

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ  
ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«УДМУРТСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»  
ИНСТИТУТ СОЦИАЛЬНЫХ КОММУНИКАЦИЙ

# Региональный туризм: опыт, проблемы, перспективы

*ВЫПУСК 2*



Москва ♦ Ижевск

2014

УДК 338.48  
ББК 65.433  
Р 326

*Издание выполнено при финансовой поддержке Министерства образования и науки Российской Федерации в рамках базовой части Госзадания, код проекта 1968.*

**Редакционная коллегия:**

д.и.н., профессор Г.В. Мерзлякова, к.и.н., доцент Л.В. Баталова,  
к.и.н., доцент Т.И. Оконникова (ответственный редактор).

**Рецензент:** И.В. Краснов, Министр по физической культуре, спорту и туризму Удмуртской Республике.

Региональный туризм: опыт, проблемы, перспективы. Сборник научных статей. Выпуск 2. (Материалы Республиканской научно-практической конференции «Развитие туристской отрасли в Удмуртской Республике: проблемы и перспективы», 17 апреля 2014 г., Ижевск). — М.–Ижевск: Издательство «Удмуртский университет», 2014. — 248 с.

Второй выпуск сборника научных статей «Региональный туризм: опыт, проблемы, перспективы» включает в себя материалы Республиканской научно-практической конференции «Развитие туристской отрасли в Удмуртской Республике: проблемы и перспективы» (17 апреля 2014 года г. Ижевск). В опубликованных материалах представлен опыт деятельности государственных, муниципальных, общественных и бизнес-структур по развитию перспективных видов туризма в Удмуртской Республике, продвижению туристского имиджа региона, изложены результаты теоретических и прикладных исследований в сфере туризма.

Издание предназначено для студентов, магистрантов, аспирантов, преподавателей вузов и колледжей, научных работников, специалистов индустрии туризма.

**ISBN 978-5-4344-0210-1**  
**ISBN 978-5-4344-0208-8 (выпуск 2)**

© Сост.: Л. В. Баталова, Т. И. Оконникова, 2014  
© ФГБОУ ВПО «Удмуртский государственный университет», 2014

## ПРЕДИСЛОВИЕ

Реализация Федеральной целевой программы «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011–2018 гг.)», стимулирование формирования туристского комплекса в российских регионах вызвали заметное оживление в этой сфере деятельности. Это выражается в появлении на рынке туруслуг оригинального турпродукта, проведении мероприятий по продвижению туристского имиджа городов, республик и областей, повышении качества сервиса в индустрии гостеприимства. Все обозначенные процессы актуализируют научные исследования в сфере туризма, требуют тесного сотрудничества ученых и специалистов-практиков.

Второй выпуск сборника научных статей «Региональный туризм: опыт, проблемы, перспективы» включает в себя материалы Республиканской научно-практической конференции «Развитие туристской отрасли в Удмуртской Республике: проблемы и перспективы», которая была проведена 17 апреля 2014 года в г. Ижевске в рамках проведения V Всероссийской специализированной выставки «Туризм. Спорт. Отдых».

Участниками конференции стали представители государственных, муниципальных, общественных организаций, бизнес-структур, осуществляющих туристскую деятельность в Удмуртской Республике, а также преподаватели, студенты и магистранты Удмуртского государственного университета. На конференции обсуждались исторический опыт и актуальные вопросы развития внутреннего и въездного туризма в Удмуртской Республике, анализировался ход реализации Республиканской целевой программы «Развитие внутреннего и въездного туризма в Удмуртской Республике на 2012–2018 гг.», был представлен опыт деятельности по продвижению Удмуртии как туристского региона, освещались проблемы развития отдельных видов туризма в регионе. Также на конференции были доложены результаты теоретических и прикладных исследований, нацелен-

ных на выявление актуальных тенденций на рынке туруслуг в Удмуртской Республике.

Научно-практическая конференция стала удачной площадкой для обмена опытом специалистов индустрии туризма и исследователей в области туристской деятельности, что отражено в содержании настоящего сборника. Примечательно, что среди статей немало работ, подготовленных студентами и магистрантами по результатам собственных исследований по различным аспектам туристской деятельности в Удмуртской Республике.

Последующие выпуски сборника научных статей «Региональный туризм: опыт, проблемы, перспективы» также будут нацелены на публикацию как результатов теоретических и прикладных изысканий в сфере туризма, так и опыта реализации государственной политики по развитию регионального туризма, конкретных туристских проектов.

Заведующая кафедрой  
теории и практики социальных коммуникаций  
Удмуртского государственного университета,  
к.и.н., доцент Т. И. Оконникова

# **РАЗДЕЛ 1.**

## **ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И ПРИКЛАДНЫЕ АСПЕКТЫ ТУРИЗМА И ТУРИСТСКО- РЕКРЕАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

### **ТУРИЗМ: ПОНЯТИЕ И СУЩНОСТЬ. РАЗВИТИЕ НАУЧНЫХ ПРЕДСТАВЛЕНИЙ**

*Мерзлякова Г.В.,  
Соловей И.В.,  
Баталова Л.В.*

Тема терминологии в туризме исторически носит дискуссионный характер. Имея столь длительную историю, туризм не получил до настоящего времени однозначного определения. Как справедливо отмечает В.А. Квартальнов, «туризм проявляется во многих формах и аспектах, поэтому дать ему единственно точное и полное определение практически невозможно», но крайне необходимо в целях понимания процессов, происходящих как в самой туристской индустрии, так и для разработки эффективных методик управления и оценки ее влияния на экономическую и социальные сферы [6].

Учитывая многогранность человека, широту его интересов и требований, которые диктуют туристской индустрии направления развития, можно с уверенностью сказать, что и сама индустрия столь же многогранна. Более того, она не стоит на месте, находится в непрерывном движении и развитии. Не случайно существует множество определений сущности понятия туризм, так как каждое из них появлялось на определенном этапе развития туризма, имеющего, по свидетельству Манильской декларации по мировому туризму, «важное значение в жизни народов в силу непосредственного воздействия на социальную, культурную, образовательную и экономические области жизни государств и их международные отношения». Тем самым подчеркнуто все большее «вторжение» туризма в различные сферы

жизни общества, оценить которое не возможно без понимания сути явления, его основных характеристик, целей, классификации на категории, типы и виды. Только после проведения теоретических исследований понятия «туризм», осознания его особенностей, появляется реальная возможность для разработки эффективных методик по оценке его влияния на социальное и экономическое развитие региона.

Вопросы толкования понятий «туризм», «турист» сложны, поскольку их смысл и значение отражают исторически изменяющуюся действительность, а значит, они не могут не изменяться на разных этапах исторического развития общества и подвергаются постоянному пересмотру.

Попытаемся рассмотреть эволюцию и проанализировать сущность понятия туризм. Как полагают отечественные исследователи, слово «туризм» происходит от латинского слова *turnus* (движение по кругу; вертеть, вращать). В широком смысле оно означает передвижение с одновременной сменой быта людей. Наиболее выразительно оно во французском языке: *tour* означает путешествие с возвращением обратно к месту выезда [].

Представляет также несомненный интерес, когда и кто первым ввел в обиход термин «туризм». В литературе упоминается о существовавшем в XVIII в. обычае отправлять молодых англичан из «высших кругов» на континент, во Францию или Италию, для продолжения образования. Поездки такие назывались «*grand tour*», а люди, их совершавшие, – «туристы». Известно, что туризм возник как явление в Англии в 1841 г., в Америке в 1843 г. и пришел в Россию только в конце XIX в. и начале XX в.

Во второй половине XIX в. это слово вошло в языки многих народов мира. В русском языке этот термин появляется несколько позднее. Так, в «Толковом словаре» В. Даля, изданном в 1882 году понятие «туризм» отсутствует, хотя в «Энциклопедическом словаре» Ф. Брокгауза и И. Ефрона за 1902 год оно встречается в толковых статьях, посвященных велосипеду и видам развлечения, связанным с этим уникальным для этого времени спортивным снарядам. Именно тогда возникли турингклубы, объединявшие велосипедистов и пропагандирующие ту-

ризм. Сам термин «туризм» представлял собой сугубо иностранное слово, не имевшее место в словарном обиходе русского языка.

По определению, принятому ООН в 1954 г., «туризм — это активный отдых, влияющий на укрепление здоровья, физическое развитие человека, связанный с передвижением за пределами постоянного места жительства».

Большой толковый словарь Ларусс в 1964 г. приводит основные характерные черты туризма: 1) путешествие для удовольствия; 2) совокупная деятельность людей, стремящихся реализовать такого типа путешествие; 3) промысел, имеющий целью удовлетворение потребностей туристов.

Представляет интерес определение туризма, принятое в 1972 г. AIEST – «международным объединением научных экспертов туризма (основано в 1949 г.) – «Под туризмом понимаем группу отношений и явлений, являющихся результатом путешествия и пребывания в определенной местности людей, чужих для этой местности. Пребывание это не может вызывать постоянного поселения и не может быть вообще связано с какой-либо доходной должностью. Исключение делается для туризма, связанного с торговлей и участием в конгрессах. Основные виды туризма – для отдыха, лечения и культурного развития (рекреации)». Введение в экономический лексикон термина «рекреация», под которым понимается восстановление и расширенное воспроизводство физических, интеллектуальных, эмоциональных сил человека, тесно связано со становлением и развитием сферы туризма, различными видами туристских услуг – услуг индустрии гостеприимства, транспорта, развлечений и др.

Классическое определение туризма приведено в энциклопедии БСЭ (т. 26, с. 332), изд. 1977 г.: «Туризм (франц. *Tourism*, от *tour* – прогулка, поездка), путешествие (поездка, поход) в свободное от работы время, один из видов активного отдыха».

В 1980 г. Манильская декларация по мировому туризму провозгласила следующее: «Туризм понимается как деятельность, имеющая важное значение в жизни народов в силу непосредственного воздействия на социальную, культурную, образо-

вательную и экономическую области жизни государств и их международные отношения» (Филиппины, октябрь 1980 г.) [5].

В материалах Всемирной конференции по туризму, проведенной ВТО в 1981 году в Мадриде дано следующее определение туризма: «один из видов активного отдыха, представляющий собой путешествия, совершаемые с целью познания тех или иных районов, новых стран и сочетаемые в ряде стран с элементами спорта».

В 1984 году Всемирная туристская организация (ВТО) предложила определение туризма, построенное на стремлении выявить типы потребителей, совершающих какую-либо деятельность в качестве туристской. В нем сказано, что понятие «туризм» обозначает «деятельность лиц, которые путешествуют и осуществляют пребывание в местах, находящихся за пределами их обычной среды, в течение периода, не превышающего одного года подряд, с целью отдыха, деловыми и прочими целями». На основании данного определения можно выявить, какие расходы будут считаться туристскими. В силу особенности международной туристской статистики такой подход оправдан, поскольку создает возможность для подсчета числа прибытий туристов, их ночевки в местах размещения и расходов, совершаемых в процессе посещения, а значит, позволяет определить то влияние, который оказывает туризм на страну или регион. Рекомендации ВТО находят все более широкое применение в различных национальных программах статистики, и нам представляется наиболее целесообразным следовать именно этим рекомендациям, создавая отсутствующую в настоящее время в России систему общей информации и статистики по вопросам туризма.

В 1993 г. Статистическая комиссия ООН приняла более широкое определение туризма: «туризм – это деятельность лиц, которые путешествуют и осуществляют пребывание в местах, находящихся за пределами их обычной среды, в течение периода, не превышающего одного года подряд, с целью отдыха, деловыми и прочими целями». Данное определение туризма одобрено ВТО и широко используется в международной практике. Это определение рассматривает только самих путешественни-



ков, потребителей туристских услуг, оставляя без внимания организаторов всего процесса с их сложной и разнообразной материально-технической базой, а также не отрицает извлечение туристом дохода.

В туристском терминологическом словаре даются следующие определения туризма: туризм – 1) путешествие (поездка, поход) в свободное время, один из видов активного отдыха. Распространен в большинстве стран мира. Осуществляется, как правило, туристскими организациями по туристским маршрутам. 2) временные выезды (путешествия) граждан РФ, иностранных граждан и лиц без гражданства с постоянного места жительства в оздоровительных, познавательных, профессионально-деловых, спортивных, религиозных и иных целях без занятия оплачиваемой деятельностью в стране (месте) временного пребывания. 3) временный выезд людей с постоянного места жительства в целях вакационных, оздоровительных, познавательных или профессионально-деловых без занятия оплачиваемой деятельностью в месте временного пребывания. 4) деятельность лиц, которые путешествуют и пребывают в местах, находящихся за пределами их обычной среды, в течение периода, не превышающего одного полного года, с целью отдыха, деловыми и пр. целями. 5) путешествия, походы, спортивные или рекреационные мероприятия и другие формы отдыха [7].

В научной литературе также существует много различных подходов к определению туризма. Так, например, австрийский юрист П. Бернекер определяет туризм как «совокупность взаимоотношений и услуг, связанных с временной и добровольной сменой путешественником места жительства по некоммерческим или непрофессиональным причинам» [3].

Специалист по экономике туризма в нашей стране В. И. Азар формулирует понятие туризма следующим образом: «туризм следует рассматривать как большую экономическую систему с разнообразными связями между отдельными элементами в рамках как народного хозяйства отдельной страны, так и связей национальной экономики с мировым хозяйством в целом» [1].

Универсальность форм туристского общения позволяет давать также следующую расширенную трактовку понятия туризма как «особого рода межличностной деятельности, которая в условиях интернационализации жизни превратилась: в форму использования свободного времени, в средство межличностных связей в процессе политических, экономических и культурных контактов, в один из факторов, определяющих качество жизни» [2].

Широкое распространение получило сущностное определение туризма, предложенное Международной ассоциацией научных экспертов в области туризма. Согласно ему, туризм есть «совокупность отношений и явлений, которые возникают во время перемещения и пребывания людей в местах, отличных от их постоянного проживания и работы».

Также популярно следующее определение: «туризм – временное перемещение людей, в места своего постоянного проживания в другую страну или местность в пределах своей страны в свободное время в целях получения удовольствия и отдыха, оздоровительных, гостевых, познавательных или в профессионально-деловых целях, но без занятия оплачиваемой работой в посещаемом месте».

Б. Богданов определяет туризм «как метод познания индивидуумом культурных и природных богатств, созданных природой и человечеством». В.А. Квартальнов считает наиболее точным определением туризма формулировку профессоров Бернского университета Хунзикера и Крапфа, позже принятую международной ассоциацией научных экспертов туризма. А именно, туризм – это ряд явлений и взаимоотношений в результате путешествия людей, до тех пор, пока это не приводит к их постоянному пребыванию в определенном месте и не связано с получением ими какой-либо выгоды (дохода) [4]. Данное определение более точно, так как оно учитывает, что в туристском процессе несколько участников, тесно взаимосвязанных между собой, однако и оно не учитывает сложную экономическую систему, обеспечивающую путешествия людей, осуществляемые ими для удовлетворения своих потребностей (целей).

Е.В. Помелова. в своей диссертации «Въездной туризм и его влияние на социально-экономическое развитие региона» (2006 г.) предлагает следующее определение: «туризм – это многофункциональная социально-экономическая система, состоящая из двух взаимосвязанных подсистем, первая из которых представляет собой общность людей, организованных в группы или отдельные индивидуумы, которые реализуют свою потребность в путешествиях с целью познания, отдыха, развлечений, лечения и т. д., а вторая подсистема обеспечивает достижение целей и задач первой».

Г.А. Карпова определяет туризм как взаимодействие явлений возникающих в процессе путешествий. А также рассматривает туризм как сферу экономической деятельности – это производство и реализация туристских услуг и товаров различными организациями, располагающими туристскими ресурсами [9].

Кроме того, туризм представляет собой сферу практической деятельности людей, которая регулируется соответствующими законами. Вот почему для специалистов в области туризма важно знать не только точные научные формулировки понятий, а также их юридические толкования. Цель любого закона — регулирование отношений между людьми. Это важно не только для граждан какой-либо отдельной страны, но и всего международного сообщества.

Для успешного развития туристского бизнеса в государствах принимаются соответствующие законы, которые регулируют отношения в сфере туризма, определяют принципы государственной политики, направленной на установление правовых основ единого туристского рынка. Такой закон принят и в Российской Федерации. Федеральный закон о туризме был принят Государственной Думой 4 октября 1996 г. и одобрен Советом Федерации 14 ноября 1996 г. Его цель — регулирование отношений, возникающих при реализации права граждан на отдых, свободу передвижения и иных прав при совершении путешествий. Этот закон определяет основные понятия, которыми пользуются в сфере туризма.

Согласно Федеральному закону, туризмом считаются «временные выезды (путешествия) граждан Российской Феде-

рации, иностранных граждан и лиц без гражданства (далее — граждане) с постоянного места жительства в оздоровительных, познавательных, профессионально-деловых, спортивных, религиозных и иных целях без занятия оплачиваемой деятельностью в стране (месте) временного пребывания» [8].

Сущность любого явления так или иначе отражается в его определении. Сложность такого социально-экономического явления как туризм характеризуется наличием большого количества определений, которые постоянно подвергаются доработке и усовершенствованию. По нашему мнению, все перечисленные определения в той или иной степени не точны и не отражают всю многосложность явления туризм, что можно объяснить, во-первых, становлением науки «туристика», а во-вторых, бурным и динамично развивающимся самим предметом исследований – туризмом. Таким образом, категория «туризм» еще нуждается в определенных уточнениях и единообразном толковании, в целях определения четкого предмета международных договоров и соглашений в области туризма.

Наличие существующих многочисленных определений туризма свидетельствует о многогранности этого явления.

### **Список использованных источников и литературы**

- [1] Азар В.И. Введение в экономику иностранного туризма (Вопросы методологии). М., 1975. С.8.
- [2] Афанасенко И.Д. Туризм и реформирование экономики // Труды Академии туризма. Вып. 1. СПб., 1995. С.53.
- [3] Vernecker P. Fundamentals of tourism.-Geneva, 1964.
- [4] Квартальнов В.А. Теория и практика туризма.-М.-Изд-во «Финансы и статистика», 2003. С.26.
- [5] Манильская декларация по мировому туризму / Уваров В.Д., Борисов К.Г. Международные туристские организации: Справочник. М. «Международные отношения», 1990.
- [6] Петровский В. С. Туризм как общественное явление // Спутник туриста. Сост. К.И. Вахлис. – Киев: Здоров'я, 1983. – С. 7–9.

- [7] Туристский терминологический словарь: Справочно-методическое пособие Авторы составители: И.В.Зорин, В.А.Квартальнов. – М.: Советский спорт, 1999. С. 563
- [8] Федеральный закон 24 ноября 1996 г. № 132-ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» // «Российская газета», № 231, 03.12.1996 г.
- [9] Экономика современного туризма. Под ред. д.э.н. Г.А.Карповой. М.-С-Пб.: Издат. торговый дом «Герда», 1998. С. 21.

## **К ВОПРОСУ ОБ ОПРЕДЕЛЕНИИ ПОНЯТИЯ «ДОСУГ»**

*Казакова Н.В.*

Туристские поездки с рекреационной, развлекательной и развивающей целью в современном мире являются популярной формой проведения досуга. Содержание досуга многообразно и сложно поддается учету. На сегодняшний день нет однозначного определения понятия «досуг», а также смежных с ним понятий «рекреация», «культурно-досуговая деятельность», «культура досуга».

В работах отечественных авторов досуг часто рассматривается как деятельность. При этом возможны два варианта понимания: досуг как высшая деятельность, или же досуг как бездеятельность, праздность. Традиция понимания досуга как высшей деятельности берет начало еще в античности. Именно тогда и появляется само понятие «досуг». В Античной Греции досуг – привилегия свободного человека, позволяющая размышлять, заниматься творчеством. Досуг представлялся как возвышенная, внутренняя, интеллектуальная, творческая, свободная деятельность. Досуг был необходим человеку для понимания смысла его существования. Смысл человеческой жизни – в наслаждении миром и пользовании досугом. Досуг – символ свободы. [16; с.10].

Цель досуга – духовное самосовершенствование. Волобуева Л.Н. замечает, что такое понимание досуга стало традиционным, хотя само содержание духовного совершенствования получило разную трактовку: в средние века – религиозно-мистическую, в эпоху Возрождения – элитарно-гуманистическую, в Новое время – просветительскую, ориентированную на сравнительно широкие слои населения и преодоление сдерживающего их духовный рост отчуждения [3; с. 43]. Волобуева Л.Н. также отмечает, что в русской традиции досуг – это творческая деятельность, включающая в себя как духовные, так и материальные аспекты [3; с. 55].

Макс Фасмер в этимологическом словаре русского языка указывал, что досуг – это «то, что достигнуто», древнерусское слово «просуг» означало возможность, способность [17; с. 532]. В Толковом словаре живого великорусского языка Владимира Даля «досуг» определяется как свободное, незанятое время, гулянки, гулячая пора, простор от дела. «Досуги» – занятия для отдыха, безделье [5; с. 481].

В научном издании «Культура досуга», подготовленном Пича В.М., Бестужевым-Лада И.В., Димовым В.М., развиваются идеи К.Маркса, который считал, что свободное время представляет собой досуг и время для более возвышенной деятельности. Таким образом, досуг по К.Марксу, это праздность и отдых. Авторы сборника считают, что досуг и возвышенная деятельность являются различными способами и вместе с тем уровнями реализации личности. Различие между ними в том, что, во-первых, досуг может содержать антикультурные занятия, в возвышенной деятельности они принципиально невозможны. Во-вторых, для досуга характерны пассивно-зрелищные формы проведения свободного времени, потому что в его рамках осуществляется потребление культуры, а не ее созидание. Для возвышенной деятельности характерны занятия, с помощью которых человек реализует свой творческий потенциал, совершенствует себя, создает материальные и духовные ценности. В-третьих, для занятий в часы досуга характерна самоличностная направленность их содержания, для возвышенной деятельности – социальная направленность. В-четвертых, различны функции досуга и воз-

вышенной деятельности, а именно: в рамках досуга человек удовлетворяет свои потребности в наслаждении, удовольствии, развлечении, развивающая функция здесь не основная. Возвышенная деятельность, в первую очередь, развивает личность. Она требует повышенной активности [11; с. 28–29].

Авторы дают следующее определение досуга: «это совокупность занятий в свободное время, с помощью которых удовлетворяются непосредственные физические, психические и духовные потребности, в основном восстанавливающего характера» [11; с. 29]. К досугу относятся такие виды занятий, как чтение, просмотр телепередач, посещение кинотеатров, театров, концертов, общение с друзьями, занятия спортом, развлечения, прогулки, игры, пассивный отдых. К возвышенной деятельности относятся учеба, общественная работа, художественное и техническое творчество, воспитание детей, спорт [11].

Итак, авторы отождествляют досуг с понятием «рекреация», но не употребляют этого термина. Поэтому представляется важным соотнести понятия «досуг» и «рекреация».

Киселева Т.Г. и Красильников Ю.Д. отмечают, что наиболее адекватной является трактовка досуга как временной категории, как свободного времени человека. Термин рекреация представляет собой совокупность следующих этимологических значений: отдых и восстановление. Таким образом, рекреация осуществляется в рамках досуга, свободного времени [9; с.149]. Они указывают, что «досуг, досуговое (рекреационное время) – это часть социального времени личности, группы или общества в целом, которая используется для сохранения, восстановления и развития физического и духовного здоровья человека, его интеллектуального совершенствования» [9; с. 151]. Получается, что авторы отождествляют эти понятия.

Другая позиция состоит в том, чтобы развести понятия «досуг» и «рекреация». Жарков А.Д. и Чижиков В.М., а также Журавлева М.М. полагают, что рекреационная деятельность – деятельность в свободное время, доставляющая удовольствие и обладающая социально приемлемыми качествами. Рекреационными являются лишь виды деятельности, дающие оздоровляющий, восстанавливающий эффект, т.е. конструктивные, положи-

тельные, социально оправданные виды занятий. Это отличает рекреационную деятельность от досуговой, «поскольку досуговая деятельность не обладает ярко выраженной ценностной ориентацией, так как в нее могут включаться как позитивные, так и негативные, разрушающие личность виды активности (например, хулиганство)» [8; с. 9–10]. Рекреационная деятельность приносит пользу людям, а, следовательно, должна поддерживаться обществом. В тоже время, участие в рекреации строится на добровольной основе и не может осуществляться под внешним воздействием, принуждением. Можно заключить, что в данной интерпретации досуг – личностный феномен, а рекреация – социальный [10; с. 434–435].

В значительной части работ досуг рассматривается как синоним свободного времени или как часть свободного времени, при этом свободное время – это внерабочее время человека за вычетом непреложных затрат. Мосалев Б.Г. определяет, что во внерабочем времени выделяются затраты времени, которые по своей сути являются необходимыми для человека. К их числу относится время, затраченное на бытовые дела и нужды (посещение магазинов, коммунально-бытовых учреждений и т.п.); на уход за детьми, ведение домашнего хозяйства и т.п.; на личную гигиену, питание, сон и т.п. Оставшееся от необходимых затрат на подобного рода нужды часть внерабочего времени называется свободным временем [14; с. 6].

Аванесова Г.А. дает следующее определение досуга. Это «время, которое свободно от необходимого труда в сфере общественного производства, а также от воспроизводства человеком своих жизненных функций в рамках домашнего хозяйства и социальных отношений» [1; с. 7]. Выделяются многочисленные разновидности досуга: в зависимости от форм проведения и организации, социальных слоев, места проведения, количества участников, сложности характера, содержания и т. д.

Стрельцов Ю.А., например, определяет досуг как часть внерабочего времени (в границах суток, недели, года), остающейся у человека (группы, общества) за вычетом разного рода непреложных, необходимых затрат [15; с. 6]. В структуре досуга Стрельцов Ю.А. выделяет: потребление культурных ценностей



(чтение, просмотр ТВ, посещение культурно-досуговых центров); самообразование; культурно-творческие занятия; любительские занятия – хобби; физкультурно-оздоровительные занятия; игровая деятельность; досуговое общение; пассивный отдых; антикультурные явления. Содержание досуга, по его мнению, это внутренний смысл основных структурных элементов, то, что составляет их сущность [15; с. 7].

Однако, как заметил Волощенко Г.Г., отождествление досуга со свободным временем, возникло только в средневековье [4; с. 14]. А Захаров А.В. упоминает, что и само понятие свободного времени появилось позднее, чем понятия досуга и развлечения [7; с. 37]. Поэтому, мы считаем, что определение понятия «досуг» связано в первую очередь с тем, что вкладывается в его содержание, а содержание досуга раскрывается в конкретных видах деятельности.

Нам представляется верным объединить две позиции в понимании досуга. Так Гальперина Т.И. дает следующее определение. «Досуг в контексте человеческой жизнедеятельности определяется как часть вне рабочего времени, остающегося после вычета непреложных затрат (сон, принятие пищи и др.), и как деятельность по реализации этого времени» [6; с. 15]. Ариарский М.А. определяет досуг «как форму деятельности в свободное время, обеспечивающую отдых, органично совмещенный с разносторонним физическим и духовным развитием личности» [2]. Мальшева С.Ю. говорит, что понятие досуг «обозначает конкретную область человеческой деятельности и опыта, культурные практики, реализуемые в сфере отдыха в свободное время» [13; с. 3].

Однако было бы неверно механически объединять два подхода в понимании досуга. Хренов Н.А. обращает внимание на то, что под досугом нередко понимают осуществляемую в свободное время деятельность. Но деятельность является, прежде всего, общественно необходимой и осуществляется в сфере рабочего времени. Однако к досугу применимы лишь индивидуальные критерии. Досуг – это индивидуальное время, ценное, прежде всего для личности. Досуговая деятельность исключительно индивидуальна, а также носит необязательный, игровой

характер, т.е. в общественном смысле не является утилитарной. Одна и та же деятельность может быть досуговой и институционализированной, т. е. общественно полезной и необходимой [16; с. 13–14].

Таким образом, нам представляется перспективной «двойная» трактовка досуга как лично значимой деятельности в свободное время и как социально значимой организованной деятельности в свободное время.

Жарков А.Д. и Чижиков В.М. настаивают, что досуг – это сфера свободного, нерегламентированного поведения человека, возможность выбора досуговых занятий [10; с. 6]. Они говорят о культурном досуге, который основывается на новом понимании культуры не только как культурного потребления, но как живого культурно-творческого процесса [10; с. 5]. А также они оперируют понятием «культурно-досуговая деятельность», которая «есть процесс создания, распространения и умножения духовных ценностей» [10; с. 75].

Культурно-досуговая деятельность своей целью имеет привлечение человека к культуре через творчество и саморазвитие. Гальперина Т.И. дает следующее определение культурно-досуговой деятельности – это «целенаправленный процесс создания условий для мотивированного выбора личностью предметной деятельности, или перцептивно-коммуникативный процесс, определяемый ее потребностями и интересами, способствующий усвоению, сохранению, производству и распространению духовных и материальных ценностей в сфере досуга» [6; с. 15–16].

Аванесова Г.А. понимает культурно-досуговую деятельность как «целесообразно организованную и содержательно наполненную активность групп людей или конкретного человека в свободное время, которая развивается на базе человеческой потребности в перемене характера деятельности, а также с целями рекреации и социально-культурного развития» [1; с. 13].

В исследованиях отечественных ученых также употребляются понятия «культурный досуг» и «культура досуга». Они, с одной стороны, позволяют исключить из содержания досуга то, что называют «антикультурными явлениями», с другой - по-

зволюют определить уровень культурных потребностей личности.

