного уровня) увеличение туристических потоков заставит туристическую инфраструктуру Тобольска качественно расширяться и улучшаться, а соответственно, и конкурировать на быстрорастущем туристическом рынке города, как внутри туристической индустрии Тобольска, так и туристической индустрии Тюменской области, УрФО и СФО.

Конкурентную борьбу на быстрорастущем туристическом рынке Тобольска сразу заметят крупные игроки туроператорского, турагентского, ресторанного, гостиничного, торгового,

сувенирно-промышленного и других комплексов туристической индустрии России. Предпринимательство никогда не дремлет, а реагирует мгновенно, иначе не выживет.

Основной инструмент овладения ККГ – это проектный менеджмент: придумывание, проектирование, производство, продвижение, продажи конгрессно-событийного продукта.

Сейчас региональная и городская власть, бизнес, предпринимательство, общество, духовенство Тобольска и Тюменской области активно овладевают Туристической Компетенцией Города и, прежде всего, в культурно-познавательном и событийном туризме. Эти виды туризма являются самыми массовыми и доступными.

Конгрессное предпринимательство и конгрессно-событийный туризм имеют достаточный потенциал, чтобы вывести событийный туризм Тобольска на качественно новый уровень, что, в свою очередь, будет напрямую отражаться на развитии культурно-познавательного туризма и инвестиционной привлекательности как города Тобольска, так и его туристической индустрии.

Круглый стол «Роль продвижения в развитии туристских дестинаций»

Информационно-туристический центр Тюменской области как инструмент продвижения внутреннего туристского продукта

И.В. Бакирова,

директор некоммерческого партнерства
«Информационно-туристический центр Тюменской области»

Туризм является одной из ведущих и наиболее динамичных отраслей экономики. За быстрые темпы роста он признан экономическим феноменом столетия. Оказывая огромное влияние на ключевые отрасли экономики, туризм выступает своеобразным катализатором социально-экономического развития, играет значительную роль в формировании валового внутреннего продукта, создании дополнительных рабочих мест и обеспечении занятости населения, активизации внешнеторгового баланса.

Для достижения положительного баланса между ввозимыми в страну и вывозимыми из страны деньгами необходимо всячески поддерживать и развивать внутренний туризм с тем, чтобы деньги тратились внутри страны, а не за ее пределами. Хорошо спланированная, динамичная и профессионально проводимая политика туризма приводит, в конечном итоге, к выгоде для региона. Если развитие туризма планируется недостаточно профессионально, может случиться так, что регион будет вкладывать в туризм больше, чем получать от него. Те территории, где реально занимаются продвижением и развитием туризма, сегодня уже видят положительные сдвиги в социально-экономическом положении своего региона, в повышении инвестиционной привлекательности территории, и, как следствие, в повышении жизненного уровня местного населения.

Для развития отрасли в современных условиях просто необходимо объединение государственных и частных усилий, что возможно на основе механизмов государственно-частного партнерства. Государственно-частное партнерство – это не только средство активного вывода отечественной экономики из кризиса, но и эффективный инструмент создания инновационной экономики.

Такое партнерство – Некоммерческое партнерство «Информационно-туристический центр Тюменской области» – создано на территории Тюменской области 26 сентября 2005 года в рамках областной целевой программы «Создание туристского центра Западной Сибири на базе историко-культурного наследия города Тобольска», разработанной департаментом экономики администрации Тюменской области и администрацией города Тобольска.

Партнерство объединяет органы государственной власти и местного самоуправления Тюменской области, представителей туристского и гостиничного бизнеса, специализирующихся на внутреннем и въездном туризме, общественные организации и музеи.

Органы власти создают условия и предпосылки для развития предпринимательства, бизнеса, инвестиционной привлекательности, современный бизнес, в свою очередь, исполняет социальные обязанности.

В настоящее время культурные туристские ресурсы области характеризуются показателями, заметно превосходящими среднероссийские значения. Это археологические раскопки стоянок, датированные более чем III тысячелетием до нашей эры (Ингальская долина (особенно урочище Бузан), многочисленные курганы); места ссылки декабристов; путь Ермака; г. Тобольск – «Врата Сибири» и ее первая столица; православная святыня – Абалакский монастырь; места пребывания царской семьи, родина Г.Е. Распутина; памятники других религиозных конфессий; музеи истории Сибири.

В число исторических личностей, связанных с Тюменской областью, входят: Николай II Романов, Д.И. Менделеев, А.А. Алябьев, П.П. Ершов, Г.Е. Распутин, С.И.Мамонтов, Г.Н. Потанин, Н.В. Никитин, С.Г. Волконский, В.К. Кюхельбекер, Е.П. Оболенский, Е.С. Матвеев, Ю.А. Гуляев, Н.А. Абрамов, П.Н. Буцинский, М.С. Знаменский, Г.Ф. Миллер, С.У. Ремезов, П.А. и И.Я. Словоцкие, а также имена, известные во всем мире – Гумбольдт, Стеллер, Паллас, Мессершмидт, Дефо, Дюма и др.

И только консолидация усилий туристского сообщества области позволит сформировать и поддерживать благоприятный имидж региона, как туристского центра, а также значительно увеличить денежные потоки в отрасль.

Для эффективного функционирования Партнерства важно, чтобы участники понимали цели и задачи развития организации, а также свои функции в ней.

Партнерство для участников – продвижение и реализация туристских услуг; информационная и организационная помощь; внедрение разноплановых, масштабных (в т.ч. инновационных) проектов; обмен опытом и знаниями; взаимная поддержка между членами; защита прав и законных интересов; укрепление деловой репутации; предпочтения со стороны ИТЦ.

Миссия Некоммерческого партнерства «Информационно-туристический центр Тюменской области» – продвижение туристских ресурсов Тюменской области за счет консолидации усилий организаций и предприятий сферы туризма посредством информационного обмена, обучения, рекламы и содействия развитию туристской отрасли.

Основными задачами Центра сегодня являются:

- Создание комфортной информационной среды для гостей, жителей и субъектов турбизнеса области;
- Продвижение туристского продукта на международный и российский рынки;
- Содействие развитию туристского бизнеса.

Работа в рамках концепции развития туристского центра проводится в соответствии со среднесрочными и краткосрочными планами.

Так, Центр принимает активное участие в выставочной деятельности (УралТурЭкспо (Екатеринбург), Отдых без границ (Москва), Байкалтур (Иркутск), Интурмаркет (Москва), ЮграТур (Ханты-Мансийск), ITB (Берлин), Экспотрэвел (Екатеринбург), ТурСиб (Новосибирск), INWETEX-CIS TRAVEL MARKET (Санкт-Петербург), TOUR SALON (Познань), WTM (Лондон), CITM (Кунминь, Шанхай)); организует рекламно-информационные туры по региону; проводит выездные мероприятия («Дни Тобольска в Санкт-Петербурге», презентация Тобольска в Нефтеюганске, презентация турресурсов в рамках «Дней экономики Тюменской области в Казахстане», презентация туристских ресурсов Тюменской области в Правительстве Санкт-Петербурга, презентация Тобольска на Европейской ярмарке в Страсбурге (Франция), презентация Тюменской области во Франкфурте (ФРГ)). В результате – Центр стал узнаваем, заключены соглашения на реализацию тюменского турпродукта, установлены прямые деловые контакты с представителями туристского сообщества других регионов России, а с информационными центрами Великого Новгорода, Львова, Санкт-Петербурга заключены соглашения о сотрудничестве.

В рамках развития проекта «Тобольск – «Врата Сибири»» организованы съемки нескольких сюжетов для телепередачи «Искатели» (1-й канал), «Дневник путешественника» (канал ТВЦ).

Велика и роль ИТЦ, как информационной и организационной площадки, здесь проводятся: выездные заседания, совещания регионального и городского уровня, пресс-конференции, посвященные проблемам развития туризма. За время работы Центра его посетило более 800 представителей российских и международных СМИ.

С 2005 года осуществляется поддержка функционирования сайта туристских ресурсов Тюменской области (www.w-siberia.ru), формирование новостной ленты, обновление информационных разделов.

Наиболее интересными являются ближайшие перспективы развития Центра.

В настоящее время проводится модернизация портала ИТЦ ТО, что позволит внедрить интерактивные формы, он-лайн бронирование услуг, создать единое пространство личного кабинета

для зарегистрированных пользователей и предоставить им расширенные функциональные возможности, а также привязать некоторые объекты из базы данных туристских ресурсов к интерактивной карте местности. Обновление портала не только улучшит визуальные, функциональные и аппаратные его возможности, повысит эффективность информационного взаимодействия Интернет-пользователей с базой данных туристских ресурсов Тюменской области, но и будет стимулировать разработки новых туристских маршрутов и повысит туристскую привлекательность региона за счет сбора интересного, с точки зрения туризма, информационного содержания.

В 2010 году на целевые взносы партнеров Центр планирует установить информационные киоски на Цветном бульваре – главной пешеходной зоне города и в аэропорту «Рощино», разместить стойки (стеллажи) с рекламно-информационными материалами в аэропорту, на железнодорожных вокзалах, на автовокзалах и в гостиницах области.

В настоящее время в разработке находится программа по созданию «Службы Ангелов» – мобильной службы для обеспечения российских и зарубежных туристов высокоэффективной информационной поддержкой. Обучение сотрудников будет проводить ИТЦ. «Ангелы» Службы будут работать на улицах городов Тюменской области.

С целью продвижения туристского продукта Тюменской области на новые рынки сбыта в течение 2010-2011г.г. планируется провести следующие мероприятия:

1. Брендинг и пиар ИТЦ;
2. Выставочная деятельность (участие – Интурмаркет (Москва), ITB (Берлин), «ЮграТур» (Ханты-Мансийск), «EXPOTRAVEL» (Екатеринбург) и т.д.; организация – «Открой свою Сибирь!» (Тюмень) и т.д.);
3. Установление новых межрегиональных и международных (ФРГ, Чехия, Китай) связей в сфере туризма с целью дальнейшего сотрудничества. Так, в июне 2010 года ИТЦ, совместно с Авиакомпанией «ЮТэйр» и другими партнерами, планирует разработать турпродукты для немецких туристов с целью увеличения въездного потока в область и популяризации нерегулярных авиарейсов;
4. Организация продажи сувенирной продукции;
5. Организация рекламных туров по области;
6. Участие в разработке новых туристских маршрутов, экскурсий (например, школьной экскурсии Екатеринбург-Тобольск).

Следует помнить, что Партнерство для жителей и гостей области – это, в первую очередь, повышение качества туристских услуг, а уже потом – единая информационная база данных туристских ресурсов области, новости в сфере туризма, консультационная и правовая помощь. Поэтому особое внимание в планировании деятельности ИТЦ уделяет мероприятиям по развитию туристского бизнеса. К ним относятся:

Содействие обучению и подготовке кадров в сфере туризма:

- организация прохождения студентами профильных вузов производственной практики в турфирмах-партнерах, содействие их трудоустройству, выработка предложений по программе профильного обучения в ВУЗах;
 - организация и проведение семинаров и учебно-методических «мастер-классов»;
 - организация курсов подготовки экскурсоводов для ведения экскурсий по области, проведение методических консультаций для экскурсоводов и гидов-переводчиков;
 - организация ежегодной конференции о перспективах развития внутреннего и въездного туризма в Тюменской области;
 - создание и распространение методических пособий и другой литературы в сфере туризма;
- Оказание консультационной и правовой помощи гражданам и участникам турбизнеса в общественной приемной;

Мониторинг качества предоставляемого туристского продукта (анкетирование туристов, осуществление контроля над проведением экскурсий и т.д.);

Создание саморегулируемой организации для проведения политики стандартизации туристских услуг;

Вступление ИТЦ в крупные российские и международные туристские объединения;

Анализ туристской Тюменской области, выработка предложений по развитию.

Реализация программы развития Некоммерческого партнерства «Информационно-туристический центр Тюменской области» позволит не только укрепить значение Партнерства в развитии Тюменской области, но, главное, повысит инвестиционную привлекательность региона, увеличит финансовые вливания в отрасль, благоприятно отразится на социально-экономическом положении Тюменской области.

Очевидно, что интерес к региональному туризму останется нереализованным без участия регионов, их администраций и местного турбизнеса в формировании своего конкурентоспособного турпродукта и в его продвижении на рынок.

Особую роль в консолидации усилий для продвижения внутреннего турпродукта играют туристские центры, их значение поистине велико и заключается в соблюдении баланса интересов всех участников. Туристический центр, при правильной организации деятельности и активном участии членов дает мощный толчок развитию внутреннего и въездного туризма, что вносит неоспоримый вклад в развитие экономики региона за счет увеличения налоговых поступлений в бюджет региона из сферы туризма и связанных с ним отраслей, повышая уровень жизни и благополучия населения.

Управление объектами всемирного наследия ЮНЕСКО в туристских дестинациях

И.В.Зорин,

доктор педагогических наук, профессор, ректор РМАТ,

А.И.Зорин,

кандидат педагогических наук, доцент,
заведующий кафедрой научно- экспедиционного туризма,

Г.Н.Диниц,

кандидат педагогических наук, доцент кафедры ЮНЕСКО;

Н.Н.Лагусева,

доктор педагогических наук, профессор кафедры ЮНЕСКО,
директор НИЦ планирования и координации НИР

В современном мире растет внимание и небывалый интерес всей мировой общественности к проблемам сохранения Всемирного культурного наследия, поддержания культурного многообразия и продвижения культурного туризма в целях всеобщего мира и устойчивого развития.

Объекты Всемирного наследия являются своеобразными трендами, обеспечивающими привлекательность и развитие туристских дестинаций.

Термин «дестинация» является одним из основных понятий тезауруса туризма. В настоящее время он стал более наполненным, приобрел новый статус, в первую очередь, благодаря внедрению идей маркетинга, который привнес в туристику собственные понятия-концепты: маркетинг территорий, маркетинг мест, продвижение территорий. Маркетинг территорий стал необходим для создания новых возможностей развития туризма для регионов, стран, городов, для привлечения инвесторов, туристов, создания новых рабочих мест. Основными аспектами маркетинга дестинаций являются: изучение, формирование и прогнозирование дестинаций; анализ поведения и мотивов потребителей в различных туристских дестинациях; оценка привлекательности дестинаций для туристов, инвесторов, населения; продвижения дестинаций.

Многие туристские дестинации развиваются благодаря объектам Всемирного культурного наследия, так как в любой стране есть достопримечательности местного, национального или мирового масштаба, усиливающие привлекательность дестинаций.

Понятие «наследие» является развивающимся концептом культуры. В настоящее время наследие объясняют через константу «традиция». Концепт «наследие» имеет прямое отношение к расширению понятия «дестинация», прежде всего, благодаря деятельности ЮНЕСКО по составлению списка объектов Всемирного культурного и природного наследия. Благодаря этому термину «наследие» наполнился аксиологическим содержанием. Наследие в туризме воспринимается в аспекте природных и культурных ценностей. В свою очередь дестинация расширяет границы понятия наследия, вовлекая его в туристский оборот, делая его доступным.

Понятие «дестинация» соотносится с понятием объектов Всемирного наследия как константа и концепт. Как концепт туристики каждый объект ЮНЕСКО придает константе «дестинация» аксиологический характер. Раскрывая смысловую сторону туризма как приобщение к богатству мира. Каждый памятник Юнеско сам по себе является ведущей дестинацией страны. Признание большого числа памятников, соответствующих критериям ЮНЕСКО повышает уровень страны как мировой дестинации.

Наряду с использованием маркетинга дестинаций большое значение в рамках сохранения Всемирного наследия в туристских дестинациях приобретает менеджмент объектов Всемирного

наследия. Наследие – это достояние прошлого, с которым мы живем сегодня и которое передадим будущим поколениям.

Присутствие туристской индустрии и посещаемость дестинаций с объектами Всемирного наследия могут оказывать как положительное, так и отрицательное влияние на проблему сохранения ВН.

Положительный момент состоит в том, что развитие дестинации с объектами ВН происходит, во-первых, благодаря созданию рабочих мест и доходов от предпринимательства, как от прямых расходов посетителей, так и не прямых от расходов на товары и услуги совершаемые различными фирмами и агентствами, входящими в сеть тур индустрии. Кроме того, эти выгоды могут проявляться и в том, как например, улучшение инфраструктуры (дороги, вода, санитария), доступ к медицинским услугам и образованию, увеличения общественного капитала и в участии граждан в управлении обществом цивилизованным путем.

Эти выгоды особенно значительны в районах высокого уровня бедности и малых возможностей для развития экономики. Рассмотрение туризма, как метода укрепления благосостояния, может привести к инновационным подходам для развития, создания рынка и менеджмента в районах мест Всемирного Наследия.

В тоже время велики и отрицательные последствия от туристской деятельности: экологические, экономические, социальные и культурные, которые чаще всего обширны и труднорешаемы. В связи с чем, велика роль местных и государственных органов власти в гармонизации деятельности и отношений между субъектами и объектами дестинаций, на которых расположены объекты Всемирного культурного наследия.

Местное управление очень часто находится на распутье между общественным использованием собственности Всемирного Наследия и экономическим воздействием и склоняется в сторону усиления экономических выгод, что приводит к усугублению жизнеспособности и сохранности объектов Всемирного наследия.

Таким образом, развитие дестинаций с объектами Всемирного наследия требует интегрированной политики и программ, программ, которые не эпизодичны по характеру, но более или менее продолжительны и связаны с целями и особыми задачами в области менеджмента Всемирного наследия. Менеджмент Всемирного наследия должен обладать способностью эффективно управлять потоком посетителей, а также должен быть чувствителен к нуждам местной и региональной экономики и методам, позволяющими справляться с трудностями, возникающими в рамках человеческого фактора.

Так как места Всемирного наследия играют важную роль в стимулировании посещаемости сообществ и регионов, менеджмент должен участвовать в стратегии экономического развития, для обеспечения соответствующих ожиданий не только от потенциала самих мест, но и от того, как эти места могут быть вовлечены в эти стратегии. Менеджмент мест, из-за своего выдающегося и ведущего положения, работает для более беспристрастного распределения выгод, убеждаясь в том, что все группы равносильны, и создает положение интегрирования необходимых процессов развития. Понимая движение потока денежных расходов, менеджмент и местные общественные объединения, могут лучше понять эффекты инвестиций в туристскую инфраструктуру и туристскую деятельность, обеспечивают возможности для более неформальных решений по вопросу выбора схемы развития и предложений, представляя мультипликативный эффект туризма и расходов посетителей, и представляют необходимое знание об экономическом воздействии туризма и расходах менеджмента мест Всемирного наследия.

Экономические факторы, такие как стоимость земли, и трудности, такие как крайняя бедность, могут задерживать различные виды деятельности, т.к. враждебно влияют на интеграцию и подлинность выдающихся ценностей мест Всемирного Наследия. Эта деятельность может включать в себя браконьерство, несоответствующее развитие, плохо задуманную инфраструктуру, бедно спроектированная или плохо расположенная торговая деятельность, деятельность по вывозу ресурсов и так далее. Несоответственно расположенное или спроектированное развитие может

также влиять на ценность мест Всемирного наследия или способность менеджмента сохранять, защищать и презентовать их. К примеру, расположение автопарковок, вплотную примыкающих к историческим местам, ведет к вторжению шума и выхлопа. Торговцы, агрессивно предлагающие посетителям сувениры, могут препятствовать их возможности оценить, понять и насладиться ценностью места наследия. В некоторых случаях эти действия происходят от незнания, в других случаях могут быть преднамеренными, но в любом случае происходят от непонимания ценности места ВН.