Курило Л.В. упоминает культурный досуг, который рассматривается как «творческий процесс: свободный выбор культурных занятий, художественное творчество, приобщение к лучшим образцам искусства, туризм, самоорганизация досуга и др.» [12; с. 10]. Курило Л.В. считает, что культура досуга – это «внутренняя культура человека, предполагающая наличие у него определенных личностных свойств, позволяющих содержательно и с пользой проводить свободное время» [12; с. 14]. Есть прямая зависимость между духовным богатством человека и содержанием его досуга. Получается, что культура досуга зависит только от внутренней культуры личности. Тогда было бы уместнее говорить о «досуговой культуре личности». Для Ариарского М.А. культура досуга – это способность личности к организации своего свободного времени [2].

Более развернутым выглядит определение культуры досуга, данное Аванесовой Г.А. Она определяет культуру досуга как «такое проведение человеком свободного времени, которое сбалансировано по разным видам рекреационной, развивающей и развлекательной активности, наполнено социально значимым смыслом и оценивается в данном обществе как согласованное с отечественными традициями и отвечающее современным требованиям» [1; с. 13].

На наш взгляд, культура досуга – это определенный уровень организации и самоорганизации деятельности людей в свободное время. Данное понятие можно применять по отношению к исторически определенному обществу. В данном контексте культура досуга включает понимание того, что общество на конкретном этапе исторического развития подразумевает под досугом, какие досуговые услуги предоставляются населению, насколько полно они воспринимаются населением, как люди самостоятельно организуют свой досуг. Культура досуга является составной частью культуры общества.

Таким образом, в современных исследованиях выделяются разные подходы к определению понятия «досуг». Проблематика досуга привлекает внимание социологов, культурологов,

историков, философов, педагогов. Исследователи и практики досуга могут ориентироваться на различные трактовки термина. Определяющими моментами для конкретных исследований, на наш взгляд, являются содержание, направленность, цели и функции досуга или досуговой деятельности.

### **Список использованных источников и литературы**

- [1] Аванесова Г.А. Культурно-досуговая деятельность. Теория и практика организации: Учебное пособие. М.: Аспект Пресс, 2006. – 236 с.
- [2] Ариарский М.А. Культура досуга как предмет педагогики и прикладной культурологии. Режим доступа: <http://www.knukim.edu.ua>
- [3] Волобуева Л.Н. Досуг в контексте философско-культурологической парадигмы: Монография. М.: МГУКИ, 2007. – 154 с
- [4] Волощенко Г.Г. Досуг как явление культуры: генезис и развитие: Дис. ... докт. культурологии: 24.00.01. Омск, 2006. 249 с.
- [5] Даль В. Толковый словарь живого великорусского языка. – М., 1955. Т.1 А-З.
- [6] Гальперина Т.И. Режиссура культурно-досуговых программ в работе менеджера туристской анимации: Учебное пособие / Т.И.Гальперина; Российская международная академия туризма. – М.: Советский спорт, 2006. – 168 с.
- [7] Захаров А.В. От Homo Ludens к Homo Entertaining: социальная антропология развлечений // Развлечение и искусство. Сборник статей под ред. Е.В.Дукова. – СПб.: Алетей, 2008. – С. 28–55.
- [8] Журавлева М.М. Анимация в рекреации и туристской деятельности: курс лекций. Иркутск: ООО «Мегапринт», 2011. – 135 с.
- [9] Киселева Т.Г., Красильников Ю.Д. Социально-культурная деятельность: Учебник. – М.: МГУКИ, 2004. – 539 с.

- [10] Культурно-досуговая деятельность: Учебник / Под научной редакцией академика РАЕН А.Д.Жаркова и профессора В.М. Чижикова. – М.: МГУК, 1998. , 462 с.
- [11] Культура досуга / Пича В.М., Бестужев-Лада И.В., Димов В.М. и др. – К: Изд-во при Киев. Ун-те, 1990. – 240 с.
- [12] Курило Л.В. Теория и практика анимации: Ч.1. Теоретические основы туристской анимации: Учебное пособие. – М.: Советский спорт, 2006. – 195 с.
- [13] Малышева С.Ю. Праздничный день, досужий вечер. Культура досуга российского провинциального города второй половины XIX – начала XX века. Монография. М.: Academia, 2001. – 192 с.
- [14] Мосалев Б.Г. Досуг: методология и методика социологических исследований: Учебное пособие. М.: Издательство Московского государственного университета культуры, 1995. – 96 с.
- [15] Стрельцов Ю.А. Культурология досуга: учебное пособие. М.: МГУКИ, 2003.- 296 с.
- [16] Хренов Н.А. Мифология досуга. М.: Государственный республиканский центр русского фольклора, 1998. – 448 с.
- [17] Фармер М. Этимологический словарь русского языка. Том 1 (А-Д) Москва, «Прогресс», 1986.

## **ПУТЕВОДИТЕЛЬ КАК ЖАНР ТУРИСТИЧЕСКОГО ДИСКУРСА. ИСТОРИЯ И СОВРЕМЕННОСТЬ**

*Шквырина А.В.*

Активное развитие индустрии туризма в наши дни привело к созданию текстов рекламного и информативно-справочного характера. Одним из распространенных жанров является жанр путеводителя. Путеводитель сегодня это не только источник сведений об истории и культуре страны или региона, но и ответ на так называемые «технические» вопросы.

Рассмотрим определения «путеводитель».

В словаре Д.Н.Ушакова читаем: «Путеводитель – книга, содержащая необходимые для поездки, путешествия справки и указания» [4. с. 681].

Путеводитель (или гид) — печатный, электронный или аудиовизуальный справочник о каком-нибудь городе, историческом месте, музее, туристическом маршруте. Используются туристами для лучшего ориентирования в незнакомой местности. Композиция путеводителя часто подчинена рекомендуемым маршрутам осмотра достопримечательностей описываемой местности [3].

Путеводитель как жанр или тип текста имеет сложную историю и прагматику. Путеводитель — недорогое массовое издание, призванное на ограниченном текстовом пространстве дать своему читателю, наряду с необходимыми бытовыми, достаточно обширные историко-культурные сведения [2].

Обратимся к истории возникновения данного жанра.

Первые путеводители появились ещё в древности. По принципу путеводителя построена, например, книга древнегреческого историка Павсания «Описание Эллады», где рассматриваются достопримечательности греческих областей и городов.

В Древнем Риме существовали прообразы путеводителя, дорожники (*Itineraria*), которые были двоякого рода:

1) *Itineraria adnotata* или *scripta* — расписания дорог, содержавшие только названия и расстояния до мест, лежащих по известному пути;

2) *Itineraria picta*, состоявшие из измерений расстояний и географических карт [1].

Литературные произведения Средних веков содержали описания маршрутов для паломников. Здесь можно выделить два жанра такой литературы — собственно путеводители (практические сведения и рекомендации по маршруту) и «хождения» (описания совершённых путешествий).

Первым из дошедших до наших дней средневековых «путеводителей» считается «Бордоский путник», составленный жителем города Бордо, посетившим в 333 году Константинополь и Иерусалим. Первую часть книги занимает перечисление

населенных пунктов на пути Бордо-Милан-Константинополь-Иерусалим с указанием расстояний между ними. Во второй части сочинения содержится краткое описание палестинских святых мест, некоторых памятников библейской истории, указывается их расположение.

Самыми древними из известных образцов этого жанра в Древней Руси являются «Житие и хождение» игумена Даниила в Иерусалим и Святую землю (начало XII века) и «Книга Паломник» Антония, архиепископа Новгородского, о его «хождении» в Царьград (конец XII века).

«Хождение за три моря» – наиболее известное произведение данного жанра тверского купца Афанасия Никитина. Обилие и достоверность фактического материала в его записях были для своего времени ценным источником информации об Индии и Персии. Это произведение благодаря наблюдательности и литературному дару автора выходит за рамки путеводителя, оно признано памятником древнерусской литературы, переведено на многие языки мира.

Начало современного этапа истории развития путеводителя как жанра географической литературы и как специального типа книжного издания связано с именем Карла Бедекера (1801—1859), основавшего в 1827 году в немецком городе Кобленце издательство путеводителей по различным странам, их столицам и другим городам. Его путеводители были очень популярны в Европе, переводились на многие языки, название «бедекер» стало нарицательным для изданий такого рода, в том числе и в русском языке.

Именно «бедекеры» с их скрупулёзным подходом к подбору и отображению информации послужили образцами для лучших русских путеводителей середины XIX — начала XX вв. Наряду с переводными «бедекерами» в России появились и роскошно изданные путеводители по зарубежным странам «Русский бедекер», снабжённые «подробным описанием страны с приложением многих планов и многокрасочных карт, в том числе большой топографической карты» [3].

Дальнейшее становление жанра было тесно связано с появлением и развитием транспортной инфраструктуры (в пер-

вую очередь железных дорог и пароходного сообщения). Путешествия для развлечения (то есть собственно туризм) стали доступными не только привилегированным слоям общества, но и средне- и даже малообеспеченной его части. Появились и путеводители, отвечавшие запросам новых путешественников. Они не отличались полнотой информации, большим количеством прилагаемых карт и схем, высоким качеством полиграфии. Зато в них по доступной цене можно было найти практически необходимый путешественнику набор географических, исторических и других полезных сведений.

Сегодня трудно представить, что еще относительно недавно путеводители, подобные сегодняшним, были редкостью. Было множество описаний и культурных очерков, но современный формат путеводителей «от путешественников для путешественников» появился 45-50 лет назад.

В 1960 г. группа студентов Гарвардского университета решила собрать воедино свои впечатления и советы по возможностям дешевого путешествия в Европу. В результате появился двадцатистраничный памфлет, завоевавший популярность среди коллег-студентов. В следующем году вышел уже полноценный путеводитель *Let's Go: Europe*. С этого момента серия «Let's Go» стала ежегодно обновляющимся изданием молодежных путеводителей, рассчитанных на *budget travelers*, т.е. путешественников, располагающих небольшим бюджетом на поездку.

В наши дни путеводитель стал обязательным спутником туриста и путешественника. По многим странам путеводители давно разработаны, в них подробно описаны «классические» маршруты, по которым передвигается подавляющее большинство туристов. В России это Петербург, Москва, города Золотого Кольца типа Суздаля, и далее поезд по Транссибирской магистрали в Китай с почти обязательной остановкой в Иркутске (посещение озера Байкал) и, реже, с остановками в Екатеринбурге, Красноярске, Улан-Удэ.

Необходимо отметить, что путеводитель является лишь частицей классификации жанров туристического дискурса. Рассмотрим классификацию, которую выделяет в своих работах



Н.В.Филатова, останавливаясь на характеристиках ряда параметров [5]:

1) участники: продавец услуги (туроператор) – клиент; экскурсовод – экскурсант; составитель текста (эксперт) – получатель текста (потенциальный путешественник);

2) место: офис, туристический автобус, музей, улица города, виртуальное пространство, текстовое пространство;

3) цели: получение прибыли – получение туристической услуги, с которой связаны получение новых впечатлений и знаний, ожидание удовольствия;

4) ключевой концепт: путешествие;

5) стратегии;

6) содержательное наполнение: информационная мозаичность, соединение страноведческой, исторической и искусствоведческой информации, сведений о временной организации тура, гостиницах, транспорте, питании и прочем;

7) коды и субкоды: специфическое сочетание языкового и неязыковых кодов. Наличие лексико-грамматических отличительных черт;

8) мыслительные процедуры: принадлежащие двум и более типам мышления.

К письменной разновидности туристического дискурса относятся печатные тексты и компьютерно-опосредованная коммуникация, устная же разновидность делится на непосредственную и опосредованную. Среди них можно выделить следующие жанры:

1) в устной разновидности непосредственного общения:

– экскурсия (включая общение экскурсанта и экскурсовода),

– диалог с продавцом услуги (офисный или внеофисный диалог между представителем турфирмы и клиентом),

– диалог с представителем принимающей стороны (между клиентом/сопровождающим группы и служащим гостиницы/шофером экскурсионного автобуса),

– диалог между туроператором и контрагентом (бронирование гостиниц, авиабилетов и т.п.),

– на периферии жанрового поля – речевое взаимодействие в особых обстоятельствах (переговоры с консульством);

2) в устной разновидности опосредованного общения:

– видеопутеводитель – обзорно-географический документальный фильм,

– аудиогид;

3) в письменной разновидности в форме печатных текстов:

– путеводитель, включая авторский путеводитель,

– туристический проспект, буклет и брошюра,

– каталог,

– статья,

– листовка;

4) в компьютерно-опосредованной письменной разновидности:

– виртуальная экскурсия,

– веб-страница (сайт ) туристического бюро,

– форум туристов и путешественников,

– блог туриста или путешественника (вариант названия, объединяющего данный жанр с предыдущим, - отзывы путешественников ),

– электронное письмо клиента в туристическое бюро,

– электронная переписка служащих туристической сферы,

- отзыв туриста.

Как мы видим, путеводитель – это лишь один жанр из большого количества жанров туристического дискурса, что не умоляет его функций в туристической индустрии.

Охарактеризуем данный жанр.

Путеводитель – письменный текст большого объема, служащий для ознакомления потенциального туриста с информацией о природных, экономических и культурно бытовых особенностях страны и позволяющий быстро адаптироваться к новому лингвокультурному пространству.

Путеводители можно разделить на два основных типа: 1) рекламно-справочные и справочно-рекламные издания, представленные проспектами, буклетами и брошюрами, и 2) инфор-

мационно-рекламные и справочно-энциклопедические издания, представляющие собой авторские путеводители.

При разном объеме содержания и целевой установки базовая (консервативная) часть обоих типов путеводителя одинакова. Она включает историческую справку, описание достопримечательностей, карту, информацию о месторасположении памятников, времени и стоимости их посещения, экскурсионных программах, близлежащих кафе и сувенирных лавках, информацию для людей с ограниченными возможностями и необходимые телефоны справочно-информационной службы.

Вариативный блок информации представлен в авторских путеводителях. Он складывается, прежде всего, как результат расширения консервативной части. Помимо этого, его содержательное наполнение обеспечивается предисловием, подробным описанием всех близлежащих магазинов, мест досуга, отелей, алфавитно-предметным указателем, библиографией, благодарностями коллегам и спонсорам, а также сведениями

об авторе или авторах. В авторских путеводителях справочно-энциклопедического типа содержится также культурологическая информация: она призвана расширить фоновые знания адресата и, как правило, размещена вне основного текста, например, во врезках.

Композиция базовой части путеводителя имеет следующую структуру: логическая (представляет собой последовательность информационно важных элементов текста и фактологически периферийных данных об описываемом в путеводителе объекте), центробежная (воспроизводит циклическую структуру городского ландшафта), маршрутообразующая (является текстом экскурсий по описываемому объекту), ступенчатая (организация текста по принципу постепенного представления освоения объекта через наращивание объема важной информации о нем).

Вариативный блок создает композиционную рамку. Врезки располагаются в соответствии с принципом информационной мозаики.

На языковое оформление текстов путеводителей влияет гибридный характер туристического дискурса. Это проявляется

в использовании единиц двух языков, в сочетании черт публицистического и научного функциональных стилей с наложением приемов рекламного дискурса.

Стилевое оформление путеводителя в некоторых местах демонстрирует ориентацию на такие доминантные признаки научного стиля, как высокий уровень обобщения, точность, информативность, имперсональность.

Из рекламных черт жанр путеводителя унаследовал креолизованность – обязательное наличие иллюстративных материалов, как поясняющих текстовый ряд (например, фотографии достопримечательностей, карты объекта), так и дополняющих содержание текста, поскольку на фотографиях и иллюстрациях, как правило, запечатлевают исключительные виды описываемого географического пункта. Что позволяет сформировать высокую положительную оценку предлагаемого туристического продукта,

Таким образом, самым сложным по структурной организации, разнообразию воплощаемых вербальных и невербальных кодов, речевых стратегий и тактик в жанровой системе туристического дискурса является жанр путеводителя.

Кроме того, можно отметить, что систему жанров в современном мире необходимо расширить новыми знаниями о появившихся в последнее время электронных возможностях.

Электронные путеводители – это собрание маршрутов, сопровождаемых навигацией, всех необходимых сведений о любой территории с ее ландшафтом, любом городе и об отдельном культурном или историческом объекте туризма. Путеводители дополнены мультимедийными энциклопедиями. Инновация таких путеводителей состоит в том, что они предлагают наличие дополнительной навигации в пространстве и содержании с использованием технологии виртуальных туров, которая создает полный «эффект присутствия». При этом у пользователя есть возможность произвольного движения внутри объектов, получая дополнительные справочные сведения [8].

Основное преимущество электронного путеводителя – это удобство в использовании. Этот сервис можно хранить на любом носителе, таком, как телефон, планшет или ноутбук,

а для пользования им не нужна связь с мобильным оператором или подключение к сети Интернет. Более того, многие виды электронных путеводителей можно как свободно купить, так и скачать бесплатно, зайдя на специальный сайт.

Электронные путеводители содержат разнообразную информацию, которая может быть необходима или интересна в туристических поездках: список музеев с указанием адресов и часов работы, перечисление значимых исторических и культурных памятников и места их расположения, схемы движения городского транспорта, интересные туристические маршруты, важные рекомендации и основные сведения о местных обычаях и культурных традициях горожан. Кроме того, электронные путеводители подскажут, какие магазины, рестораны и заведения для отдыха есть в городе, и каких цен на услуги следует ожидать.

Теперь, путешествуя не только за рубеж, но и по России, можно с успехом пользоваться электронными путеводителями, как гидами и справочниками, доступными в любое удобное время.

Еще одна интересная особенность электронных путеводителей - это возможность виртуальных туров. Виртуальные туры с помощью электронных путеводителей - это прекрасный сервис, как для частных лиц, так и для музеев, выставочных залов, дворцов, храмов и монастырей, усадеб, историко-ландшафтных заповедников и других объектов культуры России.

Итак, путеводители призваны за короткий срок максимально раскрыть для туриста страну, показав как можно больше интересного.

Сегодня, когда рынок путеводителей пресыщен, выжить может только тот лейбл, что четко определил для себя целевую аудиторию.

Современные журналисты, блогеры, приводят классификацию путеводителей, определяя целевую аудиторию [6,7].

Первый тип – путеводители для любознательных. Путеводители данного типа – это хорошо иллюстрированная книга, показывающая достопримечательности страны. Подобные путе-

водители можно использовать как наглядный материал для уроков географии и истории искусств, а некоторые можно рассматривать как серьезные научные исследования.

Такие путеводители содержат множество фотографий, отличаются глубиной проработки текста и наглядной подачей материала. Они напоминают предварительную и дополнительную путевую литературу.

Подобные путеводители можно разделить на два подтипа: путеводители наглядные (где основной упор делается на цветные фотографии и схемы, а текст принято заменять доходчивым рисунком) и путеводители информационные (где на первом месте находится текст).

Второй тип – путеводители для туристов. Это самый малоподходящий тип большинству читателей журнала – самостоятельным путешественникам. Таких путеводителей большинство. Их отличительные черты:

1) ориентирование на траты туриста среднего класса, а не бэкпекера (перечень отелей и ресторанов начинается не с самых дешевых, а с наиболее дорогих примеров).

2) довольно поверхностное описание самой страны. Как правило, внимание уделяется лишь туристическим местам и главным достопримечательностям, тогда как второстепенные направления и маршруты *off the beaten trek* (т.е. по нетоптаным туристами дорожкам) вообще не рассматриваются.

3) слабое внимание к практической информации по транспорту (особенно вне крупных городов). Предполагается, что пользователь закажет экскурсию в отдаленный памятник старины или заповедник, а не поедет туда на общественном транспорте. Упоминание же «экстремальных» способов передвижения типа автостопа можно встретить лишь в разделе «чего не надо делать». Здесь можно выделить также два подтипа: это путеводители для отдыха (т.е. ориентированные либо на организованных туристов-отдыхающих, либо в принципе на отдых и развлечение без серьезной экскурсионной нагрузки) и путеводители для туризма (т.е. ориентированные на расходы и заботы представителей среднего класса и состоятельных людей).

Третий тип – путеводители для путешественников. Путеводителей этого типа не так много. Их можно опознать по отличительным признакам:

1) приводится максимум необходимой информации для как можно более глубокого погружения в страну - от результатов последних парламентских выборов до перечня наиболее продаваемых поп-групп.

2) техническая информация, направленная на экономию средств. Называются самые дешевые отели, кафе и общественный транспорт. Иногда вас могут посвятить в тайны черного рынка валюты и особенности попадания в закрыты зоны.

3) маршруты и расписания часто предполагают длительное знакомство со страной (нормальный срок – 1-3 месяца).

4) особое внимание уделяется responsible travel, т.е. этики путешествия. Любое нарушение экологии и традиционного уклада жизни считается тяжким преступлением для «настоящего» путешественника.

5) наличие у издания ярко выраженного собственного мнения по поводу современной ситуации в стране.

Таким образом, жанр путеводителя в туристической индустрии продолжает иметь важное значение в продвижении туристического продукта, несмотря на многовековую историю собственного существования, развиваясь и откликаясь на требования современных путешественников и туристической индустрии в целом.

### **Список использованных источников и литературы**

- [1] Любкер Ф. Реальный словарь классических древностей, пер. с нем. — М., 2001. Издание на CD-ROM: — М.: ДиректМедиа Паблишинг, 2007.
- [2] Путеводитель как семиотический объект. Сборник статей / Тартуский государственный университет. Кафедра русской литературы; ред. Л. Киселева [и др.]. — Tartu: Tartu Ülikooli Kirjastus, 2008. — 321 с.

- [3] Путеводители «Вокруг света», 2012. – 4600 с. <http://www.domeknig.ru/spravochniki/24044-knizhnaya-seriyaputevoditeli-vokrug-sveta.html>
- [4] Толковый словарь русского языка. В 3 т. Т.2. Н-П / Под ред. Проф. Д.Н. Ушакова.-М.: Вече, Мир книги, 2001. - 688с.
- [5] Филатова Н.В. Жанровое пространство туристического дискурса. 2014. – 165 с. Научная библиотека КиберЛенинка: <http://cyberleninka.ru/article/n/zhanrovое-prostranstvo-turisticheskogo-diskursa#ixzz38eFNgwQH>.
- [6] <http://allplanet.ru/forum/topic,3478.0/>
- [7] <http://pavlyuk.livejournal.com/>
- [8] <http://www.tourstars.ru/articles/204.html>

## **СОВРЕМЕННОЕ ИНТЕРАКТИВНОЕ ОБОРУДОВАНИЕ В ПРАКТИКЕ ТУРИСТСКОГО БИЗНЕСА**

*Бабушкина М. Д.,  
Галанова Н.А.*

Взаимодействие в среде туристского бизнеса тесно связано с проведением презентаций, совещаний, конференций по обмену опытом. Работу в этом направлении позволяют существенно облегчить и усовершенствовать современные интерактивные технологии. С их помощью можно отображать, записывать и анализировать информацию.

В сфере туризма успешное применение могут найти такие интерактивные устройства, как: слайд-проекторы, интерактивные доски, документ-камеры, интерактивные планшеты, интерактивные панели, интерактивные системы голосования, а также CD/DVD-визитки.

Слайд-проекторы используются для проецирования изображения с фотопленки на большой экран. Большинство слайд-проекторов работают со слайдами, изготовленными из пленки



шириной 35 мм. Преимущества слайд-проекторов заключается в том, что с их помощью в качестве учебного материала можно использовать высококачественные изображения (фотографии, графики, сканированные документы и т. п.). Эта техника проста и практична в эксплуатации. Устройства имеют возможность синхронизации с компьютером, автоматическое и ручное переключение слайдов, настраиваемый объектив.

Интерактивная доска инновационна тем, что весь материал можно представить с помощью картинок и графиков, а лекцию или презентацию по окончании можно растиражировать участникам в цифровом виде. Весь материал, который используется для работы с интерактивной доской, также имеет цифровой вид. Основная суть работы интерактивной доски в том, чтобы выводить с помощью проектора из компьютера необходимую для работы информацию. Интерактивная доска внешне напоминает монитор для компьютера, только больших размеров.

Одним из самых главных преимуществ документ-камеры является возможность отображать на большом экране (или на нескольких экранах) мелкие детали, шрифт, картинки или же документ, который находится в единственном экземпляре. Документ-камеру можно подключить к компьютеру, проектору, телевизору. Поэтому помещение, в котором предстоит провести конференцию не обязательно должно быть оснащено большим количеством оборудования. Отображает документ-камера в режиме реального времени. Это значит, что вся аудитория может одновременно следить за тем, что происходит на экране. Помимо вывода информации на экран, с помощью документ-камеры можно фотографировать и сохранять снимки. Немаловажно то, что документ-камеры очень портативны и не занимают много места.

Интерактивные планшеты – это устройства, предназначенные для ввода информации с помощью электронного пера. Планшеты очень компактны, стандартный размер планшета не более размера коврика для мыши. Небольшие размеры планшетов оптимальным образом сочетаются с их функциональностью. С помощью такого планшета появляется возможность получить доступ к информации, которая содержится в компьютере, из

любого места аудитории. К одному компьютеру можно подключить несколько подобных планшетов, один из которых может использоваться в качестве лекторского. Это позволяет не только разнообразить течение презентации/лекции и сделать процесс более интересным и увлекательным, но и значительно повысить его эффективность. С помощью планшета, можно выполнять записи и делать пометки, сохранять информацию о происходящем в виде файлов, вносить изменения в существующие документы. Высокое разрешение экрана, которым отличаются современные модели, обеспечивает точность ввода информации, а также удобство создания и чтения рукописного текста. Электронное перо используется не только в качестве ручки, но и выполняет все функции мыши, что делает планшет еще более эффективным инструментом.

Интерактивные панели – это панели, совмещающие в себе LCD монитор и устройство ввода информации с помощью пера. Это удобная, простая в использовании электронная панель планшетного типа со всеми функциональными возможностями интерактивной доски, которая позволяет управлять компьютером при помощи ручки, писать текст и рисовать изображения на экране компьютера в режиме реального времени, а также одновременно вводить их в компьютер.

Интерактивная система голосования – это совокупность программного обеспечения и аппаратного комплекса, предназначенных для проведения конференций, семинаров, тестов, опросов, форумов различного направления. Такая система голосования используется на сайтах турагентств. Проводятся различные опросы, например, о работе менеджеров или предпочтениях в выборе туров или услуг.

CD/DVD-визитки отвечают всем условиям надёжности и имеют конструктивные особенности (в частности, «ножки», при помощи которых CD-визитки держатся в 80-миллиметровом пазе в лотке CD/DVD-ROM). Емкость CD-визитки колеблется от 26 до 100 мегабайт, а DVD от 125 до 500 Мб, что позволяет записать на них практически любую презентацию или каталог продукции из нескольких тысяч наименований. При этом расходы на выпуск информационных и рекламных материалов со-

кращаются в два-четыре раза (при тираже в 2 000 штук тираж CD-визиток обходится в два-три раза дешевле, чем печать каталога продукции в достойном качестве), а эффективная отдача от этой продукции увеличивается. Дело в том, что попав в руки человека, CD/DVD визитка представляется ему маленькой симпатичной игрушкой, которую очень хочется быстрее испытать в действии. Эксперимент обычно заканчивается просмотром презентации со всеми вытекающими последствиями: запоминанием бренда, компании и продукции.

### **Список использованных источников и литературы**

- [1] Гуляев В.Г. Мультимедийные технологии в туризме. – М.: Наука, 2005. – 145 с.
- [2] [http://arheemed.ru/catalog/multimedijnoe\\_oborudovanie](http://arheemed.ru/catalog/multimedijnoe_oborudovanie).
- [3] <http://www.inovar.ru/index.php>.

**РАЗДЕЛ 2.**  
**ИСТОРИЧЕСКИЙ ОПЫТ И СОВРЕМЕННОЕ**  
**СОСТОЯНИЕ ТУРИСТСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**  
**В УДМУРТСКОЙ РЕСПУБЛИКЕ**

**СОЗДАНИЕ И ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ОБЩЕСТВА**  
**ПРОЛЕТАРСКОГО ТУРИЗМА И ЭКСКУРСИЙ**  
**В УДМУРТИИ**

*Мерзлякова Г.В.,  
Оконникова Т.И.,  
Баталова Л.В.*

В последние десятилетия растет интерес исследователей к истории отечественного туризма. Это связано с включением туристской индустрии в число национальных проектов. 1920–1930-е гг. стали временем интересного эксперимента в области туризма. Именно в этот период он был тесным образом связан с экскурсионным делом, краеведческим движением, культурно-просветительной политикой и пропагандистской практикой Советского государства.

По мнению большинства современных специалистов, туризм является высоколиквидной отраслью с быстрой отдачей, так как содействует улучшению сбалансированности национальной экономики путем перераспределения национального дохода и предоставляет широкие возможности для занятости населения. Но советский туризм 1920–1930-х гг. такому назначению отвечает весьма слабо. Политика развития социального туризма, осуществляемая Советским государством была рассчитана на массового потребителя. В свою очередь, массовость «планового туризма» обеспечивалась государственными дотациями через социальные фонды и профсоюзы, ведомственные и отраслевые фонды экономического стимулирования и другие целевые ассигнования. Более того, в 1930-е гг. пропагандистская составляющая в туристском движении не просто доминировала,

но и являлась своеобразным стержнем, вокруг которого «вращались» собственно туристические задачи, тогда как вопросы организационного, методического и особенно рекреационного характера нередко отходили на дальний план. Тем не менее они решались (пусть с разной степенью эффективности) и способствовали становлению действительно массового движения, руководство которым в 1930-1936 гг. было возложено на Всесоюзное добровольное Общество пролетарского туризма и экскурсий (ОПТЭ). В дальнейшем упразднение ОПТЭ и распределение его функций между Туристско-экскурсионным управлением ВЦСПС и Всесоюзным советом физической культуры при ЦИК СССР знаменовали собой завершение специфического этапа в развитии самодеятельного туризма, когда он являлся частью советской повседневности.

Советский туризм развивался стихийно и длительное время не имел организационного центра. На протяжении 1920-х гг. шли поиски наиболее рациональных форм туристско-экскурсионной работы. Туризмом занимались различные органы и организации. Так, например, в Удмуртии в 1928 г. Областным советом профессиональных союзов при Бюро физической культуры была организована секция туризма [2, Оп.1.Д.44.Л.68]. Она занималась организацией спортивных вылазок, велосипедных и конно-лыжных пробегов, устраивала военизированные лыжные походы и т. д. Вылазки чаще всего устраивались в следующие места: Крутой Лог, Сарапульский тракт и на Карлутские вершины. При помощи местного краеведческого общества секцией было разработано десять маршрутов по области и шесть по Уралу. Заметим, что эти маршруты в то же время являлись настоящими путеводителями: в них подробно описывалась местность с перечислением всех достопримечательностей, на которые экскурсант должен был обратить внимание, к каждому маршруту давалось обязательное задание, которое должно было быть выполнено в течение его прохождения. Эти маршруты были водные, пешеходные и комбинированные, продолжительностью от двух до двадцати дней.

Политико-просветительский комитет Областного совета профессиональных союзов в тот период ограничивался лишь

организацией так называемых массовок – развлекательных коллективных выездов работников предприятий за город в выходные дни и экскурсий в музеи. Самым популярным местом отдыха горожан была Воложка, иногда выезды сюда по численности могли достигать 700—1000 чел.

Профсоюз работников просвещения устраивал дальние экскурсии с педагогическим уклоном. А в сферу профессиональных обязанностей экскурсионного отдела Областного отдела народного образования входила организация учебных экскурсий как местного, так и дальнего значения.

Представление о туризме в конце 20-х – начале 30-х гг. не имело строго определенного значения. «Для культкомиссий профсоюзов туризм был чем-то средним между прогулкой и пикником, для советов физической культуры — физкультурой, точнее, спортивной вылазкой, для органов Народного комиссариата просвещения — учебной экскурсией, для Акционерного общества «Советский турист» — коммерческой сделкой и т. д., и т. п. Каждая из этих организаций претендовала на исключительное руководство движением, требовала себе монополию».

К концу 20-х гг. в рамках общих задач культурной работы, направленной на укрепление основ строительства социализма, возникла необходимость упорядочения управления туризмом и экскурсиями в целом по стране: во-первых, необходимо было создание целевой организации, способной предоставить населению содержательные и дешевые туристские путешествия; во-вторых, разработать четкую идеологическую основу туризма; в-третьих, создать материальную базу, кадры, маршруты; в-четвертых, сделать туризм полезным для народного хозяйства.

Инициатором и организатором развития массового самодельного туризма стал комсомол, развернувший с середины 20-х гг. широкую деятельность по организации досуга молодежи.

Значительная роль в подобной деятельности принадлежала газете «Комсомольская правда», создавшей в декабре 1926 г. при редакции штаб и ставшей одним из инициаторов развития массового туризма, который по целям и содержанию она называла «пролетарским». Штаб «Комсомольской правды»

в 1926 г. организовал первый в истории туристско-экскурсионной работы многочисленный выезд 600 рабочих на «Волховстрой». Сразу же после этого при ЦК ВЛКСМ было создано бюро туризма, а затем «Комсомольская правда» провела первое заочное совещание по организации пролетарского туризма.

Следует отметить, что организационные формы в указанный период развивались автономно в двух направлениях: ВЦСПС занялся созданием низовых туристских звеньев: групп на предприятиях промышленности и сельскохозяйственного производства, в учебных заведениях, при клубах и т. д.; ВЛКСМ организовывал бюро туризма при комсомольских комитетах, перед которыми ставились задачи содействия местным обществам массовых путешествий, ведения справочно-инструкторской работы. При них были созданы секции: краеведения, лагерного, дальнего и пригородного туризма. Они накапливали туристские материалы (карты, описания маршрутов), было установлено сотрудничество с заинтересованными государственными и общественными организациями: местными советами профсоюзов, физкультурными и краеведческими коллективами, ассоциациями юных натуралистов, ОСОАВИАХИМом, ОСНАВом (обществом спасения на воде), учреждениями общественного питания, транспорта, гостиницами, коммунальными и другими службами.

Подобная деятельность, безусловно, способствовала организационному становлению туризма, росту числа его участников.

Внимание государства к вопросам развития туризма, а также объединение усилий профсоюзов и комсомола по вопросам туристской работы позволило предоставлять трудящимся туристские услуги, частично оплачиваемые профсоюзами: был введен льготный тариф железнодорожного проезда по маршрутам, арендовались помещения для туристских лагерей, накапливалось снаряжение.

По мере расширения сети туристских организаций на местах совершенствовалась их организационная структура, способствовавшая повышению роли низовых ячеек. Именно в них заслушивались отчеты и пожелания туристов, на основе которых составлялись методические рекомендации для новых путе-

шествий, походов, поездок, накапливались данные по краеведению.

В стране инициатором и организатором развития массового туризма стал комсомол, развернувший с середины 20-х гг. широкую деятельность по организации досуга молодежи. В 1927 г. при редакции газеты «Комсомольская правда» были созданы временный справочно-инструктивный центр и организационная комиссия, которым поручили проработать вопрос о создании общества массового туризма.

ЦК ВЛКСМ и редакция «Комсомольской правды» в январе 1927 г. провели совещание по организации массового туризма. На него были приглашены партийные, комсомольские, профсоюзные работники, организаторы молодого физкультурного движения. Все его участники высказали мнение о том, что туризм должен получить широкое распространение, стать мощным средством повышения культурного и политического уровня молодежи, ознакомления с историей и современной жизнью страны. Кроме того, постоянно подчеркивалось оздоровительное значение походов, их важность для развития общественной самодеятельности. Совещание дало мощный импульс к развитию туризма в стране.

В результате уже в конце января 1927 г. начало работу бюро туризма при Московском комитете комсомола, а в 1928 г. бюро туризма создали при ЦК ВЛКСМ и редакции «Комсомольской правды». Задачей бюро стало развитие массового туристского движения среди молодежи.

При губернских и городских комитетах комсомола начали создаваться бюро туризма, а при ячейках – секции туризма, объединявшие любителей походов. В Удмуртии в марте 1927 г. состоялось первое собрание пролетарских туристов, положившее начало их организации. Инициатором выступила небольшая группа комсомольцев заводского и городского районов. Таким образом, в Ижевске было создано при Областном комитете комсомола Областное бюро общества туристов.

На страницах «Ижевской правды» писалось, что «комсомольские ячейки должны разъяснить молодежи вопросы о туризме и организовать общество «любителей туризма». Туризм



у нас начинает развиваться впервые, но мы уверены, что при содействии профсоюзов и других организаций мы положим начало туризму в Вотоебласти этим же летом» [2, Оп.1 Д.64.Л.86].

«Ижевская правда» давала рекомендации примерных маршрутов, сообщала о первых начинаниях. «Организуйте ячейки туристов! – призывала газета читателей. – Не пропускайте праздничные дни для местного туризма. Готовьтесь к летним отпускам».

Материальная база Общества туристов, существовавшая исключительно на членские взносы, не была развита. При обществе работали секции велосипедистов, пешеходов и лодочников. По инициативе бюро при Клубе металлистов было создано справочное бюро по туризму. В этот период в Удмуртии впервые организуются туристские ячейки: на Ижевском заводе – пять и две – в советских учреждениях.

Бюро туристов занималось организацией самостоятельных туристских походов. Так, например, летом 1927 г. был разработан трехмесячный лодочный маршрут по рекам Иж–Кама–Волга до Астрахани, по которому отправилась первая группа туристов из Удмуртии.

Итоги лета 1927 г. показали, что самостоятельные путешествия по Союзу стали популярными, число их участников значительно возросло, создавались новые секции на предприятиях и бюро туризма при комитетах комсомола. Бюро не имели штатных сотрудников, вся работа велась на общественных началах, что было очень ценным и способствовало развитию у молодежи инициативы и активности. Но справляться с непрерывно возрастающим объемом работы бюро уже не могло. Назрела необходимость в создании специальной туристской организации с развитой материальной базой и самостоятельной структурой.

На первом совещании ЦК ВЛКСМ в январе 1927 г. была выдвинута идея о создании массового туристского добровольного общества. Основой его должны были стать ячейки при предприятиях и учебных заведениях. Однако предложение ЦК ВЛКСМ о немедленной организации такого общества встретило сопротивление. Не поддержали его профсоюзы и Народный комиссариат просвещения, а наиболее ожесточенную борьбу вело Объединен-

ное экскурсионное бюро, к этому времени преобразованное в акционерное государственное общество «Советский турист».

Причины этого несогласия скрывались в разном понимании задач и целей, стоящих перед туризмом. Так, комсомол видел в создании добровольного общества новую форму общественно-политического движения и поэтому, естественно, выдвигал на первое место идейное содержание походов, использование их возможностей для формирования мировоззрения, развития самостоятельности и общественной активности его участников. Самостоятельные походы включали серьезные физические нагрузки и давали максимальный эффект для оздоровления и закалки участников.

«Советский турист» же считал основным направлением туризма стандартные поездки по путевкам. В путевочном туризме упор делался на пассивный отдых и комфорт. Кроме того, нельзя не принять во внимание и материальную сторону. Для малообеспеченных слоев населения, особенно студентов, путевочные маршруты были практически недоступны. Самостоятельные же путешествия обходились участникам значительно дешевле, иногда на 40–50 %.

Убедившись в нереальности быстрого создания новой общественной организации, комсомол решил использовать Российское общество туристов – завоевать его изнутри.

В 1927 г. в Москве возобновило свою деятельность до-революционное Российское общество туристов, объединявшее около 500 чел. По социальному составу общество в основном состояло из интеллигенции и бывших зажиточных горожан, и только один человек представлял рабочих.

Бюро туризма ЦК ВЛКСМ призвало комсомольцев, рабочую молодежь, пролетарское студенчество вступать в члены Российского общества туристов, что резко изменило его социальную структуру. Внутри общества началась борьба за руководство между прежними организаторами РОТ и влившимися в него рабочими-партийцами и комсомольцами. К 1929 г. РОТ превратилось в руководящий центр туристского движения в стране. Появились его отделения в разных городах, важнейшими из которых стали: Московское, Ленинградское, Северо-

Кавказское, Самарское, Нижегородское, Севастопольское, Астраханское, Калужское. Таким образом, использовав возродившееся общество, комсомолу удалось за короткий срок создать фундамент туристского движения в стране.

По совету Бюро туризма в Российское общество туристов было послано 1500 молодых туристов, которые потребовали созыва внеочередной конференции. На этой конференции деятельность старого правления признали неудовлетворительной и избрали новое. После московской конференции новое руководство вышло с ходатайством в Народный комиссариат внутренних дел об изменении названия и устава общества, и 30 ноября 1929 г. предложенный устав был утвержден [2, Оп.1.Д.74.Л.54].

Так появилась в стране массовая туристская организация – Общество пролетарского туризма РСФСР (ОПТ). Его председателем стал Н.В. Крыленко, крупный партийный и государственный деятель, прокурор РСФСР. В уставе было записано, что общество ставит своими целями: «а) распространение среди трудящихся идей организованного туризма, т. е. самостоятельных путешествий, способствующих повышению культурного уровня, обеспечивающих культурное использование трудового отдыха и дающих наглядное представление о своей и других странах, способствующих живому общению между народами СССР, воспитывающих художественные навыки и любовь к природе, закаляющих здоровье и характер; б) придание туризму форм широко организованного общественного движения, что стало вполне возможным лишь после Октябрьской революции, когда приход пролетариата к власти, строительство социализма и повышение материального уровня вызвало в массах могучую тягу к знанию культуры; в) изучение и улучшение техники туризма; г) организованную взаимопомощь туристов; д) содействие обороне СССР путем военизации туризма; е) общественную работу туристов во время путешествий; ж) внедрение элементов краеведения в туризм» [2, Оп.1.Д.103.Л.97].

Заметим, что в уставе особо подчеркивалась необходимость обслуживать широкие массы трудящихся, не замыкаясь в кругу интересов членов общества.

Организационной основой общества стали первичные туристские ячейки при предприятиях промышленного и сельскохозяйственного производства, учреждениях, учебных заведениях, в Красной Армии, при избах-читальнях. По сравнению с другими организациями ведомственного туризма Общество пролетарского туризма РСФСР сразу вышло на первое место по популярности у трудящихся и объему работы. Оно осуществляло 90 % туристско-экскурсионной работы в стране.

30 мая 1929 г. коллегией Народного комиссариата просвещения было подписано соглашение между Обществом пролетарского туризма и Акционерным обществом «Советский турист» по вопросу о разграничении соприкасающихся сфер их работы. В нем указывалось, что задачей «Советского туриста» является обслуживание групп, отдыхающих по заранее определенным маршрутам общеобразовательного и краеведческого характера, в то время как целью Общества пролетарского туризма была организация самостоятельных туристских походов. Учреждения «Советского туриста» обязывали оказывать помощь группам ОПТ, обслуживать их на своих базах на льготных условиях. Однако условия этого соглашения «Советским туристом» не выполнялись, что и отметило оргсовещание, созванное Центральным Советом Общества пролетарского туризма 20 сентября 1929 г. Совещание вновь указывало на «аполитичность» его экскурсий, недопустимое отношение «Совтура» к обслуживанию членов Общества пролетарского туризма и т. д. Туристские базы «Совтура» превратились в базы отдыха, обслуживающие в основном своих акционеров и членов их семей (т. е. высокооплачиваемую, интеллигентную прослойку). Рабочему было трудно получить место на базах подобного уровня. Указывалось и на отсутствие на базах политико-просветительской работы.

Добровольное Общество пролетарского туризма ставило перед собой совсем другие задачи. Его целью было превратить туризм в массовое движение, основанное на активности членов ОПТ, охватить самые разнообразные прослойки трудящихся, в особенности малообеспеченные слои, использовать туризм как средство повышения их политического и культурного уровня.

Создание Общества пролетарского туризма означало переход к массовой организованной туристско-экскурсионной работе, однако ему не хватало материальной мощности. Поэтому для укрепления и развития массового туристского движения в СССР Совнарком СССР в марте 1930 г принял постановление «О слиянии акционерного общества «Советский турист» с Обществом пролетарского туризма РСФСР и создании Всесоюзного добровольного Общества пролетарского туризма и экскурсий (ОПТЭ)».

Работа вновь созданного общества была поставлена на государственную основу. В его Центральный Совет вошли государственные, профессиональные, общественные и другие организации и предприятия. Руководил им президиум ЦС общества. Председателем президиума был избран видный государственный деятель нарком юстиции Н.В. Крыленко. Финансовую основу Общества пролетарского туризма и экскурсий составляли членские взносы и средства организаций.

Всесоюзному добровольному Обществу пролетарского туризма и экскурсий поручалась вся туристско-экскурсионная деятельность и передавались все государственные туристские организации, существовавшие в стране. Одновременно было утверждено Организационное бюро общества.

Всесоюзное добровольное Общество пролетарского туризма и экскурсий создавалось как полностью самостоятельная общественная организация, не подчиненная какому-либо наркомату или иному учреждению. Туризм признавался серьезной частью всей культурной жизни страны.

В 1931 г. в Удмуртии было создано Организационное бюро Общества пролетарского туризма и экскурсий, насчитывающее в 1932 г. около 4500 членов. А в августе 1934 г. был создан Удмуртский областной совет Всесоюзного добровольного Общества пролетарского туризма и экскурсий (совет ОПТЭ) в Ижевске. В 1935 г. районные советы ОПТЭ были открыты в Можге, Глазове, Яре и Кезу. При Обществе пролетарского туризма и экскурсий было организовано консультационное бюро, возглавляемое сотрудником научно-исследовательского института.

Удмуртский совет ОПТЭ был создан с целью организации туризма и экскурсий для населения Удмуртии и находился в подчинении Центрального Совета ОПТЭ. Основными задачами общества были: «вовлечение в туристско-экскурсионное движение широких слоев трудящихся города и деревни, превращение его в действительно массовое пролетарское движение; подчинение всех существующих форм туризма и экскурсий задаче социалистического строительства; вовлечение в кружки физкультуры; краеведческая работа; выполнение отдельных заданий партийных, комсомольских, профсоюзных и общественных организаций» [3, Оп.1.Д.1418.Л.76].

В 1934 г. в Удмуртии насчитывалось уже 97 туристских ячеек: на производствах – 39, в учебных заведениях – 47, по колхозам и совхозам – 12.

29 декабря 1934 г. в Ижевске состоялась первая областная конференция Удмуртского областного совета общества пролетарского туризма и экскурсий, на которой присутствовало 200 делегатов, где были выработаны основные мероприятия по пропаганде и развитию туристско-экскурсионного дела в Удмуртии и активизации деятельности ОПТЭ. Конференция постановила, что наряду с расширением работы по обслуживанию дальних путешествий особое внимание следует обратить на развитие местного самодеятельного туризма, широко используя для экскурсий, пешеходных вылазок, лодочных, лыжных и велосипедных походов дни отдыха.

Удмуртский совет ОПТЭ занимался в основном организацией самодеятельных походов и развитием местного туризма. Так, например, был разработан велосипедный маршрут в Казань и водный маршрут на байдарках Ижевск–Ростов с несколькими переходами, общей продолжительностью 55 дней. Основная цель этого похода – физическая закалка и пропаганда байдарочного туризма.

Советом Общества пролетарского туризма и экскурсий были разработаны также основные маршруты республиканского значения:

маршрут № 1: Ижевск – Лудорвай – Агрыз-Можга – Варзи-Ятчинский курорт – Ижевский источник – Раскольниково на Каме – Воткинск-Ижевск;

маршрут № 2: Ижевск – Як.-Бодья – Валамаз – Селты – Мултан – Ува-Ижевск;

маршрут № 3: Ижевск – Зура – Дебесы – Чепца – Балезино – Глазов – Ижевск;

маршрут № 4: Ижевск – Сюгинск – Вавож – Сюмси – Кильмезь – Малмыж – Вятские Поляны – Ижевск и др.

Также были выработаны маршруты экскурсий для самостоятельных групп. Маршруты вырабатывались совместно с Удмуртским научно-исследовательским институтом, который, вероятно, обосновывал научно-познавательную часть маршрута и методическую обеспеченность.

Отметим, что по-прежнему главной задачей Общества пролетарского туризма и экскурсий являлся поиск специфических форм помощи социалистическому строительству. Одной из них явилась общественно-политическая работа туристов во время походов: проведение бесед с местным населением (особенно в глухих и отдаленных районах), снабжение литературой, трудовая помощь в уборке урожая и т. п.

Одной из особенностей развития туристско-экскурсионного дела на данном этапе явилось то, что с принятием первых пятилетних планов развития народного хозяйства СССР ведомства-организаторы туризма направляли его на содействие в выполнении заданий пятилеток, вырабатывая тематическую направленность маршрутов и учитывая социальные проблемы государства.

Положением о туристской организации в этой связи была предусмотрена «политическая активизация туризма и экскурсий, подчинение их основным и текущим политическим и хозяйственным задачам партии, участие в проведении политических и хозяйственных кампаний» [1, Оп.1.Д.3.Л.1].

Уже весной 1928 г. были утверждены «темы лекций по общественно-политическим вопросам», которые читались во время походов и поездок: «Первый пятилетний план индустриа-

лизации страны и план хозяйственного строительства», «Рационализация производства и профсоюзы» и т. п.

Удмуртским советом Общества пролетарского туризма и экскурсий были организованы эстафетные вылазки на лыжах в колхозы по вопросам хозяйственных и политических кампаний, по проработке решения правительства об отмене карточной системы и МТС, о значении пролетарского туризма. При организации и проведении самостоятельных путешествий всегда принимали во внимание и руководствовались тем, что задачей пролетарского туризма является сочетание использования путешествий для отдыха в лучших его формах с повышением политического и культурного уровня, с проведением общественно-политической работы в пути. Содержанием разъяснительной работы среди населения стала пропаганда внешней и внутренней политики Компартии и Советского правительства, задач построения социалистического общества, работы по культурным преобразованиям. Эта работа обрела себя в конкретных заданиях туристам, отправлявшимся в дальний путь. «Комсомольская правда» писала в этой связи: «Рабочие, трудящиеся идут в путешествие, чтобы узнать Советский Союз и быстрее строить социализм. В пути они стремятся общественной работой помочь трудящемуся населению – так туристы помогают смычке» [1, Оп.1.Д.3.Л.17].

Обобщив опыт общественной работы «по массовой пропаганде и организации большого политического и культурного дела — пролетарского туризма», вклад туристов-активистов в выполнение первого пятилетнего плана, профсоюзы, комсомол и Общество пролетарского туризма и экскурсий под руководством партийных органов сформулировали перспективные задачи «социальной работы средствами туризма в последующие годы». В обязанность каждого «пролетарского туриста — активного участника строительства» входила работа по разъяснению трудящимся задач социалистического строительства, агитация за социалистическое соревнование, проведение просветительской работы в сельской местности, оказание содействия в выполнении производственных заданий на предприятиях промышленного и сельскохозяйственного производства и т. п.



В соответствии с задачами второй пятилетки туризм принял решение в содействии индустриализации страны. Руководством к действию стали решения XVII конференции ВКП(б) (1932 г.), где отмечалось, что осуществление задач полной технической реконструкции народного хозяйства непрерывно связано с делом овладения новой техникой, квалифицированными кадрами, с широким созданием новых кадров собственной технической интеллигенции из рабочих и крестьян и с решительным повышением культурного уровня массы трудящихся.

По осуществлению этих задач были разработаны локальные и дальние туры по СССР, включавшие посещение фабрик и заводов, помогавшие овладевать новой техникой и изучить передовую технологию. Профсоюзы, комсомол, туристские организации призывали туристов стать «лицом к производству», объясняли, что «обмен производственным опытом должен явиться делом каждой ячейки, каждой группы туристов, каждого путешествия и каждой экскурсии».

Для этой работы было создано 78 специальных «индустриальных маршрутов», предполагавших посещение «гигантов промышленности» – предприятий Центра, Урала, Сибири, Украины, Средней Азии, Севера. С целью большего охвата технических специальностей маршруты содержали 16 тематических направлений: черная металлургия, цветная металлургия, машиностроение, энергетика, химия и т. д.

Число подобных объектов туристского показа расширилось в годы третьей пятилетки. Обращает на себя внимание тот факт, что в 1930 г. возникла еще одна форма массового туризма – «техпоход для овладения техникой». В ходе празднования Дней памяти В.И. Ленина в 1932 г. состоялся наиболее крупный из них – в Москву. Восемьсот ударников «овладели техникой и производственным опытом» 18-ти крупнейших предприятий, результатом стали 650 рационализаторских предложений участников технического похода.

Опыт первого «техпохода» позволил поставить вопрос о его дальнейшем развитии. В середине 30-х гг. интерес к индустриальным экскурсиям и эффективность вклада туристских ячеек в материальное производство позволили, совмещая маршруты,

тематически охватить смежные отрасли народного хозяйства. До конца 30-х гг. продолжали действовать 18 комплексных маршрутов по девяти направлениям.

Массовый «поход за техникой» включал и определенные виды работ на посещаемых предприятиях. Экскурсанты получали «производственные задания» (наладка станков, описание технологического процесса и т. п.), затем отчитывались в своих ячейках [1, Оп.1.Д.1.Л.96]. Для увеличения «пропускаемости» индустриальных маршрутов они были подразделены на составные участки в зависимости от времени путешествия, расстояния, количества групп местных или иногородних туристов. Участие в этих поездках предоставлялось в первую очередь рабочим. Профсоюзы частично или полностью оплачивали путевки: «при распределении льгот, указывалось в служебных инструкциях, строго придерживаться принципа предоставления льготы в первую очередь рабочим» [1, Оп.1.Д.1.Л.26].

Общество пролетарского туризма и экскурсий также выступило организатором Всесоюзного исследовательского похода «За сырьем для станков пятилеток». Маршруты дальних путешествий проходили по малоисследованным районам. Туристы составляли картосхемы, опрашивали население о наличии минералов, описывали и зарисовывали геологические окаменения, ландшафты. В результате поступали заявки на открытие месторождений.

Удмуртский совет Общества пролетарского туризма и экскурсий в области исследовательской работы считал необходимым организацию совместной работы в тесном контакте с научной общественностью, с планирующими научно-исследовательскими и хозяйственными органами по организации массового участия членов ОПТЭ в исследовании естественных богатств Удмуртии, поисково-разведочной работе по выявлению сырьевых баз, энергетических ресурсов, строительных материалов и т. п. Удмуртский совет ОПТЭ совместно с Удмуртским научно-исследовательским институтом разработал ряд маршрутов, по которым шла поисковая работа. В результате было обнаружено 14 новых точек залегания волконсконтов, гравия, песка на территории Удмуртии, туристы Воткинского завода от-

крыли на Каме залежи медной руды и т. д. А в 1935 г. Удмуртское Общество пролетарского туризма и экскурсий организовало массовый туристский поход по разведке полезных ископаемых Южного Урала.

Развитие этого направления в туризме было обусловлено социально-экономическими потребностями развития государства на данном этапе. С развертыванием экономики и индустриализации страны возрастала необходимость в расширении сырьевой базы. В 30-е гг. изучение природных богатств страны только начинало приобретать широкий и глубокий характер. Большинство районов практически не было исследовано. Находки по несложным признакам различных ископаемых имели серьезное практическое значение. Это еще раз подчеркивает специфику развития туристско-экскурсионного дела, направленного, прежде всего, на выполнение социальных потребностей государства в годы первых пятилеток.

За первый год своего существования Общество пролетарского туризма и экскурсий организовало путешествия для 300 тыс. чел., а уже nasledующий год – для 3 млн туристов. К 1931 г. количество членов общества выросло до 500 тыс., к 1932 г. – до 800 тыс. чел.

Следует также обратить внимание на тот факт, что в исследуемый период меняется профессиональный состав туристов: к концу 1930 г. насчитывалось 49 % рабочих, на следующий год – уже 52 %, служащие составляли 19 %, учащиеся – 23 %, колхозники и крестьяне — 6 %.

Непосредственная работа с населением велась через низовую туристскую ячейку. Положение о ней выработало Всесоюзное совещание туристов в сентябре 1930 г., в котором указывалось, что основной задачей ячейки являлась «пропаганда идей организованного туризма и экскурсий, а также массовое вовлечение в нее трудящихся, превращение туризма в действительно народное, организованное пролетарское движение» [1, Оп.1.Д.1.Л.1].

Возрастающая массовость туризма требовала дальнейшего развития соответствующей материальной базы, что, в свою

очередь, вызвало необходимость привлечения дополнительных материальных и денежных средств.

Всесоюзному добровольному Обществу пролетарского туризма и экскурсий в наследство от «Советского туриста» и других организаций досталось несколько предприятий материального производства и бытового обслуживания (мастерские по производству и ремонту туристского инвентаря, лодочные станции, лыжные пункты проката, базы в Крыму и на Кавказе и др.), а бюджет общества насчитывал всего 2 тыс. руб., поэтому ОПТЭ повело работу по накоплению финансового фонда в нескольких направлениях, основным источником которого явились взносы коллективных и индивидуальных членов [2, Оп.1.Д.3.Л.82].

Затем, вслед за созданием всесоюзной организационной структуры, была введена система финансовой деятельности, охватившая не только организацию поездок и путешествий для туристов — членов общества, но и оказание платных туристских услуг (или туристского обслуживания), предоставляемых населению посредством реализации платных путевок.

Разработанный «турфинплан» был основан на платном (льготном для членов "ОПТЭ") туристском обслуживании: отдых на турбазе, нахождение на организованном маршруте, прокат инвентаря и снаряжения, предоставление гидов, инструкторов, проводников, «групповодов», пользование пунктами прокатов, бытовым обслуживанием. Финансовый туристский фонд пополнялся также средствами, полученными от проведения субботников, воскресников, сбора металлолома, лекарственных растений и т. п.

Приобретенные средства инвестировались в развитие материально-технической базы туризма. Строились и арендовались туристские лагеря, кемпинги, базы, приюты, горные хижины, палаточные лагеря, предприятия туристского материального производства.

Часть финансовых накоплений была направлена ОПТЭ на создание общественной трибуны туристско-экскурсионного движения — средств массовой информации. С начала 30-х гг. ОПТЭ выпускало периодические журналы «Всемирный ту-

рист», «На суше и на море» (сначала ежемесячно, затем 2 раза в месяц) и организационно-методический ежемесячник «Турист-активист». Приложением к журналу «На суше и на море» являлась «Библиотека туриста» (12 брошюр в год) – небольшие брошюры, авторами которых были туристы, рассказывающие о наиболее успешных научно-исследовательских экспедициях и походах, о видах общественной работы среди населения в местах прохождения маршрутов.

С 1929 г. начал издаваться журнал «Турист» – орган ВЦСПС, ставший впоследствии ведущим периодическим изданием по вопросам теории, методики и практики советского туризма. Кроме того, в Москве было создано государственное издательство «Физкультура и туризм», в котором выходили книги по методике и технике различных видов туризма, с описанием туристских районов и конкретных путешествий.