Одним из решений этой проблемы в рамках менеджмента Всемирного наследия может быть обеспечение участия в презентациях и передаче ценностей местных жителей, в результате чего они могут получить не только экономическую выгоду, но имеют возможность вовлечь посетителей в свою культуру, ритуалы и события, таким образом, воспитывая гордость местного населения к своему собственному наследию.

Наращивание возможностей использования объектов и мест Всемирного наследия для экономической прибыли и экономического развития туристских дестинаций требует долгосрочных интегральных программ и политики, которые обеспечат финансовый капитал для начала малого бизнеса, подготовку промыслов и гидов, образование в таких областях как бухгалтерия и маркетинг для обеспечения лучшей деловой активности, и соответствующей правительственной политики.

Решения местных органов управления в местах Всемирного наследия, связанные, например, с ограничением для использования посетителями, может влиять на другие места или даже на экономику региона. Так как решение на одном месте влияет на другие места, полезно мыслить регионально как для целей управления, так и маркетинга.

Региональное туруправленческое мышление и принятие решений важны при оптимизации доступа к возможностям и предложениям необходимым для посетителей, которые хотят провести больше времени и соответственно истратить большие суммы денег. Обдумывая и действуя на региональном уровне, и менеджмент и маркетинги могут ближе подравнивать посетителей под их ожидания, представляя мастеров и гидов большему количеству посетителей и увеличивая понимание посетителями того как ценности, представленные в местах ВН взаимодействуют с местным окружением. Результатом может быть не только более эффективный менеджмент, но и более эффективный маркетинг и большая справедливость в доступе к выгодам от совершенствования туризма.

Туристское управление объектами Всемирного наследия на региональном уровне и принятие соответствующих решений может также помочь обеспечить разнообразие предложений и возможностей в контексте общего имиджа или образа дестинации, избегая какой-либо однородности. Однородность – это тенденция повторения опыта посетителей по всему региону, ведущая к сокращению привлекательности региона для посетителей и пребывания посетителей. Через координацию управленческих действий, взаимосвязь предложений, доступных посетителям, становится более разнообразной, причин для продолжительного пребывания становится значительно больше, что ведет к более высокому уровню доходов мест.

Туристское управление в местах всемирного наследия может помогать туроператорам и другим секторам туристской индустрии формировать и обеспечивать более активное продвижение и больший шанс для местных продуктов, создавая условия для их включения в турпакеты. Так, например, можно осуществлять продажу мало посещаемого места вместе с хорошо посещаемым. Также единая база данных на квалифицированных гидов на каждом месте, база данных о работе по сохранению объектов Всемирного наследия для посетителей, информация об инвестициях, могли бы усилить защищенность мест и объектов Всемирного и стимулировать экономическую деятельность, связанную с туризмом.

Таким образом, управление объектами всемирного наследия ЮНЕСКО в туристских дестинациях является процессом важным и актуальным, но его реализация требует подготовки квалифицированных специалистов, владеющих не только управленческими технологиями, но и

обладающими профессиональными знаниями, связанными с туристскими дестинациями, с объектами Всемирного наследия ЮНЕСКО и др., для того, чтобы эффективно управлять в местах Всемирного наследия.

С момента создания списка всемирного наследия ЮНЕСКО в 1972 году в него были внесены около 900 памятников. Прогнозы туристической посещаемости предвещают рост числа их посетителей. Поэтому включение объекта в список Всемирного наследия может рассматриваться как коммерческий элемент. Хотя марка ЮНЕСКО обеспечивает некоторое признание среди международных организаций, остается вопрос о ее признании или использовании политическими или туристическими организациями заинтересованных городов или страны. Кроме того, оставаясь в стороне коммерческие соображения, представляется важным понять причины, по которым люди решают посетить именно эти места, посещают ли они несколько из подобных мест в мире и узнать, дорожат ли они такими посещениями и становятся ли их почитателями, или же все дело заключается в их признании ЮНЕСКО. Наконец, что должны делать менеджеры для того, чтобы привлечь посетителей к этим местам? Должен ли менеджмент объектов наследия ЮНЕСКО соответствовать их особенностям, учитывая культурный характер туристического продукта? Как развивать эти места, сохраняя при этом культурное достояние?

В связи с этим было предложено разработать Учебный модуль «Туристическое управление объектами всемирного культурного наследия», который является частью 2-х летней образовательной магистерской программы, которая оценивается в 120 кредитов (ECTS). Причем различные университеты смогут сами рассчитать количество часов обучения в соответствии с собственными программами. Таким образом, модуль приобретает смысл в рамках преподавания всей магистерской программы, частью которой он и является.

Этот модуль будет осуществляться под брендом «Всемирное наследие ЮНЕСКО».

Модуль будет выстроен на базе двух составных частей:

- первая часть касается концептов, доктрин и особенных методик, относящихся ко всемирному наследию,
- вторая часть касается вопросов, непосредственно относящихся к туристическому управлению объектами всемирного культурного наследия.

Вне этого модуля, специально посвященного туристическому управлению объектами всемирного культурного наследия, магистерская программа будет включать различные учебные дисциплины, касающиеся проблем управления объектами исторического наследия в целом.

Совместно разработанный модуль, прежде всего, посвящен обучению техникам и умениям, лежащим в основе процесса управления и стабильного туристического развития объектов всемирного культурного наследия. Эти техники и умения смогут также обеспечить студентам знания и компетенции, необходимые для осуществления стабильного управления любыми объектами помимо объектов всемирного культурного наследия.

В качестве общей основы, модуль будет разработан в согласии с принципами, обозначенными в официальных текстах ЮНЕСКО и его совещательных организаций (ICOMOS, IUCN, ICCROM). Он поможет всем заинтересованным лицам, а также социальным, экономическим и политическим структурам создать наилучшие формы стабильного туризма применительно к объектам всемирного культурного наследия, способствуя тем самым развитию ресурсов, внедрению творческой креативности, сохранению объектов культурного достояния, облегчению межкультурного диалога и пропаганде культуры и мира.

ЮНИТВИН признает значительные институционные и педагогические различия между членами сети, особенно что касается учебных часов, необходимых для преподавания модуля. Поэтому, обращаясь к успешному опыту введения системы европейских кредитов, разработанной Европейской Комиссией, члены ЮНИТВИН предлагают организовать свои модули на базе 240 «часов обучения» ($\pm 10\%$). Это соответствует 10 кредитам, при том, что один кредит – это 24 «часа обучения». Эти 240 « часов обучения» будут осуществляться каждым членом сети в соответствии со своими собственными требованиями.

Помимо общего единого набора учебных дисциплин, определенного в данном документе и принятого всеми, каждый член сети будет свободен в создании собственной программы в соответствии со своим социальными условиями, историческими особенностями, академическими правилами и специфическими требованиями.

Российской международной академией туризма были внесены предложения по содержанию модуля, который может быть включен в состав реализуемой магистерской программы по направлению «Менеджмент» – образовательная программа «Менеджмент туристских дестинаций».

Учебный план профессионально-образовательной программы «Менеджмент туристских дестинаций» общим объемом 120 зачетных единиц (з.е.) содержит: цикл дисциплин направления (36 з.е.), цикл специальных дисциплин (30 з.е. научно-исследовательскую работу магистранта, включая подготовку магистерской диссертации (51 з.е.) и итоговую аттестацию – защиту магистерской диссертации (3 з.е.).

Цикл дисциплин направления содержит федеральный компонент (21з.е.), вузовский компонент (12 з.е.) и дисциплину по выбору магистранта (3 з.е.). Цикл специальных дисциплин содержит обязательные дисциплины (21 з.е.) и дисциплины по выбору магистранта (9 з.е.).

Содержание модуля «Туристическое управление объектами всемирного культурного наследия» может быть раскрыто в дисциплине «Туристика» (1 кредит) и в новой дисциплине «Менеджмент туризма в объектах всемирного культурного наследия» (9 кредитов). Она будет дополнительно включена в список дисциплин по выбору студента в рамках специальных дисциплин. Общий объем модуля 10 зачетных единиц (кредитов).

Подготовка магистров в рамках данного модуля позволит снять многие вопросы в области управления объектами Всемирного наследия и проблемы, связанные с сохранением и жизнеобеспечением данных объектов и дестинаций.

Ансамбль Тобольского Кремля, как фактор формирования культурно-познавательного пространства региона

С.Ю. Сидорова,

директор ГУК «Тобольский государственный историко-архитектурный музей-заповедник»

Когда готовился проект «Чудо России», и вновь прибывающие журналисты задавали всем один и тот же вопрос: «А чем же от других кремлей России отличается Тобольский Кремль?» то первое, что пришло само собой: действительно он не похож на другие кремли... Чем же? Тем, что с годами и веками его не поглотил городской мегаполис, и он остался недосыгаемым рукотворным чудом.

Тем, что он ввел в себя все особенности локальной культуры, став хранителем не только историко-архитектурного наследия, а еще и идеологической платформы общественных традиций страны.

Уникальность Кремля прежде всего в его месторасположении на высоком правобережном плато Иртыша. На подъездах к Тобольску с автотрассы, с железнодорожной ветки или водных путей предстает он, как сказочный мираж, возвышающийся над окрестностями, и поражает своей нереальностью и грациозностью. Нельзя не удивиться увиденному творению! Все элементы его местоположения это, несомненно, результат многовекового труда природы и сибиряков, которые из поколения в поколение, храня и дополняя, передавали потомкам его, как знаковую часть Сибирской семейной реликвии. Он как лакмусовый показатель отражал времена и веки жизни города, региона, страны, вбирая в себя все, но, пропуская строго и верно сквозь собственные грани бытия и оставляя только то, что могло служить его сохранению, вбирая в себя все свойства обитания и бытования Сибиряков, становясь символом огромного диковинного края.

Кремль России – это хранители особых традиций, это образцы духовной силы и мудрости Великого народа. Его история и культура, его душевная мощь, его прошлое, настоящее и будущее. Несомненно, единственный за Уралом Тобольский Кремль, является не только символом Сибири, этой особенной части России, но и своеобразным стандартом организации жизнедеятельности отдаленного общественного центра.

Как о Сибирской стороне всегда говорят в России, какие эпитеты приводят в характеристике местности, начинающейся сразу за Уральским горным хребтом? Поэт Петр Павлович Ершов (его прах покоится на Завальном кладбище Тобольска) в своем поэтическом послании 1834 года писал:

*Склоняясь рукой на грань Урала,
Главу, сокрыв в полярных льдах,
Сибирь печальная лежала
На снеговых своих полях.*

Сибирь – отдаленная, суровая, неизведанная, но удивительная и прекрасная!

Все признаки сложившихся обыкновений глубинки характерны и для Тобольского Кремля.

Отдаленность – и до сих пор места удивительной природной суровости охраняют самобытные закраины.

Неподступность – не просто подойти или подъехать к объекту (возвышается он на Троицком мысу Алафеевской горы)

Суровость – в неизведанной жесткости, в непонятной замкнутости.

Богатство – золотые купола Софии видны издалека, и отблески их восхищают всех проезжающих мимо.

Не проста жизнь в этих местах, не проста и не легка судьба самого Кремля. Эпохи построения его и изменения – это своеобразные образчики времен и характерные черты его создателей.

Он сформировался не в один год и не за одно десятилетие, это не монастырь, а архитектурный ансамбль, представленный социально-культурными сегментами. Изначальное его определение укрепление первых поселений, закрепление за государством освоенных территорий очень скоро переросло свое назначение, закрепив за ним множество других функций:

Софийский двор сложился как резиденция Сибирских митрополитов и архиепископов.

Воеводский двор (Вознесенский) образовался как комплекс административно-управленческих зданий.

Прямской взвоз с подпорными стенами стал служить архитектурным укреплением склонов Троицкого мыса и «Воротами» в Каменный город, а незавершенность авторского замысла Тобольского архитектора Семена Ремезова по устройству триумфальной арки над крутым подъемом в кремль, логично завершила неповторимый колорит кремлевского фасада.

Гостиный двор своим обывательским определением подтвердил торгово-экономическое значение Тобольска.

Тюремный замок, в противовес к сложившимся качествам общественного центра края, дополнил его сооружениями специфической (пеницитарной) государственной деятельности.

Губернский музей был возведен для сохранения и представления историко-культурного наследия Сибири и Тобольска в 1870 году.

Красная и Софийская площади как сердцевина этого.

Так постепенно Кремль вобрал в себя идеологические составляющие жизнедеятельности города, как социального субъекта.

И естественно сравнение его ипостаси с человеческими заповедями: «от тюрьмы да от сумы не зарекайся» – все принял на своей земле Кремль, не зарекаясь и не отрекаясь, как есть!

«Царя почитай, да Бога не забывай!» и эта заповедь стала путеводной в идейном облике и многовековом раскладе мирно соседствующих дворов. Все присуще ему как человеку, и заповеди и устои, и основные жизненные этапы становления личности. Все, как человек испытал он на своих вековых плечах.

«Огонь, вода и медные трубы» не обошли стороной, а испытали с особым усилием! Многочисленные пожары 18-19 веков уничтожали деревянный Тобольск, но словно «Феникс из пепла» возрождался он вновь и окреп своими белокаменными стенами и укрепился дворцами. Многолетние затопления истязали тоболяков, заставляя стоять назло природной стихии и осиливать ее и бороться с нею. Медные трубы славы испытывали и Кремль и город, на протяжении веков Тобольск звенел и замолкал, и кремль сиял и тихо гаснул, но ничего не сломило их, а только закалило и возвеличило.

Пришли времена и вновь вернулась былая слава, и засияли золотом купола Софии, реанимировали белокаменные стены, обновились сооружения, зазеленели укрепленные склоны Алафеевской горы и снова как в древней легенде: «настанет утро, а он уже рядом, придет ночь, а он с нами почти незримо. Будет буря, он примет ее вместе с тобой, придет беда, он молча поймет и поддержит тебя, подставив свое плечо, а слава обрушится, он поможет ее пережить достойно. Радость твою благословит, горе твое утолит...»

Кремль как человек, на которого всегда можно рассчитывать, ему можно довериться, просто прийти и, побродив, помолчать и поделиться с ним.

Возрожденные стены и здания, вымощенные площади и дворы Тобольского Кремля как примеры становления человеческой личности, которая прошла все испытания, набралась мудрости и, имея опыт мужества, гордо и уверенно встречает всех, кто идет ей на встречу.

Он не похож не другие Кремли России своей индивидуальностью, своей сложившейся системой общественных отношений, своим взаимопроникающим соседствованием, в котором хранится зародившаяся много столетий назад ансамблевая композиция, как гармоничное сочетание всех компонентов, подчиненных единому замыслу. На первый взгляд удивляет размещение в одном (и каком!) месте Епархии, музея, общественных учреждений и тюрьмы, но, наверное, в этом и состоит наша российская ментальность, созвучность разнообразных звуков и органичность

разновременных стилей, как стандартов прошедших эпох. Все это сложилось и служило нуждам одного общества, значит, даже порой, казалось, несовместимое, должно дополнять друг друга и естественно сосуществовать. И снова, как в судьбе человека – случилось, и это факт жизни и его не вычеркнешь, и оно становится неотъемлемой частью судьбы.

Все элементы этого самобытного пространства сложились в систему объектов историко-архитектурного музея-заповедника и служат сегодня задачам хранения и представления.

Музей старейший в Сибири, вот уже 140 лет работает на базе Тобольского кремля. Полным ходом идут ремонтно-реставрационные работы, и они дают новое дыхание зданиям, которые после обновления приспособляются под объекты музейного и туристического показа. Но важно еще и выстроить в едином духе структуру функционирования музейного ансамбля, по выполнению основных направлений его деятельности: фонды, объекты, экспозиции и выставочные проекты это, как главные инструменты в исполнении произведения, а сопровождающие их, как и полагается, органично дополняя, создают неповторимый колорит в представлении подлинного произведения искусств.

Важно воссозданные и обновленные ресурсы преподнести посетителю искушенному и заинтересованному, туристу, приехавшему издалека, паломнику, пришедшему поклониться Сибирским святыням.

Открывая заново возрожденные стены, объекты, храмы, площади и дворы кремля, мы учимся не только сохранять, но и передавать его как ценнейший памятник, как раритетный предмет представления в музейных экспозициях. Как известно, все новое приживается сложно, но возможности и технологии сегодняшнего дня открывают перед нами горизонты познания и признания истории и культуры своего Отечества.

Проекты музея «Пермь-36»: «Оперная классика в местах национальной памяти- премьера оперы Бетховена «Фиделио» Международный гражданский Форум «Пилорама»

В.А. Ракина,

специалист по связям с общественностью

АНО «Мемориальный центр истории политических репрессий «Пермь-36»

«Пермь-36» – это единственный сохранившийся лагерь эпохи ГУЛАГа (Главное Управление исправительно-трудовых лагерей ОГПУ).

История лагеря делится на три периода:

В 1943 г. в районе станции Селянка Чусовского района Пермской области была организована Шестая лесная исправительно-трудовая колония (ИТК-6). В 1946 г. она была переведена на новое, нынешнее ее место – вблизи деревни Кучино. В период с момента создания колонии до 1953 г. основную массу заключенных составляли: «бытовики», т.е. люди, осужденные за незначительные бытовые преступления (драки, оскорбления, самогоноварение, спекуляция и т. д.), «указники», осужденные по Указам Верх. Сов. СССР, уголовники, воры-рецидивисты, «политические».

Второй период лагеря 1954 – 1972 гг:

После смерти Сталина по стране прошли амнистии, что привело к закрытию ряда колоний и лагерей. Однако ИТК-6 не была ликвидирована. Здесь происходит смена состава заключенных. Сюда для отбывания наказания направляются бывшие работники КГБ, суда, администрации лагерей, милиции и прокуратуры.

Нередко это были высокопоставленные чины – подполковники, полковники, генералы. Они обвинялись в злоупотреблениях служебным положением, фальсификации дел и необоснованных репрессиях.

Третий период 1972 – 1987 гг:

В начале 70-х гг власти усиливают борьбу с инакомыслием. 13 июля 1972 г. в обстановке абсолютной секретности в этот лагерь, переименованный в ВС – 389/36 прибыли первые заключенные из мордовских политлагерей.

Сидевшие в мордовских лагерях диссиденты-инакомыслящие смогли установить связи со своими друзьями и единомышленниками на свободе и даже передавали некоторые сведения за границу. Решено было ужесточить режим содержания политзаключенных, и удаленная от центра Пермская область соответствовала этим замыслам.

Последние заключенные были вывезены из лагеря в 1988 г, большая часть сооружений лагеря была передана областному отделу социального обеспечения.

В 1995 году на месте лагеря ВС 389/36, усилиями группы энтузиастов и при содействии общественных организаций и администрации Пермского края, был основан мемориальный музей «Пермь-36». Уникальность музея «Пермь-36» заключается в том, что это единственный в России мемориальный музейно-лагерный комплекс, созданный на базе советского исправительного лагеря, сохранившегося без крупных перестроек со времен сталинского ГУЛАГа.

Мемориальный музей истории политических репрессий «Пермь-36» имеет важное историческое значение и призван пропагандировать в современном российском обществе демократические ценности и пробуждать гражданскую сознательность через:

- сохранение последнего советского лагеря для политзаключенных – впечатляющего напоминания о репрессиях;
- поиск и сохранение материалов по истории политических репрессий в СССР;
- реализацию проектов по гражданскому, историческому и правозащитному просвещению;
- создание и проведение выставок и экспозиций (передвижные и постоянные).

В 1999 году Музей ГУЛАГа «Пермь-36» (Россия); Музей «Шестой район» (Южная Африка); Музей Освободительной войны (Бангладеш); Дом рабов (Сенегал); Многоквартирный дом-музей в Нижнем Ист-Сайде (США); Музей «Открытая память» (Аргентина); Мемориал в Терезине (Чехия) и Работный дом (Великобритания) основали Международную Коалицию Музеев Совести.

В 2004 Фонд Мировых Памятников (World Monuments Fund) включил «Пермь-36» в список 100 особо охраняемых памятников мировой культуры.

Сегодня Музей «Пермь-36» реализует ряд образовательных и просветительских проектов, среди них: Международный гражданский форум «Пилорама» (имиджевый проект Пермского края), Российский фестиваль «Астафьевские чтения» (имиджевый проект Пермского края), Летняя школа музеологии при поддержке Международной Коалиции Музеев Совести, международный проект «Культура памяти» совместно с кафедрой философии Иенского университета (Германия) и ведет активную работу по созданию и экспонированию передвижных выставок по истории политических репрессий, и др.

Международный гражданский Форум «Пилорама»

С 2005 года Пермь-36 проводит Международный Гражданский Форум «Пилорама», который является имиджевым проектом Пермского края. За 5 лет существования проекта в нем приняли участие десятки тысяч человек, в том числе и представители международной общественности. В 2009 году «Пилорама» собрала более 10000 участников, при беспрецедентно высоком уровне соблюдения норм общественного порядка.

Ежегодно Пилорама способствует:

- Формированию демократических ценностей, гражданской позиции у молодежи через приобщение к гуманистическим этико-правовым и эстетическим ценностям;
- Позиционированию Пермского края как региона, закладывающего и формирующего традиции гражданского общества.

Смысл и содержание этого мультимедийного гражданского проекта определяют его главные составляющие:

- фестиваль авторской песни;
- рок-фестиваль;
- театральные фестивали;
- демонстрация кинофильмов;
- презентация выставок российских и международных творческих союзов, музеев и правозащитных организаций;
- арт-акции, круглые столы, мастер-классы, перформансы, поэтические чтения.

Традиционно в течение всех дней Международного Форума Пермь-36 организует тематические дискуссии, участниками и модераторами которых становятся бывшие узники лагеря для политических заключенных «Пермь-36», а также известные политологи, историки, правозащитники и журналисты.

«Пилорама» идеально способствует интеграции музея «Пермь-36» в общество, превращая его в важнейший социокультурный элемент жизни региона. «Пермь-36» как современный музей – это дискуссионная площадка, это публичный гражданский форум, стимулирующий диалог по острым проблемам прошлого и современности. В конечном итоге музей благодаря «Пилораме» максимально широко транслирует систему гражданских ценностей среди молодежи, влияя на осознанный выбор ее гражданской позиции.

Постоянными гостями Пилорамы являются: Юлий Ким, Наталья Горбаневская, Нателла Болтянская, Герман Виноградов, А. Бортничук, А. Липницкий (группа «ОтЗвуки Му»), Алексей Симоно, Уполномоченный по правам человека Российской Федерации В.П. Лукин, первый уполномоченный по правам человека Российской Федерации С.А. Ковалев, лектор Принстонского университета Адам Михник, член правления Немецкой секции Amnesty International, судья Верховного суда ФРГ Петер Франк.

Почетными гостями форума в 2009 г. были: представитель Верховного комиссара по правам человека ООН Дирк Хебеккер, представители посольств и генеральных консульств США, Германии, Польши и Финляндии, ведущие современные российские правозащитники. В. Шумов (группа «Центр»), Ю. Шевчук, М. Борзыкин (группа «Телевизор»).

Форум Пилорама становится основой построения международных отношений, принимая у себя таких гостей как Флориан Шрифферхофф, атташе по экономике генерального консульства Германии в Екатеринбурге; Рената Астрид Шимкорайт, генеральный консул Германии в Екатеринбурге; Анна-Кайса Хейкинен, первый секретарь посольства Финляндии в Екатеринбурге; Тим Сандаски, генеральный консул США в Екатеринбурге; Хероним Граала, Первый советник посольства Республики Польша в РФ, директор Польского Культурного центра в Москве.

«Оперная классика в местах национальной памяти» – премьера оперы Бетховена «Фиделио»

В июле 2010 года в музее состоится премьера единственной оперы Людвиг Ван Бетховена «Фиделио».

Этот грандиозный проект осуществляет международная команда постановщиков -руководитель проекта Георгий Исаакян, режиссер Майкл Хант (Великобритания), музыкальный руководитель и дирижер Валерий Платонов, сценограф Шарлот Скин Кетлинг (Великобритания), художник по костюмам Фагила Сельская (Москва) и более 600 исполнителей, среди которых солисты, артисты хора, миманса и симфонический оркестр пермского театра.

Проект реализуется при поддержке Министерства культуры, молодежной политики и массовых коммуникаций Пермского края.

Интерес к этому проекту театра Шатле (Париж) и телеканала ВВС позволяет надеяться на широчайший резонанс как в России, так и за ее пределами. Также опера «Фиделио» имеет все шансы получить свое продолжение уже на аналогичных европейских площадках, таких как концентрационный лагерь, а ныне мемориальный комплекс «Дахау» в Германии.

Уникальность проекта состоит в том, что постановка осуществляется в условиях открытого пространства всемирно известного единственного лагеря-музея системы ГУЛАГ «Пермь-36», а не в условном мире театра (подобная технология не была использована в оперной практике нигде и никогда).

На каждом спектакле смогут присутствовать всего 250 зрителей (по количеству заключенных, содержавшихся в каждом из лагерных барачков). В постановке будет задействовано около 600 человек, 300 из них – волонтеры. Всем вместе – и зрителям, и солистам, и самое главное оркестру – предстоит передвигаться по музею по ходу действия, которое развернется на всей территории музея «Пермь-36».

Премьера оперы запланирована на 3 июля 2010 года. Всего с 3 по 11 июля пройдет 7 спектаклей, таким образом, в России спектакль сможет увидеть всего 1 750 зрителей.

Опера «Фиделио» должна стать не только значимым культурным событием мирового уровня, но и общественно-политическим явлением, поскольку продолжает исследование истоков и путей преодоления тоталитаризма на примере гениального творения Людвиг ван Бетховена.

Из опыта развития культурно-познавательного туризма в Свердловской области

Е.А.Киселев,

к.п.н., заведующий кафедрой менеджмента туризма
Уральского международного института туризма

Н.А.Киселева,

к.п.н., доцент кафедры сервиса и туризма
Института физической культуры,
социального сервиса и туризма УГТУ-УПИ (г. Екатеринбург)

Внутренний и въездной туризм в Свердловской области активно развивается последние два десятилетия. Туристские предприятия Свердловской области предлагают достаточно широкий выбор внутриобластных экскурсионно-познавательных программ. Издаются путеводители, рекламно-информационные материалы публикуются как в местных, так и в российских средствах массовой информации. Можно говорить о достаточной известности достопримечательностей области и, в первую очередь, ее историко-культурного потенциала в масштабах региона.

На сегодня актуальным является не просто исследование ресурсов культурно-познавательного туризма, а использование этих ресурсов для развития туристической индустрии региона. И в этой связи одним из первых возникает вопрос о том, насколько сегодня в туристском бизнесе востребован существующий историко-культурный потенциал.

Необходимо отметить сложность проведения любого маркетингового исследования в сфере туристского бизнеса. Прежде всего, нет первичной информации, в первую очередь, достоверной статистики. Если общие цифры посещаемости Свердловской области в туристских целях, выведенные из заселения гостиниц и санаториев, существуют, то данные по отдельным городам и районам, данные по различным видам туризма получить достаточно сложно.

В нашем исследовании использовался метод экспертных оценок. В качестве экспертов были привлечены экскурсоводы-практики, для которых был разработан опросник. Кроме того, был проведен анализ предложений екатеринбургских туркомпаний на туристских выставках в Екатеринбурге в 2008-09 гг. и на сайтах с целью выявления наиболее предлагаемых маршрутов.

Были рассмотрены экскурсионные предложения в следующие города Свердловской области – Екатеринбург, Невьянск, Алапаевск, Верхотурье, Сысерть, Ирбит, Каменск-Уральский:

Екатеринбург. Город является не только административным центром Свердловской области и Уральского федерального округа, но и имеет статус «исторического города». Значительное количество культурно-исторических памятников позволяет проводить разнообразные и многовариантные экскурсии, которые знакомят с историей города, достопримечательностями, и, как правило, включают посещение границы «Европа-Азия». Предлагаются туристам всех категорий, приезжающим в Екатеринбург, как россиянам, так и иностранцам. Необходимо отметить, что экскурсия «Уральская Голгофа» по местам, связанным с трагическим пребыванием в городе императорской семьи, на сегодняшний день одна из самых востребованных среди туристов, приезжающих из других регионов России. Эта экскурсия, включающая посещение Храма-на-Крови и монастыря Святых царственных страстотерпцев на Ганиной Яме, стала своеобразной визитной карточкой Екатеринбурга и области и предлагается всем официальным лицам, прибывающим в Екатеринбург. Для других категорий экскурсия позиционируется как паломническая. Однако отделить паломников от людей, совершающих поездки с познавательными целями вряд ли возможно. В настоящее время Храм-на-Крови и монастырь на Ганиной Яме – самые посещаемые туристские объекты Свердловской области, тем более что они расположены в городе с развитой туристской инфраструктурой. Невозможно предоставить точные данные по потребителям

данной экскурсии, так как учет посетителей не ведется. Нередко экскурсия дополняется поездкой в Алапаевск, в места, связанные с гибелью князей Романовых. Екатеринбург обеспечен в должной мере средствами размещения, предприятиями питания, транспортной инфраструктурой.

Верхотурье – старейший город Свердловской области с большим количеством памятников архитектуры, первый в области получивший статус «исторического города». История Верхотурья тесно связана с присоединением и освоением Сибири – важнейшим событием российской истории. Массовые экскурсионные и туристские поездки стали возможными с конца 1990-х гг. после реализации масштабных областных программ: строительства автомобильной дороги «Екатеринбург – Серов» и реставрационных работ на архитектурных памятниках города. Количество посетителей города сегодня – порядка 25 – 28 тысяч человек в год. Это туристы и экскурсанты, совершающие познавательные поездки, и паломники, которых привлекает три монастыря Верхотурья и Верхотурского района. Однако туристская инфраструктура развита слабо, не хватает предприятий питания, средств размещения, и имеющиеся не соответствуют общепринятым стандартам. Поэтому большинство посетителей ограничивают пребывание в городе одним днем, обычно экскурсионная программа занимает не более 5-6 часов.

Алапаевск – город, известный как старейший центр металлургии, место, связанное с биографией П.И. Чайковского и трагическими событиями гражданской войны. Объектами посещения являются дом-музей П.И. Чайковского, начальная школа – место заточения великих княгини Елизаветы Федоровны и князей Романовых, и Свято-Троицкий собор. Новая экспозиция дома-музея П.И. Чайковского вызывает неоднозначную реакцию у посетителей и работников туриндустрии и многие турфирмы не предлагают его как объект посещения. Туристская инфраструктура не развита и городские достопримечательности чаще всего являются частью маршрута «Русская Голгофа» или является дополнением к поездке в Нижнесияжинский музей-заповедник деревянного зодчества и народного искусства. Небольшое село Нижняя Синячиха, в 30 км от Алапаевска, получило известность благодаря подвижнической деятельности И.Д. Самойлова, создавшего музей заповедник деревянного зодчества. Поездки популярны, но носят только экскурсионный характер, так как отсутствует туристская инфраструктура. Кроме того, работники турфирм отмечают недостаточный уровень экскурсионного обслуживания. В Алапаевском районе необходимо особо отметить экскурсионную программу, предлагаемую Музеем истории земледелия и быта крестьян с. Коптелово. В этом селе музей (единственный в области среди музеев) предлагает хорошо разработанный, комплексный туристский продукт. При незначительных ресурсах создан туристский маршрут, построенный на приеме, сочетающий в себе разнообразные экскурсии, анимационные программы и организацию питания. Уникальность данного объекта и в том, что разработчики данного туристского продукта продолжают развивать туристскую инфраструктуру своими силами, что в нынешних экономических условиях кажется многим нереальным. Благоустраивается территория, создана мини-гостиница, решены проблемы с организацией питания. Маршрут на сегодняшний день востребован всеми турфирмами региона, занимающимися внутренним туризмом.

Невьянск. Невьянск расположен рядом с крупнейшими городами региона – Екатеринбург и Нижнего Тагила, и путешествие в Невьянск – один из популярнейших в Свердловской области маршрутов. Это обусловлено целым рядом факторов: наличием в городе уникального исторического архитектурного памятника – Невьянской башни, наличием народных промыслов (керамических мастерских) в селах Нижние и Верхние Таволги, при посещении которых можно принять участие в мастер-классах. Однако туры ограничены по времени и в связи с этим в экскурсионную поездку включают не более трех объектов посещения: Невьянская наклонная башня, храм Святого Николая в селе Быньги и посещение керамических мастерских. Показательным является сокращение посетителей в исторической экспозиции Невьянского музея-заповедника, так как в однодневной экскурсии на это практически не остается времени. Туристская инфраструктура достаточно развита, но из-за близости крупных городов средства размещения практически не востребованы.

Сысерть. Предлагаемые туры в этот город обычно связывают со сказами П.П. Бажова, известного писателя родившегося в Сысерти. Это сужает возможности развития города и района как туристского центра. Экскурсионных объектов, связанных и с именем П.П. Бажова в городе не много, и даже однодневные экскурсии дополняются либо лесной прогулкой на озеро Тальков Камень – памятник природы в окрестностях города, либо экскурсией на фарфоровый завод, либо посещением центра реабилитации хищных птиц. Отсутствие инфраструктуры ограничивает возможность развития туризма в этом городе и его окрестностях.

Ирбит. Старинный торговый город, прославившийся своей ярмаркой – второй по размерам и по значению в России, после Нижегородской. В городе сохранилась застройка XIX в., многочисленные купеческие особняки, здание пассажа. Местный краеведческий музей обладает богатыми коллекциями. Наиболее известны – уникальное собрание графики Ирбитского музея изобразительных искусств и коллекция мотоциклов в недавно открытом Музее мотоциклов. Однако историко-культурный потенциал города используется незначительно. Туристские и экскурсионные поездки из Екатеринбурга редки, чаще бывают посетители из Тюменского региона. Туристская инфраструктура развита слабо.

Каменск-Уральский. Город имеет статус исторического и является, вместе с Невьянском, первым городом-заводом на Урале. Некоторое время назад Каменск-Уральский переживал всплеск экскурсионных посещений – историко-культурное наследие города было востребовано при организации поездок в местный аквапарк. С открытием аквапарка «Лимпопо» в Екатеринбурге количество таких поездок резко сократилось. Сегодня наиболее интересным и востребованным экскурсионным объектом является колоколотейный завод, однако, разработка экскурсионной программы только на его основе представляется весьма проблематичной. В городе развита инфраструктура средств размещения и предприятий питания, но они не ориентированы на туристов-экскурсантов.

Нижний Тагил – второй по величине и значению город Свердловской области, обладающий значительным историко-культурным наследием. Востребованы экскурсии в Нижнетагильский музей-заповедник горнозаводского дела и его филиалы. В исторической экспозиции представлены уникальные экспонаты, связанные с демидовским прошлым. Интерес представляют обзорные экскурсии по городу. В городе существует значительная сеть предприятий питания и достаточно средств размещения, но они не ориентированы на обслуживание экскурсантов. Большой проблемой, например, является организация питания для групп туристов в выходные дни. Еще одно, недавно появившееся направление экскурсионных маршрутов связано с посещением Висима – небольшого поселка в 30 км от Нижнего Тагила, центра старообрядчества и родины писателя Д.Н. Мамина-Сибиряка. Для туристов предлагается экскурсия в мемориальный музей писателя, анимационно-развлекательная программа, выступление фольклорного коллектива, прогулка по живописным окрестностям. Недостатком является полное отсутствие средств размещения, невысокое качество блюд в единственном предприятии питания. Туристские услуги не предлагаются в пакете, программу формирует турфирма, отправляющая экскурсионные группы.

Проблемы использования историко-культурного потенциала, используемого (или не используемого) на туристско-экскурсионных маршрутах, выявленные в результате опроса, являются во многом типичными для туриндустрии Урала. Несомненно, подавляющее большинство поездок можно отнести только к однодневным экскурсиям. При этом, даже туристы, посещающие Екатеринбург на несколько дней, в районы и города области выезжают, как правило, именно на однодневные экскурсии, возвращаясь на ночевку. В этом случае основную прибыль от туризма и рабочие места получает не территория, как правило, депрессивная, а столица региона. Исключение составляют туристы из соседних регионов (Тюменской и Челябинской областей, Пермского края), которым достаточно протяженная по расстоянию и времени поездка не позволяет ограничиться однодневной экскурсией, а качество услуг по размещению и питанию удовлетворяет.

Причины этой диспропорции, во-первых, в неразвитой инфраструктуре туризма на местах. Где лучше сервис, там и остаются деньги туристов.

Во-вторых, невысокий профессиональный уровень тех, кто занимается внутриобластным туризмом. На туристском рынке практически отсутствуют программы путешествий, включающие питание, размещение, досуг путешественника, тем более программы для разных сегментов рынка. На туристских выставках это хорошо заметно – когда потенциальным потребителям предлагают не туристский продукт, а описания рекреационных ресурсов.

В то же время, исследование показало, что при всей сопоставимости проблем исторических городов и территорий как мест экскурсионного показа (отсутствие инфраструктуры, слабая информированность потенциальных потребителей, недостаток подготовленных кадров), мы можем говорить о примере создания туристского продукта, использующего историко-культурный потенциал территории, где найден свой путь к решению этих проблем. Из всех упомянутых мест экскурсионного показа с. Коптелово выделяется оформленностью своих предложений в самостоятельный туристский продукт, продукт, нашедший своего потребителя. В основе – уникальная анимационная программа с элементами шоу, включающая в себя экскурсии, игры, фольклорное выступление, развертывающихся на территории Музея крестьянского быта, представляющего собой комплекс типичных для уральской деревни XIX в. построек. Иными словами, при всей безусловной необходимости наличия инфраструктуры, приоритетным становится разработка оригинальной туристской программы, которая и наполняет, образно говоря, жизнью (турастами, потребителями) имеющийся туристский (историко-культурный в том числе) потенциал территории.

Развитие въездного туризма в северном регионе: проблемы и социально-экономические последствия

А.Н.Силин,

заведующий кафедрой социального менеджмента
Тюменского государственного нефтегазового университета

Как известно, Тюменская область сегодня – этой важнейшая несущая конструкция экономического и социального развития России. При этом в регионе, в сравнении с другими, и более высокий уровень и качество жизни, и лучшая демографическая ситуация. Так, естественный прирост населения в 2009 году составил по области 6 человек на 1 тысячу населения. При этом, сохраняется и высокий уровень притока мигрантов: на юг области в 2009 г. прибыло на ПМЖ 7,5 тысяч чел.