Следует отметить, что создание организационно-управленческой основы (районных, городских, областных, республиканских и центрального подразделения туризма, разветвленной сети ячеек), развитие материально-технической базы, рост спроса населения на туристские услуги значительно расширили географию туризма. Все более частыми стали путешествия и походы в новые районы – Западную Сибирь, Алтай, Кузбасс, Среднюю Азию, Заполярье.

Тематическая ориентация туризма, учитывавшая профессиональную принадлежность и интересы трудящихся, возникновение новых форм путешествий позволили вовлечь значительное количество трудящихся в походы и поездки. Свыше 200 железнодорожных, пеших и комбинированных маршрутов по краеведческим, индустриальным и сельскохозяйственным темам предоставлялись туристам в середине 30-х гг.

На рубеже первой и второй пятилеток развития народного хозяйства СССР только Общество пролетарского туризма и экскурсий предоставило туристские услуги более полутора миллион трудящихся. В значительной мере этот успех был обеспечен удешевлением обслуживания населения. Группы туристов имели право на льготный проезд по железной дороге (50 % стоимости для коллективов, насчитывавших не менее трех чело-

век, и на расстояние свыше 300 км). На туристских базах членам ОПТЭ предоставлялось льготное обслуживание.

Изменение контингента туристов происходило в сторону увеличения роста представителей рабочего класса и крестьянства. Так, если в 1930 г. рабочие и колхозники составляли 55 %, то в 1935 г. – уже 61 %.

Увеличение объема деятельности, а также расширение сети туристских организаций и ячеек, разработка новых маршрутов, улучшение материально-технической базы требовали решения проблемы кадров. Необходимо было подготовить практических работников туристского аппарата, персонал обслуживающих предприятий, квалифицированных гидов-экскурсоводов, проводников, общественных организаторов.

Поскольку стало уже невозможно обслуживать туризм силами общественников, на которых в основном эта работа возлагалась, ЦС Общества пролетарского туризма и экскурсий, продолжая в известной мере ориентироваться на энтузиастов, приглашал к сотрудничеству комсомольских, профсоюзных и других работников. В местных туристских организациях были созданы штатные аппараты. Для их обучения и повышения квалификации, а также для подготовки кадрового резерва ОПТЭ открыло краткосрочные центральные туристские курсы для актива.

Вначале работа велась по обучению общественных организаторов: гидов, сопровождающих, инструкторов, «агитаторов-докладчиков». Они подбирались преимущественно из числа рабочих и комсомольских активистов — в соответствии с условием, поставленным профсоюзами, комсомолом и Обществом пролетарского туризма и экскурсий. В его Положении специально оговаривалось: «По всем вопросам туристского движения, туристской работы, работы ячеек необходимо формировать актив из рабочего, желательно партийно-комсомольского состава, проверенного в общественной и туристской работе, политически выдержанного и грамотного».

Общественных работников готовили ячейки общества, профсоюзные и комсомольские организации, советы физкультуры. При них создавались секции, кружки, в которых проходили

семинары, беседы, один раз в 10 дней проводились учебные сборы туристских активистов.

Проблема подготовки профессиональных кадров решалась двояко: посредством приглашения комсомольских, профсоюзных и физкультурных работников, успешно зарекомендовавших себя активистов-общественников; параллельно совершенствовалась учеба общественников для подготовки из их числа резерва кадровых работников. Одновременно прорабатывались вопросы создания отделений и циклов по туризму и экскурсиям в политпросветвузах и техникумах, ведение факультативного курса по туризму при географических и этнографических факультетах ряда высших учебных заведений. Специализированный техникум по обучению среднего звена туристских работников открывался в Москве.

К середине 1930-х гг. туризм в СССР приобрел еще больший размах. Число желающих совершить дальнюю поездку, отдохнуть на турбазе или получить другие туристские услуги значительно превысило потенциальные возможности ОПТЭ. Будучи ведущей туристской организацией в стране, но ориентируясь в практической деятельности в основном на своих членов, обществу стало не под силу выполнять на своей материальной базе все возрастающий объем услуг по развитию туризма.

Тем не менее, оно предприняло попытки увеличить охват населения и «угнаться» за прогрессирующим туризмом, для чего форсировало работу по финансовым накоплениям. Между тем отметим, что основным материальным источником общества являлись членские взносы и доходы от собственных бытовых предприятий (фотографии, столовые, прокат инвентаря, лодочные станции и т. п.), которые ограничивались известным пределом. Тогда ОПТЭ широко развернуло коммерческую деятельность, организуя новые доходные туристские маршруты, мелкие формы материального производства (квасные, закусочные, мыловаренные заводы и т. п.).

Подобная деятельность не могла не отразиться в исследуемый период на работе общества. «Оно ослабило связь с партийными, профсоюзными и комсомольскими организациями, стало допускать ошибки в осуществлении массового пролетар-

ского туристского движения. Это отрицательно сказалось на его идейном содержании и качественной стороне туризма, привело к текучести кадров, их случайному подбору».

Подобное обусловило невыполнение плана работы на 1933–1937 гг. На невыполнении плана сказались две причины. Первая — его определенное несовершенство, так как впервые в истории туристско-экскурсионного движения были предприняты попытки долгосрочного планирования туризма (по аналогии с планом развития народного хозяйства). Установка контрольных цифр развития туризма была произведена в отрыве от материально-технических условий. С другой стороны, сама потребность в развитии туризма в указанный период превысила эти же условия, ибо итоги успешного выполнения плана второй и третьей пятилеток развития народного хозяйства подкорректировали в сторону увеличения заинтересованности и потребности трудящихся в туризме (этому способствовал рост материального и культурного уровня населения: повышение заработной платы, отмена карточной системы, улучшение жилищно-бытовых условий, введение обязательного семилетнего образования и т. п.).

Итак, подводя итог вышесказанному, отметим, что новый этап развития туризма, связанный с созданием Общества пролетарского туризма и экскурсий, совпал с периодом проведения партией и правительством политики «развернутого наступления социализма по всему фронту». В связи с этим коренным образом были изменены методы проведения туристско-экскурсионной работы, что сказалось на специфике организационной структуры ОПТЭ. Так, в частности, из шести созданных отделов Центрального Совета этой организации ведущая роль в разработке программ осуществления туристско-экскурсионной деятельности принадлежала агитационно-пропагандистскому и научно-методическому отделам. Основным направлением в работе туристских организаций стало «насыщение туристских маршрутов общественно-политическими заданиями», а именно: пропаганда и организация агропроизводственных экскурсий в целях повышения квалификации, обмена опытом, проверки итогов соцсоревнования; содействие коллективизации деревни; исследование производительных сил и сырьевых баз.



Эта работа осуществлялась через систему республиканских, краевых, областных и районных советов, в том числе и через Удмуртский областной совет Всесоюзного общества пролетарского туризма и экскурсий.

В исследуемый период в туризме сложились и приобрели массовое распространение два основных направления отдыха трудящихся: походы трудящихся, особенно молодежи, в рамках самодеятельного туризма и туристско-экскурсионные поездки и путешествия по плановым маршрутам. Оба направления требовали в равной степени постоянного внимания и создания благоприятных условий для его дальнейшего развития.

Удмуртский совет в основном ставил акцент в своей деятельности на развитие самодеятельного туризма. Следует также отметить, что уже в 1935 г. отмечалась недостаточная работа Удмуртского совета Общества пролетарского туризма и экскурсий. В этой связи было заменено руководство совета, но это не привело к положительным результатам, поскольку основными причинами недостатков являлись отсутствие материальной базы, крайне сложное финансовое положение, текучесть кадров. Возникло несоответствие между ростом туристско-экскурсионного движения и имеющейся материальной базой, ощущался дефицит специалистов по туризму.

Так, например, с целью привлечения туристов со всего Союза для изучения и знакомства с Удмуртской Республикой планировалось в 1935 г. открыть туристскую базу с пропускной способностью 30 человек в день. Но этим планам не суждено было осуществиться еще долгое время, так как, по мнению партийного руководства республики, Удмуртия в исследуемый период считалась неперспективной для развития туризма. Кроме того, нельзя не отметить тот факт, что основные средства государства направлялись на развитие ключевых отраслей тяжелой промышленности — металлургии, энергетики, машиностроения и т. д. Госплан начинал с планов по производству и распределению отдельных видов продукции, а затем разрабатывались планы по развитию отдельных отраслей и регионов и, наконец, по комплексному развитию наиболее тесно взаимосвязанных отраслей и всего народного хозяйства в целом. Этот метод тогда называли методом выбора главного звена, точнее, нескольких

главных звеньев. Он в наибольшей степени отвечал стратегии форсированной индустриализации. В условиях форсированной индустриализации была создана крайне централизованная система управления экономикой. Главными стимулами развития общественного производства стали директивные адресные задания, выполнение которых обеспечивалось высоким уровнем партийной, государственной и плановой дисциплины, а также личной ответственностью руководителей за положение дел на управляемых объектах.

Необходимо отметить, что в погоне за выполнением директивных установок руководящие органы на местах посылали в центр отчеты с завышенными показателями, не избежало этих ошибок и руководство Удмуртского совета ОПТЭ. В погоне за успехами были факты завышения показателей по развитию туризма со стороны руководства Удмуртского совета ОПТЭ.

#### **Список использованных источников**

- [1] Государственный Архив Российской Федерации. Ф.Р-9520.
- [2] Центр Документации Новейшей Истории Удмуртской Республики. Ф.92.
- [3] Центр Документации Новейшей Истории Удмуртской Республики. Ф.16.

#### **ПЕРВЫЕ ПУТЕВОДИТЕЛИ ПО УДМУРТИИ (ВТОРАЯ ПОЛОВИНА XIX – НАЧАЛА XX ВВ.)**

***Баталова Л.В.,  
Шквырина А.В.***

Имеющийся в нашем распоряжении исторический материал, в определенной мере позволяет рассмотреть, как шаг за шагом происходило зарождение и развитие позиционирования Удмуртии как туристского региона посредством путеводителей, раскрывающих туристско-рекреационный потенциал республи-

ки. Путеводители способствовали развитию и формированию туристско-экскурсионной практики дореволюционной Удмуртии, позитивно влияли на общественное мнение, укрепляли зарождающиеся традиции туризма и экскурсий.

В целом, путеводители являлись ценным и порой незаменимыми источниками необходимых сведений из области исторических и краеведческих знаний о дореволюционной Удмуртии. Они были полезны как в своей познавательной части, так и, особенно, в практической. Они, так или иначе, формировали образ туристических мест для тех, кто намеревался сюда приехать или уже начинал свое движение по региону.

Путеводителей по дореволюционной Удмуртии, если брать ее в нынешних границах, в принципе не могло быть, поскольку административное деление было иным. Территория современной Удмуртии в историографической традиции определяемая Глазовским, Елабужским, Малмыжским и Сарапульскими уездами, оформившимися к концу XVIII в., входила в состав Вятской губернии.

История путеводителей в России, к сожалению, еще совершенно не изучена. Это относится и к истории путеводителей по Вятскому краю. Нет и сколько-нибудь полной библиографии путеводителей. Судя по имеющимся в нашем распоряжении материалам, появление первых путеводителей по краю и их дальнейшее развитие, прежде всего, связано с возникновением туристического интереса к Уралу.

Если говорить о «территориальном» охвате описываемых объектов, то следует отметить, что в XIX – начале XX вв. преобладали бедекеры, посвященные отдельным городам. Выпущенный в Вятке в 1874 г. «Вятка и ее достопримечательности» был составлен графом Григорием Александровичем Милорадовичем (1839–1905). В нем присутствовал краткий исторический обзор и современное состояние г. Вятки [7]. Это издание, на наш взгляд, можно условно отнести к путеводителям, т. к. здесь отсутствовали традиционные для такого типа изданий разделы: география и статистические данные о городе, его история, достопримечательности, описание необходимых для приезжих учреждений и заведений, в т. ч. существующие пути сообщения.

Путеводителей по другим городам Вятской губернии, по-видимому, не было, по крайней мере, они не зафиксированы в библиографиях и в картотеках библиотек.

Ускорение социально-экономического развития страны в начале XX в., развитие деловой активности и туризма породили спрос на справочные издания популярного характера, необходимые в коммерческих и туристических поездках – путеводители, содержащие, наряду с историческими сведениями, зарисовки современного быта и экономическую характеристику Урала, в состав которого к началу XX в. входила наравне с Пермской, Уфимской, Оренбургской и Вятская губерния. Среди появляющихся путеводителей по Уралу, необходимо выделить следующие: «Путеводитель по Уралу» (1899), «Путеводитель по Уралу» (1902), «Спутник туриста по Уралу» (1903), «Иллюстрированный путеводитель по Уралу» (1904) В. А. Весновского и «Урал северный, средний, южный» (1917) Ф. П. Доброхотова. Информация о Вятской губернии, в т. ч. дореволюционной Удмуртии в этих путеводителях давалась в контексте повествования.

Отметим, что согласно вышеперечисленным путеводителям, для туриста Урал в исследуемый период представлял «громадный интерес». В конце XIX – начале XX вв. в связи с проведением железнодорожного и пароходного сообщения, Урал с его оригинальною и красивою горною природою, с его железными и медными заводами, с золотыми и платиновыми приисками, минеральными и целебными источниками и пр. стал привлекать к себе внимание как русских, так и иностранных туристов. Туристы ехали на Урал для того, чтобы посмотреть его достопримечательности, ознакомиться с промышленною жизнью края, его богатствами, полюбоваться своеобразными и чудными горными красотами и т. д.

Уникальны работы уральского журналиста, публициста, краеведа и общественного деятеля Виктора Александровича Весновского (1873–1938), который является автором целого ряда путеводителей по Прикамью и Уралу: «Путеводитель по Уралу» (Екатеринбург, 1899), «Путеводитель по курортам Урала» (Екатеринбург, 1902), «Спутник туриста по Уралу» (Екатеринбург, 1902. 89 с.), «Иллюстрированный путеводитель по

Уралу» (Екатеринбург, 1904. 307 с.), «Вверх по Каме: (Путевые заметки)» (Пермь, 1913), «Целебные силы Урала» (Пермь, 1916).

«Путеводитель по Уралу» В. А. Весновского был одним из первых подробных описаний края и его достопримечательностей, предназначенный для путешественников [5]. По словам автора, он должен был помочь туристу «если не изучить Урал, то, по крайней мере, ориентироваться и разбираться в той массе разнообразного материала, какой дает Урал – этот богатейший и интересный уголок России». Помимо общих сведений об Уральском крае «Путеводитель» содержит в себе описание каждой сколько-нибудь значительной местности с точки зрения истории, привлекательности ее для туриста в смысле красоты природы, способов путешествия, удобств жизни и пр. В том числе здесь можно было встретить информацию про г. Сарапул: «Сарапул – занимает красивое местоположение на правом нагорном берегу Камы... Прекрасным украшением Сарапула служат многие обширные храмы...» [5.С.9]; про Воткинский завод – история завода и его производство – «...заводские фабрики, представляющие громадный интерес. На фабриках делают морские и речные пароходы и шкуны, локомотивы и с/х машины, производством которых Воткинский завод славится» [5. С. 10]. В структуре издания отразились воображаемые маршруты путешествий по рекам, городам, заводам, природным объектам обширной территории Среднего и Южного Урала. В справочнике имеется алфавитный указатель включенных в него объектов, а также дается реклама различных предприятий.

«Спутник туриста» В. А. Весновского служил карманной справочной книжкой для «всякого путешествующего по Уралу: будет ли то простой турист, комивояжер, промышленник, коммерсант и т. п.» Автор включил в него «все, что может интересовать туриста, воспользовавшегося для путешествия по Уралу культурными путями сообщения». В связи с этим в справочник вошло описание городов, заводов, сел, достопримечательностей, горнопромышленных предприятий, расположенных близ линий железных дорог, крупных речных путей и сухопутных трактов. Издание включает алфавитные указатели заводов,

городов и сел, а также рекламные проспекты многочисленных промышленных и торговых фирм Урала [6].

Вышедший в 1904 г. «Иллюстрированный путеводитель по Уралу» В. А. Весновского содержит массу полезной информации о географии и истории Урала. В путеводителе излагаются способы путешествий и примерные маршруты по Уралу, образовательные экскурсии на Урал [3].

Другой получивший известность путеводитель по Уралу – «Урал северный, средний, южный» был издан в Петрограде в 1917 г. Данный путеводитель составлял Ф. П. Доброхотов с участием В. А. Весновского и В. С. Зыбина [18]. Уникальнейшее, как по объему информации, так и по её ценности издание, равно-го которому больше не было на Урале. Это издание знакомило туристов с географическим положением, историей, горными богатствами, промышленностью и торговлей, сельским хозяйством, кооперацией, кустарным делом Урала. Предоставлялся список горных заводов, золотых приисков и рудников Урала, ярмарки, расписание поездов. Особое внимание уделялось кумысолечению в степях Приуралья и Зауралья, минеральным источникам, экскурсиям по Уралу, предоставлялись маршруты экскурсий по Уралу (пешие, железнодорожные и автомобильные).

Авторы скромно называли свое издание «справочной книгой», но от обычных «бедекеров» она выгодно отличалась тем, что помимо общих сведений о курортах, городах, горах, озерах, маршрутах экскурсий, давала еще очерки по кумысолечению, об уральских лечебных местностях, истории отдельных городов и даже заводов. Составители неоднократно подчеркивали, что минеральные источники Уральского края не уступают минеральным водам Кавказа и Западной Европы. Объектом описания (история создания, химический анализ воды, при каких болезнях употреблять и т. д.), в т. ч. являются минеральные источники Вятской губернии, а в частности: Варзи-Ятчинские минеральные воды и грязи (Елабужский уезд), Спиридоновские известковые воды (Елабужский уезд) и Ивкинские серные воды (Вятский уезд) [18. С. 271–275].

Путеводитель интересен также тем, что предлагал 16 разработанных маршрутов экскурсий по Уралу. Издание снаб-

жено богатым иллюстративным материалом. Также была представлена раритетная карта Урала, датированная 1917 г.

Таким образом, вышеприведенные данные, говорят о том, что объемная по своему содержанию работа – составление путеводителей, справочников, обобщала разнообразные сведения, которые должны были привлечь туристов на Урал. В путеводители входили общие географические и исторические описания Урала, представлены были его горные богатства, промышленность и сельское хозяйство. Включались подробные сведения об уральских лечебных местностях, истории отдельных городов и заводов.

Заметим, что авторы с большей или меньшей обстоятельностью описывали Урал, восхищаясь его красотами, приписывая эпитеты «чудный», «дивный», «живописный», называя Урал жемчужиной и алмазом России и обращаясь к читателю с приглашением увидеть все своими глазами. Путеводители предоставляли различную информацию о крае, тем самым способствовали популяризации и распространению отечественного внутреннего туризма, в т. ч. в дореволюционной Удмуртии.

Завершая тему путеводителей по Уралу, остановимся на интересном факте. В начале XX в. востребованы не только общие, универсальные путеводители по Уралу, предоставляющие читателю полный свод данных о регионе, но и уже специализированные путеводители, где основное внимание уделялось какой-то одной стороне описываемого объекта. Речь идет о путеводителях по курортам Урала.

Выпущенный в 1902 г. «Путеводитель по курортам Урала» давал подробное описание всех известных и более или менее благоустроенных курортов Урала, находящихся в губерниях Вятской, Пермской, Уфимской, Оренбургской и Самарской [4]. В «Путеводителе по курортам Урала» собраны сведения о минеральных водах и кумысолечебных заведениях Урала. Данный путеводитель служил своеобразной справочной книгой для лиц, желающих поправить свое здоровье теми лечебными средствами, какие в изобилии давал Урал: минеральные воды, грязи, купанья, кумыс и горный воздух. Особый акцент автор ставил на то, что Урал представляет единственный край, в котором сосре-

доточились целебные источники всех известных в науке групп минеральных вод.

Из данного путеводителя можно было получить подробную информацию о Варзи-Ятчинском курорте и Танаевской кумысолечебнице, расположенных в Вятской губернии. Так, о Варзи-Ятчинском курорте путеводитель давал информацию о географическом месторасположении и истории курорта, химическом составе и физических свойствах воды, о методах и способах водо- и грязелечения, о том, какие именно заболевания здесь излечиваются, как легче всего сюда доехать и здесь устроиться (размещение и питание), какие имеются развлечения, возможности отдохнуть и т.д. и т.п. Подчеркивалось, что Варзи-Ятчинские минеральные воды по своему целебному действию не уступают пятигорским минеральным водам на Кавказе.

В начале XX в. популярными путеводителями становятся также специализированные путеводители по рекам Каме, Вятке. Это было связано с тем, что многие просветительные общества и другие учреждения, организующие ряд экскурсий по России, в свои маршруты чаще стали включать Каму. Если в XIX в. Камой интересовалась специальная публика, связанная с Камой научными и промышленными интересами, то в начале XX в. возрос интерес к Каме среди широкой публики, активно путешествующей по Каме, чему способствовали благоприятные условия путешествия по Каме.

Кама охватывала четыре губернии: Пермскую, Вятскую, Уфимскую и Казанскую, являясь главным проводником и рассадником промышленности и торговли местного населения. В связи с этим про достопримечательности Вятской губернии можно было узнать из этих путеводителей.

По территории Вятской губернии, в т. ч. дореволюционной Удмуртии протекали такие крупные судоходные реки как Кама и Вятка. Кама – пятая по протяженности река европейского материка: длиннее ее лишь Волга, Дунай, Урал и Днепр. Вятка – самый длинный из правых притоков Камы.

В начале XX в. было опубликовано несколько путеводителей для путешествующих на пароходах по рекам Каме и Вятке. Лучшим путеводителем считался, путеводитель, составлен-



ный ученым-этнографом, доктором наук Дмитрием Константиновичем Зелениным (1878–1954) «Кама и Вятка. Путеводитель и этнографическое описание Прикамского края» [13]. Путеводитель содержал описание городов, пристаней, железнодорожных станций, заводов, курортов и «других чем-либо замечательных местностей Прикамского края», а также этнографические описания татар, удмуртов, коми-пермяков, башкир, чувашей, мордвы, археологических древностей и даже биографии «замечательных людей из уроженцев местного края». Путеводитель разделен на части, последовательно представляющие Южное (Казанское), Среднее (Вятское), Верхнее (Пермское) Прикамье, а также северную и южную часть Вятского края. Он также содержит список литературы, указатель населенных пунктов, иллюстрации и рекламу.

«Путеводительская» часть по Вятскому Прикамью занимает 43 страницы, по северной части Вятского края – 31 страница, а по южной – 29 страниц. В общей сложности 103 из 180 страниц, поэтому это издание можно отнести к жанру путеводителей по губернии.

В путеводителе Д.К. Зеленина излагалось описание достопримечательностей дореволюционной Удмуртии: Ижевский и Воткинский заводы, Варзи-Ятчинский курорт, Чертово городище около Елабуги, Вотский памятник и целебный ключ, г. Сарапул – «центр всего вятского Прикамья». Следует заметить, что впервые при описании Воткинского завода, акцент ставится на Воткинск – как «родину одного из знаменитейших русских композиторов Петра Ильича Чайковского».

Другой получивший известность путеводитель по Вятскому краю был выпущен в Вятской губернской типографии в 1910 г. и назывался «Путеводитель Вятско-Волжского пароходства. Река Вятка и Вятский край», автором предисловия и составителем которого являлся Петр Алексеевич Оленин (1864–1926) [14]. Здесь можно было найти общие сведения по Вятской губернии (историческое прошлое Вятского края, месторасположение, климат, флора, фауна, население), описание реки Вятки, Вятского края и вятских достопримечательностей, в т. ч. целебных источников, которые автор называет «Вятские Пятигорск и

Боржом» (Варзи-Ятчинские и Спиридоновские воды Елабужского уезда). Также путеводитель включал в себя расписание ежедневного отправления пароходов между гг. Вяткой и Казанью. Путеводитель начинался со слов «Изучение Родины – долг гражданина». Автор говорил о том, что Россия – одна из тех немногих стран, где в XX веке еще возможны настоящие географические открытия, где еще «достаточно местностей, мало кому известных за своими пределами... Целые губернии ее для самих же русских являются совершенно неизвестными областями», относя сюда, прежде всего Вятскую губернию.

Составитель путеводителя прекрасно понимал, что, конечно, значимых историко-архитектурных памятников или культурно-исторических достопримечательностей, которые могут заинтересовать и привлечь массу туристов, в Вятке нет, поэтому он делает ставку на природу, на отдых. «Пусть малоинтересны для туриста городки и селения, идиллически раскинувшиеся по берегам Вятки – не в них дело. Турист ведь не для этого путешествует, чтобы считать число церквей, зданий, фабрик. Ему прежде всего нужно отдохнуть и удовлетворить свое эстетическое чувство, так сильно притупляющееся от городской жизни. Туристу нужно общение с природой. В этом отношении река Вятка удовлетворит его как нельзя лучше» [14. С.69].

В конце путеводителя автор привел шесть разработанных им маршрутов, в которые входила река Вятка. Туристам самим предоставлялось право выбора маршрута. Предлагались маршруты продолжительностью от 3,5 до 18 суток [14. С.70].

С 1912 по 1916 гг. вышли в свет иллюстрированные путеводители по реке Вятке Товарищества Вятско-Волжского пароходства [11]. В обращении к читателям говорилось о том, что своеобразное историческое прошлое Вятского края, большие торговые обороты, оригинальный быт и нравы населения, красота природы Вятского края с живописной рекой заслуживают полного внимания со стороны туристов [11.С.59]. В путеводителях излагался краткий очерк Вятского края и возникновения товарищества Вятско-Волжского пароходства и его деятельность, приводился список пароходов, судов и агентов товарищества, поверстное расстояние железных дорог и расписание пассажир-

ских поездов. Также в изданиях содержались необходимые практические сведения для туристов: расписание рейсов пароходов товарищества, правила перевозки пассажиров, карта кушанья и напитков в буфетах пароходов товарищества, сведения о номерах и таксы извозчиков.

Обращает на себя внимание, что также распространенным типом путеводителей были совмещенные путеводители, включавшие в себя и Каму, и Вятку, а также другие реки.

Отметим, что первый иллюстрированный путеводитель по Каме был издан в 1911 г. под редакцией Павла Васильевича Сюезева, ученого-ботаника, известного уральского краеведа, профессора Пермского государственного университета [12]. «Иллюстрированный путеводитель по реке Каме и по рекам Вишер с Колвой» знакомил читателей и путешественников с природой, климатом, геологией, флорой и фауной Камского бассейна, а также с промышленностью, кустарными промыслами, народами, населявшими Прикамье, с историей населенных пунктов, расположенных по берегам Камы и ее притокам. Поскольку Кама охватывала и Вятскую губернию, то в путеводителе содержалась информация об истории создания и функционирования Воткинского завода, Ижевского оружейного и сталелитейного завода, описывались пристань и село Гольяны, гг. Сарапул и Елабуга (Елабуга – родина известного художника пейзажиста И. И. Шишкина). Также достаточно подробно описывался уже традиционно сложившийся перечень Вятских достопримечательностей: Варзи-Ятчинская серная грязелечебница Елабужского уездного земства, Ижевский Спиридоновский минеральный источник, Чертово городище и Ананьинский могильник [12. С.81-99]. В путеводителе описывались нравы, обычаи, культура и быт удмуртского народа.

Издание альбомного формата содержало в себе рисунки, фотоиллюстрации, карту Камы и ближайших населенных мест с фотографиями городов, заводов, пароходов. В конце путеводителя приводились подробно разработанные 12 маршрутов с указанием расстояний, продолжительности и стоимости путешествия. Путеводителем предлагались комбинированные маршруты по воде, железным и грунтовыми дорогам [12. С.117].

В 1911 г. выходит «Путеводитель по Каме, Вятке, Белой и Уральским железным дорогам», содержащий в себе общие сведения по Каме и исторический очерк Камского пароходства. Путеводитель имел справочный отдел, включавший в себя перечень пристаней и железнодорожных станций, дилижанских сообщений и перечислены также курорты Камско-Уральского края. Здесь мы можем встретить краткое описание, ставших уже традиционными, достопримечательностей дореволюционной Удмуртии: Ижевский и Воткинский заводы, г. Сарапул, Танаевское кумысолечебное заведение близ Елабуги, Варзи-Ятчинская грязелечебница [8].

Интересующие сведения про Вятскую губернию любознательный турист также мог получить из совмещенных путеводителей по русским рекам, куда наравне с другими, обязательно входили такие реки, как Кама и Вятка.

С 1895 г. по 1904 г. вышла серия путеводителей «Путеводитель по Волге, Оке, Каме, Белой и Вятке» [15], в 1908 г. «Волга и Кама: Путеводитель» [9], в 1910 г. и 1915 г. – «Иллюстрированный путеводитель по Волге и ее притокам Оке и Каме: с видами городов и достопримечательностей» [1], в 1911 г. – «Путеводитель по рр. Волге и Каме» [16], в 1914 г. – «Путеводитель Волги, Оки и Камы с их притоками» [17].

Заслуживает также внимание тот факт, что дореволюционная Удмуртия, ее города и другие туристские объекты находят место и в общероссийских путеводителях, в частности, в Ежегоднике Общества велосипедистов-туристов. Следует отметить, что с 1899 г. Общество велосипедистов-туристов стало издавать первый в стране туристский журнал «Русский турист», который сыграл большую роль в развитии туризма в нашей стране. Выпущенный в Петербурге в 1899 г. ежегодник опубликовал «список городов, деревень, местечек, посадов с указанием представителей Общества, гостиниц, велосипедных и слесарных мастерских и проч.», рекомендованных посетить членам общества, среди которых значились Ижевский и Воткинский заводы, гг. Глазов и Сарапул. Также можно было узнать, что в г. Сарапуле находится представитель общества велосипедистов-туристов Н. Н. Блинов [10].