На протяжении последних лет Тюменская область занимает 1-2 место по объему валового регионального продукта и 5 место по объему инвестиций в основной капитал в расчете на душу населения. Душевые доходы бюджета в Тюменской области в 5-7 раз выше показателей других регионов России. Даже по югу области, без округов, денежные доходы населения выше среднероссийских (13,6 тысяч рублей в месяц против 12,6 тысяч рублей в месяц на душу населения по РФ).

Между тем, в области растет и имущественная дифференциация и неравномерность распределения доходов. При этом, как показывают наши исследования, увеличивается доля нижних социальных слоев. Так, суммарные доходы 10% наиболее обеспеченных жителей области превышают суммарные доходы 10% наименее обеспеченных жителей в 23 раза.

Основные перспективы развития Тюменской области связаны с Ямало-Ненецким автономным округом, на долю которого приходится более 75% всех доказанных запасов газа России (треть мировых), 10% нефти. На Полярном Урале разведаны залежи стратегических металлов (марганца, платины, хромитов), драгоценных и редкоземельных цветных металлов, барита, различных минералов для развития стройиндустрии и т.д.

При этом Ямало-Ненецкий автономный округ является средой исконного проживания коренных малочисленных народов Севера. Это один из немногих регионов мира, где в первоначальном виде сохранилась самобытная культура аборигенов. Ключевыми составляющими ее являются охота, рыбная ловля, собирательство дикоросов, касание оленей. Из более чем 30 тысяч аборигенов Ямала почти 15 тысяч ведут кочевой образ жизни.

В Концепции долгосрочного социально-экономического развития Тюменской области до 2020 года и на перспективу до 2030 года, утвержденной Правительством Тюменской области 25 мая 2009 г., важная роль в предстоящий период отводится формированию туристско-рекреационного кластера. И это, на наш взгляд, наиболее эффективное направление будущего развития региона.

Туристский сектор, включая гостиничную и ресторанный индустрию во всем мире, как известно, вносит значимый вклад в увеличение валового национального продукта на душу населения, повышение уровня занятости, ускорение развития других отраслей экономики: строительства, инфраструктуры, производства товаров туристского спроса и др. Въездной туризм стимулирует привлечение инвестиций, поддержание экологической чистоты и рост доходов людей, придает импульс сопутствующим отраслям, создавая мультипликативный эффект в развитии региональной экономики и социальной сферы, повышая качество жизни населения.

Показатели, отражающие динамику развития въездного туризма в области в целом положительные, растут на 5-7% в год и все же, учитывая наличие уникальных памятников истории и культуры, географическое положение и финансовый потенциал региона, совершенно недостаточны (около 600 тысяч чел. в год).

Потенциал для развития туристско-рекреационного комплекса в Тюменской области достаточно велик. Это и северная экзотика, возможности охоты и рыбалки, уникальные природные ландшафты, возможность ознакомиться с традиционной кочевой жизнью и промыслами аборигенов, посетить духовную столицу России – г. Тобольск, превращающийся в последние годы в настоящий музей под открытым небом – все это оказывается достаточно привлекательным как для зарубежных, так и российских туристов. На юге области, как известно, расположены два государственных природных заказника федерального значения – Тюменский и Белозерский, 33 заказника регионального значения, 29 памятников природы, 21 музей, сотни археологических памятников и т.д. Вместе с тем, приходится констатировать, что необходимая для развития въездного туризма инфраструктура, как социальная, так и транспортная, в регионе пока не создана, не хватает средств размещения, объекты показа находятся в неудовлетворительном состоянии, остро ощущается дефицит профессионально подготовленных кадров в сфере гостеприимства – туристского, гостиничного и ресторанного бизнеса.

Подготовку таких кадров в настоящее время ведут Тюменский государственный нефтегазовый и Тюменский государственный университеты, институты искусств и культуры в г. Тюмени и Тобольский педагогический. Вместе с тем, она нуждается в развитии как количественном, так и качественном, в предстоящий период потребуются профессионалы гиды-переводчики, экскурсоводы, специалисты в сфере гостеприимства.

Тюменские вузы располагают необходимой для их подготовки материальной базой, научно-методической литературой, профессионально-преподавательскими кадрами. Здесь же важно обеспечить и научное сопровождение развития и реализации туристско-рекреационного потенциала области.

Значительные усилия необходимо принять и по информационной поддержке регионального туристского продукта, созданию благоприятного имиджа региона в глазах потенциальных инвесторов.

Реализация намечаемых мер по развитию въездного туризма позволит преодолеть негативные социально-экономические тенденции и последствия экономического кризиса, повысить уровень и качество жизни людей, живущих на территории нашей области.

Культурно-познавательный туризм во Владимирской области

В.Е. Панов,

**заместитель директора департамента по физической культуре,
спорту и туризму администрации Владимирской области**

Владимирскую область ежегодно посещают около двух миллионов туристов и экскурсантов. Брендами области давно стали город-музей Суздаль и Владимир, некогда столица Русского государства, сохранивший уникальные архитектурные памятники белокаменного зодчества. Это наиболее посещаемые города Владимирщины. Однако не менее интересны и привлекательны и другие исторические места области. Создан туристский маршрут «Малое Золотое кольцо», суть которого отражена в девизе «В Малом Золотом кольце – вся история России». В него входят княжеский Владимир, царский Александров, купеческий Гороховец, крестьянский Юрьев-Польский, былинный Муром, мастеровой Гусь-Хрустальный, советский город Вязники, Сухдаль и ряд других городов, ищущих или уже нашедших свою нишу на туристском рынке.

Основу развития культурно-познавательного туризма области составляет богатейшее наследие, которое оставили нам предки – более 3,5 тысяч объектов культурно-исторического наследия. На этой базе открыты экспозиции 26 музеев области, деятельность которых направлена на пропаганду культурного достояния русского народа.

Наиболее ценные музейные экспонаты представлены во Владимиро-Суздальском музее-заповеднике, в составе которого 47 экспозиций и 55 памятников архитектуры XII – XX вв., 10 из которых включены в Список Всемирного наследия ЮНЕСКО. Наибольшей популярностью у российских и иностранных туристов пользуются всемирно известные памятники белокаменного зодчества XII века – Золотые ворота, Успенский и Дмитриевский соборы, музейный комплекс «Палаты», ансамбль Боголюбовского монастыря и церковь Покрова-на-Нерли, музеи Суздаля, музей Хрустала в Гусь-Хрустальном.

В Суздале в 2009 году завершилась масштабная реставрация Спасо-Евфимиева монастыря – были восстановлены стены и башни, произведена подсветка архитектурного ансамбля. В День народного единства, 4 ноября прошлого года, в присутствии Президента России Дмитрия Анатольевича Медведева был открыт воссозданный на народные средства памятник-часовня на месте захоронения народного героя России суздальского князя Дмитрия Михайловича Пожарского.

В Архиерейских палатах суздальского кремля гостей встречают торжественная Крестовая палата и белокаменный Рождественский собор, поражающий туристов «золотыми воротами» XII века, выполненными русскими мастерами в византийской технике «огневого золочения», и которые сегодня экспонируются в Лувре на выставке «Святая Русь» в рамках празднования года России во Франции.

В целях привлечения туристов музеи разрабатывают новые событийные программы и праздники. В Музее деревянного зодчества Суздаля туристы спешат на популярные праздники «Масленичные потехи с гусиными боями», Международный праздник Огурца, собирающий до 20 тысяч гостей. В этом году он состоится 24 июля.

Праздник Яблочного Спаса отмечается 19 августа в Спасо-Евфимиевом монастыре. Туристам полюбилась фруктовая ярмарка, фестиваль духовной и фольклорной музыки.

В музее Хрустала, который является филиалом музея-заповедника, представлено около двух тысяч экспонатов. Это богатейшая коллекция образцов массовой продукции Гусевского хрустального завода, а также уникальные авторские работы гусевских художников-стеклоделов.

«Александровская слобода» – второй по величине музейный комплекс области, имеющий статус федерального музея-заповедника. В белокаменных интерьерах царских палат, расположились

экспозиции, связанные с историей русского государства: «Государев двор в Александровской слободе», «Дворцовые палаты XVI века царя Ивана IV», «Средневековые подвалы», «Сокровища трех веков», «Александровская слобода. Легенды и были». Все они отражают историю становления единого российского государства, роль Александровской слободы в этом важнейшем процессе, подчеркивают ее значимость для европейской истории и культуры.

О личной жизни Ивана Грозного, прожившего в Слободе 17 лет и правившего оттуда государством Российским, туристы узнают, посетив многочисленные экспозиции музея-заповедника. Более 20 интерактивных программ предлагает Слобода туристам. Наиболее популярные – «На малом царском приеме», «Традиции русского сватовства», «Царская квасная», «Самовар кипит – уходить не велит» и др.

В Гороховце музей расположился в одном из многочисленных купеческих особняков. Собственно весь город, расположенный на высоком берегу Клязьмы и сохранивший многочисленные каменные и деревянные дома местного купечества прошлых столетий, можно назвать большим музеем. Экспозиции Гороховецкого историко-архитектурного музея рассказывают о жизни и традициях купечества, а событийные мероприятия, устраиваемые здесь для туристов, позволяют им окунуться в атмосферу русской провинции. Туристы могут побывать у купчихи на Празднике самовара, угоститься на Купеческой свадьбе или заглянуть на двор к царю Гороху.

В Муромском историко-художественном музее, обладающем великолепной коллекцией мебели, картин и фарфора из имения графа Уварова, не меньшей популярностью у туристов пользуются экскурсионные программы с элементами театрализации. У взрослых – это «Свадьба в Муроме». Тема семьи на родине Муромских святых покровителей брака Петра и Февронии звучит по-особому, не случайно Муром стал центром нового всероссийского праздника «День семьи, любви и верности».

У детей популярна программа «Посвящение в богатыри и богатырки». Этот обряд дети проходят под началом былинного героя Ильи Муромца, а затем с удовольствием угощаются знаменитыми муромскими калачами, которые являются символом города и расположены на его гербе.

А на гербе Юрьев-Польского – вишня. Своими вишневыми садами раньше славилась вся обширная Владимирская губерния. Теперь историю Владимирского земледелия и крестьянского быта туристам рассказывают в местном музее, и не только рассказывают, но еще и учат делать ситцевые набойки на мастер-классе. В Юрьев-Польском, основанном Юрием Долгоруким, сохранился один из уникальных памятников древнерусского белокаменного зодчества – Георгиевский собор XIII века.

История советского периода страны широко представлена музеями города Вязники. В период Великой Отечественной войны 26 уроженцев небольшого Вязниковского района стали Героями Советского Союза. С историей войны связано и творчество Алексея Фатьянова. В доме, где родился поэт-песенник, открыт музей песни.

Наряду с историческими, архитектурными и художественными музеями, хранящими богатые коллекции, в области есть музеи, специально созданные для туристов. Это пока еще скромный Музей петуха в городе Петушки и Музей шоколада в Покрове, оборудованный фабрикой «Крафт-Фудс», производящей в этом городе известный шоколад «Alpen Gold». Этому сладкому продукту посвящен и ежегодно проводящийся здесь Шоколадный праздник.

Не только музеи и памятники создают основу для развития культурно-познавательного туризма. Хранителями народных культурных традиций являются дома народного творчества, которые предлагают туристам разнообразные анимации и мастер-классы. Туристы своими руками лепят, вяжут, вырезают, клеят. При этом их угощают травяным чаем с вареньем, как это делают в усадьбе Орехово, принадлежавшей семье Николая Егоровича Жуковского, отца русской авиации. Многочисленные программы календарных праздников, разработанные хранителями

музея-усадьбы, «крепостной театр», прогулки по тенистым аллеям парка позволяют туристам окунуться в атмосферу ожившей старины дворянской усадьбы.

Развлечения и занятия для туристов придумывают и гостиницы. Так, например, в суздальском гостиничном комплексе «Горячие ключи» туристы становятся зрителями «Рыцарских турниров», в комплексе «Пушкарская слобода» участниками «Дня Пушкаря». Турцентр устраивает зимой фестиваль «Русская сказка», а летом «Русальную неделю».

Наиболее популярные праздники и другие событийные мероприятия, кроме уже упомянутых, это:

- Праздник песни в Вязниках
- Мстерский базар в центре лаковой миниатюры пос. Мстера
- Праздник леса в Судогде
- Ефросиньевская ярмарка в Суздале.

Побывать везде и сразу, совершить путешествие в историю, проникнуться духом былых времен можно, приехав на туристский культурно-спортивный фестиваль Богатырские забавы, который ежегодно проходит в 6 городах области.

Этот этнографический праздник в этом году пройдет в пятый раз.

В Александрове – это «Царские забавы». Здесь у туристов состоится знакомство с эпохой царя Ивана Грозного, включающее в себя прогулку по «Ярмарке средневекового города», прослушивание старинной духовной музыки, участие в состязаниях царских опричников и дегустацию блюд царской кухни. Приветать гостей будет сам Иван Грозный и его опричники.

Во Владимире – это «Княжеские потехи». В бывшей столице туристов примут князь Владимир Мономах и его дружина. Соответственно, будет реконструирована «княжеская» эпоха. Туристы примут участие в старинных русских играх и забавах, а также в состязаниях дружинников.

В Гороховце на «Купеческом разгуляе» гости фестиваля окунутся в атмосферу жизни купечества. Потешать же публику будет сам царь Горох, по преданию – исконный правитель этих мест. Будет ярмарка, сватовство купца к царской дочке и пир в честь этого события.

В Муроме на «Богатырском раздолье» можно будет наблюдать очередной виток нескончаемой борьбы между Ильей Муромцем и Соловьем Разбойником. Закончится, впрочем, все благополучно, в лучших традициях русских сказок: пиром, да не простым, а богатырским.

В ремесленном Юрьев-Польском праздник называется «Юрьевская застава». Здесь всем будет править князь Юрий Долгорукий. А соревноваться будут две слободы, кожевенная и набойная, не без помощи туристов, которым придется и спеть, и плясать, и в кулачном бою поучаствовать.

В Суздале на «Мужицких игрищах» будут выяснять отношения жители окрестных сел Фома и Ерема. В ходе состязаний они с шутками и прибаутками будут двигать груженые мешками телеги, поднимать кадки с водой, т.е. продемонстрируют гостям силу мужицкую. А их жены, Фомиха и Еремиха, научат баб житейской мудрости, да и за детьми пригляд организуют.

Реализация многих проектов культурно-познавательного туризма, о которых было рассказано, стала возможной благодаря государственной поддержке развития туризма, осуществляемой в рамках исполнения областных целевых и ведомственных программ, получивших общее название «Малое Золотое кольцо», совместно с органами местного самоуправления.

Политика администрации области в сфере развития культурно-познавательного туризма в настоящее время направлена, с одной стороны, на поддержку муниципальных учреждений культуры через формирование их материальной базы, а, с другой стороны, на вовлечение через конкурсы среднего и малого бизнеса в процесс формирования интересных, разнообразных и конкурентоспособных туристских продуктов.

Информационно-туристическая служба г. Екатеринбурга как элемент инфраструктуры туризма

Григорьев С. Л.,

старший преподаватель кафедры социально-культурного сервиса и туризма УрГУ,
директор Информационно-туристической службы г. Екатеринбурга

Тулисова А. Е.

Информационно-туристические службы как элемент инфраструктуры имеют большое значение в реализации туристических услуг и создания комфортного отдыха для туристов. При этом, информационные центры являются важным элементом государственного регулирования туристической отрасли.

Управление туристской отраслью осуществляется, как правило, через специальный административный орган – национальную туристскую администрацию (НТА), роль которой в разных государственных структурах неодинакова. Несмотря на действие рыночных механизмов регулирования в экономике зарубежных стран, темпы развития туризма обычно тесно увязываются с позициями НТА в структуре органов государственной власти и с усилением вмешательства государства в продвижение туристского продукта.¹

НТА все больше и больше получают автономию и принимают на себя полную ответственность за маркетинг и продвижение в сотрудничестве с периферийными и местными властями и частным сектором.²

Открытие возможностей пропаганды после Второй мировой войны способствовало возникновению тенденции по обеспечению роста популярности своей страны как туристского направления. Одним из способов реализации этого принципа стало открытие информационных бюро как внутри страны, так и за ее пределами.

С помощью создания информационно-туристических служб государство осуществляет пропаганду национальных туристических ценностей, которая равнозначна пропаганде государственной модели данной страны, в том числе политического строя, экономики, культуры и образа жизни населения.

При анализе существующих туристических бюро по оказанию поддержке туристам был сделан вывод о том, что большинство ИТС являются именно государственными структурами и за редким исключением частной инициативой.

Развитие туризма играет важную роль в решении социальных проблем. Во многих странах мира именно за счет туризма создаются новые рабочие места, поддерживается высокий уровень жизни населения, создаются предпосылки для улучшения платежного баланса страны. Необходимость развития сферы туризма способствует повышению уровня образования, совершенствованию системы медицинского обслуживания населения, внедрению новых средств распространения информации и т.д.

Туризм оказывает влияние на сохранение и развитие культурного потенциала, ведет к гармонизации отношений между различными странами и народами, заставляет правительства, общественные организации и коммерческие структуры активно участвовать в деле сохранения и оздоровления окружающей среды.

По прогнозу Всемирной Туристской Организации к 2020 году Россия может войти в первую десятку стран – самых популярных направлений туризма. По оценке экспертов ВТО, Российская Федерация занимает 15 место в мировой классификации по посещаемости иностранцами.

¹ Драчева Е.Л., Забаев Ю.В., Исмаев Д.К. Экономика и организация туризма: международный туризм, М, 2010, с.281

² Дж. Ленон, Х.Смит, Н.Кокерелл, Дж.Трю Управление индустрией туризма, М, 2008, с.45

Свердловская область является лидером в УрФО по въездному туризму: в 2007 году область посетило 1 058 000 человек, в 2008 году – 1 150 000 чел. Общее количество совершенных ночевоч за 2008 год – 5 млн. В 2009 году произошел спад примерно на 10%.

Из этого числа туристов только 8% иностранных граждан (около 90 тысяч), причем подавляющее большинство иностранных туристов приезжают именно в Екатеринбург.

Екатеринбург является привлекательной точкой дестанации для иностранных и отечественных туристов. В связи с этим существует необходимость развития инфраструктуры туристической отрасли в городе для более комфортного пребывания гостей в Екатеринбурге.

В преддверии саммита ШОС инфраструктура развивалась особенно бурно: открытие “Hyatt Regency Ekaterinburg”, запуск “Green Park Hotel”, «Онегин» и др. Существенный рост заметен, несмотря на мировой экономический кризис, в результате действия которого было приостановлено строительство некоторых объектов.

Активно развивается и инфраструктура для делового туризма – открываются новые деловые центры, реконструируются старые, вводятся в эксплуатацию конференц-залы, оснащенные по последнему слову техники.

Важным элементом инфраструктуры любого центра, позиционирующего себя как туристически привлекательного, является информационно-туристическая служба.

Информационно-туристическая служба города Екатеринбурга развивается вместе с туристической инфраструктурой города, предлагая и продвигая свои услуги, а также инновационные проекты, связанные с развитием туристической привлекательностью города Екатеринбурга.