Учитывая выгодное географическое положение г. Сарапула и его большие рекреационные возможности, Николай Николаевич Блинов впервые поднимает вопрос о превращении г. Сарапула в туристический центр посредством строительства дач для обеспеченных жителей крупных российских городов [2].

Подводя итог, отметим, что путеводители XIX – начала XX вв. сыграли важную роль в популяризации и распространении туризма и экскурсий в дореволюционной Удмуртии. Значительный по объему комплекс подобного рода литературы свидетельствует о большой востребованности изданий данного жанра, наличии квалифицированных авторов, достойной материальной базы (типографии, бумага и т.д.), широкого круга читателей, – как потенциальных туристов, так и просто интересующихся достопримечательностями и культурой региона.

Вятская губерния, ее города и другие туристские объекты находят место в общероссийских путеводителях и в специализированных путеводителях, где основное внимание уделяется одному из перспективных районов развития въездного туризма – Уралу. Кроме того, явно выделяется большая (если не сказать – преобладающая) группа путеводителей по рекам, в частности Каме и Вятке. В вышеперечисленных путеводителях Вятская губерния и ее туристские объекты, позиционировалась как часть туристских межрегиональных маршрутов.

### **Список использованных источников и литературы**

- [1] Андреев Н. Иллюстрированный путеводитель по Волге и ее притокам Оке и Каме: с видами городов и достопримечательностей. Москва, 1910. 119 с.
- [2] Блинов Н. Н. Сарапул и Среднее Прикамье. Былое и современное. Сарапул, 1908. 87 с.
- [3] Весновский В. А. Иллюстрированный путеводитель по Уралу. Екатеринбург, 1904. 307 с.
- [4] Весновский В.А. Путеводитель по курортам Урала. Екатеринбург, 1902. 192 с.
- [5] Весновский В. А. Путеводитель по Уралу. Екатеринбург, 1899. 454 с.

- [6] Весновский В. А. Спутник туриста по Уралу. Екатеринбург: тип. «Уральской жизни», 1902. 96 с.
- [7] Вятка и ее достопримечательности. / Составил гр. Милорадович. Вятка, 1874. 33 с.
- [8] Горшенин Л.С. Путеводитель по Каме, Вятке, Белой и Уральским железным дорогам. Пермь, 1911. 149 с.
- [9] Демьянов Г. П. Волга и Кама: Путеводитель: с прилож. новых полных карт Волги, Камы и 6 пл. поволж. городов. Нижний Новгород, 1908. 342 с.
- [10] Ежегодник Общества велосипедистов туристов. СПб, 1899. 54 с.
- [11] Иллюстрированный путеводитель по реке Вятке. Товарищество Вятско-Волжского пароходства. Слободской, 1912–1916.
- [12] Иллюстрированный путеводитель по реке Каме и по рекам Вишер с Колвой. \Путеводитель составили Д. М. Бобылев, И. К. Зеленев, И. Я. Кривошеков, Ф. Н. Панаев, А. А. Неопиханов, И. И. Ткаль, Р. Г. Миквиц, П. В.Сюзев. Под редакцией П. В.Сюзева. Пермь, 1911 г. 125 с.
- [13] Кама и Вятка. Путеводитель и этнографическое описание Прикамского края. \Составил Д. Зеленин. Юрьев, 1904. 180 с.
- [14] Путеводитель Вятско-Волжского пароходства. Река Вятка и Вятский край. Очерк Петра Оленина-Волгаря. С иллюстрациями. Вятка, 1910. 89 с.
- [15] Путеводитель по Волге, Оке, Каме, Белой и Вятке/ Изд. И. И. Иванова. Саратов, 1895–1904.
- [16] Путеводитель по рр. Волге и Каме // Легко-пассажирское пароходство М. К. Кашиной. Нижний Новгород, 1911. 87 с.
- [17] Путеводитель Волги, Оки и Камы с их притоками. Нижний Новгород, 1914. 197 с.
- [18] Урал северный, средний, южный. Справочная книга. \Сост. Ф. П. Доброхотов с участием В. А. Весновского, В. С. Зыбина. Петроград, 1917. 882 с.

# **ОПЫТ РЕАЛИЗАЦИИ РЕСПУБЛИКАНСКОЙ ЦЕЛЕВОЙ ПРОГРАММЫ «РАЗВИТИЕ ВНУТРЕННЕГО И ВЪЕЗДНОГО ТУРИЗМА В УДМУРТСКОЙ РЕСПУБЛИКЕ НА 2012-2018 ГОДЫ»: ПЕРВЫЕ ИТОГИ, ПРОБЛЕМЫ, ПУТИ РЕШЕНИЯ**

*Кычанов И.Ю.*

Республиканская целевая программа «Развитие внутреннего и въездного туризма в Удмуртской Республике на 2012-2018 годы» (далее – Программа) утверждена Постановлением Правительства Удмуртской Республики от 4 июня 2012 года №237 «Об утверждении Республиканской целевой программы «Развитие внутреннего и въездного туризма в Удмуртской Республике на 2012–2018 годы». Цель Программы – создание благоприятных условий для формирования современной конкурентоспособной туристской отрасли на территории Удмуртской Республики. Заказчиком и координатором Программы выступает Министерство по физической культуре, спорту и туризму Удмуртской Республики. Исполнители Программы – Министерство по физической культуре, спорту и туризму Удмуртской Республики; Министерство культуры, печати и информации Удмуртской Республики; Министерство природных ресурсов и охраны окружающей среды Удмуртской Республики; Министерство национальной политики Удмуртской Республики; Министерство транспорта и дорожного хозяйства Удмуртской Республики; Министерство по делам молодежи Удмуртской Республики.

Программой предусмотрено финансирование мероприятий в 2013 году на сумму 10 000,0 тыс. руб. В соответствии с Законом Удмуртской Республики «О бюджете Удмуртской Республики на 2013 год и на плановый период 2014 и 2015 годов» на реализацию Программы предусмотрено 10000,0 тыс. руб.

С целью обеспечения организации управления программой создан Межведомственный координационный совет по развитию туризма при Правительстве Удмуртской Республики, утвержден Распоряжением Правительства УР от 16 июля 2012 го-

да № 591-р. В 2013 году было проведено 5 Межведомственных координационных совета по развитию туризма при Правительстве Удмуртской Республики, для членов совета были представлены презентации новых туристических проектов «Музейный квартал» в г. Сарапуле и проект «В гостях у Тол Бабая» в с. Шаркан.

На сегодняшний день туристский комплекс Удмуртии состоит из почти 2,5 тысяч объектов различного назначения и ведомственной подчиненности. Это около 150 коллективных средств размещения (гостиницы, санаторно-курортные учреждения, детско-оздоровительные и спортивные лагеря, базы отдыха), 32 музея (из них музей-усадьба – 1, музеев-заповедников – 2), более 2 тысяч памятников истории и культуры, 1 национальный парк, 2 природных парка, 2 природных заказника и 283 памятника природы (регионального и местного значения), более 15 крупных спортивных комплексов (из них 2 – горнолыжные) и т.д.

В осуществление туристической деятельности в республике вовлечено более 300 субъектов – туроператоры, турагенты, транспортные предприятия.

По данным статистики, за период с 2011 по 2013 год внутренний туристский поток в Удмуртской Республике вырос на 94 тысяч человек и составляет 300,0 тысяч человек в год. Объем оказанных туристских услуг вырос на 189,7 млн руб. При сохранении среднего количества туристских предприятий ежегодный темп роста данного показателя составляет более 130% и в 2013 году равен 421,5 млн руб.

В рамках реализации Программы в 2012 году на Межведомственном координационном совете по развитию туризма при Правительстве Удмуртской Республики были одобрены 8 проектов муниципальных образований (далее – МО) УР. Подписаны соглашения о предоставлении в 2012 году межбюджетных трансфертов из бюджета УР в размере 7379,0 тыс. руб.:

1) МО «Воткинский район» в объеме 185,0 тыс. руб. на проект «Чудотворное село Перевозное»,

2) МО «Граховский район» в объеме 95,0 тыс. руб. на проект «В гостях у Бабы Яги»;



3) МО «Игринский район» в объеме 869,0 тыс. руб. на проект «Игра в игре с Лопшо Педунем»;

4) МО «Каракулинский район» в объеме 530,0 тыс. руб. на проект развития культурно-познавательного комплекса «Купеческая усадьба И.Ф. Ведерникова»;

5) МО «Киясовский район» в объеме 200,0 тыс. руб. на проект развития «Центра удмуртской культуры в д. Карамас-Пельга».

6) МО «Город Сарапул» в объеме 2 000,0 тыс. руб. на проект создания туристической зоны центральной исторической части города «Музейный квартал. Купеческие амбиции: традиции и современность»;

7) МО «Город Ижевск» в объеме 500,0 тыс. руб. на проект реконструкции «Генеральского дома»;

8) МО «Шарканский район» в объеме 3 000,0 тыс. руб., проект «В гостях у Тол Бабая».

На сегодняшний день успешные проекты на 1 рубль республиканских субсидий привлекают дополнительно 3-4 рубля внебюджетных инвестиций.

Создается первый туристический кластер с центром в городе Сарапул, но для этого требуется поддержка руководства республики для лоббирования вопроса выделения федеральных средств на уровне Министерства культуры РФ и Федерального Агентства по туризму.

Важное направление реализации Программы – освещение деятельности туристической индустрии в средствах массовой информации, проведение пресс-туров по Удмуртии. К настоящему времени изготовлен цикл видеопередач в жанре «телепутешествие». Программа представляет маршруты выходного дня по Удмуртии. Проект направлен на продвижение внутреннего (и отчасти - въездного туризма), знакомство с краем, организацию семейного отдыха, образовательного и спортивного туризма. Главная идея проекта – пропаганда активного образа жизни и семейного отдыха, в качестве одной из основных составляющих которого рассматривается туризм. В числе приоритетных задач – популяризация культуры края, продвижение имиджа региона, поддержка внутреннего туризма, семейного отдыха.

В центре внимания каждой программы – отдельно взятый район Удмуртской Республики. Программа создана усилиями авторского коллектива Телеканала «Моя Удмуртия». Цикл программ «Большое путешествие» приобретен Общественным Телевидением России, а также неоднократно транслировался по телеканалу «Моя Планета».

В 2013 году Министерством проведена целая серия выездных мероприятий для представителей туриндустрии и СМИ с целью знакомства с туристическими возможностями Удмуртии и обмена опытом с соседними регионами: Сарапул, Глазов, Воткинск и Воткинский район, Шаркан, Граховский район, Казань, Чайковский.

Созданы специализированные группы в социальных сетях «Туризм в Удмуртии».

Приоритетным направлением деятельности по продвижению Удмуртии как туристского региона является выставочная деятельность.

Министерством по физической культуре, спорту и туризму Удмуртской Республики накоплен огромный опыт участия в туристических выставках. Ежегодно Удмуртия принимает участие в региональных выставках в городах Казань, Екатеринбург, Пермь. Удмуртская республика – постоянный участник международных выставок «Интурмаркет», «MITF», «Отдых/Leisure» в Москве. В этом году Удмуртия впервые была представлена на Международном форуме МАТКА в Финляндии (г. Хельсинки). Главный проект года – стенд Удмуртской Республики на Экспозиции регионов в Олимпийском парке в г. Сочи в период проведения Олимпиады и Паралимпиады.

Стала традиционной Всероссийская специализированная выставка «Туризм. Спорт. Отдых». В 2013 году она впервые прошла в новом формате на Центральной площади Ижевска. Основные цели проведения: демонстрация туристического, спортивного и культурного потенциала Удмуртской Республики и регионов России, обмен профессиональным опытом, пропаганда здорового образа жизни, развитие спортивной отрасли, внутреннего и въездного туризма Удмуртской Республики. В экспозиции приняли участие 89 предприятий из Удмуртской

Республики, а также Воронежской, Кировской, Московской, Нижегородской областей; Алтайского, Краснодарского и Пермского краев; Республики Татарстан. На выставке было представлено рекордное количество участников – муниципальных образований – 17. Выставку посетило более 14 000 гостей. По итогам конкурса Фестиваля туристских ресурсов Приволжского Федерального округа «Открой Приволжье» IV Всероссийская специализированная выставка «Туризм. Спорт. Отдых» была признана лучшей в федеральном округе. В 2014 году выставка пройдет 17-20 апреля на Центральной площади Ижевска и обещает стать главным событием в жизни туристической отрасли.

Рассматривая деятельность по реализации Программы, необходимо осветить деятельность и других Исполнителей.

Министерство транспорта и дорожного хозяйства Удмуртской Республики.

В 2013 году на реализацию мероприятий Программы было предусмотрено 63,0 тыс. рублей. Законом Удмуртской Республики от 24 декабря 2012 года № 75-РЗ «О бюджете Удмуртской Республики на 2013 год и плановый период 2014 и 2015 годов» на 2013 год предусмотрено 63,0 тыс. рублей на реализацию мероприятия «Установка знаков туристской ориентирующей информации об исторических достопримечательностях и культурных объектах на территории Удмуртской Республики». За отчетный период выполнение и финансирование вышеназванного мероприятия не производилось в связи сокращением бюджетных средств.

Министерство национальной политики Удмуртской Республики.

В 2013 году на реализацию мероприятий Программы было предусмотрено 410,0 тыс. руб. Законом Удмуртской Республики «О бюджете Удмуртской Республики на 2013 год и на плановый период 2014 и 2015 годов» предусмотрено 410,0 тыс. руб.

Традиционно Министерство вкладывает усилия на проведение событийных мероприятий, привлекающих гостей из-за пределов республики, в том числе, из зарубежья.

Проведен Российский фестиваль русской традиционной культуры «Высокий берег» на территории Сарапульского района Муниципальным образованием «Мазунинское» и Центром русской культуры Удмуртской Республики с 20 по 23 июня 2013 года. В Фестивале приняли участие 23 ансамбля традиционной русской культуры и отдельные исполнители русской песни из городов и районов Удмуртской Республики, а также Народный вокальный ансамбль «Березонька» Краснокамского района Республики Башкортостан.

Проведен Международный финно-угорский фестиваль этнокультуры «ПАЛЭЗЯН». Фестиваль «Палэзян» проходил в Удмуртской Республике с 14 по 18 октября и объединил около трех тысяч участников, гостей и зрителей. Художники и общественные деятели, школьники и студенты, художественные коллективы и исполнители Удмуртии, Финляндии, Эстонии, Венгрии и г. Москвы представили современные тенденции и направления этнической культуры, а также обменялись друг с другом своими творческими идеями и опытом.

Министерство по делам молодежи Удмуртской Республики.

В 2013 году на реализацию мероприятий Программы было предусмотрено 62,0 тыс. руб. Законом Удмуртской Республики «О бюджете Удмуртской Республики на 2013 год и на плановый период 2014 и 2015 годов» предусмотрено 62,0 тыс. руб., но финансовые средства, предусмотренные программой на данное мероприятие сокращены.

Министерство культуры, печати и информации Удмуртской Республики.

В 2013 году на реализацию мероприятий Программы было предусмотрено 160,0 тыс. руб. Законом Удмуртской Республики «О бюджете Удмуртской Республики на 2013 год и на плановый период 2014 и 2015 годов» предусмотрено 160,0 тыс. руб. В соответствии с письмом Министерства финансов Удмуртской Республики от 04 марта 2013 года № 02-50/474 по оптимизации расходов бюджета Удмуртской Республики в 2013 году, финансовые средства, предусмотренные вышеназванной программой, сокращены, мероприятия не проводились.

Министерство природных ресурсов и охраны окружающей среды Удмуртской Республики.

Согласно Плану мероприятий Республиканской целевой программы «Развитие внутреннего и въездного туризма в Удмуртской Республике на 2012-2018 годы» в 2013 году Министерству природных ресурсов и охраны окружающей среды Удмуртской Республики предусмотрено финансирование в сумме 670 000 рублей на мероприятия по созданию туристической инфраструктуры природных парков. Указанные средства предоставлены бюджетному учреждению Удмуртской Республики «Природный парк «Шаркан» в соответствии с заключенным Соглашением № 3 от 21 января 2013 года о порядке и условиях предоставления субсидии Бюджетному учреждению Удмуртской Республики «Природный парк «Шаркан» на иные цели.

Общая сумма финансирования в 2013 году составила 970 500 рублей, из которых 300 500 рублей – средства, не освоённые в 2012 году.

По состоянию на 31 декабря 2013 года проведена экспертиза сметной стоимости проекта на строительство Визит-центра на сумму 36 000 рублей, выполнены работы по разработке грунтов и устройству фундамента «Визит-центра» на территории Природного парка «Шаркан» в селе Шаркан Шарканского района Удмуртской Республики на сумму 380 000 рублей.

Исходя из вышеизложенного, можно заключить, что реализация Республиканской целевой программы «Развитие внутреннего и въездного туризма в Удмуртской Республике на 2012-2018 гг.) уже за два года позволила улучшить ситуацию в этой сфере и преломить тенденции в позитивном направлении. В то же время, к настоящему времени выявились ряд сложностей. Первая и наиболее существенная – проблема финансирования. В частности, в 2013 году Программа была профинансирована на 18%, в 2014 – на 10%. Выявились также проблемы управленческого характера – неэффективное использование администрациями муниципальных образований собственных ресурсов и возможностей с целью создания условий для развития туризма, перспективного планирования территории, привлечения инвестиций, развития малого и среднего предприниматель-

ства; отсутствие управляемой структуры отрасли - в структуре большинства администраций муниципальных образований отсутствуют подразделения или специалисты, отвечающие за туристскую сферу. Кроме того, в регионе отсутствует устойчивая методика сбора статистической информации о развитии туристской индустрии. Не находит решения и проблема отсутствия единого информационного ресурсного центра (Туристического информационного центра) в регионе.

Но самым серьезным препятствием является то, что на уровне республиканских структур туризм до сих пор не рассматривается как отдельная отрасль экономики, в то время как соседние регионы уже пришли к пониманию, что индустрия туризма и гостеприимства объединяет в себя вопросы экономики, инвестиций, спорта, культуры и пр. К примеру, в Татарстане создан новый орган исполнительной власти - Государственный комитет Республики Татарстан по туризму - орган межотраслевой компетенции, осуществляющий функции по государственному управлению в сфере туризма и взаимодействию с министерствами и ведомствами Республики Татарстан в целях развития туристской индустрии и гостеприимства.

Тем не менее, ресурсный потенциал для развития туризма и опыт реализации Программы на протяжении первых двух лет позволяют говорить о том, что Удмуртия имеет хорошие перспективы для развития событийного (выставки, форумы, фестивали, концерты и пр.), детского (отдых), школьного (культурно-познавательного), спортивного (детского и молодежного), сельского (агротуризм), лечебного, семейного (туры выходного дня) видов туризма. Для этого необходимо решение вышеобозначенных проблем, в том числе, путем изучения и внедрения опыта соседних, успешных в развитии туризма, регионов, дальнейшая координация усилий заинтересованных сторон, включая не только государственные и муниципальные структуры, но и общественные и коммерческие организации.

## **ОБЩЕСТВЕННЫЕ ОРГАНИЗАЦИИ КАК МЕХАНИЗМ РАЗВИТИЯ ВНУТРЕННЕГО ТУРИЗМА (НА ПРИМЕРЕ УДМУРТСКОЙ РЕСПУБЛИКИ)**

*Сидорова А.П.*

Туризм является важным источником повышения благосостояния государства. Его можно рассматривать как систему, предоставляющую все возможности для ознакомления с историей, культурой, обычаями, духовными и религиозными ценностями данной страны и её народа, и дающую доход государству. Туризм как таковой принято разделять на две разновидности – внутренний, въездной и международный.

Во всём мире въездной туризм считается одной из наиболее прибыльных сфер бизнеса. Так, по данным Всемирной туристской организации приём иностранных гостей в 6 раз выгоднее экспорта мяса, в 3 раза – экспорта электроники, пшеницы или газа. Поэтому каждая страна уделяет въездному туризму много внимания и направляет большие усилия на его развитие. Стоит также отметить, что средства, вкладываемые в туристскую инфраструктуру, имеют самый быстрый период окупаемости. Большое значение имеет и тот факт, что туризм обеспечивает немалые поступления в государственный и местные бюджеты через налоги от туристских предприятий, курортный, таможенный и другие сборы.

Кроме того, развитая туристическая индустрия позволяет решить задачу занятости местного населения, так как туризм является одной из самых трудоёмких отраслей с большим количеством работников, обслуживающих туристов. Развитие туризма опирается на выявление и эффективное использование местных ресурсов, способствует максимальному использованию существующей инфраструктуры. В России можно назвать лидеров, успешно работающих в этой сфере. К таковым относятся Владимирская, Ивановская, Новгородская, Архангельская, Ленинградская, Псковская, Самарская, Тверская, Тульская, Ярославская, Пензенская области, республики Карелия и Чувашия, Подмоскovie и окрестности Санкт-Петербурга, Алтайский край.

Общая социально-экономическая ситуация, новые условия хозяйствования, вопросы демографии, состояние здоровья населения и другие проблемы актуализируют необходимость создания на территории Удмуртии развитого туристского комплекса. Работа в этом направлении поможет решить целый ряд проблем, стоящих в данное время перед республикой.

Целью данной статьи является определение общественных организаций как механизма развития внутреннего туризма в Удмуртии.

Как известно, общественные организации более гибко, чем государственные, реагируют на изменения, пожелания клиентов, более детально и профессионально разбираются в тонкостях организации процесса и предоставления услуг. С учетом их предложений и требований формируется и национальная туристская политика страны, а также и региона. Поэтому уже с начала века стали создаваться различные организации, призванные регулировать индустрию туризма. Важнейшей и центральной организацией в этой области стала Всемирная туристическая организация. Объединив более 150 стран, ВТО служит делу развития международных связей и туризма.

В Российской Федерации существует несколько общественных организаций. Одна из ведущих Российский союз туриндустрии (РСТ) имеет свои отделения в субъектах. В нашей республике в течение многих лет возглавляет региональное отделение Е.Н. Захидова. Не без участия этой организации произошло становление туристской отрасли в республике в период перестройки. Безусловно, активизировалась работа с созданием профильного министерства, т.е. Министерства по физической культуре, спорту и туризму во главе с И.В. Красновым.

В 2011 году Общественная палата Удмуртской Республики, изучив состояние дел, отметила, что рынок туризма развивается крайне медленно и неравномерно. Объём выездного туризма преобладает над объёмами въездного и внутреннего туризма. В соответствии с рекомендациями общественности, в том числе и отделения РСТ Правительство утвердило «Программу развития внутреннего и въездного туризма в Удмуртской Республике на 2012–2018 гг.», межведомственный координи-



национный совет при Правительстве, а также приняло ряд других конкретных мер.

Позитивную динамику развития отрасли характеризует появление еще одного общественного объединения – Федерации туриндустрии Удмуртии, Думается, что эти две организации, взаимодополняющие друг друга, окажут должное содействие в формировании туристской политики в Удмуртии. Несколько слов о Федерации туриндустрии Удмуртии. Её структуру образуют научные, образовательные, творческие, производственные и иные организации и фонды. Среди них: Агентство «Индустрия путешествий», «Ариадна-тур», «Эрико-тур», компания «Гид», «Республиканский центр туризма и отдыха», ГК «Турист», БУ «Центр сельскохозяйственного консультирования», Удмуртавтодор, инвестиционные организации, детские оздоровительные лагеря, санаторий «Ува», реабилитационно-оздоровительный комплекс «Солнечный». У каждого участника Федерации за плечами солидное количество достижений, известное имя и безупречная деловая репутация.

Цели Федерации:

- защита коллективных интересов членов федерации;
- влияние на выработку представительными и исполнительными органами власти Удмуртии правовой, экономической и социальной политики, отвечающей интересам туриндустрии:
  - содействие развитию туристических предприятий;
  - защита интересов национальных производителей туристских услуг;
  - представление интересов членов Федерации в туристских международных неправительственных организациях;
  - инвестиционные проекты.

Исходя из поставленных целей, федерация определила основные задачи:

- развитие внутреннего и въездного туризма в регионе;
- участие в разработке государственных и местных правовых нормативных актов;
- выполнение функций коллективного заказчика;
- организация информационной, консультационной и методической помощи:

- создание банков данных других информационных систем, содействующих эффективной работе членов Федерации;
- взаимодействие с организациями, имеющими отношение к туризму, представление интересов членов Федерации;
- осуществление рекламной и редакционно-издательской деятельности;
- перспективное направление сельского туризма;
- организация и проведение семинаров, симпозиумов, выставок, ярмарок с целью обмена и реализации достижений членов федерации.

В арсенале федерации сегодня уже ряд мероприятий, в том числе организация школьных квестов к сочинской олимпиаде, содействие в создании кластера «Камский берег», участие в проведении Всероссийской выставки «Спорт, отдых туризм», мероприятий в деревне Быги Шарканского района – столице финно-угорского мира. Нельзя не отметить проведение Республиканской конференции по развитию туризма в регионе, круглые столы: «Развитие детского туризма» и «Развитие сельского туризма» с участием председателя Ассоциации содействия развитию агротуризма в РФ Т.А. Астахова. Исполнительный директор Федерации В.О. Низамиева приняла участие в online конференции «Перспективы сотрудничества бизнеса Удмуртии и Дании, Нидерландов».

Во всём мире туризму придаётся большое значение. Только объединив усилия бизнеса, власти и всех заинтересованных лиц республика сможет не только сформировать достойный туристический продукт, но и сделать так, чтоб о нём узнали далеко за пределами Удмуртии и России.

## **КЛАСТЕРНЫЙ ПОДХОД К РАЗВИТИЮ ТУРИЗМА В УДМУРТСКОЙ РЕСПУБЛИКЕ**

*Шестаков В.М.*

Распоряжением Правительства Удмуртской Республики от 30 июля 2012 года № 619-р утвержден план мероприятий по развитию территориальных кластеров в Удмуртской республике

на 2012-2015 годы. Пунктом 7 Плана предусмотрена проработка вопроса о создании туристско-рекреационного кластера в республике.

В рамках реализации Распоряжения Правительства Удмуртской Республики № 619-р администрацией г. Сарапула совместно с Министерством по физической культуре, спорту и туризму Удмуртской Республики, учеными Ижевского Государственного Технического Университета им. М.Т. Калашникова проделана работа по созданию проекта туристско-рекреационного кластера под названием «Камский берег», который предполагает формирование на территории Удмуртской Республики комплекса современной туристской инфраструктуры. В качестве базы определены муниципальные образования на побережье Камы – Воткинский район, Сарапульский район, г. Сарапул и Каракулинский район.

В числе небольшого количества российских городов максимально сохранился облик исторического ядра в городе Сарапул – здания и сооружения. Многие из них нуждаются в реставрации (имеющаяся практика показала, что для этого нужны не такие и большие деньги). Выгодно дополняет колорит культурного наследия большое количество памятников как федерального, так и регионального значения.

В Сарапуле и названных районах, которые расположены на берегу реки Кама, необходимо развитие инфраструктуры летнего отдыха для жителей городов, в первую очередь, Ижевска.

Программа развития туристско-рекреационного кластера «Камский берег» предусматривает привлечение федеральных инвестиций в рамках реализации Федеральной целевой программы «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011–2018 годы)» на основе государственно-частного партнерства.

30 июля 2013 г. Президентом Российской Федерации В.В. Путиным в качестве дополнения к Федеральной целевой программе подписан перечень поручений по вопросам развития въездного и внутреннего туризма, на эти цели до 2018 года будет выделено 96,0 млрд рублей. С большим удовлетворением

можно говорить о том, что в сферу отдыха и досуга пришел частный капитал. Для провинциальных городов это пока явление довольно редкое. На частные инвестиции в последние 3–4 года построены современные частные мини-гостиницы и мини-отели; развивается сервис и состояние туристических баз, расположенных на побережье Камы; строятся современные кафе, ресторанные комплексы.

В историческом центре Сарапула идет активное строительство культурно-развлекательного центра «Фрегат» за счет частного капитала. И все эти объекты появляются не случайно, а осознанно и продумано. А это все не что иное, как реальное возрождение экономической базы развития материального производства.

С учетом уникального культурного наследия и природного прикамского богатства и проделанной работы, мы считаем, что создание туристско-рекреационного кластера «Камский берег» должно стать пилотным проектом туристской индустрии Удмуртской Республики.

На наш взгляд, обозначенная территория города и прилегающих районов обладает рядом выгодных, преимущественных факторов для решения этой задачи. В их числе, к примеру, можно назвать: небольшую отдаленность от столицы региона; наличие роскошных мест летнего отдыха на Каме; в то же время, это самостоятельный, стотысячный провинциальный город и экономически состоятельные районы с развитым машиностроением, с широкой сетью предприятий пищевой промышленности, а также рядом исторических памятников, музеев, широкой сетью объектов культуры с развитым интеллектуальным потенциалом.

Также территория кластера обладает развитой дорожно-транспортной инфраструктурой: железная дорога федерального значения, судоходная река с причалом, строящийся автодорожный мост через реку Кама и строительство дороги, которая свяжет крупнейшие города Москва – Казань – Екатеринбург.

В масштабах кластера решаемы вопросы кадрового обеспечения развития туризма, создания турпродуктов (на базе различных структур города). Вполне реальны инфраструктур-

ные и инвестиционные мероприятия, рекламно-информационное сопровождение.