В связи с этим целью данного исследования стал анализ Информационно-туристической службы города Екатеринбурга, как неотъемлемого элемента инфраструктуры туризма.

Очень важным показателем для развития туризма является инфраструктура, которая включает в себя гостиницы, предприятия общественного питания, музейные комплексы, экскурсионные и транспортные компании и т.д. Для устойчивого развития туризма необходим такой элемент инфраструктуры как Информационно-туристические центры.

Основной целью создания Информационно-туристических центров в России является формирование и поддержка позитивного имиджа региона как благоприятного для туризма как внутри страны, так и на основных международных туристских рынках и комплексное обслуживание жителей и гостей данного региона.

Можно выделить следующие основные направления деятельности Информационно-туристических центров:

- Интеграция региона в систему российского туристического рынка и развитие международного сотрудничества в области туризма.
- Создание единой системы информационного обеспечения сферы туризма.
- Развитие международного сотрудничества туристских центров, в рамках реализации направления региональной политики в сфере туризма.
- Участие в международных и всероссийских семинарах, конференциях, ярмарках, выставках и т.д.
- Организация досуга как для индивидуальных потребителей, так и для групп туристов.
- Организация комплексного обслуживания иностранных специалистов и делегаций, прибывающих в регион.

Одним из наиболее важных направлений деятельности информационно-туристических центров является предоставление услуг гостям и жителей региона, города.

Информационно-туристическая служба – первая городская информационно-туристическая служба в Екатеринбурге, объединяющая все составляющие индустрии гостеприимства нашего города в единое информационное пространство.

В советский период широкое распространение получили городские справочные бюро, которые оказывали информационную поддержку гражданам бесплатно. Содержание подобного аппарата в виде полноценного учреждения было слишком дорогостоящим. В связи с этим Горсправки располагались в киосках на улицах города.

Система действовала следующим образом. Человек задавал интересующий его вопрос оператору. Оператор набирал номер центрального бюро и выяснял ответ на заданный вопрос. Невыгодным было не только само обслуживание и содержание киосков, но и поддержание самой базы данных, которая нуждалась в постоянном мониторинге и обновлении. Во время реформ 1990-х гг. эти городские справки были преобразованы в муниципальные предприятия. Свою функцию по добытию средств в государственный бюджет эти справки, находясь в неизменном советском виде, не могли, т.к. их услуги по оказанию справочной поддержки были бесплатны, и в 2000 году горсправки закрылись.

Тем не менее, город Екатеринбург начал свое динамичное развитие на рынке туризма, открываясь в новом свете и для граждан России, и для иностранных туристов. Встал вопрос о создании элемента инфраструктуры, который принимал активное участие в информационной поддержке туриста на территории города Екатеринбурга.

Информационно-туристическая служба была открыта в 2005 году при МУ «Столица Урала». Проект ИТС был открыт в связи с реализацией «Программы развития въездного и внутреннего туризма в г. Екатеринбурге на 2005–2006 годы» (Постановление Главы Города № 1562 от 07.12.2004г.).

- Было принято решение открыть офис ИТС поближе к центру города.³
- Параллельно с открытием головного офиса проводилась работа по информационной подготовке службы к работе с клиентами, а именно:
- Наполнение информационные массивы СУБД и адаптация их для использования специалистами на местах.
- Заключение договоров комиссии с субъектами инфраструктуры города, оказывающими услуги туристического, гостиничного и другого характера.
- Создание страницы ИТС на официальном сайте города и максимальное информационное ее наполнение.
- Включение в страницу элементы коммерческой составляющей.

Таким образом, главный офис ИТС разместился по адресу ул. 8 марта, 21 (первый этаж), где и находится по настоящее время. Информационно-туристическая служба начала свою работу согласно Постановлению Главы города № 449 от 17.05.2005 г. Был утвержден штат и бюджетное финансирование ИТС г. Екатеринбурга. Также был открыт офис в международном аэропорту «Кольцово». Планируется открытие офиса ИТС на железнодорожном вокзале Екатеринбурга.

Структура Информационно-туристической службы.

ИТС является структурным подразделением муниципального учреждения «Столица Урала». Во главе ИТС, как подразделения в составе организации, стоит начальник информационно-туристической службы. В подчинении начальника находятся все отделы службы.

МУ «Столица Урала» состоит из следующих отделов:

Отдел маркетингового исследования и продвижения туристических услуг

Одной из основных функций ИТС – помощь жителям и гостям города Екатеринбурга в выборе оптимальной услуги, которая отвечала бы всем требованиям клиента.

В связи с этим необходим постоянный мониторинг предложений туристических фирм по направлению внутреннего въездного туризма. С каждым годом таких предложений становится все больше и больше в г. Екатеринбурге. Следует отметить, что в связи с мировым экономическим кризисом расширение сети турфирм, предоставляющих услуги организации экскурсий, размещения в городе и т.д., приостановилось.

Отдел маркетингового исследования проводят регулярные обзоры по предложениям туристического рынка г. Екатеринбурга, стремясь расширить партнерскую базу ИТС. Благодаря деятельности отдела маркетингового исследования в партнерской базе ИТС находятся предложения от самых разнообразных турагентств, который позволяют выбрать услугу в соответствии со всеми пожеланиями клиента.

³ Докладная записка от МУ «Столицы Урала» заместителю Главы города В.В. Контееву от 03 августа 2005 г. №13-310

Сотрудники отдела также занимаются заключением агентских договоров, которые позволяют представлять услуги городских агентств через ИТС.

В подчинении данной структуры находятся операторы Информационно-туристической службы.

Отдел производства и распространения сувенирной продукции

Служба г. Екатеринбурга предлагает жителям и гостям города широкий ассортимент сувенирной продукции. В связи с этим в организационной структуре ИТС необходим данный отдел.

Отдел занимается поиском новых поставщиков сувенирной продукции, сотрудничает с корпоративными клиентами по оптовой реализации продукции, на основе мониторинга предпочтений клиентов корректирует представленный в торговом зале службы ассортимент продукции.

В подчинении данного отдела находятся продавцы-кассиры торгового зала Информационно-туристической службы.

Хозяйственно-технический отдел

Рассматриваемый отдел занимается поддержанием технической исправности всех техники в офисе информационно-туристической службы. Системные администраторы ИТС также следят за корректной работой сенсорных информационных киосков.

Отдел рекламного обеспечения и полиграфии

В структуре информационно-туристической службы находится своя типография, которая занимается обеспечением нужд самой службы и МУ «Столица Урала». Типография ИТС также активно сотрудничает с частными и корпоративными клиентами, выполняя заказы на изготовление печатной продукции.

В спектр услуг типографии входит печать полиграфической продукции, печать на футболках и значках, разработка макетов.

Задачи ИТС:

- оказание всесторонней информационной помощи гостям и жителям города
- обеспечение максимально комфортного пребывания иностранным туристам в Екатеринбурге.
- ИТС предоставляет широкий спектр услуг жителям и гостям города:
- Бронирование гостиничных номеров;
- Бронирование мест в домах отдыха, турбазах, кемпингах;
- Заказ автотранспортных услуг, в том числе аренда автомобиля;
- Заказ тематических экскурсий по г. Екатеринбургу;
- Заказ услуг гидов-переводчиков и переводчиков для группового и индивидуального сопровождения;
- Продажа и распространение рекламных проспектов, буклетов и материалов тематического характера по разным направлениям туристических интересов;
- Предоставление устной и графической информации по вопросам пребывания зарубежного или отечественного туриста в г. Екатеринбурге;
- Установка подробной GPS-карты г. Екатеринбурга и Свердловской области;
- Предоставление Справочной информации о г. Екатеринбурге для пользователей мобильного Интернета;
- Туристическая навигация – сенсорные информационные киоски;
- Карты-схемы города Екатеринбурга;
- Бесплатные тематические путеводители по Екатеринбургу;
- Продажа сувенирной продукции.

В офисе Информационно-туристической службы Вы можете установить подробную GPS-карту г. Екатеринбурга, а также карту Свердловской области для аппаратов GARMIN с возможностями поиска по адресу и автоматического маршрутирования. GPS-карты разработаны МУ «Столицы

Урала» специально для аппаратов марки Garmin. Возможно приобретение карт как на компакт-диске, так и на флеш-карте. Если клиент затрудняется самостоятельно установить карту, то сотрудники Информационно-туристической службы сделают это бесплатно. Ежеквартально на имя пользователей карты высылаются обновления с учетом произошедших в городе изменений.

На мобильном интернет-портале war.ekburg.ru туристы могут найти краткую справочную информацию о Екатеринбурге. На портале представлена сводка новостей города, афиша, события спорта, а также информация о том, где можно получить более подробную справку.

В офисе Информационно-туристической службы можно бесплатно получить тематические путеводители по городу. Распространение путеводителей идет через туристические фирмы, гостиницы, авиакомпанию «Уральские авиалинии», презентационный пакет Администрации города, специализированные выставки.

«Путеводитель ЕКАВЕРИ по нашему родному городу» объединяет в себе информацию о предприятиях и услугах, которые они оказывают, в зависимости от направления деятельности. Путеводитель содержит справочную информацию по интересующим сферам, а также включает в себя карту-схему г. Екатеринбурга. Он публикуется также и на английском языке. Ежемесячно издается 20 000 экземпляров.

Благодаря Информационно-туристической службе на улицах города Екатеринбурга появились карты-схемы. На стендах можно найти не только улицы центра города, но и посольства и представительства, которые находятся в Екатеринбурге. Схемы расположены в основных точках туристических маршрутов. Например, на территории исторического сквера, Привокзальная площадь и т.д.

Одним из самых ярких технологических решений в г. Екатеринбурге являются сенсорные информационные киоски ИТС. Эти автоматы помогают гостям и жителям города получить всю необходимую информацию по основным достопримечательностям города и способом проезда к ним, по календарю событий (в т.ч. афиша кинозалов и театров) и т.д.

Через информационные киоски также можно забронировать номер в гостинице, экскурсий, взять в аренду машину или оформить заявку на такси. В сенсорных киосках реализована технология «off-line бронирования», что вызвано отсутствием единых стандартов автоматизации среди партнеров ИТС как среди гостиниц, так и туристических фирм. На сегодняшний день у пользователей есть возможность использовать сенсорные киоски как платежные терминалы для оплаты услуг ИТС и мобильной связи.

Таким образом, Информационно-туристическая служба оказывает всестороннюю информационную поддержку гостям и жителям г. Екатеринбурга.

Как первый информационный центр для туристов в Екатеринбурге, ИТС делает пребывание гостей в городе максимально комфортно, благодаря вариативности услуг. Сотрудники службы всегда помогут как жителям, так и гостям города на русском, английском, французском и немецком языках.

ИТС занимается разработкой и продвижением различных проектов, связанных с развитием туристической привлекательности г. Екатеринбурга.

Активно расширяется спектр оказываемых услуг в связи с ростом потребностей клиентов. Бурно развивается использование современных информационных технологий в деятельности службы.

Проектная деятельность ИТС. Перспективы и проблемы развития.

Информационно-туристическая служба активно участвует в разработке и реализации различных проектов по развитию туристической привлекательности Екатеринбурга.

Самым первым проектом зарождающейся ИТС стало участие в разработке Программы развития въездного и внутреннего туризма в городе Екатеринбурге на 2005-2006 годы. Программа была разработана и представлена в 2004 году. Основными разработчиками стали Комитет по внешним связям Администрации города Екатеринбурга, фонд «Маркетинговое партнерство» и Центр международной торговли (Екатеринбург)⁴.

В программе были представлены мировые тенденции развития туризма, оценка состояния въездного туризма и туристической инфраструктуры г. Екатеринбурга и, что самое важное, были предложены комплексные меры по развитию города Екатеринбурга как популярного туристического центра.

Среди предложенных мер значилось создание Информационно-туристической службы г. Екатеринбурга.

Информационно-туристическая служба в составе МУ «Столица Урала» приняла участие в разработке стратегического проекта «Екатеринбург – туристический центр, где встречается Европа и Азия».

Задачи проекта:

- Повышение информированности о городе как месте для туризма и создание соответствующей инфраструктуры.
- Обеспечение соответствия уровня предоставляемых услуг и ценовой политики.

В данном проекте закладывается идея повышения имиджа Екатеринбурга как цели путешествия, в т.ч. через местоположение на границе Европы-Азии. Была выдвинута идея, согласно которой основной подход к увеличению потока гостей и активизации внутреннего городского туризма в Екатеринбурге является формирование устойчивого восприятия города как уникального места на карте России, которое нужно посетить специально, в том числе, чтобы увидеть, где «встречаются» Европа и Азия.

Важным проектом Информационно-туристической службы стал проект «Карта гостя».

В целях реализации стратегического проекта, программы развития въездного и внутреннего туризма и введения в нашем городе международных стандартов обслуживания туристов, было принято решение о реализации службы поддержки гостя.

Главными задачами службы поддержки гостя являются:

- продвижение города на внутреннем и международном туристических рынках с помощью реализации новых продуктов на рынке туризма;
- привлечение новых гостей путем создания предложений с ориентацией на определенные целевые группы и создания для них системы скидок и привилегий.

«Карта гостя» призвана облегчить пребывание на территории города иностранным туристам. Она является одним из наиболее широко используемых в мировой практике средств привлечения туристов путем предоставления различного рода скидок и льгот при размещении, предоставлении питания, экскурсионного и культурного обслуживания. «Карта гостя» может быть включена в стоимость туристической путевки. Возможна реализация карты в аэропорту, на железнодорожном вокзале, в экскурсионном автобусе партнеров-турфирм или в самой информационно-туристической службе.

Основные услуги, которые планируется предоставлять по карте гостя:

- Бесплатное пользование городским общественным транспортом или частными туристическими автобусами (шатлами) в пределах города в течение всего периода действия карты.
- Скидка при посещении различных достопримечательностей (музеи, выставки, галереи). С помощью карты турист может получить скидку со стоимости экскурсионных программ в размере от 25% до 50%, либо бесплатный вход во многие объекты показа.
- Широкая система скидок во многих ресторанах, театрах, торговых сетях города и прочих местах, пользующихся популярностью среди туристов.
- Различные скидки для детей в возрасте от 4 до 12 лет.

Цена карты должна быть единой у всех посредников и распространителей карты. К каждой карте дополнительно выпускается информационная брошюра, в которой указаны все объекты, которые турист может посетить, и те услуги, которыми он может воспользоваться, как держатель

⁴ Докладная записка от МУ «Столицы Урала» заместителю Главы города В.В. Контееву от 7 февраля 2006 г. №11-05

карты – бесплатно или со скидкой. Аналогичные «Карты гостя» действуют в Стокгольме, Лондоне, Вене, Будапеште, Мадриде, Барселоне, других городах Европы. В России подобные программы действуют в Москве и Санкт-Петербурге.

Офис Информационно-туристической службы является местом проведения различных деловых встреч разного уровня, а также городских конкурсов. Важным звеном в этих мероприятиях является конкурс рекламно-сувенирной продукции «Наш Екатеринбург». Основная цель проекта – помочь производителю сориентироваться в особенностях екатеринбургского потребительского рынка, сделать сувенирную продукцию более привлекательной и доступной для потребителя.

Ассортимент сувенирной продукции, связанный с городской символикой, расширился за время проведения конкурса практически на 100%. Сейчас потребителю предлагается огромный спектр сувенирной продукции: начиная от традиционных для Урала изделий из поделочного камня и заканчивая оригинальными авторскими вещами.

Немаловажным проектом Информационно-туристической службы и МУ «Столица Урала» является издание журнала.

Ежеквартальный журнал «Столица Урала» занимает одно из приоритетных мест в информационной политике Администрации города и является эффективным маркетинговым инструментом для продвижения как Екатеринбурга в целом, так и конкретной компании в частности.

Журнал бесплатно распространяется на выставках, проходящих в Екатеринбурге, других крупных городах РФ и за рубежом. В лучших отелях, салонах, торговых и спортивных центрах и в офисах ведущих банков и операторов сотовой связи Екатеринбурга также можно найти издание.

Информационно-туристическая служба продвигает самые разнообразные проекты по развитию туристской привлекательности города Екатеринбурга.

На данный момент разработана трехмерная карта города. Работа над этим проектом началась в июле 2008 года и ведется совместными усилиями Администрации Екатеринбурга, МУ «Столица Урала» и ООО «Фьючер ГИС». «Фьючер ГИС» является самой подробной картой столицы Урала. На ней представлено свыше 65 тысяч зданий и сооружений. На карте можно увидеть достоверный трехмерный город, реалистично выглядящие улицы и здания столицы Урала, а так же деревья, небо и воду. Изображение города изменяется в соответствии с настоящим временем суток, меняющимся синхронно с системными часами. Также трехмерная карта предусматривает отражение основных метеозффектов (снег, дождь и ливень).

По словам координатора проекта, Антона Тарасенко, уникальность «Фьючер ГИС» в том, что она – первый проект в Екатеринбурге, совмещающий в себе справочную систему и настоящую трехмерную карту.⁵

Проекты, реализуемые ИТС, являются перспективными и крайне интересными как гостям, так и жителям города. Результаты проектных работ службы позволяют пользователям получать более четкую и ясную информацию, при этом затрачивая на ее поиски минимальное количество времени в условиях его катастрофического дефицита.

Одной из общих проблем на пути развития проектов является отсутствие единых стандартов работы туристической инфраструктуры города. Одним из ярких примеров проявления этой проблемы служит использование технологий «off-line бронирования». Данная проблема не может быть решена без разработки единых стандартов автоматизации и работы как туристических агентств города, так и гостиниц.

Таким образом, перспективы развития ИТС как важного элемента инфраструктуры туристической деятельности города достаточно сильные.

Наряду с оказанием необходимых для гостей города услуг, как то: бронирование гостиничных номеров, экскурсионной программы, машин и оказание информационной поддержки, Информационно-туристическая служба в составе МУ «Столицы Урала» активно участвует в разработке и реализации проектов по развитию туристической привлекательности города Екатеринбурга.

⁵ Положение о карте гостя

При этом ИТС использует самые разнообразные инструменты, в том числе новейшие информационные технологии, которые соответствуют уровню столичных и европейских городов.

В заключение можно отметить, что на сегодняшний день Уральский регион является весьма привлекательным для туристов, как граждан Российской Федерации, так и иностранцев. Центром Уральского Федерального округа является город Екатеринбург, который входит в состав Свердловской области. Будучи развитым экономическим, промышленным, культурным и научным центром, Екатеринбург активно развивается, как туристический центр Уральского региона.

Город Екатеринбург является одним из ведущих городов Российской Федерации, представляя собой один из крупнейших в России индустриальных, финансовых, торговых и транспортных центров. Наличие в городе как гигантов тяжелой индустрии и крупных банковских структур, так и развитой сети малых и средних предприятий различных форм собственности определяет значительный деловой, коммерческий интерес предпринимательских кругов других регионов России, стран ближнего и дальнего Зарубежья к Екатеринбургу и к Уральскому региону в целом.

В связи с этим существует необходимость развития инфраструктуры туристической отрасли в городе для более комфортного пребывания гостей в Екатеринбурге.

Информационно-туристические центры становятся все более характерной и даже обязательной чертой крупного города, обладающего туристической привлекательностью. Этот инновационный элемент инфраструктуры туризма органично входит в общую и привычную для гостей систему гостеприимства.