Исторический город Сарапул и районы сегодня менее узнаваемы, чем города «Золотого кольца», но, как показывает практика, благодаря своему потенциалу наша территория легко раскрывается, практически, на любом публичном уровне и вызывает непереносимый, неподдельный интерес. В прошлом году ряд наших специалистов приняли участие в нескольких всероссийских форумах в разных городах страны, посвященных развитию и возрождению малых исторических городов, сохранению историко-культурного наследия, развитию въездного и внутреннего туризма.

Таким образом, у нас есть все основания быть активным участником движения за развитие въездного и внутреннего туризма, о чем много говорится сегодня в масштабах страны.

В настоящее время сформирована культурно-историческая концепция формирования кластера «Прикамский берег». Однако для представления в федеральную целевую программу необходимо предусмотреть развитие остальных составляющих современного туристического комплекса: инфраструктура активного отдыха, спа-услуг, формирование линейки событий (фестивали, культурно-исторические реконструкции событий и т.д.), развитие инфраструктуры гостеприимства – сети отелей и ресторанов, инфраструктуры производства и торговли сувенирной продукцией, транспортно-логистической инфраструктуры. Требуется детальная проработка прогноза туристических потоков, экономических показателей деятельности всего туристического комплекса, механизмов привлечения федеральных и частных инвестиций, согласования плана формирования кластера с органами власти региона.

Мы хорошо понимаем, что понятие «туризм» сегодня для наших городов и поселений – это пока больше символ, потому что финансовые обороты от туризма не перекроют выручку нефтяной отрасли и оборонных предприятий.

Но вместе с тем, развитие объектов туризма – это возрождение культурного наследия и расширение потенциала культуры, создание среды обитания, как воспитательной среды. Это

конкретные инвестиции в потенциал наших территорий, это реальное социально-экономическое развитие территории.

## **ПРОБЛЕМЫ ОРГАНИЗАЦИИ ДЕТСКОГО ТУРИЗМА В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ**

*Карапетьян Т.В.*

Прошедший XX век, продемонстрировал, чуть ли не взрывной характер развития туризма. Сегодня туризм становится стилем жизни миллионов людей на нашей планете.

Одним из массовых видов туризма является в настоящее время детский туризм, который все шире используется как средство активного отдыха, способствующее гармоничному развитию личности, укреплению здоровья, повышения культурного уровня ребенка, разумного использования им свободного времени.

Детский туризм подразумевает путешествия детей, в том числе школьников, в возрасте от 7 до 18 лет с различными целями.

Можно выделить несколько основных видов детского туризма, существующих в настоящее время в России, а именно:

### 1. Внутренний туризм:

- экскурсии для школьников;
- спортивный туризм (в т.ч. спортивно-туристские соревнования);
- самостоятельные школьные обмены;
- познавательные и рекреационные детские туры на коммерческой основе;
- оздоровление и отдых в детских лагерях;

### 2. Выездной туризм:

- организация международных безвалютных обменов;
- образовательные, деловые и поощрительные выезды для талантливых подростков, победителей творческих конкурсов, олимпиад и т.д.;

– познавательные и рекреационные туры на коммерческой основе;

– выезды в международные детские центры (лагеря).

Экономические преимущества этого детского туризма очевидны: путешествуют школьники и студенты, как правило, организованными группами, поездки ритмично повторяются из года в год, что значительно облегчает планирование бизнеса.

Еще более важен детский туризм с точки зрения социальной. Туризм предоставляет уникальную возможность глубже узнать и наглядно ознакомиться с историческим и культурным наследием своей страны и других государств, пробудить у молодых людей чувство национального самосознания, воспитать уважение и терпимость к быту и обычаям других национальностей и народов.

Необходимо также отметить влияние детского туризма на развитие в подрастающем поколении коммуникабельности, самодисциплины, адаптации к условиям современной жизни.

Однако анализ состояния развития детского туризма в России показывает, что в настоящее время в его организации имеются определенные проблемы. Новые экономические отношения, возникшие в нашей стране в конце прошлого века, обострили проблемы в детско-юношеском туризме и требуют изменений в подходах и механизмах организации деятельности по развитию массового детского туризма. Если до начала 1990-х годов вопросами детского туризма занималась только система образования, то сейчас ситуация коренным образом изменилась. В качестве субъектов, развивающих детский туризм, выступают и коммерческие фирмы, и общественные объединения.

Индустрия туризма отличается от других сфер экономики тем, что доходы от туристского бизнеса носят не одномоментный характер, а увеличиваются по мере укрепления доверительного отношения потребителей туристских услуг к производителям этих услуг. Доверительные отношения к туроператорам и турагентам, занимающимся детским туризмом, возникают при качественном предоставлении услуг. Опыт показывает, что основной проблемой в организации детского туризма в современных условиях является отсутствие грамотно разработанных

профессиональных стандартов качества в детском туризме, содержащие квалификационные требования к менеджеру и турагентству, основные требования к их образованию и профессиональной подготовке, порядок оказания услуг в детском туризме, требования к договору о туристском обслуживании. Важной составляющей в организации детского туризма может стать и кодекс профессиональной этики.

Этический кодекс и профессиональные стандарты качества необходимы для того, чтобы помочь максимально усилить выгоды от развития детского туризма и свести к минимуму его отрицательные воздействия. Это в полной мере относится и к Удмуртской Республике, где на рынке предоставления туристских услуг для школьников и студентов в настоящее время не всегда действуют добросовестные «игроки».

В целом, при правильной политике государства и частных структур у детского туризма есть все предпосылки для дальнейшего роста и развития.

## **СЕЛЬСКИЙ ТУРИЗМ КАК ПЕРСПЕКТИВНЫЙ ВИД ТУРИЗМА В УДМУРТСКОЙ РЕСПУБЛИКЕ**

*Шумова С.Б.*

Сельский туризм – одно из наиболее молодых направлений развития туристической индустрии в России, но во многих регионах нашей страны оно стремительно развивается. Городские жители все чаще присматриваются к уютной атмосфере гостевых домов, неприхотливому крестьянскому быту и обильному столу с деревенскими яствами домашнего производства.

Согласно официальной статистике, за прошлый год около двух процентов горожан России провели свой отпуск в сельской местности. В то время как в странах Евросоюза – 35 процентов горожан, в Голландии – около 49 процентов. Поэтому, работы в сфере сельского туризма в нашей стране и конкретно в Удмуртии – непечатый край!



Туристам нравится пляжный отдых на берегу сельской реки, охота, рыбалка, посиделки у костра, сбор диких трав, деревенская баня, велосипедные и конные прогулки. Все это вкупе с экскурсиями по местным достопримечательностям, знакомством с традициями и бытом коренных народов, общением с домашней живностью и участием в крестьянском труде, становится для туристов незабываемым приключением, а для предприимчивых аграриев – настоящей «золотой жилой».

Четыре года назад в Удмуртском центре сельскохозяйственного консультирования появилась ставка специалиста по сельскому туризму и была начата работа по анализу туристского потенциала 25 районов республики с выездом на места. Сельские жители и власти муниципалитетов высказывали удивление и недоумение возможностью развития туризма в их местности и не могли взять в толк, к чему в их деревне туристы.

Сегодня дело сдвинулось с мертвой точки. Приезжая с рабочим визитом в сельскую глубинку мы все чаще встречаем заинтересованные лица, горящие желанием глаза. Крестьяне, видя успех отдельных фермерских хозяйств, которые начали заниматься туризмом, задумываются «а чем я хуже?». Начинают искать в родном районе «изюминку», бренд, который бы сделал их предложение заманчивым для туристов. У многих фермеров есть желание, но не хватает знаний – они уже научились грамотно рассказать о своем районе, но до сих пор сталкиваются с трудностями при разработке бизнес-плана гостевого дома и при юридическом оформлении туристской деятельности. Не всегда сельские предприниматели умеют донести информацию до потенциального туриста, наладить с ним контакт, продумать вопросы обслуживания.

Именно поэтому Удмуртский центр сельскохозяйственного консультирования совместно с Ижевской сельскохозяйственной академией, специалистами Министерства по физической культуре, спорту и туризму, туроператорами третий год подряд проводят обучающий семинар «Основы организации сельского туризма. Бизнес-планирование» для частных фермеров и муниципалитетов, у которых есть желание развивать сельский туризм или которые уже работают в данном виде предпри-

нимательской деятельности и хотят поделиться опытом с другими.

За годы становления проделана большая работа, прошли повышение квалификации по Федеральной программе на базе сельскохозяйственной академии и получили удостоверение государственного образца 55 человек. Предоставлено 6500 консультаций. Федеральным Законом «О развитии сельского хозяйства на 2008-2012 г.г.» была предусмотрена государственная поддержка посредством предоставления субсидий за счет средств Федерального бюджета на срок до 5 лет на развитие несельскохозяйственной деятельности в сельской местности, а именно: сельский туризм, сельская торговля, народные промыслы и ремесла в размере 95% ставки рефинансирования Центра банка РФ, выдано субсидированных кредитов на сумму более 18 миллионов рублей. Проводится обмен опытом между владельцами и начинающими этот бизнес. Проводятся семинары как районные, так и кустовые. Создана рабочая группа из представителей разных Министерств и ведомств, туроператоров. Разработан логотип сельского туризма Удмуртии. Выпущен буклет о самых востребованных продуктах сельского туризма. Смонтирован фильм, который впервые будет транслироваться на выставке.

Как показывает практика, в Удмуртии наибольшее распространение получил прием туристов в частных агроусадьбах на 20-30 гостей – сельяне осторожничают, избегая рискованных решений, предпочитают постепенно, шаг за шагом, расширять свой бизнес. Позитивный опыт сельского туризма накоплен в Кезском, Игринском, Дебесском, Вавожском, Воткинском, Киясовском районах.

Появились не только малые, но и большие проекты, например в Каракулинском районе создан агротуристический комплекс «Зеленая звезда», где предусмотрено воссоздание плодовых садов, которые были утрачены. Комплекс предоставлен в виде коттеджей из дерева с полным набором удобств и современной инфраструктурой. Коттеджи будут образовывать хутор, который будет состоять из 25 коттеджей, расположенных на трех улицах с красивыми названиями. Хутор расположен в

садовом массиве площадью 1,6 га. на берегу р. Кама. Каждая улица хутора состоит из участков площадью 2 сотки. На участке будет расположен коттедж с небольшим садом и огородом. С каждого участка будет вид на р. Кама. Проживание на хуторе, создаст полное ощущение деревенского быта и естественности природы.

В Удмуртской Республике пока еще мало по-настоящему качественных, конкурентоспособных проектов в сфере сельского туризма, но именно сельский туризм может стать для Удмуртии не просто источником дохода для отдельных предпринимателей, но и толчком для развития транспортной инфраструктуры, трудовой и социальной сферы, сельского хозяйства. С развитием сельского туризма можно прогнозировать значительное увеличение внутреннего туристского потока, а также дополнительное привлечение на территорию республики туристов из соседних регионов, центральных регионов России, ближнего и дальнего зарубежья.

Сельский туризм является одним из важнейших экономических инструментов и перспективных направлений развития сельских территорий.

Важность решаемых задач обуславливает приоритетность проблемы развития сельского (аграрного) туризма, ставит ее в ряд социально-экономических задач, имеющих федеральное и региональное значение. Среди них можно выделить следующие:

- обеспечение занятости сельского населения, создание новых рабочих мест;
- сохранение малых населенных пунктов, а значит и сельского быта;
- улучшение условий жизни сельского населения, рост доходов;
- повышение доходов сельских жителей;
- привлечение молодежи в село;
- стимулирование изучения народных обычаев и обрядов;
- возрождение и пропаганда традиционных ценностей и образа жизни;
- развитие народных промыслов;

- благоустройство усадеб и сел, развитие инженерной и социальной инфраструктуры сельских поселений;
- развитие малого предпринимательства на селе;
- расширение ассортимента продукции фермерского и приусадебного хозяйства и возможность его реализации на месте, реализация на месте продукции личного подсобного хозяйства, в частности, готовых продуктов питания;
- повышение культурно-познавательного уровня сельского населения;
- пополнение местных бюджетов;
- привлечение инвестиций в развитие сельских территорий;
- повышение культурно-познавательного уровня сельского населения;
- не требует значительных инвестиций и использует преимущественно частные источники финансирования, а капиталовложения быстро окупаются.

Главным тормозом развития сельского туризма в нашей стране является российское законодательство. В Федеральном Законе «Об основах туристской деятельности» отсутствует термин «сельский туризм», не говоря уже о нормативных актах, ГОСТах и налоговом законодательстве для данного вида туристской деятельности. Требования к комфорту, гигиене и безопасности туриста, которые там прописаны, не учитывают специфику сельской жизни.

Также в качестве препятствий для развития сельского туризма в Российской Федерации можно назвать:

– недостаточную популяризацию сельского туризма и малый объём инвестиций в сельскую инфраструктуру со стороны органов власти, без которой трудно создать необходимую туристскую инфраструктуру. Такая задача посильна только крупному бизнесу, который пока не торопится направлять инвестиции в сельский туризм;

– отсутствие законодательного определения статуса сельских туристических хозяйств и структур. В этой связи мы считаем целесообразным придать им статус малых форм сельскохозяйственных предприятий с тем, чтобы паритетно распро-

странить на них все виды поддержки так же, как на субъекты малого агробизнеса в рамках реализуемых Госпрограмм.

Для реальных результатов требуются общие усилия и системная работа представителей власти, бизнеса и общественных организации. Позитивным фактом является то, что Федерацией туриндустрии Удмуртии выделено важнейшее направление – развитие сельского туризма. Объединив наши усилия, мы сможем реализовать важные и значимые для туризма в Удмуртии инициативы и проекты.

На первом этапе своей деятельности главной целью Федерации туриндустрии Удмуртии является: популяризация сельского туризма, оказание помощи сельским и прочим предпринимателям в становлении и выборе организационных форм и направлений развития сельского туризма, защита прав и интересов предпринимателей, координация их деятельности, повышение квалификации предпринимателей всех уровней, направленной на повышение доходности туристического бизнеса, содействие его количественному и качественному росту.

Цивилизованный сельский туризм Федерация туриндустрии Удмуртии рассматривает в тесной связи с просвещением туристов и сельского населения, занятого их обслуживанием, в форме тематических семинаров, экскурсий, экопутешествий по проблемам взаимодействия человека с окружающей средой. Такие формы просвещения способствуют повышению уровня экологического образования населения, сохранению окружающей среды. Уже открыта и действует школа сельского туризма для всех, кто желает заниматься бизнесом в сельской местности, кто хочет постичь мастерство сельского уклада и ремесла, кто хочет достичь гармонии с собой и с природой, кто хочет стать хозяином и защитником исторического и культурного наследия нашего народа и страны. Стать мастером, экскурсоводом, пекарем, охотником или рыбаком.

С развитием сельского туризма можно прогнозировать значительное увеличение внутреннего туристского потока, а также дополнительное привлечение на территорию республики туристов из соседних регионов, центральных регионов России, ближнего и дальнего зарубежья.

## ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ СЕЛЬСКОГО ЭТНИЧЕСКОГО ТУРИЗМА В УДМУРТИИ

*Хакимова С.М.*

В развитии туризма отдельное место занимает этнический туризм (этнотуризм) – посещение туристами разных мест для знакомства с культурами и традициями определенных народов (этнических групп), при этом «этнические особенности и выступают основной туристической достопримечательностью» [4; 15]. Новыми тенденциями в туризме является обеспечение туристам разнообразных возможностей «погружения» в культуру определенных этносов, приобщение («включение-вобщение») к их языкам в сфере духовных достижений.

Анализ опыта с выделением проблем и описанием перспектив развития этнотуризма возможен с опорой на классификацию его видов. По мнению В. Куриной [2] этнический туризм можно классифицировать в зависимости от мест посещения туристов: 1) музеи (этнопарки и музеи народного быта); 2) «демонстрационные» жилища или поселения, жители которого специально для туристов воссоздают особенности традиционного быта и культуры определенного народа; 3) «аборигены» – коренное население, сохраняющие культурный, природный и духовный аспекты на территориях своего проживания.

На наш взгляд, классификация этнического туризма может обосновываться основными направлениями его развития.

Во-первых, все у большего числа людей возникало желание и материальные возможности для расширения собственного кругозора не только в далеких и экзотических, но и в близких оригинальных этнокультурных местах. Посещение классических музеев или этнографических выставок отчасти удовлетворяло этот запрос – позволяло ознакомиться с культурой и традициями определенных этносов, однако не давало ощущения полного погружения в определенную этнокультурную среду. С другой стороны, на данном запросе возникли коммерческие этнические линии в питании (национальные рестораны и кафе, этнические бренды определенных продуктов), одежде (мода на

этнические элементы), обустройстве быта (этнические стили интерьера, этнобренды определенных бытовых приспособлений) и др. В результате произошло соединение материальной «аутентичности» музеев с интерактивной возможностью использования воссоздаваемых этнических «новоделов» и традиций. В разных странах возникли этнопарки – музеи под открытым небом, концентрирующие на одной территории разнообразные варианты материальной и духовной культуры определенных этносов: комплексы жилищ, разнообразные ремесла, традиционные промыслы и т.д. В этнопарках у туриста появилась возможность «изучать» этнос, участвуя в собственном этнографическом исследовании.

Можно назвать это направление «Этнографическим туризмом», специфика которого заключается в возможности погружения туриста в определенную этническую среду и проживания некоторого времени внутри этой среды. Одной из разновидностей этнографического туризма стало посещение «мест силы» (природных и культурных памятников, легендарных в традициях определенного этноса).

Во-вторых, сельское население, хранящее и передающее потомкам этнокультурные традиции, постепенно перестало бояться впускать в свой мир «посторонних людей», стало принимать туристов не столько как обычных гостей, сколько как «желанных клиентов» – выполнять определенные стандарты условий и программ пребывания. Возникло постепенное понимание местным населением этнотуризма как важной составляющей в экономической деятельности. Стал развиваться «событийный» этнотуризм, приуроченный к традиционным праздникам и обрядам, бытовым и трудовым процессам (вечерние посиделки, сенокос, изготовление масла и др.).

Это направление можно назвать «Этнокультурным туризмом», специфика которого заключается в непосредственном общении туриста с носителями этнокультурных традиций («приобщение к традициям»), преодоление ограниченности опосредованного знакомства с разными этносами в музеях или через СМИ.

В-третьих, ухудшение экологии, рост темпа жизни, унификация продуктов питания – все это вызывает у некоторых людей желание «вырваться» в экологически благополучную среду, укрепить здоровье в подлинно народных традиционных видах деятельности. Это направление можно назвать «Экологическим этнотуризмом».

В-четвертых, жизнь людей в городах, особенно в мегаполисах с их унификаций вызвала стремление найти и сохранить собственную этнокультурную (иногда также этнорелигиозную) идентичность – стал развиваться «Этно-идентификационный туризм» – путешествия с целью прикосновения к своим этническим корням, «припадания к истокам» собственной национальной культуры. Этно-идентификационный туризм дает современному человеку возможность обрести душевное равновесие и чувство единения с устойчивой гармонией.

Отдельное направление этно-идентификационного туризма – «ностальгический туризм» – возможность найти и посетить места реального или возможного проживания своих предков и родственников, удовлетворить ностальгические чувства по «знаковым» местам, памятникам, событиям. В последние годы в Российской Федерации эта разновидность этно-идентификационного туризма получила развитие в связи с открытием межгосударственных границ и облегчением визовых процедур.

В Удмуртской Республике накоплен большой опыт развития как внутреннего, так и въездного этнографического туризма (например, этнопарк Лудорвай), этнокультурного туризма (например, ежегодные праздники Гербер, Масленица, Сабантуй и др.), этно-экотуризма (гостевые этнокультурные дома в Киясовском, Завьяловском, Кезском и др. районах) и этно-идентификационного туризма (например, дома-музеи народных гениев – писателей, поэтов, композиторов и др. во многих районах).

На наш взгляд, перспективным направлением развития сельского этнотуризма в Удмуртии является этнографическое направление – создание малобюджетных «музеев» под открытым небом в каждом районе: выделение мест, на которые можно свезти старинные постройки, характеризующие быт людей про-



шлого. Это направление требует государственной и муниципальной поддержки, хотя и является малобюджетным.

Приведем опыт развития этнографического туризма в Финляндии, который может оказаться примером для Удмуртии. В каждом районе местные жители при незначительной поддержке государства создали и поддерживают работу «Летних этнографических музеев под открытым небом». Например, в «Этнографическом хуторе Элимяки» в районе Коуволы, рядом с асфальтированной дорогой собраны и обнесены плетенью восемь построек конца 19 – начала 20 века: фермерский дом, два сарая, баня по-черному, кузница с оригинальными инструментами, торговая лавка и рига с приспособлением для лошадей, ветряная мельница. Возле каждой постройки имеется информация о том, откуда она привезена, и кто был ее последним хозяином (почти все постройки были переданы в дар). На настоящий момент помещения можно осматривать, но нельзя использовать (затраты на капитальное восстановление не осуществляются). На территории хутора располагается жилой современный домик зрителя и действующая сцена летнего театра. Хутор открывает двери в теплое время года (май-сентябрь), когда минимальны затраты на отопление и освещение. Программа работы хутора включает регулярные театральные постановки и народные праздники. В школьную программу всего района включено обязательное посещение учащимися этого этнографического хутора. Для многих учащихся такие экскурсии становятся не только образовательными, но и этно-идентификационными.

Другая перспектива развития сельского этнотуризма в Удмуртии – этнокультурное направление – вовлечение все большего количества сельских жителей к приему туристов как экономической деятельности, которая приносит дополнительный заработок, а в некоторых случаях – основной доход. На наш взгляд, требуется широкое информирование сельских жителей о доступности для них деятельности в сфере туристических услуг, как пути «сберечь и приумножить капитал, вложенный в жилье, сохранить место жительства и привычный образ жизни, не теряя при этом навыков производства экологически чистых сельскохозяйственных продуктов, возрождать и развивать народные и

художественные промыслы, традиционное ремесленное производство» [5; 137].

Требуется и государственная помощь сельским жителям в приложении серьезных усилий для создания не только специализированной материальной базы: жилище, подворье и пр., но и «аутентичных» этнокультурных туристических программ. Большие доходы следуют за приличными инвестициями.

По мнению А.В. Барлуковой [1] этнотуризм может быть «поверхностным» или «углубленным» в зависимости от готовности принимающих людей и потребностей туристов. Поверхностный – это в случае непродолжительного по времени нахождения туриста в определенной этнической среде и неготовности коренного населения показать настоящую жизнь и культуру своего народа. Углубленный – если туристы прилагают значительные усилия для знакомства с интересующим их этносом, а коренное население стремится не только сохранить традиционную бытовую культуру этноса, но и готово открыть ее для туристов. Туристические фирмы Удмуртии налаживают выходы на туристов, стремящихся к «углубленному» этнокультурному туризму, но пока сельские жители предоставляют им мало возможностей.

К сожалению, на настоящий момент в Удмуртии распространяется «поверхностный» уровень этнокультурного туризма. Короткие экскурсии по Удмуртии с этническим аспектом, занимающие несколько часов (путешествие к Тол-бабаю, Бабе Яге и др.), на наш взгляд, застопоривают развитие этнотуризма. Несмотря на возникновение у сельских жителей стремления возрождать, сохранять и делиться этнокультурными традициями: народной кухней, местными ремеслами и способами изготовления традиционных предметов быта и др., «поверхностные» экскурсии способствуют подмене аутентичности «облегченной» псевдо-этнокультурной формой. Такие экскурсии побуждают коренных жителей «завлечь и развлечь» краткосрочных туристов, а не впустить в собственный мир.

Например, в одном из районов республики для туристов «воссоздается» языческое моление на высокой горе. Но уровень этой «реконструкции» чрезвычайно далек от известных истори-

кам и фольклористам вариантов языческих молений и, согласно отзывам посетивших ее туристам, наигранная театральность приводит их к большому разочарованию.

Одним из путей решения проблемы является организация многодневных этнокультурных туров взыскательных туристов из Российских мегаполисов или из-за рубежа, с последующим широким информированием сельского населения о результатах этих туров (отзывах туристов, экономическом аспекте). Наш опыт регулярного приема туристов из Финляндии позволяет утверждать о существовании определённого потенциала этнокультурного туризма в Удмуртии: уже созданы достойные гостевые дома в Киясовском и Кезском районах, жители Малопургинского и Алнашского района пускают туристов к себе на ночлег с питанием и баней, в Удмуртии проводятся крупные этнокультурные мероприятия и т.д. (Заметим, что неопределенность точных сроков проведения республиканского Гербера и Рыжего Фестиваля хотя бы за пол-года до их проведения не позволяет набрать достаточно большое количество иностранных туристов, которые планируют время своего отдыха заранее). Хорошие отзывы об этнотурах возникают у иностранных туристов в случае соединения этнографического, этнокультурного и экологического туризма, включая для отдельных туристов и этно-ностальгическую линию (как, например, Сибирский тракт стал привлекательным для финна, предок которого был сослан в Сибирь и шел этим трактом на каторгу). Качественным этнотуризм становится, если организаторы соединяют в турах образовательную функцию – освоение туристами новых «живых» знаний и некоторых традиционных умений определенного этноса, социальную – установление межличностных связей с людьми разных национальностей; рекреационную – яркие впечатления от энергетически насыщенного отдыха в экологически благоприятной для туриста среде.

С другой стороны, многодневные этнокультурные туры в отдельные сельские поселения побуждают жителей возрождать «свои» традиции и оригинальные ремесла (изготовление утвари, поясов, гончарных изделий и др.). Это формирует у сельских жителей самоощущение укорененности, высокой са-

моценности, ответственности за сохранение культуры. Например, многодневные этнокультурные туры международных групп художников и фотографов в деревню Бобья-Уча Малопургинского района в 2012–2013 годах значительно повысили самооценку местных жителей, привели к росту их социальной активности, снижению количества правонарушений и девиантного поведения.

Эта тенденция, являясь универсальной, подтверждается в многочисленных зарубежных исследованиях. Например, изучение мотивации начала сельского туристического бизнеса у земледельцев в Финляндии [7] позволило составить рейтинг – на первое место они поставили интересный и сложный характер отрасли, на второе – независимость и свобода предпринимательства, далее – открытие новых возможностей. Сельские жители там стремятся избегать экономических рисков, не хотят много инвестировать в туристический бизнес, не хотят рисковать достигнутым уровнем жизни, временем для семьи и хобби. Большинство селян-предпринимателей наиболее важным показателем успеха считают удовлетворенности клиентов и создание долгосрочных отношений с ними. Ожидание быстрого экономического роста свойственно молодым предпринимателям, составляющим явное меньшинство в сельском туристическом бизнесе в Финляндии которые купили или унаследовала помещения для туристического бизнеса.

На наш взгляд, реализация выделенных перспектив развития сельского этнического туризма в определенной мере реализуется в деревне Старые Быги Шарканского района, выбранной «Культурной столицей финно-угорского мира 2014». Большое внимание жителям деревни, оказанное со стороны международного сообщества и органов власти, привело местное сообщество к укреплению уверенности в уникальности удмуртской культуры: для приезжих стала регулярно работать «Мастерская бабы Лиды»; несколько групп городских школьников активно просят пожить летом в деревне (родители готовы заплатить немалые деньги за приобщение своих детей-горожан к удмуртской культуре); постоянно приходят заявки от представителей международного сообщества на участие в Фестивале финно-

угорской кухни в июле 2014 года. Возможно на волне этого интереса в Старых Быгах будет создан этнографический музей под открытым небом – достойное место для посещения не только туристами, но и жителями района.

Таким образом, анализ мирового опыта и классификация видов этнического туризма позволяют сформулировать следующие перспективы развития сельского этнического туризма в Удмуртии:

- создание малобюджетных «музеев» под открытым небом в каждом районе;
- вовлечение все большего количества сельских жителей к приему туристов как экономической деятельности с переходом от «поверхностного» уровня псевдоэтнокультурных краткосрочных приемов к размещению туристов на более длительный срок (не менее одних суток).
- организация многодневных этнокультурных туров взыскательных туристов из Российских мегаполисов или из-за рубежа.

### **Список использованных источников и литературы**

- [1] Барлукова А.В. Классификационный статус этнического туризма // Известия Иркутской Государственной Экономической Академии – 2010. – № 4. – С. 106-108
- [2] Курина В. Культурно-познавательные возможности этнического туризма / Межкультурная коммуникация в пространстве всемирного наследия: менеджмент и социокультурное проектирование: материалы Всероссийской конференции. – Самара: СГАКИ, 2008. Эл. ресурс [http://smrgaki.ru/8/2/2\\_2/Kurina.htm](http://smrgaki.ru/8/2/2_2/Kurina.htm)
- [3] Малова Н.А. Этнический туризм: проблемы, тенденции, перспективы // Туризм и культурное наследие: межвуз. сб. науч. тр. Вып. 1. – Саратов, 2002.
- [4] Моралева Н.В., Ледовских Е.Ю., Келер Т., Киричевский Д.В., Рубцова М. Ю., Чижова В.П. Аборигенный экоту-

- ризм. Методическое пособие. Серия: Библиотека коренных народов Севера. Вып. № 13. М., 2008. – 108 с.
- [5] Путрик Ю.С. Сельский туризм как новый фактор социально-экономического развития и общественной дипломатии // Экологический и этнографический туризм: становление, проблемы и перспективы развития: материалы Всероссийской конференции. – Хабаровск: Изд-во ДВГУПС, 2009. с. 136-139.
- [6] Сундуев Ч.Б., Хышиктуева Л.В. Этнотуризм как одно из направлений культурно-познавательного туризма // Вестник Бурятского государственного университета. – 2009. – № 4. – С. 53-56.
- [7] Komppula R. Success and Growth in Rural Tourism Micro-Businesses in Finland: Financial or Life-Style Objectives? // Small firms in tourism: international perspectives / Ed. R. Thomas Elsevier. - Amsterdam, 2004. P.115-138.