ИТС г. Екатеринбурга занимает активную позицию по работе в области развития туризма в столице Урала, предлагая различные пути реализации туристической привлекательности города и принимая участие в проектах по продвижению города, как туристического продукта.

О реализации компанией «Славянская Групп» совместно с Администрацией города Тобольска проекта «Тобольск – город конференций и массовых мероприятий»

Э.Н. Туканова,

директор по связям с общественностью
ОАО «Гостиница «Славянская» г. Тобольск

В результате реализации областной программы по созданию туристского центра Западной Сибири на базе историко-культурного наследия Тобольска была сформирована туристская инфраструктура, ориентированная в своей основе на массовый культурно-познавательный туризм. Гостевой поток в Тобольск увеличился, но в недостаточной степени, чтобы удовлетворить возросшее предложение со стороны городских турфирм и средств размещения и тем самым окупить в запланированные сроки вложенные в инфраструктуру средства. Существующая в настоящее время система формирования гостевого потока в Тобольск базируется на организованных туристских группах, главной целью которых является осмотр историко-культурного наследия Тобольска.

В подобных ситуациях рекомендуется пересмотреть стратегию поведения на рынке в сторону концентрации средств и маркетинговых усилий на узких сегментах рынка.

В качестве одного из таких сегментов туристского рынка мы обратили внимание на сегмент MICE-услуг: Meetings – организация деловых встреч, Incentives – организация поощрительных туров для сотрудников, партнеров, клиентов, Conferences – организация конгрессов, конференций, совещаний и семинаров, Exhibitions – организация участия в выставках.

Эти четыре узких и самостоятельных направления (к которым можно добавить еще одно направление – Events – организация корпоративных мероприятий) послужили прекрасной возможностью для туроператоров диверсифицировать свою деятельность в современных условиях и дополнительно позиционироваться как «Destination Management Companies (DMC)» – туроператоры по приему, специализирующиеся в подготовке и проведении различных встреч и мероприятий для деловых людей и корпоративных клиентов.

Система работы в рыночной нише MICE-услуг предусматривает инновационную составляющую, суть которой заключается в формировании потока гостевых групп в Тобольск, целью которых, в первую очередь, является проведение запланированных деловых мероприятий, а во вторую очередь, в качестве культурной досуговой программы, – осмотр достопримечательностей и памятных мест в городе и его окрестностях.

Анализ возможностей развития индустрии встреч в Тюменской области показал, что сильными сторонами и преимуществами региона являются:

- Тюмень – столица крупного нефтегазодобывающего региона: концентрация административных и финансовых структур;
- Высокий научный потенциал, что имеет весомое значение при выборе места проведения встреч международных ассоциаций;
- Высокий уровень развития банковского сектора и сектора страховых услуг, что важно для развития делового сотрудничества, в том числе зарубежными партнерами;
- Развитие выставочной деятельности, выделение приоритетных направлений ее развития, развитие выставочной инфраструктуры;
- Строительство специализированных конгрессных площадок в регионе (Тюменский Технопарк, реконструкция ДК «Синтез» в Тобольске и др).

Реализация различных стратегических проектов, затрагивающих, в том числе, развитие инфраструктуры конгрессной деятельности – возросший интерес к проблемам делового и конгрессного туризма в регионе.

По цели приезда туристов в Тюменскую область их можно разделить следующим образом: 55% – деловой и профессиональный туризм; 23% – туризм досуга и отдыха; 16% – оздоровительный туризм. Рассматривая возможности развития делового туризма в Тобольске, отмечу, что город в данном сегменте в большей степени выполняет функцию необходимого дополнительного ресурса с мощной духовно-исторической составляющей.

Около 60% туристов, останавливающихся в отеле «Славянская» в Тобольске за последние 5 лет – деловые туристы. Деловые люди и крупные предприятия выбирают отель «Славянская» в связи с созданной там разнообразной инфраструктурой.

Популярность проведения деловых мероприятий в Тобольске действительно растет. Туристическая отрасль и отельный бизнес развиваются динамично и работают прибыльно, ведь деловой туризм – один из основных китов туристической индустрии.

В предлагаемом к рассмотрению сегменте рынка, г. Тобольск является достаточно привлекательным и конкурентоспособным объектом для корпоративных покупателей MICE-услуг:

1. Тобольск – небольшой тихий город, расположенный на живописном обрывистом берегу Иртыша, в стороне от крупных шумных мегаполисов, располагает к положительной смене жизненного ритма. Здесь располагается единственный каменный Кремль в Сибири. Тобольск – родина многих известных исторических личностей (Д.И. Менделеев, А.А. Алябьев, П.П. Ершов, А.Абдулов и мн. др.)
2. Транспортная схема базируется на федеральной автомобильной трассе Тюмень – Ханты-Мансийск. Автобусный трансфер из Тюмени в Тобольск (250 км) не столь утомителен, т.к. предусматривает промежуточную остановку в селе Покровское с целью посещения дома-музея Григория Распутина.
3. Тобольск обладает достаточно развитой инфраструктурой и имеет богатый опыт в проведении конференций как государственного, так и корпоративного масштаба, а также известен всероссийскими культурно-массовыми и спортивными мероприятиями.
4. Дворец Наместника, расположенный на территории Тобольского государственного историко-архитектурного музея-заповедника, имеет достаточное количество экспозиционных площадей и два конференц-зала, чтобы успешно проводить на их базе общеобразовательные и специализированные выставки, конференции и семинары.
5. Конгресс- и бизнес-ресурсы, а также туристские, культурно-познавательные и рекреационные ресурсы города и его окрестностей, находятся в шаговой доступности.
6. Туристский комплекс «Абалак», расположенный в Абалакском ландшафтном заповеднике, прекрасно подходит для активного корпоративного и семейного отдыха, а также для проведения масштабных культурно-развлекательных мероприятий за чертой города Тобольска.
7. Тобольск – многонациональный и многоконфессиональный город.

В феврале 2010 года по инициативе туроператора по внутреннему и въездному туризму «ЕВРОСЕЗОН» – одного из объектов холдинга «Славянская Групп» был разработан проект «Тобольск – город конференций и массовых мероприятий», получивший поддержку со стороны Администрации города Тобольска.

Лидирующую позицию в предоставлении MICE – услуг в Тобольске занимают объекты инфраструктуры туризма, принадлежащие холдингу «Славянская Групп».

Управляющая компания «Славянская Групп» успешно работает в туристско-рекреационном сегменте бизнеса России. Под управлением компании динамично развиваются объекты инфраструктуры туризма, в числе которых: Отель «Славянская»**** (Тюменская область, г. Тобольск), Radisson SAS DON HOTEL **** (г. Ростов-на-Дону), туристский комплекс «Абалак» (Тюменская область, с. Абалак), туроператор по внутреннему и въездному туризму «ЕВРОСЕЗОН» (Тюменская область, г. Тобольск), а также рекреационные объекты ближнего и дальнего зарубежья (Крым, Украина, Финляндия). В планах деятельности холдинга – управление отелями с последующим их выкупом в городе Москва.

С целью продвижения услуг холдинг «Славянская Групп» участвует в туристических выставках («Интурмаркет», «ОТДЫХ-Leisure», WTM, ITB), презентация турпродукта в России и за рубежом (Москва, Санкт-Петербург, Мюнхен, Лондон и др.), пресс-конференциях и пресс-турах.

Так, на V Международной туристской выставке «Интурмаркет-2010» стенд Бизнес-отеля «Славянская» под брендом «Тобольск – город конгрессов и конференций» посетили и оставили свои контактные данные с намерением о сотрудничестве около 3000 чел. Впервые отель «Славянская» выступил на выставке с масштабной рекламой проекта: состоялась презентация проекта для СМИ и участников выставки, использованы дополнительные ресурсы рекламы на выставке: наружная реклама, реклама в каталоге, прокат аудио и видео-роликов.

Кроме того, в марте этого года, реализуя стратегию выхода холдинга Славянская Групп на международный рынок, был приобретен отель Йоутсенранта (Финляндия). Отель находится на берегу озера Большая Сайма, посреди красивейших ландшафтов Южной Карелии на расстоянии 240 км от Санкт-Петербурга. Он известен тем, что в нем проходили видеосъемки фильма «Особенности национальной рыбалки». Во время рабочего визита в Финляндию по приглашению мэра города Лаппеенранта Сеппо Миеттинена президент и генеральный директор холдинга Славянская Групп Игорь Вашуркин и Владимир Кидло провели презентацию Тюменского региона, города Тобольска, туркомплекса Абалак, гостиницы Славянская и других объектов компании. Особый интерес у мэра города и его сотрудников вызвал уникальный туркомплекс Абалак. С их стороны поступило предложение о создании подобного деревянного чуда в Финляндии.

Краткая характеристика объектов, находящихся под управлением компанией в Тюменской области (г. Тобольск):

Отель «Славянская» ***** (Тюменская область, г.Тобольск)

«Славянская» – первый пятизвездный отель в Сибири – находится в самом центре современной части города Тобольска.

Отель является опорой инфраструктуры туризма в Тюменском регионе, объединяя традиции гостеприимства и высокие современные технологии отельного бизнеса. Отель готов принять более 300 человек одновременно. К услугам организаторов и участников семинаров и конференций администрация отеля «Славянская» предлагает ресторанные услуги, базу размещения, экскурсионное обслуживание.

Инфраструктура отеля включает: 184 номера от «Стандарта» до «Люкс» (237 мест), рестораны «Анастасия» – 180 мест и «Романов» – 80 мест, кафе «Мария» – 25 мест и бар «Березовый» с бильярдными залами, развлекательный ночной клуб «Распутин» и фитнес-центр с двумя саунами, бассейном и теннисными кортами, современный конференц-зал – 60 мест и бизнес – центр, зал для переговоров «Golden hall» – 40 мест и лобби-бар «Александра». Его концепция, сочетающая современные технологии гостеприимства и историческое наследие региона располагает к проведению корпоративных мероприятий, комфортабельному отдыху в сочетании с прикосновением к истории России.

11-15 мая 2010 года на базе отеля «Славянская» в Тобольске состоялись мероприятия в рамках Урало-Сибирской зональной спартакиады, организованной ООО «Северрегионгаз». Все объекты холдинга «Славянская Групп» в Тобольске – отель «Славянская», туристский комплекс «Абалак» и туристская фирма «ЕВРОСЕЗОН» были востребованы и задействованы для размещения, питания и организации культурно-развлекательных мероприятий участников спартакиады – более 250 спортсменов.

В 2008 году компания учредила газету «Вестник гостеприимства», предназначенную обеспечить туристов достоверной, оперативной и актуальной информацией о туристической инфраструктуре Тюменской области, о важнейших мероприятиях в туристической сфере.

Газета «Вестник гостеприимства» – единственное издание в регионе, освещающее вопросы туризма и гостеприимства.

Постоянными читателями туристического вестника являются клиенты компании, туристические фирмы, руководители крупных предприятий, а также должностные лица регионального и федерального масштаба.

С 2009 года издание «Вестник гостеприимства» приобрело Федеральный статус.

С 2008 года под управлением компании начала работу типография – «Славянский печатный дом», которая завоевала уважение и доверие своих клиентов и заняла достойное место на рынке полиграфических услуг Тюменского региона.

С целью приобщения и знакомства туристов с национальной сибирской культурой в гостинице «Славянская» был открыт собственный музей косторезного мастерства. В нем находятся лучшие работы тобольских мастеров, обладающие художественной ценностью.

Состоявшееся в марте 2008 года заседание Президиума Госсовета России под руководством Президента РФ Дмитрия Медведева является подтверждением уровня приема и обслуживания мероприятий федерального значения.

По итогам 2008 года, подведенных независимыми экспертами журнала «Афиша – мир» (холдинг «Профмедиа»), отель «Славянская» был включен в число пятидесяти лучших отелей России.

Отель «Славянская» – победитель в номинации «Содействие развитию туристского рынка Тюменской области», в конкурсе «Лучшая организация туристской индустрии в Тюменской области-2008».

А в 2009 году отель получил высшую награду в сфере туризма в России – диплом Национальной туристской Премии им. Юрия Сенкевича «Лучшая гостиница в категории 5 звезд».

На сегодняшний день гостиница «Славянская» – одно из больших, динамично развивающихся предприятий Тюменской области, обеспечивающее рабочими гостями более 300-х человек.

Под руководством компании отель обеспечивает своим гостям высочайший уровень сервиса и комфорта.

Туристский комплекс «Абалак» (Тюменская область, с. Абалак).

С 2008 года под руководством компании ведется строительство туристского комплекса «Абалак». Он находится в 20 минутах езды от Тобольска, на высоком берегу реки Иртыш в селе рядом со Свято-Знаменским мужским монастырем, прославленными природной красотой, богатой историей и чудотворной иконой Божьей Матери «Знамение».

Туристский комплекс «Абалак» представляет собой рубленую деревянную русскую крепость XVI века, возведенную из кедра по старинным технологиям. Русский колорит и атмосферу старины создают необычная эксклюзивная мебель и декор. Гостей обслуживает персонал в национальной одежде.

На территории туркомплекса функционируют трактир «Белая Сова» (на 60 мест), пивбар «Рыба-Кит» (40 мест), поляна сказок, Избушка на курьих ножках, детское кафе «Змей Горыныч».

В 2008 году проект «Абалак» был признан лучшим туристским проектом в России и удостоился Диплома Национальной премии имени Юрия Сенкевича.

При поддержке губернатора Тюменской области Владимира Якушева идет процесс объединения туркомплекса «Абалак» и комплекса Сибирское подворье, строительство которого осуществляет Правительство Тюменской области. Совместная реализация данного проекта станет одним из лучших примеров частно – государственного партнерства в Российской Федерации. Туркомплекс «Абалак» рассчитан на посетителей самого разного возраста, поэтому он приобрел статус одного из лучших мест в регионе для семейного отдыха. «Абалак» становится популярным и у корпоративных клиентов. В перспективе развития комплекса – проведение корпоративных мероприятий, связанных с активным отдыхом и командообразованием в игре – так называемый «team building».

«Абалак» стал местом проведения культурно-массовых и событийных мероприятий регионального и федерального значения, собирающих на территории комплекса до 3500 тысяч человек одновременно.

В июле в Абалаке уже во второй раз пройдет Всероссийский фестиваль военно – исторической реконструкции «Абалакское поле». В 2009 году он объединил клубы исторической реконструкции из Екатеринбурга, Омска, Тобольска, Тюмени, Ханты-Мансийска и других городов. На территории туристского комплекса и в окрестностях собралось до тысячи человек, всего «Абалакское поле» посетили несколько тысяч гостей. Они смогли увидеть турниры по стрельбе из лука, метанию сулиц, топоров, показательные выступления клубов, побывать на ярмарке ремесленников, где были представлены изделия мастеров из Тобольска, Екатеринбурга, Омска, Ханты-Мансийска, Сургута, Тюмени.

Гостей привлекают не только национальный колорит и самобытность праздников. Высокие стандарты качества обслуживания туристов, соблюдаемые на всех объектах компании «Славянская Групп» являются визитной карточкой мероприятий.

Туроператор по внутреннему и въездному туризму «ЕВРОСЕЗОН» (Тюменская область, г. Тобольск).

С 2005 года работает турфирма «Евросезон», которая предоставляет полный комплекс туристских услуг, от организации корпоративных мероприятий и проведения конгрессов, семинаров и конференций до индивидуальных и коллективных экскурсионных маршрутов.

Это уникальный пример в турбизнесе региона, так как ни один туроператор по внутреннему и въездному туризму в регионе не занимается исключительно приемом.

В турфирме «Евросезон» работает квалифицированный штат менеджеров, экскурсоводов, переводчиков и специалистов, чей высокий уровень позволяет обеспечивать полный пакет предложений для зарубежных и российских туристов. «ЕВРОСЕЗОН» готов предоставить транспортные услуги своим клиентам – автопарк компании включает микроавтобус VIP-класса «Мерседес» на 19 мест, микроавтобусы туристического класса «Тойота» и «Хундай». Компанией «ЕВРОСЕЗОН» разработаны и активно используются около 15 туристических маршрутов по югу Тюменской области.

Партнерами компании «Евросезон» являются ведущие турфирмы России и мира.

В 2008 году она вошла в рейтинг лучших туристических фирм региона, занимающихся въездным и внутренним туризмом.

В 2010 году руководством компании планируется расширение деятельности фирмы за счет создания представительств на базе отелей в Москве, Ростове-на-Дону, Финляндии.

«ЕВРОСЕЗОН» является инициатором проекта по развитию МICE-туризма в Тобольске. Представители компании знакомили с достопримечательностями региона многих именитых гостей, среди которых Владимир Путин, Сергей Миронов, Сергей Собянин и многие другие. Большинство туристов, прибывающих в Тобольск и Тюменскую область через Евросезон – корпоративные клиенты. За 5 лет активной работы турфирмой «ЕВРОСЕЗОН» было обслужено более 15000 туристов, среди которых представители: Правительства Российской Федерации, Правительства Тюменской области, Правительства ХМАО, ОАО «Газпром», ОАО АКБ «Росбанк», Западно-Сибирского филиала АК Сбербанка Российской Федерации, фармацевтической компании «АстраЗенек», Тюменского Юридического института МВД РФ, Тюменского кадрового центра «Президент», известные политические и общественные деятели, звезды масс-медиа и шоу-бизнеса.

Итак, ресурсы нашего холдинга способны удовлетворить потребности корпоративных клиентов, формируя различные предложения. Гибкая ценовая политика и контроль качества предоставления услуг – основная политика администрации отеля в работе с клиентом.

Развитие делового туризма и МICE-индустрии в Тюменском регионе и в Тобольске в частности рисует положительные перспективы для развития культурно-познавательного туризма и индустрии гостеприимства в целом. Однако такое развитие не должно сводиться к тенденции строительства удобных бизнес-отелей. Помимо гостиниц существует необходимость в развитии других секторов туристической инфраструктуры региона. Речь идет о конгресс-центрах, выставочных залах, службах, отвечающих за транспортировку бизнес-туристов и корпоративных клиентов.

Круглый стол «Развитие этнографического туризма в Российской Федерации»

Ресурсы этнографического и паломнического туризма в Свердловской области

М.Ю.Нечаева,

доцент ГОУ ВПО Уральский государственный
лесотехнический университет, г. Екатеринбург

Свердловская область, как и остальные регионы России, отличается полиэтничностью, и уже это обстоятельство делает актуальным развитие этнографического туризма, способствующего, как известно, толерантности и обогащающего культуру всех народов. Однако формы представления и использования объектов этнографического туризма могут быть различными и в разной степени способствовать показу этнического своеобразия региона.

Большинство старожильского населения области – русские, многочисленны татары, представлены и другие национальности, в частности, башкиры и марийцы, сохранившие свои национальные поселения.

Однако особенности колониационного процесса в регионе обусловили специфику размещения таких национальных поселений: если русские встречаются на всей территории области, то татарские, марийские, башкирские национальные поселения сохранились в южной и юго-западной части области.