## **СПОРТИВНО-ОЗДОРОВИТЕЛЬНЫЙ ТУРИЗМ В УДМУРТИИ**

*Радионова Н.А.*

Спортивно-оздоровительный туризм зародился в России в конце XIX века. С 1949 года он был включен в Единую спортивную всесоюзную классификацию и выполнял государственный заказ по патриотическому воспитанию и оздоровлению граждан.

За 60 лет развития туризма в Удмуртской Республике создан огромный интеллектуальный потенциал, накоплен практический опыт, на базе которых сформировался в конечном итоге вид спорта – спортивный туризм

Взрослый туризм организационно формировался в структуре профсоюзов, а детско-юношеский – в системе образования, так как перед туризмом ставились задачи не только спортивные, оздоровительные, но и образовательные.

В организационно-управленческой структуре спортивно-го туризма, как на республиканском, так и на муниципальном уровнях, сохраняется ведомственность и на сегодняшний день. Спортивно-оздоровительный туризм, как вид спорта, находится в ведении Министерства по физической культуре, спорту и туризму Удмуртской Республики и отделов по физической культуре и спорту в муниципальных образованиях, а детско-юношеский туризм – в структуре Министерства образования и науки Удмуртской Республики и отделов образования в администрациях районов. Для молодых людей Министерством по делам молодежи Удмуртской Республики и отделами по делам молодежи на местах проводятся массовые мероприятия с включением в программу элементов спортивно-оздоровительного туризма (фестивали, турслёты и т.п.). Ведомственность не всегда положительно сказывается на развитии туризма в целом. На данный момент ни одного профильного молодежного или ведомственного клуба с тренерскими ставками в республике нет. Хочется сказать отдельное спасибо Администрациям г. Глазова и поселка Ува которые смогли сохранить Станции юных туристов. Ижевск, столица республики, одна из немногих в Приволжском округе не имеет ни Центра детско-юношеского туризма, ни молодежного туристского клуба. В 2010 году Станцию юных туристов г. Воткинска объединили путём присоединения с Эколого-биологическим центром.

Отдельно хочется сказать о детско-юношеском туризме, который является одним из основных звеньев в развитии спортивного туризма.

На данный момент детско-юношеский туризм находится в тяжелом состоянии. Республиканский центр дополнительного образования для детей, который был когда-то Станцией юных туристов, имел хотя бы отдел туризма, но испытывая дефицит туристских кадров, которые они растеряли за последние три года они избавились и от отдела туризма. Как следствие, возникли определённые проблемы с организационной и методической поддержкой туристской деятельности в городах и районах республики в области детско-юношеского туризма.

За последние 15 лет в спортивном туризме в целом и в детско-юношеском в частности произошли достаточно глубокие изменения. Появились новые дисциплины, усовершенствовалось снаряжение, стали более интересными и сложными походы и соревнования. В регионах, где идут в ногу со временем, имеют высокие показатели не только количественные, но и качественные, растёт мастерство педагогов и воспитанников, мероприятия проводятся не только массовые, но и на высоком уровне спортивные. Тем печальнее отмечать, что у нас за последние три года в детско-юношеском туризме происходят процессы, которые отбрасывают его в развитии на уровень начала девяностых годов.

Несмотря на все проблемы, спортивный туризм за последние годы заметно возмужал. Ещё 15 лет назад туризм просто не воспринимался как вид спорта, туризм воспринимался как форма отдыха с гитарой у костра, но постепенно этот стереотип изменился.

До перестройки, практически все города, поселки, крупные предприятия, учебные заведения, школы имели туристские клубы, секции, пункты проката туристского снаряжения. Огромное количество занимающихся было в системе молодёжного и детско-юношеского туризма. В клубах и секциях проводилась очень большая методическая, учебная и просветительская работа.

С 2004 года в спортивном туризме наметились положительные тенденции в развитии, как со стороны общественности, так и со стороны государственных структур.

В 2006 году по Распоряжению правительства Удмуртской Республики, для решения накопившихся проблем в туризме, была разработана первая в России республиканская целевая программа «Развитие спортивно-оздоровительного туризма в Удмуртской Республике», но принята она так и не была.

Современный спортивный туризм развивается по двум направлениям: маршруты и дистанции. Из девяти видов туризма в Удмуртии получили развитие шесть: пешеходный, лыжный, горный, водный, спелео- и велотуризм.



Развитие определенного вида туризма, безопасное проведение походов и туристских мероприятий зависит, прежде всего, от наличия подготовленных кадров. Общественные кадры готовятся в туристских школах различного уровня, а навыки закрепляются на тренировках, учебно-тренировочных сборах и в спортивных походах разной категории сложности. Большое внимание Федерация спортивного туризма Удмуртии уделяет учебным мероприятиям.

С 2010 года в Удмуртской Республике проводятся мероприятия российского уровня, это обучающий семинар «Спасение в природной среде» зимний блок а также выездной республиканский семинар по безопасности «Организация переправ через водные преграды».

Растёт мастерство наших спортсменов по разным видам туризма. В 2014 году в составе сборных команд г. Москвы и Пермского края представители Удмуртии совершили уникальные лыжные походы самой высокой категории сложности по Алтаю и хребту Черского.

Ежегодно проводятся республиканские Чемпионаты и Первенства по пешеходному, лыжному, горному, водному и велотуризму, а также регулярно принимают участие команды Удмуртии в чемпионатах России и Приволжского округа как по дисциплинам маршруты, так и по дисциплинам дистанции.

Всё большей популярностью пользуются Чемпионат и Первенство Удмуртской Республики по ориентированию на сверхдлинных дистанциях «Рогейн». В соревнованиях 2013 года приняло участие около 170 спортсменов. Были участники из соседних регионов.

Несмотря на все проблемы можно отметить хорошую работу по развитию детско-юношеского спортивного туризма в городах Воткинск, Глазов, в поселках Балезино, Ува, в Воткинском, Якшур-Бодьинский, Каракулинском районах. Команды этих городов и районов регулярно принимают участие в республиканских мероприятиях по спортивному туризму.

Кроме спортивных соревнований проводятся туристские слеты учебных заведений, предприятий, учреждений, массовые мероприятия, а также походы выходного дня. Самым массовым

является республиканский фестиваль оздоровительного туризма «Кругосветка Удмуртии». В Фестивале 2013 года приняло участие около 15 000 человек из 5 городов и 8 районов республики.

Федерация спортивного туризма Удмуртии совместно с Министерством по делам молодежи Удмуртской Республики на протяжении многих лет проводят профильные туристские смены и экспедиции в период зимних и летних каникул. Большой популярностью пользуется туристский лагерь допризывной подготовки «Аты-баты, шли солдаты».

В 2013 году делегация Удмуртской Республики приняла участие в Туристско-спортивном лагере Приволжского федерального округа «Туриада» в г. Хвалынске и заняла 3 общезачетное место среди 14 регионов.

На сегодняшний день туризм включен в систему ГТО и данное направление является приоритетным в развитии массовых видов спорта в Приволжском федеральном округе. В свою очередь, в районах и городах республики спортивный туризм развивается не просто. На то есть объективные и субъективные причины, такие как слабая материальная база, сокращение ставок в детско-юношеском туризме, приоритеты расставляемые администрациями и министерствами. Для того чтобы ситуация изменилась, считаем необходимым развивать туризм не как отдельные мероприятия, а системно, включить туризм в спартакиады, как это было раньше, а также создать молодежные клубы и Республиканскую станцию юных туристов на базе отдела туризма Республиканского центра дополнительного образования для детей.

## **ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ МУЗЕЙНОГО ТУРИЗМА В УДМУРТСКОЙ РЕСПУБЛИКЕ**

*Гай И.А.  
Кириллова Л.А.*

Туризм является неотъемлемой частью жизни современного человека, которая связана с удовлетворением его духовных и интеллектуальных потребностей, восстановлением и развити-

ем физических сил и поддержанием высокого уровня жизнедеятельности.

Музейный туризм – это специфическая деятельность музеев в сфере познавательного туризма по производству и реализации различных туристских продуктов музейного характера, а также в ряде случаев по организации туристского цикла.

Музейный туризм основывается на идее комплексного показа истории и культуры территории, входящие в научные, просветительские и другие интересы музея.

В настоящее время музеи переживают в своей деятельности совершенно новый этап. Они решают проблемы более четкого выявления своего профиля внутри музейной сети, своей специфики в системе учреждений. В изменившихся реалиях сегодняшнего дня музей вынужден расширять свои функции, становится своеобразным центром культурной и общественной жизни города.

Удмуртская Республика обладает достаточно большим туристским потенциалом, способным стать мощным ресурсом для развития внутреннего и въездного туризма. Разнообразие природно-ландшафтных объектов, концентрация памятников культурного наследия, наличие брендообразующих объектов, уровень развития отдельных территорий республики позволяют позиционировать Удмуртию как регион, имеющий все предпосылки для становления и развития туристической отрасли, особенно в области культурно-познавательного туризма.

Культурно-познавательный туризм является одним из перспективных направлений в плане использования ресурсов района и специфики Удмуртии. В Удмуртии отражается история культуры края, в этническом плане Удмуртия представляет собой регион чересполосного проживания народов финно-угорского, славянского и тюркского миров. Живая среда обитания народов в сельской местности сохранила много архаических черт. Сегодня в Удмуртии можно погрузиться в этническую среду удмуртов, марийцев, бесермян, татар, чепецких татар, крышчен, русских (особенно в старообрядческих районах), в музейных ресурсах это хорошо представлено.

Однако, в развитии музейной сети как активного ресурса культурно-познавательного туризма в республике можно выделить ряд проблем.

По сравнению с музейными сетями национальных республик Приволжского Федерального округа (Татарстан, Марий Эл, Мордовия), в Удмуртии не представлены на республиканском уровне музеи национальной профессиональной культуры. Нет музея удмуртской литературы (его функции выполняет филиал Национального музея УР – музей-квартира Г. Д. Красильникова), нет музея музыкальной культуры, театрального искусства, нет больших художественных музеев, мало мемориальных музеев, посвященных выдающимся деятелям удмуртской культуры.

Муниципальные музеи имеют очень слабую тематическую специализацию: в основном это историко-краеведческие музеи с однотипными коллекциями и экспозициями. Ижевск – единственный город Удмуртии, который пока не имеет муниципального исторического музея, но уже ведётся активная работа по созданию Музея Ижевска. В будущем предполагается хорошая перспектива по его развитию, на данный момент здание находится без реставрации.

Для исследования современного состояния музейного туризма в Удмуртской Республике, был отправлен запрос в «Удмуртстат», датированный 07.05.2014 г. о предоставлении информации по посещаемости музеев в период с 2009 по 2013 годы. Однако информация была предоставлена не в полном объёме, отсутствовали данные по количеству экскурсий и выставок в Ижевске на 2009 и 2010 года.

По статистическим данным был проведен анализ деятельности музеев по Удмуртской Республике. Исходя из данных, можно выделить следующее:

1. Число музеев было стабильным с 2009 по 2011 годы, но в 2012 году наблюдается некоторое сокращение (с 42 до 39 единиц). В связи с этим и число выставок также сократилось до 577, однако число экскурсий возросло до количества 16507. Самое большое количество выставок было в 2013 году – 705 вы-

ставок. Возможно, сокращение музеев произошло из-за низкого уровня материальной базы.

2. Максимальное число экскурсий было в 2010 году, их количество составило 18400. К 2011 году произошел спад количества экскурсий до 15475. С 2011 по 2013 годы наблюдается тенденция к увеличению числа экскурсий.

3. Количество посещений музеев резко снизилось в 2011 году до 666,9 тысяч. Можно предположить, что этот фактор оказал влияние на сокращение количества музеев в 2012 году. Максимальное количество посещений музеев было в 2010 году (составило 719,1 тыс.).

По данным, характеризующим деятельность музеев в г. Ижевска, можно сделать следующий вывод:

1. С 2009 по 2013 год количество музеев города Ижевск остается стабильным – 6 музеев.

2. Минимальное число экскурсий было отмечено в 2011 году. Их количество составило 4386. Максимальное число экскурсий было в 2012 году – 5161.

3. Число выставок было минимальным в 2011 году – 108 выставок. Максимальное значение достигнуто в 2013 году – 146 выставок. На протяжении с 2011 по 2013 годы наблюдается тенденция к росту количества выставок.

4. Стабильный прирост 2009 по 2013 год наблюдается по показателю количества посещений музеев в г. Ижевск. Минимальное количество посещений было в 2009 году, составило 241,5 тысяч. Максимальное количество посещений отмечено в 2013 году – 278,5 тысяч.

Таким образом, по Удмуртской Республике сократилось количество музеев, однако количество выставок не уменьшилось, а наоборот возросло до 705 выставок. Значит, музеи работают эффективнее, разрабатывают большее количество программ. Не смотря на то, что количество музеев в г. Ижевск не увеличивается, число их посещений растет. Это говорит о том, что музеи проводят успешную политику своего продвижения, предлагают посетителям интересные программы и выставки, эффективнее работают с туристическими фирмами. Музеи инициируют развитие территории, формируя ее имидж, бренды,

культурные инициативы, инвестиционную привлекательность. Местные сообщества по-новому открывают для себя музеи, видя в них образовательные, просветительские, досуговые центры с широким спектром предложений, ориентированных на разные категории населения.

Для анализа музеев в Удмуртской Республике на современном этапе, их взаимодействия с турфирмами, школами, и трудностями, с которыми приходится сталкиваться, была составлена анкета. Был произведён опрос музейных сотрудников на выставке «Туризм. Спорт. Отдых» 18.04.2014 г., анкетирование проходило в течение двух дней.

В исследовании принимало участие 12 музеев. Некоторые музеи принять участие в анкетировании отказались. По результатам анкеты большинство музеев открыто после 1991 года – семь музеев из девяти. Практически все музеи участвуют в турпрограммах, как в своих, так и организованных туроператорами. Из всех музеев с туроператорами не работают только Музей истории и культуры г. Воткинска, и Музей П. А. Кривоногова с. Киясово.

Наибольшую популярность в продвижении музейных услуг имеют журналы, газеты, сотрудничество со школами, продвижение через интернет и социальные сети. Данные методы используют все музеи, принявшие участие в анкетировании.

Продвижение туристских программ многие музеи проводят самостоятельно, взаимодействуют со школами. Три музея сотрудничают с турфирмами, это: Музей истории и культуры г. Воткинска, Игринский краеведческий музей, Музей П. А. Кривоногова с. Киясово.

Наличие отдела или сотрудника, занимающегося развитием музейного туризма, отмечено в Музейно-выставочном комплексе стрелкового оружия им. М.Т. Калашникова, Игринском краеведческом музее, Музее истории Каракулинского района.

Все без исключения музеи принимают участие в массовых мероприятиях (например: День города, Ночь в музее).

Анимация при проведении музейных программ используется у всех опрошенных музеев, кроме Музея истории Кара-

кулинского района. Самые популярные формы анимации: мастер-класс, театрализованное представление, конкурсная программа.

Планирование изменений в экспозициях практически у всех музеев, обновление и усовершенствование уже существующих экспозиций, а также усовершенствование экскурсионной программы. У многих музеев в перспективе разработка новых экспозиций. Шесть музеев планируют появление интерактивных экспонатов и использование инновационного технического оборудования, это Музейно-выставочный комплекс стрелкового оружия им. М.Т. Калашникова, Игринский краеведческий музей, Национальный музей Удмуртской Республики им. К. Герда, Музей истории и культуры г. Воткинска, Юкаменский краеведческий музей, Ярский историко-краеведческий музей.

Питание посетителей организуют только пять музеев из девяти: Музейно-выставочный комплекс стрелкового оружия им. М.Т. Калашникова, Дебёсский районный музей истории сибирского тракта, Игринский краеведческий музей, Музей истории Каракулинского района, Юкаменский краеведческий музей. В Дебёсском районном музее истории сибирского тракта питание посетителей проходит в виде дегустации блюд. В Музее истории Каракулинского района и Юкаменском краеведческом музее в программу питания входит мастер-класс по приготовлению блюд.

Сувенирная продукция распространяется во всех музеях. Из этого можно сделать вывод, что сувенирная продукция является хорошим источником прибыли для музеев.

Статистику по посещению ведут все музеи. Исходя из статистики, по степени преобладания посетителями музеев являются в основном школьные группы. В некоторых музеях большую долю посетителей составляют студенты, в некоторых родители с детьми или пенсионеры. Сотрудники Музейно-выставочного комплекса стрелкового оружия им. М.Т. Калашникова отметили, что среди его посетителей в большей степени преобладают туристы.

Два музея из опрошенных оценивают свою популярность как высокую (Музейно-выставочный комплекс стрелково-

го оружия им. М.Т. Калашникова, Игринский краеведческий музей).

Как видно из таблицы, у музеев возникают различные проблемы при продвижении туристского продукта. Проблемы такие, как: неблагоустроенные объекты показа, неразвитая инфраструктура, проблемы с автобусным обслуживанием, отсутствием выхода на туроператора, отсутствие рекламных газет в районе.

Два музея отметили одинаковые проблемы при формировании и реализации программ музейного туризма – это недостаточное финансирование.

Как столичные, так и районные музеи Удмуртской Республики одинаково активно стремятся к продвижению своих экскурсий и турпрограмм, ищут различные источники доходов, совершенствуют свои экспозиции и вносят инновации.

Перед музеями Удмуртии, оказавшимися в сложной экономической ситуации, стоит вопрос их дальнейшего существования. На первый план выходит проблема самоопределения и поиска новых путей для самореализации, с тем чтобы деятельность музеев стала более привлекательной для постоянных посетителей и распространилась на новые аудитории, которые раньше смотрели на музей свысока или с равнодушием.

Отсюда необходимость объединить усилия музеев Удмуртии для выработки единой стратегии деятельности. Исходя из этого, можно сделать вывод, что музеи заинтересованы в повышении своей популярности.

Поэтому, включение музея в качестве составляющей туристской программы – это правильный подход. В этом случае туристы при посещении туристического маршрута посещают и музеи, т.е. музеи дополняют турпрограмму.

Рассмотрим несколько музеев, которые включаются и используются в туристических программах своих районов.

МБУК «Дебёсский районный музей истории Сибирского тракта».

Музейный комплекс был открыт в 1991 году. В настоящее время здесь находится музей истории Сибирского тракта, который является одной из достопримечательностей села и име-



ет статус памятника регионального значения. Музей организует туристский тур по маршруту «Дебёсы – село историческое». Маршрут включает в себя посещение достопримечательностей и исторических мест села. Туристам будут представляются обряды: «Покорение горы Байгурезь», «Охота», «Языческое моление Духу горы Байгурезь».

Игринский районный краеведческий музей.

Музей открыт в 1993г. В его программе имеются разнообразные выставки и экспозиции, а также туристические маршруты. Такие как «Сибирский тракт – дорога сквозь века». В Программу входит посещение Игринского краеведческого музея – презентация тематической экспозиции и музея «Этапный пункт» (д. Бачкеево) – история Сибирского тракта, история этапного пункта, где проводят знакомство с арестанским бытом, дегустацией «арестанской каши», мастер-класс по приготовлению перепечей в Центре удмуртской культуры (д. Сундур); по желанию Художественная галерея- знакомство с творчеством России из собрания Н. Витрука, изделия декоративно- прикладного искусства мастеров. Следует обратить внимание, что в данном маршруте Игринский музей сотрудничает с музеем «Этапный пункт» в д. Бачкеево. На сегодня музей «Этапный пункт» является культурно-историческим объектом экскурсионно-туристического маршрута «Сибирский тракт – дорога сквозь века».

Также в программе Игринского музея существует тематическая экскурсия «Игра в Игре с Лопшо Педунем» в программу входит:

– Посещение Игринского краеведческого музея – где предоставляется уникальная возможность познакомиться с бытом, сказками и родословным древом Лопшо Педуня, мастер-класс по составлению родословного древа, рассказы о мифах и легендах удмуртского народа в зале природы;

– Центр народного творчества и декоративно-прикладного искусства – знакомство с работами мастеров;

– Поездка в д. Сундур, посещение Центра национальной культуры, театрализованная программа с весельчаком и балагуром Лопшо Педунем, дегустация национальной кухни.

В данный момент Игринский музей организует совместные взаимовыгодные туристические программы с Дебёским районным музеем. Где Дебёский музей может организовать туристическую программу как в своём районе, так и охватить Игринский район.

Музей истории и культуры Среднего Прикамья.

Музей был учрежден в 1909 году по инициативе общественности, при поддержке земской Управы. Сегодня, в продолжение традиций, заложенных еще его основателями, музей стремится к созданию тесных творческих контактов с научным и художественным миром региона. Музей сотрудничает со специалистами Удмуртского государственного университета (г. Ижевск), Национального музея Удмуртской Республики им. Кузееба Герда (г. Ижевск), Удмуртского республиканского музея изобразительных искусств (г. Ижевск), Союзом художников Удмуртии (г. Ижевск) и другими учреждениями, организациями, а также персонами.

На базе Музея истории и культуры Среднего Прикамья разработан следующий экскурсионно-туристский маршрут: Экскурсия «Музейный квартал. «Купеческие амбиции: традиции и современность» основана на уникальном ансамбле памятников истории, культуры и природы, компактно расположенных в зеленой зоне западной части города Сарапула. Название имеет двойное значение. С одной стороны, это название конкретного маршрута, а с другой – именно Музей истории и культуры Среднего Прикамья является центром по обслуживанию туристов в городе и отправной точкой для знакомства с Сарапулом. Экскурсия раскрывает местные особенности – памятники архитектуры конца XIX в. – начала XX в., легенды, уникальные экспонаты, оригинальные оформленные экспозиции на открытых площадках, в окнах-витринах зданий, интерактивные и театрализованные литературные и арт-акции, в том числе квест-игра по «Музейному кварталу» с посещением загородного дома городского головы П.А. Башенина. Воспитательница детей Башенина, Бонна Берта, познакомит с бытом семьи, традициями воспитания и образования конца XIX – начала XX века.

Государственный мемориально-архитектурный комплекс «Музей-усадьба П.И. Чайковского».

Мемориально-архитектурный комплекс на сегодняшний день занимает площадь более двух гектаров и включает в себя 16 экспозиционных объектов. В начале 2012 года музей разработал тематико-театрализованные экскурсии и мероприятия, посвященные истории празднования в семье Чайковских таких праздников как Рождество, Святки, Масленица и Пасха. К такому интересному предложению программы возрос интерес со стороны туристических агентств республики. Комплексная экскурсия «Музей-усадьба П.И. Чайковского – уникальный памятник XIX века». Экскурсия знакомит посетителей с миром дворянской и горнозаводской культуры XIX века, с образом жизни Чайковских и детством композитора. В экспозиции дома посетители увидят мемориальные вещи Чайковских, особо ценные семейные реликвии. Театрализованная экскурсия «Сцены из жизни семьи Чайковских» на экскурсии посетители познакомятся с семьей Чайковских, гувернанткой и учительницей музыки маленького Петра. Экскурсия позволит в ярких красках и образах представить жизнь в этом доме. Монологи персонажей основываются на подлинной переписке членов семьи.

Воткинск начал подготовку к масштабному и значимому событию - юбилею гениального земляка, известного композитора Петра Ильича Чайковского. Праздновать его будут в 2015 году. В рамках проекта в городе будет проведена большая работа, будут созданы в городе новые музеи – при Благовещенском соборе, где был крещён композитор, а также интерактивный музей имени Пермяка. Установка указателей, направляющих к Музею-усадьбе Чайковского. Кроме этого, планируется проведение на родине композитора музыкальных фестивалей.

Историко-культурный музей-заповедник Удмуртской Республики «Иднакар». Экспозиция «Городище Иднакар IX-XIII века» была открыта в 1999 году. При создании экспозиции применялись необычные художественные и декоративные приемы. Использование большого количества искусственно состаренного дерева и элементов резьбы создают в экспозиции атмосферу средневекового поселения. Яркой демонстрацией

возможностей исторического моделирования является диорама «Городище Иднакар в эпоху расцвета». Подобно распахнутому окну, диорама открывает вид на городище и окрестности, а комбинирование объема и тщательно прописанного фона создает потрясающее ощущение реальности.

Музейные комплексы «Средневековое жилище» и «Металлургический комплекс» наглядно демонстрируют гостям музея быт древних жителей Иднакара и высокий уровень развития кузнечного ремесла. Основной задачей экспозиции является всестороннее ознакомление посетителей музея с жизнью городища Иднакар. В качестве основы были приняты материалы многолетних археологических исследований городища. В летний период на территории городища проводятся археологические раскопки, на которые организуются экскурсии. Иднакар позиционирует себя как самостоятельный продукт республики, ради которого его стоит посетить. В конкурсе «Меняющийся музей в меняющемся мире»-2007, где были выбраны 20 лучших музейных проектов России, из них два проекта были разработаны на территории Удмуртии. В номинации «Партнерские музейные проекты» обладателем гранта стал проект «Музейный телеклуб межнациональных семей «Счастье в доме.ru». Автор проекта – государственное учреждение культуры «Национальный музей Удмуртской Республики им. Кузубая Герда». В номинации «Музейные исследования» грант смог получить проект «По следам новгородских ушкуйников» историко-культурного музея-заповедника «Иднакар». Сейчас городище Иднакар – это важный объект российского значения. Крупнейший памятник финно-угорского мира.

Благодаря туристическим программам, которые охватывают собой посещение музеев, такие экскурсии становятся наиболее увлекательными и интересными для туристов. Они помогают увеличить популярность музеев и их экскурсионных программ.

Также для развития массового интереса, как к музеям, так и к качественному и полноценному, культурному отдыху разработан ежегодный проект «Ночь в музее».

Самый первый участник в организации такой программы был Музей истории и культуры Среднего Прикамья (г. Сарапул). Акция «Ночь в музее» проводится в Сарапуле уже шестой раз. Это говорит о том, что районные музеи Удмуртии стремятся к активному участию в развитии популярности и повышению интереса широкой аудитории к музеям.

В 2010 году Национальный музей Удмуртской Республики им.К.Герда решил на проведение подобной акции. 15 мая ижевчанам была предложена культурно-просветительская акция «Музейная ночь» в Арсенале, где их ожидали с 17.00 до 24.00. В эту единственную ночь в году, устроили горожанам настоящий праздник.

В ночной программе звучали мелодии «старого города», состоялось открытие выставки «Небесные грани», где была представлена современная живопись Вадима Столярова. Для посетителей проводились театрализованные экскурсии по музейной экспозиции. Желающие могли принять участие в шуточных гаданиях, покружиться в веселых хороводах и станцевать веселую кадриль. В эту ночь вход в музей был бесплатным, этим воспользовались 757 человек. Все, кто отдыхал в сквере у Вечного огня, с удовольствием посетили музейную экспозицию. Первая «Музейная ночь» прошла успешно, об этом свидетельствуют отзывы посетителей.

Темой акции «Ночь музеев-2011» в Удмуртии стал космос и 50-летие полета Ю. А. Гагарина.

Посетителей в музее было намного больше, чем в предыдущую акцию – 1189 человек, и этому в немалой степени способствовали по-летнему теплая погода и предложенная посетителям разнообразная программа, хотя в этот раз музей работал по льготному билету. Также в этой акции принимали участие следующие музеи: Удмуртский республиканский музей изобразительных искусств, Музейно-выставочный комплекс стрелкового оружия имени М.Т.Калашникова, Музей истории Ижевского отделения Горьковской железной дороги, Государственный мемориально-архитектурный комплекс «Музей-усадьба П.И.Чайковского», Историко-культурный музей-заповедник Удмуртской Республики «Иднакар», Архитектурно-этнографи-

ческий музей-заповедник «Лудорвай», Музей истории и культуры Среднего Прикамья, Можгинский историко-краеведческий музей, Игринский районный краеведческий музей и др.

В 2012 году уже подключаются к акции «Ночь музеев – 2012» почти все музеи Удмуртии: Национальный музей УР им.К.Герда, Выставочный центр «Галерея», Удмуртский республиканский музей изобразительных искусств, Музейно-выставочный комплекс стрелкового оружия им. М.Т.Калашникова, Архитектурно-этнографический музей-заповедник «Лудорвай», Музей истории и культуры г. Воткинска, Музей истории и культуры Среднего Прикамья (г. Сарапул), Завьяловский музей истории и культуры, Киясовский районный музей П.А.Кривоногова, Кизнерский краеведческий музей, Музей истории Каракулинского района и др.

С каждым годом музеи присоединяются к акции проведения ночи в музее с различными мероприятиями. Есть у музейных работников мечта – чтобы «Музейная ночь» стала новой культурной традицией города и объектом событийного туризма. Правда, для этого необходима хорошо продуманная организация данного мероприятия и участия в нем заинтересованных партнеров в лице Администрации г. Ижевска.

Таким образом, на основании рассмотренного материала, можно выделить следующие рекомендации по развитию и внедрению музейного туризма в Удмуртской Республике.

Бесспорно, основным фактором развития музейного туризма в наше время является внедрение инноваций. К сожалению, в Удмуртской Республике этот процесс находится лишь на начальном уровне. Технологически хорошо оснащены наименьшее количество музеев по Удмуртии, а некоторые музеи к этому только стремятся, для многих в особенности районных музеев внедрение инноваций являются слишком затратными, особенно при отсутствии финансирования.