Музеефикация подлинных этнографических объектов весьма неравномерна. Русская культура представлена тремя специализированными музеями, имеющими многолетнюю историю существования и опыт работы. Два из них ориентированы на крестьянскую культуру: музей истории земледелия и быта крестьян в селе Коптелово и Нижнесинячихинский музей-заповедник деревянного зодчества и народного искусства (оба находятся в Алапаевском районе, недалеко друг от друга). Третий музей представляет традиционную культуру горнозаводского населения Урала – Музей быта и ремесел горнозаводского населения (филиал Нижнетагильского краеведческого музея).

Татарская, башкирская, марийская культура представлена в экспозициях школьных музеев и домов культуры в сохранившихся национальных поселениях юга Свердловской области. Сотрудники этих музеев и домов культуры – энтузиасты своего дела, но в силу отдаленности от крупных городов, где сосредоточены турагентства и турфирмы, и неопытности в музейно-экскурсионном деле, не могут включиться в сферу туристической индустрии, и данные ресурсы этнографического туризма остаются практически неосвоенными.

Бесспорно, эти музеи имеют возможность в перспективе стать не менее «раскрученными» туристическими центрами, чем Коптелово, Нижняя Синячиха, Нижний Тагил, которые тоже начинали когда-то с инициативы местных энтузиастов, но для достижения такой цели нуждаются в организационном содействии со стороны администрации разного уровня и турфирм региона, поскольку собственным кадровым потенциалом не обладают.

Политика в сфере туризма в регионе определяется принятой областной Концепцией развития внутреннего и въездного туризма на 2008-2015 гг. Концепция содержит анализ имеющихся туристических ресурсов, их кластеризацию, а также намечает основные направления развития сферы туризма со стороны госструктур. Эти направления сводятся в основном к развитию инфраструктуры туризма.

Термин «этнографический туризм» в данной концепции не встречается, используется только близкий по смыслу «сельский туризм», трактуемый как «туризм, связанный с отдыхом в сельской местности, размещением в гостевых домах, возможностью знакомства с традиционным сельским бытом, ремеслами и природой (особенно популярен для маршрутов выходного дня)».

Основные туристские продукты Свердловской области, по мнению авторов концепции, «должны формироваться в сфере бизнес-туризма, конгрессно-выставочной деятельности, развлечений, спорта и активного отдыха», а «туристские продукты в сфере культурно-познавательного, паломнического, сельского, индустриального и минералогического туризма могут с успехом развиваться в Свердловской области в качестве дополнительных видов туризма». Из 8 выделяемых в концепции кластеров только в одном – «Серебряное кольцо Урала», охватывающем Восточный (с центром в Ирбите), Горнозаводской (с центром в Нижнем Тагиле) и Северный (с центром в Краснотурьинске) управленческие округа и Режевской городской округ, эти виды туризма считаются основными. Напомним, что на данных территориях находятся именно русские национальные поселения, таким образом, концепция закрепляет неравномерность представления национальных культур в туризме региона, а не корректирует ее.

Основные инвестиционные проекты по развитию сельского туризма планируются в сфере развития сети гостевых домов и мини-гостиниц, а также центров народных промыслов и ремесел вблизи музейных комплексов, достопримечательностей и объектов экскурсионного показа.

Бесспорно, развитие туристской инфраструктуры в значительной степени определяет состояние туризма в любом регионе, но еще не создает турпродукт.

Построение областной концепции на территориально-тематической кластеризации имеет целью в значительной степени переложить ее реализацию на местные (окружные и городские) власти и частный бизнес. При этом вряд ли стоит ожидать, что отдельные виды туризма получат систематическое развитие в рамках региона.

Этнографический туризм, несомненно, требует именно такой системной проработки, с учетом не только инфраструктурной составляющей, но и содержательной.

Инициативы последних лет в сфере этнографического туризма в Свердловской области следуют в русле принятой концепции.

Активно появляются сельские гостевые дома, которые, скорее, построены на концепции родового поместья, предполагающей жизнь семьи в гармонии с природой и «возрождение исконных народных обрядов, праздников и ремесел», зачастую трактуемых достаточно произвольно, в духе сказочного Лукоморья¹, что еще не делает их этнографическим объектом.

Исходя из нынешних экономических условий, сделавших наиболее популярными недорогие, а посему и близкие турпредложения, широкое распространение получило создание «игрушечных деревень» для «туриста 1 дня» – искусственно создаваемых культурных комплексов из типичных национальных построек вблизи крупных областных центров. На Урале первый такой проект был реализован в Оренбурге, получил популярность и поддержку со стороны властей (хорошей рекламой проекта стало посещение Национальной деревни в Оренбурге 11 сентября 2009 г. Президентом России Дмитрием Медведевым и Президентом Казахстана Нурсултаном Назарбаевым).

В сентябре 2009 г. был презентован проект культурно-туристического комплекса «Этническая деревня ремесленников Урала», который предполагается возвести в ближайших окрестностях Екатеринбурга по пути в аэропорт «Кольцово». В него должны войти башкирская юрта, марийское и татарское подворье, мансийский чум, хата белорусских и украинских самоходов, русская изба и даже центральноазиатское подворье.

Проект является явно коммерческим. Он был разработан еще несколько лет тому назад, и получил поддержку областных властей. Предполагается, что вся территория «этнической деревни» будет разделена на две зоны – «жилую», где действительно будут жить участники проекта в домах, воспроизводящих национальные традиции архитектуры, и «туристическую», где будут представлены комплексы «национальных деревень» – своеобразные сочетания этнографического музея и экшн-программ, в которых люди в национальных костюмах будут знакомить посетителей с традициями, обрядами, ремеслами и национальной кухней. Там же будет «ремесленная слобода», в которой разместятся действующие мастерские местных мастеров, работающих в русле народных промыслов.

Некоторые детали проекта, уже обнародованные в прессе, ярко рисуют всю искусственность этой деревни. Вряд ли естественно в уральском пейзаже будет смотреться, например, центральноазиатское подворье: «целый ансамбль зданий, например, в виде красивой древней крепости, внутри которой разместить хамам (восточную баню), ресторан с кухней Центральной Азии, где можно будет отведать плов, самсу, манты. Благо, в представлении россиян и кулинарные, и архитектурные традиции стран региона неразрывно связаны».

В проекте участвуют национальные диаспоры и общины Екатеринбурга, Центр содействия национально-культурным объединениям при Уральском государственном горном университете. Для строительства «этнодеревни» уже взят в аренду на 49 лет земельный участок площадью 20 гектаров в лесопарке у «кольцовской» трассы близ карьера, превращенного в озеро. Предполагается, что каждая этническая община представит проект своего подворья и выделит деньги на его строительство, а со временем построенные подворья будут оформлены в собственность каждого национально-культурного объединения, а сам парк – в общедолевую собственность.

Турбизнес уже проявляет интерес к проекту. «Турист 1 дня» в условиях экономического кризиса – немаловажная часть клиентской базы. И хотя такая деревня не будет иметь никакой исторической ценности, как не имеет его, например, и недавно возведенный комплекс «на границе Европы и Азии», не находящийся на географической границе, при грамотном составлении экскурсионно-анимационных программ на базе этого комплекса, такой турпродукт будет востребован наименее подготовленной (но наиболее массовой) частью клиентов, для которых подлинность этнографических объектов ценностью не является.

Сожаление вызывает лишь то обстоятельство, что подобные проекты отвлекают внимание и средства от поддержки аутентичных истории и культуре региона этнических комплексов, которые весьма нуждаются в поддержке. Существующие музеи предоставлены на саморазвитие, и в условиях недостатка финансовых средств и кадров не предлагают новых, более обширных и современных экскурсионно-анимационных программ. И даже гостевые дома возникают не возле них, а в других местах, не становясь, тем самым, средством продвижения в туризме существующих музейных комплексов.

Если исходить из тезиса о том, что адекватный туризм невозможен без показа этнического своеобразия региона, то турпродукты, показывающие это своеобразие, должны разрабатываться самостоятельно, с опорой на подлинное национальные поселения коренных народов и старожильческого населения, хотя, естественно, с учетом существующей инфраструктуры и экономики. Вряд ли сколько-нибудь искушенного туриста заинтересуют многочисленные искусственные этнодеревни, которые, похоже, скоро возникнут в каждой области, и везде будут создаваться по принципу «Этнической деревни ремесленников Урала».

Для Свердловской области перспективным представляется проектирование туристических комплексов, представляющих культуру коренных народов и старожильческого населения (татар, башкир, марийцев, старообрядцев), в сохранившихся национальных поселениях юга и юго-запада Свердловской области, которые расположены на расстоянии не более 300 км от Екатеринбурга (желательно меньше), что делает их доступными при однодневном посещении. Эти комплексы содержательно дополнили бы имеющиеся в Коптелово и Нижней Синячихе, и у турфирм появились бы возможность предлагать клиентам целые программы, знакомящие с культурой разных народов во время нескольких однодневных поездок. Такой своеобразный «этнографический абонемент» позволил бы туристам сравнивать культуру разных народов, а сами сотрудники этих культурных комплексов перенимали бы друг у друга наиболее перспективные формы турпредложений.

Именно возле таких этнографических комплексов должны планомерно создаваться и гостевые дома, выполненные в национальном колорите этих народов, которые дадут возможность предлагать туристам многодневные туры с расширенной фольклорной, анимационной программой, дающей больший эффект погружения в этническую культуру. Именно такие программы могли бы привлечь и иностранных туристов, которые вряд ли придут на Урал, чтобы специально посмотреть «Этнодеревню ремесленников» – такое можно увидеть и в других регионах.

¹ <http://ladnoe-zelenchuk.ringingcedarsofrussia.org/otvety.php>

Если же говорить о содействии со стороны областного правительства таким проектам, то следовало бы направить усилия на разработку систематизации имеющихся культурных этнографических ландшафтов области, музейфикации в национальных поселениях южных и юго-западных районов области. На основе этих проектов должна быть выстроена отдельная концепция развития этнокультурного туризма в области, адекватно показывающего историческую полиэтничность региона и предусматривавшую наиболее способствующую его развитию туристскую инфраструктуру.

В сфере паломнического туризма тоже в полной мере отражается современная культура – религиозная.

Свердловская область действительно обладает существенным комплексом религиозных достопримечательностей: в самом Екатеринбурге и его ближайших окрестностях находятся чтимые святыни, связанные с последними днями святых царственных страстотерпцев – Храма-на-крови на месте Ипатьевского дома, Ганина яма и Поросенков Лог; в городе 2 монастыря, много возрожденных православных храмов, храмы других христианских конфессий, несколько мечетей, в том числе одна из крупнейших в России в Верхней Пышме. Немало религиозных достопримечательностей и по области – Напольная школа и монастырь на месте казни святой великомученицы Елисаветы под Алапаевском; комплекс Верхотурья и др.

Религиозные достопримечательности уже прочно вошли в различного рода одно- и двухдневные маршруты по области, известны турфирмам и паломническим отделам соседних регионов. И хотя большинство групп, ездящих по этим маршрутам, лишь условно может быть названа паломниками, данное направление в туризме имеет вполне определенную нишу. В областной Концепции развития внутреннего и въездного туризма на 2008-2015 гг. имеющиеся туристские ресурсы в этой сфере (вместе с культурно-познавательным туризмом) оценены на «удовлетворительно», а «потенциал» данного вида туристской деятельности – как «достаточный». Поскольку религиозные достопримечательности уже являются действующими храмами, их дальнейшее поддержание и представление в виде турпродукта считается сферой деятельности церквей, и Концепция особых предложений относительно них не содержит.

Между тем надо признать, что в церковных и близких к ним кругах рождаются порой не вполне адекватные самому смыслу паломничества проекты. Так, несколько лет назад был озвучен проект создания гостевых домов (в достаточно элитном исполнении) по маршрутам, связанным с романовскими местами. Недавно стало известно о проекте «Тропы святого Симеона», который мыслится как современная автотрасса от Екатеринбурга до Меркушино и Верхотурья через Алапаевск, с сопутствующими туркомплексами в русском национальном духе. Инициаторов проекта не смущает ни то обстоятельство, что Симеонова тропа пролегла иначе, ни то обстоятельство, что паломническому маршруту по исторической адекватной тропе Симеона более престоало бы не современное, а исконное – паломническое – пешее прохождение. Данный проект как нельзя лучше отражает современное поверхностное восприятие паломничества большинством современных – весьма поверхностно воцерковленных – верующих. В предлагаемом варианте Симеонова тропа превращается в лубок исторического паломнического маршрута.

Более адекватной местной религиозной истории и культуре была бы разработка комплекса коротких экскурсий по храмам небольших городов, сел и деревень, ориентированных на жителей самих этих селений, возрождающих трепетное отношение к родным местам, причающая хранить и восстанавливать то наследие, которое мы имеем. Особо актуальны были бы такие экскурсии для детей и подростков. Имеющийся на сегодня комплекс турпредложений по религиозным достопримечательностям в основном рассчитан на жителей областного и некоторых районных центров области.

В целом, можно отметить, что имеющиеся этнические и религиозные ресурсы развития туризма в Свердловской области могли бы значительно шире быть представлены на уровне турпродуктов, стать значимой основой брендинга области в различном масштабе – региональном (урало-сибирском), федеральном, мировом, но для этого требуется особая концептуальная проработка данного вопроса на областном уровне.

Опыт Елабужского государственного музея-заповедника в решении вопросов охраны культурного наследия и развития различных видов туризма в Елабуге

Т.И. Агишина,

Заместитель генерального директора Елабужского государственного музея-заповедника по развитию

Елабуга – небольшой старинный город, уютно расположившийся на берегу реки Камы в 200 км восточнее столицы Республики Татарстан, города Казани. Елабуга занимает выгодное географическое положение, расположившись на судоходной реке Кама, автотранспортной магистрали федерального значения, крупного железнодорожного транспортного узла в г. Набережные Челны и международного аэропорта «Бегишево». Население Елабуги составляет 70 тыс. человек, среди которых около 42% – татар, около 52% – русских, 6% – представителей других национальностей, территория города составляет 4108 га. Это город с богатейшей историей и перспективным будущим. В Прикамском регионе немного найдется городов, которые по своей притягательности могли бы сравниться с Елабугой. Наш город имеет свое неповторимое лицо, обладает уникальным историко-культурным наследием, своеобразной архитектурой. Уникальность Елабуги в том, что историческая его часть сохранилась в неизменном виде с середины XIX века.

Взаимодействие двух народов не могло не сказаться на блистательной архитектуре Елабуги, которая, как и многие другие города Татарстана, имела в прошлом неповторимый восточный колорит. Белокаменные классические фасады купеческого центра здесь прекрасно сочетались с яркой полихромной окраской, вычурным резным декором деревянных домов Татарской слободы.

На основе комплексных археологических исследований, исторических данных Президиум Академии наук Республики Татарстан 18 сентября 2003 г. принял решение считать научно обоснованным и доказанным, что Елабуга возникла на рубеже X-XI вв. н.э. и сформировалась как поселение городского типа к 1005-1010 гг. Выводы татарстанских ученых были подтверждены ведущими археологическими центрами России.

В 2007 году город торжественно отметил свое тысячелетие.

У нашего города есть как минимум две темы, которые позволяют нам осуществлять брендинг территории. С одной стороны – развитая промышленность, доминантой которой до недавнего времени был нефтяной сектор, а в последние годы – еще и Особая Экономическая Зона.

С другой стороны – богатейший историко-архитектурный, культурный, природный, и, соответственно, – туристический потенциал.

Сегодня мы можем с полной уверенностью говорить о прогрессе в деле привлечения туристов, о чем красноречиво свидетельствуют цифры:

2003 г.	2004 г.	2005 г.	2006 г.	2007 г.	2008 г.	2009 г.
23 300 чел.	29 500 ч.	41 000 ч.	58 100 ч.	83 600 ч.	87 000 ч.	115 500 ч.

Сегодня Елабуга, по оценкам экспертов и многочисленных гостей нашего города – это один из немногих городов России, сохранивших целостность исторической застройки.

Такое богатое наследие позволило позиционировать Елабугу как «город-музей под открытым небом».

За последние годы в городе отреставрировано более 160 памятников истории и культуры, реконструированы исторические кварталы и, тем самым, создан туристический центр старого города с пешеходной зоной.

На базе исторической части города был создан Елабужский государственный историко-архитектурный и художественный музей-заповедник, на попечении которого находится вся историческая часть города в 490 га и 195 объектами исторического и культурного наследия.

Елабужский государственный музей-заповедник – туроператор по приему в Елабуге туристов и входит в Единый Федеральный реестр туроператоров РФ. Основопологающим фактором получения статуса туроператора стала деятельность созданного первым в Республике Татарстан в 2004 году Туристско-информационного центра Елабужского государственного музея-заповедника. Сегодня можно говорить уже о больших успехах этого подразделения музея-заповедника как координирующего центра всей туристической отрасли в Елабуге.

В 2009 году Туристско-информационным центром было принято:

- около 900 заявок;
- 115500 туристов, в том числе 1500 иностранных;
- 152 теплохода;
- 1168 автобусов и других транспортных средств.

Сегодня Туристско-информационный центр имеет отдельное помещение, оснащенное современной оргтехникой, позволяющее осуществлять полноценную работу по приему и обслуживанию туристов различных категорий.

Елабужским государственным музеем-заповедником установлено сотрудничество с 98 туристическими компаниями и 31 теплоходной турфирмой из 64 городов Республики Татарстан и Российской Федерации.

Елабуга входит в Ассоциацию малых туристских городов России наряду с Суздалем, Угличем, Дмитровым, Мышкиным.

В городе уже сегодня имеется хорошая база для развития различных видов туризма – прежде всего, культурно-познавательного. В составе музея-заповедника 7 музеев, Выставочный зал, Художественная галерея, Художественный салон.

- Дом-музей И.И.Шишкина;
- Краеведческий комплекс, в составе которого музей истории города, живой уголок, интерактивные мастерские;
- Музей-театр Трактир;
- Музей-усадьба Н.А.Дуровой;
- Музей уездной медицины им.Бехтерева;
- Мемориальный комплекс М.И.Цветаевой;
- Литературный музей М.И.Цветаевой, Дом Памяти М.И.Цветаевой, Музей «Портомойня».

Вся эта база позволяет разрабатывать различные массовые мероприятия, интерактивные программы и разнообразные туры.

Большой поток туристов и гостей города всегда дают мероприятия, поэтому особую роль в деле развития туризма в городе мы уделяем развитию событийного туризма.

2008-й год – дан старт I-ой Всероссийской ярмарке в Елабуге, в которой приняли участие 160 мастеров декоративно-прикладного искусства из 27 городов России, и посетило ярмарку 25 тысяч человек.

2009 год можно считать годом прочного установления нового бренда города и нового вида событийного туризма – Всероссийской Спасской ярмарки.

В 2009 году ярмарка собрала уже 415 мастеров из 46 городов РФ и ее участниками стали 40 тысяч туристов, гостей города и елабужан. На ярмарку было привезено продукции на сумму 8,5 млн. рублей, реализовано на сумму 3,2 млн. рублей.

И сегодня мы можем смело говорить о прорыве в развитии событийного туризма в Елабуге.

Однако помимо ярмарки в городе организуются и другие не менее важные и популярные мероприятия, которые всегда находят свою аудиторию. Это:

- Фестиваль колокольного звона, проходящий в рамках Спасской ярмарки, и создающий особый ее настрой.
- Международные Цветаевские чтения, Дни Памяти М.И.Цветаевой и Цветаевские костры, год от года привлекающие все более многочисленную творческую публику.
- Фестиваль авторской песни «Вдохновение» – получивший в 2009 году новый формат, который, как мы надеемся, в дальнейшем составит конкуренцию Грузинскому фестивалю и станет новым брендом города.

- ежегодный Всероссийский симпозиум по современной живописи, по традиции собирающий художников из разных городов России.

Все эти мероприятия придают разнообразие турпродукту нашего города и создают дополнительную мотивацию для привлечения туристов.

Круизный туризм.

С 2003 года после 25-летнего перерыва Елабуга снова начала принимать круизные теплоходы. В 2003 г. это стало возможным благодаря тому, что глава администрации принял решение о закупке дебаркадера, который был установлен в пляжной зоне отдыха города. Музей-заповедник последовательно проводит тщательную подготовительную работу не только по привлечению круизных туристических компаний, но и созданию привлекательного туристского продукта. За эти годы мы обрели большое количество партнеров и получаем от туристов только восторженные отзывы.

Так, в 2003 г., в год так называемой «пробы пера», музей-заповедник принял 8 теплоходов и обслужил 1 тыс. туристов,

в 2004 г. – 36 теплоходов; в 2005 г. – 53 теплохода; в 2006 г. – 86 теплоходов, в 2007 г. – 114 теплоходов, в 2008 г. – 136 теплоходов, в 2009 г. – 152 теплохода.

Елабуга обладает возможностью организации спортивно-оздоровительного туризма. На сегодняшний день в городе действуют 3 спортивных комплекса,

- Ледовый дворец Ледовая арена 30х60 м. европейского уровня.
- Новый футбольный стадион, который расположился недалеко от Ледового дворца. Общая площадь стадиона 4 га. Футбольное поле европейского стандарта (110х85 м) с синтетическим голландским покрытием, толщиной в 5 см.
- Крытый Легкоатлетический манеж европейского уровня.
- Многофункциональный физкультурно-оздоровительный комплекс «Единая Россия».
- Современные спортивно-оздоровительные бассейны.

Экологический туризм

Продолжая говорить о задачах развития туризма в городе, я хочу остановиться на экологическом туризме.

Елабуга находится в окружении «шишкинских» лесов территории Национального парка «Нижняя Кама» с площадью 26,5 тысяч гектаров.

Обширная рекреационная зона, основу которой составляет расположенный здесь федеральный Национальный парк «Нижняя Кама» (площадью 26 тыс. га) с его знаменитыми «шишкинскими» лесами и пойменными лугами, придающими неповторимый колорит и привлекательность;

Национальный парк «Нижняя Кама», расположенный в нижнем течении реки Камы на северо-востоке Республики Татарстан объединяет уникальные природные комплексы лесных и пойменно-луговых сообществ.

7 экскурсионных маршрутов и экологических троп разработаны по уникальным природным комплексам парка, воспетым И.И.Шишкиным и представляющим богатый материал для исследователей.

Все большие обороты в России набирает сегодня этнический и сельский туризм. В Елабужском муниципальном районе расположены татарские, русские, марийские, удмуртские, кряшенские деревни, на базе которых разрабатываются этнографических маршруты.

С размещением на территории Елабуги особой экономической зоны и формированием имиджа города как территории инноваций в самых различных сферах все большее значение приобретает и деловой туризм. Необходимо сказать, что даже созданная Особая экономическая зона приобретает сегодня значение и как объект туристического показа.

Только за последние год-полтора Елабугу посетило более 200 бизнес-делегаций, общей численностью более 3 тысяч человек.

Историко-археологический музейный комплекс федерального значения «Елабужское городище» с памятником в честь 1000-летия Елабуги – эмиру Волжской Булгарии Ибрагиму I бен Мухаммату и «Лестницей тысячелетия» легли в основу бренда «1000-летья Елабуга», в рамках

которого разработаны и проводятся экскурсии по городу, реконструкции сражений булгарского периода, различные городские мероприятия.

Туристско-рекреационная зона – «Шишкинские пруды» – излюбленное место гуляний елабужан и гостей города.

Сохранность исторической части города с уникальными зданиями-памятниками, построенными известными в Елабуге купцами, позволили брендировать тему истории российского купечества и меценатства. В основу этого бренда легли как здания-памятники, в том числе и здание нынешнего педагогического университета, так и музей купечества, и конференции, посвященные развитию российского предпринимательства – Стахеевские чтения, и, по сути, сама благотворительная деятельность в городе, ставшая продолжением меценатской деятельности елабужских купцов-миллионеров.

В 2007 г. к 1000-летию Елабуги в нашем городе появилась удивительно красивая зона рекреации. В 2009 г. на сессии городского Совета туристско-рекреационная зона вокруг Елабужского городища – «Площадь 1000-летия», где находится памятник Ибрагиму I, яблоневый парк и ресторан.

Елабуга сегодня – один из перспективных туристических центров не только Республики Татарстан, но и России. Ежегодно тысячи восхищенных туристов покидают Елабугу с желанием возвращаться к нам вновь и вновь.

В Елабуге создана инфраструктура туризма, позволяющая принимать туристов на высоком уровне. Партнерское взаимодействие государственных структур, предприятий и частных лиц, работающих в сфере туризма на территории Елабужского муниципального района, позволяет многократно обогатить имеющийся потенциал и делает нас конкурентоспособными на рынке туристических услуг.

Разработанные нами 1, 2, 3-х дневные туры наконец-то начали пользоваться популярностью у туристических компаний из городов России: Москвы, Санкт-Петербурга, Казани, Кунгура, Челябинска, Перми, Уфы.

Особенность этих туров заключается в том, что туристы, приезжающие к нам из отдаленных уголков России, могут не только полностью осмотреть достопримечательности Елабуги, но и с комфортом отдохнуть, посетить развлекательные центры и спортивные объекты нашего города.

Результатом обширной деятельности по популяризации культурного наследия в Елабуге стала реклама. Мы активно занимаемся издательской деятельностью. Только за последние 6 лет было выпущено 65 наименований книг, буклетов, брошюр, наборов открыток и 9 фильмов, рассказывающих об истории и современном развитии Елабуги.

Фильмы о нашем городе снимали многие известные телеканалы России, такие как «Культура», «Россия», «Рашен трэвел Гайд», «Телепутешествия», «Бит 5 канал», «СТС» и многие другие.

В связи с этим, я хочу поблагодарить руководство нашего Федерального Агентства по туризму и его руководителя Ярочкина Анатолия Ивановича за всестороннюю поддержку в данном направлении.

С целью формирования на территории Елабуги и Елабужского района современной конкурентоспособной туристской отрасли в качестве одной из ведущих отраслей экономики разработана и принята Программа развития туризма в Елабужском муниципальном районе на 2010-2020 гг.

И сегодня с помощью инвесторов реализуются многие проекты по созданию туристической инфраструктуры. Елабужским муниципальным районом принято решение о создании многофункционального туристско-рекреационного комплекса «Берега Елабуги». Проект предполагает создание ряда объектов туристической инфраструктуры на территории 250 га прибрежной полосы рек Тойма и Кама на условиях государственно-частного партнерства. Проект мы внесли на рассмотрение в Министерство спорта, туризма и молодежной политики РФ с предложением включить его в Федеральную целевую программу «Развитие внутреннего и въездного туризма в России». Мы очень надеемся, что наш проект получит поддержку.

Прежде чем получить отдачу от туристического бизнеса, нужна государственная поддержка, нужны значительные финансовые вложения и нужно огромное желание и стремление сохранить и передать для будущих поколений то, что мы сегодня называем нашим культурным достоянием.

Перспективы музейного дела в Заводоуковском городском округе

Л. Н. Басов,
директор МУК Заводоуковский
краеведческий музей

Заводоуковский краеведческий музей очень молод – в прошлом году он отметил свое 20-летие. Для музея это не возраст. Тем более, что перспективы развития музейного дела в Заводоуковском городском округе весьма значительны.

Самая традиция музейного дела в нашем крае имеет давнюю историю. Первый общественный музей Заводоуковска появился более ста лет назад. В «Ежегоднике Тобольского музея» за 1894 год упоминается первый в Зауралье сельскохозяйственный музей при сельском двухклассном начальном училище. Его организатором был учитель Герман Яковлевич Назаров, бывший агрономический смотритель Пермского земства. Его инициатива была поддержана К.С. Колмаковым – уездным агрономом, председателем отдела Императорского Московского общества сельского хозяйства, заботившегося о сохранении и умножении опыта и традиций ведения сельского хозяйства в Сибири. Добрым словом отмечает деятельность Заводоуковского музея по распространению сельскохозяйственных сведений известный сибирский агроном Николай Лукич Скалозубов.

Интерес к региональному историческому опыту, востребованность локального знания оптимизируют влияние краеведения на все стороны жизни территорий, что ставит его в центр многих общественных процессов.

В настоящее время краеведение становится важным фактором образования и воспитания молодого поколения, подготовки специалистов, которым предстоит жить и работать на территории Заводоуковского городского округа. К тому же краеведение является эффективным общественным механизмом для защиты объектов культурного наследия конкретной территории.

Среди задач современного краеведческого музея наряду с основополагающей – сохранением историко-культурного наследия, все большую значимость приобретает вклад в социо-культурное развитие территории.

Главной целью краеведческой работы в Заводоуковском городском округе является вовлечение в музейное пространство, как широких слоев местного населения, организованных туристических групп, так и лиц, проходящих санаторно-курортное лечение в оздоровительных учреждениях округа. Огромное значение для привлечения в наш край отдыхающих имеет грамотная организация их досуга, включающая не только лечение и отдых, но и целый комплекс познавательных мероприятий и экскурсий.

Перспективы музейного дела в Заводоуковском городском округе мы связываем с актуализацией нашего наследия. Богатый мир природы и самобытное культурно-историческое наследие нашего края, древнейшие традиции сельскохозяйственного освоения юга Тюменской области способны вызвать интерес потенциальных потребителей музейных услуг. Наша цель – создание системы экскурсионно-туристического обслуживания жителей и гостей Заводоуковского городского округа.

Однако, для формирования туристского спроса, следует постоянно совершенствовать свою деятельность, используя новейшие музейные технологии. Перспективными в работе нашего музея являются интерактивные программы, выставки, экскурсии с использованием мультимедийного оборудования, пользующиеся неизменным спросом у посетителей. Хотя нововведения и требуют дополнительных капитальных вложений, в перспективе они увеличат посещаемость музея и экономическую результативность его деятельности.

Перспективным направлением развития краеведения является создание единой туристической сети в рамках округа, с возможным выходом на региональный уровень.

Создание подобной сети длительный процесс, рассчитанный на среднесрочную перспективу. Планы развития экскурсионно-туристической сети рассчитаны до 2020 года и включают в себя несколько этапов.

На первом этапе главная задача – создание материально-технической базы экскурсионно-туристической деятельности. Без этого невозможно успешно реализовать даже те наработки, которые имеются на сегодняшний день. В связи с этим считаем необходимым строительство современного экспозиционно-выставочного комплекса, решение вопроса хранения переданного Роскультурой в распоряжение Заводоуковского краеведческого музея государственного музейного фонда (обеспечение современным фондохранилищем) и использование современных технологий в экспозиционной деятельности и музейного дизайна. Планы развития музейной деятельности находят понимание и поддержку администрации Заводоуковского городского округа.

На втором этапе в качестве основной задачи рассматривается развитие туристической инфраструктуры. Для этого мы можем и должны использовать еще сохранившиеся в нашем городе исторические здания: комплекс 1 МСШ ВВС (на базе которого может быть создан филиал музея «Здесь крылья жизни родились»), здание сельского начального училища (для создания сельскохозяйственного музея «Щедрость сибирского гектара»), дома купцов Колмаковых (дом-музей «Роскошь в центре глубинки»). Развитию экскурсионно-туристического обслуживания населения и гостей округа должно способствовать укрепление партнерских связей учреждений культуры, образования и лечебно-оздоровительных учреждений округа.

На третьем этапе основным направлением является создание единой экскурсионно-туристической сети в рамках Заводоуковского городского округа, включение в областную туристическую сеть, сопровождение иногородних и зарубежных экскурсионных групп. Для обеспечения этого необходимо поддержание и развитие сети филиалов в сельских поселениях округа, их специализация, пропаганда туристических ресурсов земли Заводоуковской (Комиссаровская лесная дача, охотничьи угодья, этно-, агро- и экотуризм)

На четвертом этапе будет сформирована современная, высококонтрастная база туристического обслуживания на основе природно-исторического наследия Заводоуковской земли, созданы многопрофильные туристско-оздоровительные комплексы. Такой комплекс, назовем его, например, «Аквапарк Юрского периода», может быть сформирован на базе Санаторских горок. Эта природная зона нашего округа обладает обширными и разнообразными ресурсами: санаторно-оздоровительными (Водолечебница, «Нива»), туристско-спортивными (лыжная база, строящийся современный биатлонный центр) и рекреационно-познавательными (Санаторские горки – погрбенные острова Юрского моря). Для реализации этого этапа программы необходима координация усилий экскурсионно-туристических, спортивных и оздоровительных учреждений, а также создание привлекательного инвестиционного климата.

В отдаленной перспективе (после 2020 года) магистральным направлением развития экскурсионно-туристической сферы округа нам видится выход ее на региональный уровень, например в проект создания ландшафтно-археологического парка «Ингальская долина», объединяющего, помимо Заводоуковского городского округа, Исетский, Упоровский и Ялуторовский районы.

Создаваемая туристическая сеть должна рассматриваться, прежде всего, как культурный центр: просветительский, развлекательный, туристский, рекреационный. Этот проект музейного комплекса должен быть на социальный заказ, на потребителя. Именно потребности целевой аудитории должны определять приоритеты в деятельности. Данная программа адресована широкому кругу посетителей музея, но основным контингентом являются: организованные группы туристов, гостей города, проходящих санаторно-курортное лечение, а также учащихся учебных заведений и детских оздоровительных учреждений.

Именно потребительский спрос должен определять тематику экскурсий, экспозиций, мероприятий, формы и методы работы соответственно своим целям и ожиданиям. Только так может быть реализован принцип окупаемости оказываемых услуг. Вопросы финансирования, доходности или убыточности мероприятия должны быть решены еще до начала его разработки. От нерентабельных форм работы следует решительно отказаться.

Выполнение намеченных программой мероприятий будет способствовать становлению индустрии туризма как высокодоходной отрасли экономики Заводоуковского городского округа, развитию туристской инфраструктуры юга Тюменской области, формированию нового имиджа города Заводоуковска как притягательного объекта для активного отдыха и оздоровления.

Туристские ресурсы Уватского района Тюменской области

Е. С. Саморокова,

А.К.Макоед,

О.А. Колесова,

студенты 3 курса специальности

«Менеджмент гостеприимства»

ТГИИ ТюмГНГУ, г. Тобольск

В Тюменской области большое внимание уделяется развитию туристической отрасли. В связи с динамичным и мобильным образом жизни, современному человеку необходимы комфортные условия для путешествий и отдыха вне зависимости от условий региона, его удаленности и степени освоенности. Одним из динамично развивающихся регионов юга Тюменской области является Уватский район, который обладает достаточным потенциалом туристского предложения, базирующимся на уникальных природных ресурсах, развитии мира флоры и фауны, многочисленных водных объектах, благоприятной экологической составляющей.

Уватский район Тюменской области официально образован 14 января 1925 года. Его территория площадью 48 тыс. кв. км. граничит с Ханты-Мансийским автономным округом, Тобольским и Вагайским районами, а также Омской и Томской областями. Административный центр Уватского района – село Уват. Ближайшие к нему крупные города – Тобольск (120 км) и Тюмень (370 км). Являясь одним из регионов, приравненных к условиям Крайнего Севера, Уватский район известен суровым климатом, уникальными природными богатствами и удивительной красотой пейзажей. Леса края богаты дичью, пушным зверем, ценными древесными породами. Рыбный промысел во все времена имел здесь большое значение.

В соответствии со стратегией развития туризма на территории Тюменской области администрацией Уватского муниципального района разработана целевая программа развития туризма в районе. При этом определены целевые группы туристов: жители Тюменской области, Уральского региона, граждане России и зарубежных стран.

В качестве приоритетных видов туризма выделяются:

- рыболовный и охотничий;
- спортивный;
- экстремальный;
- познавательный и историко-культурный;
- приключенческий;
- гастрономический.

Природные ресурсы позволяют позиционировать рыболовный и охотничий туризм на внешних рынках (автономные округа, Урал, Центральная Россия). При этом рыболовный туризм ориентирован в основном на внутрирегиональный рынок, охотничий – частично на внешний рынок (жители автономных округов, УрФО, Москвы).

Создание спортивных объектов и организация крупных соревнований собирают все больше спортсменов, специалистов спорта, болельщиков не только российских регионов, но и из-за рубежа.

Наличие авиационно-спортивного клуба «Высота» позволяет развивать и продвигать такое направление как экстремальный туризм. Прыжки с парашютом, полеты на парaplанах, пилотирование.

Уватский и Туртаский краеведческие музеи, выполненные с применением современных музейных технологий, рассказывают о следах истории освоения Сибири на Уватской земле.

Посещение заповедных, труднодоступных мест, у которых есть легенды, предания, слухи, информация в СМИ может представлять интерес для людей с определенным складом характера

(об объектах длительного поиска, о необычных природных явлениях, аномалиях и т.д.), путешествия на специализированном транспорте по труднопроходимым маршрутам.

Местная кухня – приготовление блюд из мяса животных, птицы, рыбы, дикоросов, выпечка по местным традиционным рецептам. Приготовление традиционных для района напитков, консерваций (морсы, квасы, настои, сбитни, отвары, рассолы).

Туристский потенциал Уватского района не может быть успешно реализован без развития соответствующей материально-технической базы. За последние 5 лет в этой сфере произошли серьезные изменения, связанные с сооружением современного биатлонного комплекса, позволяющего проводить соревнования всероссийского и международного уровней. В 2008 году введен в эксплуатацию ООО «ГрандОтельУват» на 108 мест. Имеются малые средства размещения эконом-класса в Увате и Туртассе. Созданы три охотничье-рыболовные базы, способные принимать до 18 туристов. В 2009 году запущен физкультурно-оздоровительный комплекс «Иртыш». В перспективе планируется строительство гостиницы 4-5 звезд в районе биатлонного центра (п. Новый Уват), обустройство «зеленых» стоянок на туристических маршрутах, строительство трех баз для охотников и рыболовов.

Фактором, сдерживающим рост турпотока, является недостаточно развитая транспортная сеть, отсутствие крупного аэропорта и железнодорожных узлов. Тем не менее, наличие федеральной трассы «Тюмень-Тобольск-Ханты-Мансийск» и железнодорожной магистрали «Тюмень-Сургут-Уренгой» создают условия для организации трансфера автомобильным и железнодорожным транспортом. Перспективным является развитие пассажирских перевозок по основной водной магистрали – р. Иртыш. Соседство с Тобольском, интенсивно развивающимся промышленным и туристическим центром, позволяет разрабатывать новые туристические маршруты и организованные турпотоки.

В развитии въездного и внутреннего туризма готовы участвовать «Тюменьзарубежтур», «Ямалтур» и другие туроператоры и турагентства Тобольска, Тюмени, Екатеринбурга, Сургута. В целях координации туристической работы предполагается участие в некоммерческом партнерстве «Информационно-туристический центр Тюменской области».