При существующей проблеме с финансированием музеев, стоит разработать менее затратные проекты, к примеру, интерес и разнообразие в экскурсиях придадут включение в её форму проведения в виде квест-игры, национальных мастер-классов, театрализованных экскурсии, это вызовет наибольшую

заинтересованность у основной группы посетителей. Кроме того очень привлекательным и гибким способом привлечения посетителей являются организация интерактивных экспонатов (н-р: искусственные раскопки). Исходя из того что основной группой посетителей являются школьники, можно увеличить взаимодействие с ними путем факультативных занятий.

Большое значение для посетителей имеет удобство получения и доступность информации об экспонатах. Музеям стоит усовершенствовать свои экспозиции в этом плане. В частности установка информативных, удобочитаемых аннотаций к экспонатам.

Возможно, с учетом этих рекомендаций развитие музейного туризма в Удмуртской Республике будет идти более быстрыми темпами.

Перспективной практикой работы музеев является взаимовыгодное сотрудничество между собой. Объединение музеев в общих туристских маршрутах обеспечит разнообразную, интересную программу для посетителей. Что в свою очередь приведет к повышению популярности привлечению инвестиций и росту экономической выгоды.

## **ТРАДИЦИОННЫЕ И СОВРЕМЕННЫЕ ФОРМЫ РАБОТЫ МУЗЕЕВ (НА ПРИМЕРЕ МУЗЕЕВ Г. ИЖЕВСКА)**

*Кузнецова Ю.А.,  
Гай И.А.*

Посещение музея для большинства людей ассоциируется либо с участием в организованной экскурсии, либо с «индивидуальным» осмотром экспозиции. Однако экскурсия отнюдь не единственная форма культурно-образовательной работы музея. Представление о количестве форм культурно-образовательной работы в музееведческой литературе варьируется от десятка до сотни и более. К базовым формам культурно-образовательной работы относят, кроме экскурсии, лекцию, консультацию, науч-

ные чтения (конференции, сессии, заседания и т.п.); клуб (студия, кружок и т.п.); конкурс (викторина, олимпиада и т.д.); вечер встреч, концерт (киносеанс, театрализованное представление, литературный, литературно-музыкальный вечер и пр.); музейный праздник, семейные абонементы выходного дня, музейную игру, выездной день музея, мастер-класс. Число этих форм – постоянно меняющаяся величина: одни формы появляются, другие сходят на нет, переставая удовлетворять запросы публики. Например, популярные в 1950–1970-е гг. «воскресные чтения», «устные журналы», «дни музеев» на предприятиях или в учебных заведениях утрачивают свою актуальность.

Одна из традиционных форм массовой работы музеев, наряду с экскурсией, – лекция. Лекции могут объединяться в циклы – лектории. Организация лекториев в отечественных музеях предпринимается уже во 2-й половине XIX в. Первоначально для чтения лекций приглашались ведущие специалисты в какой-либо научной области. Сейчас чаще всего лекции читают научные сотрудники соответствующих отделов музея. Особенность музейной лекции – тесная ее связь с музейными коллекциями. Даже если не демонстрируются сами предметы, то чтение лекции обязательно иллюстрируется показом копий, дубликатов, фотографий, слайдов и т.д. Современные технические средства позволяют придать музейной лекции совершенно другой вид, чем это было еще несколько десятилетий назад.

Традиционная форма работы – консультация. Роль консультанта сродни роли экскурсовода, но работа ведется не с массовым, а с индивидуальным посетителем (или очень узкой группой, объединенной общим интересом, который и способствовал обращению за консультацией). К сожалению, для отечественных музеев (в отличие от зарубежных) наличие консультантов в штате музея не слишком привычная практика. Гораздо чаще консультации оказываются в рамках кружковой, клубной работы музеев. Индивидуальный посетитель часто оказывается «брошенным». В настоящее время музеи уделяют больше внимания организации консультаций. Огромную роль играет появление новых технических средств, а следовательно и форм оказания консультационных услуг, прежде всего, компьютерных



справочников, каталогов, информационных систем, открывающих новые возможности и для музеев, и для посетителей.

Первоначально в рамках краеведческой работы музеев вырабатывались такие формы работы, как кружок, студия, клуб и т.п. Все это формы массовой работы, призванные объединить единомышленников. Принципиальное отличие между ними зависит от способа организации объединения. Тематика кружков, студий задается самим музеем исходя из его представлений о направлениях массовой просветительской работы и корректируется в зависимости от проявленного интереса к их работе или отсутствия такового. Клуб – самоорганизующийся организм. Студии, кружки, клубы возможны и вне музеев. В рамках музеев специфика их деятельности состоит в активном участии музейных специалистов. Кружки, студии, как правило, возглавляет работник музея, выступающий в роли педагога, консультанта, методического руководителя. Что касается клубов, то они имеют Советы (или иные руководящие органы), в которые включаются музейные специалисты. Музейный специалист выступает в работе клуба как профессиональный консультант и в проведении каких-то исследований, и в подготовке выставок, и собственно как научный консультант. Кроме того, клубы получают помещения в музее. Каких-то возрастных ограничений для организации клубов или кружков нет.

Достаточно часто родственные кружки и клубы объединяются в музейные центры. В рамках центров проводятся конкурсы, викторины, олимпиады. Они способствуют знакомству участников с музейными коллекциями и закреплению теоретических знаний через освоение музейных экспозиций. Примером игры-квеста, которая занимает свое пространство в работе с посетителями музеев, может служить выставка «Кто первый?» в выставочном центре «ГалереЯ». Кто первый? Этот вопрос волнует историков, ищущих ответы на свои вопросы в старинных документах. Этот вопрос волнует художников в стремлении найти новые жанры и техники исполнения. Этот вопрос волнует каждого, кому интересно продвижение вперед, стремление добиться цели и победы. Выставка «Кто первый?» напомнила посетителям Галереи об исторических деталях истории Ижевска

через живописные полотна Валентина Белых и Алексея Рычкова. Кроме того, в экспозиции были представлены первые экспонаты будущего Музея Ижевска: мебель, предметы быта и одежда, документы и фотографии, видеозаписи семейных историй ижевчан. Каждый желающий мог принять участие в захватывающей игре-квесте и отвечать на вопросы, касающиеся Ижевска.

Популярной формой музейной культурно-образовательной работы с детской аудиторией стали ролевые игры.

Изменения в понимании функций музея в обществе, характерное для XX века, особенно второй его половины, заставляет музеи искать новые, нетрадиционные формы работы с посетителем. Самое «раздражающее» в классической концепции взаимоотношений с посетителем, с точки зрения многих специалистов по музеологии, это позиция «учителя жизни», которую музей занимал в европейской культуре с момента своего появления в период Возрождения. Современный человек чаще всего обладает достаточным образовательным уровнем, сформированным школой, есть возможности приобщиться к информации гораздо более легкими способами, не требующими физического перемещения в пространстве (кино, Internet и т.д.). В таких условиях для формирования «музейной потребности» музею приходится переносить основную нагрузку в своей работе с посетителем с «образования и обучения» на «развлечение и организацию досуга».

Задачу развлечения посетителя (как взрослого, так и детского) успешно решает музейный праздник. Как правило, праздник объединяет несколько форм музейной работы: показ экспозиций, театрализованные представления с элементами ролевых игр, конкурсами и викторинами, мастер-классами. Музейные праздники могут устраиваться в форме презентаций – мероприятий, призванных выгодно представить и раскрыть суть некоего продукта (таким продуктом могут выступать музейные и научные издания и т.д.). В рамках всероссийской акции в г. Ижевске проводится «Библионочь». В эту ночь библиотеки, музеи, галереи, арт-пространства и клубы в Ижевске открыты для посетителей и представляют свои программы. Читатели могут

встречаться с известными писателями, поэтами и издателями, попадают на экскурсии в обычно закрытые фонды библиотек, принимают участие в литературных квестах, конкурсах, викторинах, шоу и других мероприятиях. К примеру, программа в Генеральском доме: «Как сэкономить время, используя интеллект-карты» – мастер-класс Е. Дуровой; Открытие экспозиции «Перевод времени: от линейного до объемного времени» – презентация книги Ю. Тотьмяниной «Пришла Эра Времени»; Выставка редких книг из фондов библиотеки им. А. Ф. Дерябина; Чемпионат громкого чтения «Открой рот»; «ТАНЦевальная КЛАССика» – мастер-класс салонных танцев от студии «Берег танца»; «Как улучшить своё зрение с помощью рэйки» - мастер-класс Н. Валева, Н. Тотьмяниной; Вечер памяти Веры Богдановской; «Остановка во времени» - свето-звуконсталляция Генеральского дома, круг звука 15 поющих хрустальных чаш. Программа в музее Красильникова: Детская экскурсия «Жил был писатель...»; Детская викторина «Беседа о писателе»; «Литературная гостиная» Ады Диевой - творческая встреча удмуртской поэтессы Ады Диевой со своими читателями.

Одна из самых популярных форм работы с посетителем – мастер-класс. Как форма «связи с общественностью» (PR-работы) мастер-класс зародился вне музея и был частью рекламных кампаний фирм-производителей, в основном технических и т.п. товаров для дома. Впоследствии эта форма, из-за успешности воздействия на зрителя, оказалась востребована и другими общественными структурами, заинтересованными в пропаганде своей деятельности. В рамках музейной работы мастер-классы имеют определенное своеобразие. Первыми их начали применять этнографические музеи, включавшие в процесс демонстрации экспозиционных комплексов ансамблевого типа живые «экспонаты»: актеров, демонстрировавших, как жили люди данной культуры, эпохи, как изготовлялись и использовались различные предметы в повседневной или праздничной жизни этих культур. В этом смысле мастер-класс в музее можно воспринимать и как еще один метод построения музейной экспозиции. Мастер-класс предполагает активное использование музейных предметов или их копий, ознакомление с принципами

и методами изготовления этих предметов, что позволяет посетителю стать активным участником экспозиционной работы. Примером, когда вся экспозиция музея выстроена под проведение на ее основе мастер-классов, являются мастер-классы Г.С.Касимовой «Славянская Писанка» в выставочном центре «ГалереЯ». Яйца покрывают воском, гравировуют, расписывают кистью. В программе мастер-класса: лекция «Символика славянской писанки»; практическое занятие по росписи яиц.

К нетрадиционным формам музейной работы можно отнести такое событие в г. Ижевске, как «Ночь музеев». Это ежегодная акция, посвященная Международному дню музеев. Ижевские выставочные центры и музеи традиционно открывают двери для посетителей вечером и ночью, а также готовят специальные программы: выставки одного дня, концерты, спектакли, авторские экскурсии, мастер-классы, исторические реконструкции. В музейно-выставочном комплексе имени Михаила Тимофеевича Калашникова посетителей развлекают спортивными состязаниями, интеллектуальными играми и конкурсами, флеш-мобом, праздничным фейерверком. Также можно попробовать себя на музыкальном ринге, в игре-путешествии. В железнодорожном музее Ижевска проходят выставки об истории ижевского региона ГЖД и Горьковской магистрали, персональная выставка призеров Литовской недели живописи и выставки-конкурса «Во сне и наяву», посетители, которые могут прочитать в этот день стихи или спеть песни о железной дороге, получают сувениры. В архитектурно-этнографическом музее-заповеднике «Лудорвай»: открытие «Избы-читальни», музейный фестиваль «Ильинский хоровод», фестиваль финно-угорских народов «FINMURTIA» - выступают фольклорные коллективы Удмуртии и России, этно-электронный музыкальный фестиваль «Эктоника». В Удмуртском республиканском музее изобразительных искусств проводят выставки из фондов музея, показ мод, акварель-фест. Выставочный центр «ГалереЯ» может порадовать своих посетителей редкой выставкой частной коллекции, фотовыставкой «фризлайт», мастер-классами, ежегодным фотопроектом «сушка» и огненными шоу.

Также ВЦ «Галерея» проводит мероприятие – площадка «Звезда по имени Солнце». Галерея, согласно концепции «Музейная галактика» в этот день взяла на себя роль «звезды по имени Солнце». Мероприятия начались с самого утра. Для детей и взрослых была организована выставка детских работ студии «Гармония» «Солнышко лучистое» и выставка-продажа сувениров мастеров художественной лаборатории. Художники студии «Гармония» провели мастер-класс по лепке из соленого теста. В вечернее время на башне у стен Галереи до полуночи демонстрировались научно-популярные фильмы по астрономии. В установленные у Галереи телескопы все желающие могли увидеть одну из планет Солнечной системы — Сатурн.

Если вспомнить историю, то 20, 21 или 22 июня – это дни летнего солнцестояния. Именно их принято считать серединой природного лета и самыми длинными световыми днями в году. Существует множество праздников и фестивалей, приуроченных к нему - Иванов день, Лита, Купала. В Ижевске по своему решили его отметить – удлинить рабочий день выставок в ВЦ «Галерея» как «Самый длинный галерейный день». В этот день в ВЦ «Галерея» можно было посмотреть все выставки за полцены. К вниманию зрителей, фотовыставка волшебного искусства «застывшего света», выставка Владимира Широкого «Черно-белое. Звезды», можно посетить вечеринку в голливудском стиле, концерт Ксении Благович, заслуженной артистки Удмуртии, скрипачки. Также на вечере работает профессиональный фотограф, а гостям подают холодное шампанское. Кроме этого, на вечере предоставляется красная ковровая дорожка, фотографирование пришедших людей, и – приглашаются известные персоны Ижевска. Каждый раз программа вечера разная, но это обязательно что-то новое, необычное и интересное. Это могут быть как гадания на кофейной гуще вместе с ведуньей, так и экскурсии по выставкам с танцевальными композициями.

Интегральные формы культурно-образовательной работы получают все большее распространение в современной музейной практике. Выбирая предпочтительные формы работы, музей должен учитывать интересы своей аудитории (реальной и

потенциальной), изучать эти интересы и потребности, обеспечивая обратную связь с посетителями. Так как особое значение приобретает система получения знаний, важна ее роль и в музее. Образовательная деятельность музеев позволяет расширить кругозор, способствует обогащению общей эрудиции, дает определенные знания в области истории искусства и навыки художественного анализа произведений. Тематика и формы работы музеев становятся более разнообразными. Наряду с дидактическими играми и упражнениями в методике экскурсионной работы музеев широко применяются диалог, беседа, дискуссия. Эти же формы, безусловно, пригодны и даже становятся ведущими в экскурсионной практике. Сегодня музей – это комплексное учреждение, которое ориентировано как на традиции в восприятии и подаче материала, на собирание и хранение артефактов, так и на предоставление возможности экскурсантам самостоятельно добраться до истины познания, найти музейный предмет, решить загадки эпохи.

### **Список использованных источников и литературы**

- [1] Всероссийская книжная акция «Библионочь-2014». – [www.izh-cbs.ru/component/content/article/45-anonsy/237--1-2014.html](http://www.izh-cbs.ru/component/content/article/45-anonsy/237--1-2014.html)
- [2] [www.centrgalereya.ru/](http://www.centrgalereya.ru/) – официальный сайт выставочного центра «ГалереЯ»
- [3] [www.udmpravda.ru/articles/25-aprelya-v-izhevskoye-proydet-biblionoch-2014](http://www.udmpravda.ru/articles/25-aprelya-v-izhevskoye-proydet-biblionoch-2014) – информационный сайт «Удмуртская правда»
- [4] Соколова Т. Куда ижевчанам сходить в «Ночь музеев». – Режим доступа: [www.izhlife.ru/entertainment/20851-kuda-izhevchanam-shodit-v-noch-muzeev.html](http://www.izhlife.ru/entertainment/20851-kuda-izhevchanam-shodit-v-noch-muzeev.html)
- [5] Имполитова Н. В Ижевске сегодня самый длинный галерейный день. – Режим доступа: [www.izh.kp.ru/daily/25903.4/2860337](http://www.izh.kp.ru/daily/25903.4/2860337)

## СЕМЕЙНЫЙ ТУРИЗМ КАК ПЕРСПЕКТИВНАЯ ФОРМА ДОСУГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

*Александрова Н.А*

*Научный руководитель к.и.н., доцент Т.И. Оконникова*

Современное общество, вступившее в эпоху глобализации, остро нуждается в осмыслении социокультурных процессов, происходящих в нем. В связи с этим актуализируется значение социокультурных потребностей, связанных с различными видами, формами организации, функциями, содержанием досуговой деятельности, что определяет необходимость изучения развития досуговой культуры личности как фактора формирования современного общества.

Категория «досуг» в своем первоначальном значении восходит к древнегреческой культуре [1]. Досуг в античном мире характеризовал счастье, крепкую государственность, порядок и гармонию во взаимодействии индивида с внешним миром.

Интерес к пространству свободного времени проявляли такие мыслители как: Аристотель, позже А. Шопенгауэр, Р. Декарт. В их трудах досуг рассматривается в связи со свободой, саморазвитием, социальным положением. Досуг был мерой оценки не только человеческого в человеке, но и сверхчеловеческого – божественного. Критерием для оценки являлись мудрость, интеллектуальное развитие, достигаемое в досуговое время.

Несмотря на столь раннее происхождение самого термина и возникновение интереса к досугу как пространству времени, четкое определение термина «досуг» было сформировано только в середине XX века. Только с появлением индустриального общества досуг и труд, досуг и учеба оказались четко разделенными [10]. Сравнительный анализ интерпретаций свободного времени и досуга в отечественной и зарубежной науке позволил сформулировать наиболее точное и полное определение этих понятий.

Досуг – часть свободного времени, совокупность занятий, выполняющих функцию восстановления физических и психических сил человека; деятельность ради собственного удо-

вольствия, развлечения, самосовершенствования или достижения иных целей по собственному выбору, а не по причине материальной необходимости [6]. Понятия «культура» и «досуг» взаимосвязаны. Культура воздействует на различные сферы досуговой деятельности. Она формирует ее условия и средства. Осевым принципом современной культуры является стремление человека к самореализации [4]. Роль, которую играет досуг и способ его проведения в формировании культуры личности и общества, сегодня все больше детерминируется индустрией досуга. Упрощенно можно представить следующую логическую цепочку: «цель: восстановление физических и духовных сил человека» – «отдых-досуг – средства достижения цели» – «конечный результат: восстановление физических и духовных сил» [3].

Феномен глобализации и сложившееся многообразие культур усложнили структуру досуга и создали множество форм и видов досуговой активности и деятельности. Актуальным видится представление туризма как разновидности социально-культурной деятельности, осуществляемой в условиях свободного времени [8]. Основу содержания социально-культурной деятельности составляют общечеловеческие ценности, такие как: Человек, Семья, Труд, Знания, Культура, Отечество, Земля, Мир. Благодаря этому фундаменту у человека формируются добрые черты, рождаются высоконравственные потребности и поступки.

Современная семья живет чрезвычайно насыщенной жизнью. Однако, как и раньше, важной составляющей процесса преемственности социокультурного опыта поколений и развития духовнонравственных отношений является досуговая сфера семьи [9].

Современный социум создает напряженную ситуацию для досуговых интересов семьи по ряду причин: усиливается расслоение семей по уровню доходов, развивается депопуляция, формируются межэтнические браки, растет число разводов, внебрачных детей, разрушается традиционная структура семьи (увеличение количества неполных, материнских, альтернативных, маргинальных семей), изменяются старые, общепринятые нормы поведения, характер супружеских отношений, взаимоотношения между родителями и детьми, отношение к воспита-



нию [7]. В связи с этим современная семья испытывает острую потребность в многообразии и вариативности досуговой деятельности и социально-психологических отношений, тяготеет к нестандартным досуговым занятиям.

Формы семейного досуга, как и сами семьи, различаются по количеству детей; составу; структуре; типу лидерства в семье; семейным укладам; однородности социального состава; семейному стажу; качеству отношений и атмосферы в семье; особым условиям семейной жизни. Свои интересы и потребности семья может удовлетворить дома или в учреждениях культурно-досугового типа. По данному критерию семейный досуг можно разделить на домашний досуг и досуг с семьей вне дома. Одной из форм внедомашнего досуга является семейный туризм. Именно этот вид туризма перешагнул в важную форму использования свободного времени отдельных лиц и основное средство межличностных связей, политических, экономических и культурных контактов, ставших необходимыми в результате интернационализации всех секторов жизни наций.

Под семейным туризмом мы понимаем — временные путешествия семьи (с детьми или без), или группы состоящей из нескольких семей в местность, отличную от места постоянного жительства, совершаемые в свободное время. Главной чертой семейного туризма, как и любой формы семейного досуга, является взаимодействие всех членов семьи [2]. Семейный туризм представляет собой форму организации поездок людей, связанных родственными узами [17]. Данное направление является сравнительно новым видом путешествий. По официальной формулировке Всемирной туристической организации, семейный туризм предполагает поездки с детьми до 11 лет, но на практике, он обычно не признает возрастных рамок.

Создавая продукты для семей с детьми, предприятия удовлетворяют спрос на детский досуг, увеличивают долю рынка за счет привлечения посетителей с детьми и, конечно, поддерживают семью, детей.

Классические варианты предложений:

1. Традиционный тур по странам Европы, посетить известные музеи и воочию увидеть многие мировые досто-

примечательности, а также сфотографироваться всей семьей на фоне Эйфелевой башни или легендарного Колизея.

2. Уникальная Венеция, с ее многочисленными каналами вместо улиц и изящными гондолами, заменяющими привычные автомобили.

3. Французский Диснейленд или испанский аквапарк «Siam Park» для маленьких членов семьи, да и их родителей.

4. Для активного времяпровождение, лучше всего подойдет семейный туризм, связанный с отдыхом на природе и спортом. Один из вариантов – занятия дайвингом для всей семьи. Многие курорты и крупные отели Турции и Египта имеют свои дайвинг-центры для начинающих, в том числе и для самых маленьких дайверов. Идеально подходит для этой цели турецкое побережье в районе мыса Сары Мехмет или участок между двумя крупнейшими общественными пляжами Анталии – Лары и Коньяалты.

5. Многие африканские страны предлагают туристам, отдыхающим с детьми, семейный сафари-тур и сервисное обслуживание самого высокого уровня.

Более продвинутые и смелые родители не ограничиваются только классикой. В любом случае, всё решается на семейном совете и зависит от возможностей, пожеланий данной семьи, а также темперамента её членов [11].

Согласно исследованию российского сервиса онлайн-бронирования отелей Oktogo.ru и детского поисковика Quintura Санкт-Петербург, Москва и Казань стали самыми популярными городами для внутреннего туризма с детьми в 2013 году.

В топ-10 российских городов для путешествий с детьми также вошли Нижний Новгород, Сочи, Псков, Кострома, Анапа, Ярославль и Великий Новгород.

Рейтинг составлен на основании данных бронирования поездок родителей с детьми в 2013 году. Если за рубеж россияне с детьми выезжали, в среднем, на четыре дня, то в российские города приезжали на три. Семейный отдых по родной стране обошелся на 20 процентов дешевле, чем за границу. В российских городах семьи с детьми платили за проживание в гостини-

це в среднем 3,7 тыс. руб. в день, а за границей – 4,5 тыс. руб. в день, – отметили эксперты рейтинга.

Самым бюджетным городом для поездок родителей с детьми в 2013 году стал Великий Новгород – 2,4 тыс. руб. в день за проживание в гостинице, а самым дорогим – Сочи, где россияне платили за жилье более 5 тыс. руб. в день. Самые продолжительные семейные поездки с детьми россиянами в родной стране совершались в 2013 году в Анапу – на неделю, в среднем, а самые короткие – в Псков на два дня.

В Петербург россияне с детьми приезжали в 2013-м году в среднем на четыре дня, а в Москву – на три, где они платили за жилье на 15% больше, чем в городе на Неве.

По данным исследования, в топ-10 самых популярных стран для поездок россиян с детьми в 2013 году вошли Испания, Финляндия, Германия, Италия, Франция, Чехия, Эстония, Литва, Польша и Украина [12].

Можно отдохнуть с детьми как на Черноморском побережье, так и в Средней полосе России, в Подмосковье, на Кавказских Минеральных Водах, в Ленинградской и Калининградской областях, на Алтае – Белокурихе и т.д. [13].

Одним из самых отличительных и самых удивительных свойств семьи является гибкость и динамичность форм ее структурной организации. Благодаря универсальной способности адаптироваться к особенностям “всех времен и народов”, семья создала огромное многообразие типов семейных структур, порой видоизменяя свое лицо до неузнаваемости, но сохраняя при этом неизменной свою сущность как социального института, социальной общности и малой группы [13].

В последнее время в постиндустриальных странах на туристские потоки все большее воздействие начала оказывать возрастная структура населения (доля лиц, старше 55 лет). В принципе в этом нет ничего удивительного; поскольку пожилые люди, относящиеся к так называемому третьему туристскому возрасту, привыкли к туристским поездкам еще в молодые и зрелые годы, приобрели большой опыт путешествий и не собираются отказывать себе в этом удовольствии и после выхода на пенсию [14].

Самым привлекательным местом для людей в возрасте от 55-ти до 64-х лет оказалась Европа, вслед за которой в порядке убывания в списке расположились Австралия и Новая Зеландия, Азия и Африка [15].

Активный отдых и туризм являются важными факторами в процессе реабилитации и адаптации пожилых людей. Движения, упражнения и спорт поддерживают и восстанавливают физическое и душевное состояние. Кроме того, у пожилых людей уменьшаются осложнения, вызванные недостатком физической активности. Считается, что туризм более легок для пожилых, чем спорт, и именно туризм становится первым шагом в начале интенсивной и систематической физической активности.

Особенной категорией семей являются полигамные семьи. К сожалению, сведений о том, как они путешествуют, практически нет, но зато есть предложения побывать в такой семье. Необычный тур предлагает одна из туристических компаний США. Туристам предлагается посетить коммуну на границе штатов Аризона и Юта, которая практикует исключительно полигамные браки. Необычный туристический маршрут называется просто: «Опыт полигамии, или обзорный тур по Колорадо-Сити» [17].

Практика свидетельствует, что досуговые интересы современной семьи не разрушаются, они видоизменяются, обретая новые черты, осваивая и утверждая новые ценности, развивая и совершенствуя организационные формы семейного досуга.

Вместе с тем среди исследователей доминирует точка зрения, что ценности семьи остаются неповторимыми, уникальными, незаменимыми в своей специфичности никакими другими ценностями. Культура людей немислима без семьи, любви, детей, супружеских и родственных отношений.

Проблема исследования состоит в том, что во время процессов, происходящих на туристском рынке, а именно: формирование коммерческой основы и выработывании маркетинговой концепции, не учитывается воспитательно-педагогическая функция туриндустрии.

Всё выше перечисленное послужило поводом для исследования рынка семейного туризма в г. Ижевске с целью внести

коррективы в работе конкретного предприятия (турагентства “Global Club”).

Эмпирическую базу исследования составило прикладное социологическое исследование, проведённое методом опроса в форме анкетирования жителей г. Ижевска. Опрос проводился автором по теме: «Лето 2014: Бюджет и планы ижевчан на отдых».

В исследовании приняли участие 74 человека в возрасте от 18 лет и старше.

Выборка: репрезентативная по полу, возрасту, образованию и семейному положению. Основную группу в возрасте 17–25 лет составили студенты — 33,78%; 26–45 лет – сотрудники партнёрского предприятия – 39,1%; 46–65 лет – сотрудники проектного института – 12,1%, они же сформировали возрастную группу старше 65 лет – 2,7%. Всего было опрошено мужчин – 32,43%, женщин – 64,86%.

Результаты предварительного исследования выглядят следующим образом:

На вопрос: «Где бы Вы предпочли отдыхать при возможности выбора и необходимых средствах?» ответы респондентов распределились следующим образом: за границу (75,68%), на Чёрном море (9,46%), в Крыму (8,11%).

Регулярные поездки (1–2 в год) могут себе позволить только 25,68% опрошенных. Чаще всего ездят по обстоятельствам (45,95%).

Отдых на пляже, как и прежде, – наиболее предпочтителен (54,05%). Среди студентов популярен познавательный туризм (17,57%), возрастная группа интересуется лечебно-оздоровительным направлением (6,75%).

Ижевчане с удовольствием путешествуют и предпочитают отдых с семьёй (68,72%). Студенты, в силу возрастных особенностей, проводят досуг чаще с друзьями (27,03%).

Основная причина противоречий между желаниями и реальными планами – отсутствие средств.

По возможности ижевчане отдыхали бы за рубежом, однако российские города и Черноморское побережье России ос-

таются самыми популярными местами, где они планируют провести лето (после дачи и дома).

Среди наиболее популярных видов отдыха - пляж, экскурсии и лечение в санаториях.

Дети (до 18 лет) отдыхают вместе с родителями (66,21%) или самостоятельно в детских лагерях на территории Удмуртии (13,51%).

Участники анкетирования в возрасте старше 55 лет отдыхают дома или на даче, однако при возможности поехали бы в путешествие с лечебно-оздоровительной (39,19%) или культурно-познавательной (41,89%) целью. Заграница и Россия в равной степени могли бы привлечь данную возрастную группу.

На территории Удмуртии спросом пользуется лечебно-оздоровительный (29,73%), семейный (25,68%) и культурно-познавательный (24,32%) туризм.

Летом 2014 года ижевчане готовы потратить на отдых в среднем 32 200 руб. из расчёта на одного отдыхающего члена семьи.

Таким образом, исследование показало, что семейный туризм – перспективное направление, востребованное рынком. Все категории граждан, независимо от пола, возраста и социального положения могут принять в нём активное участие. И, следовательно, туристские предприятия будут заинтересованы в развитии этого вида туризма.

### **Список использованных источников и литературы**

- [1] Андреева С.В. Феномен досуга: история и современность. Вестник Томского ГУ Выпуск № 344 / 2011.- Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/fenomen-dosuga-istoriya-i-sovremennost#ixzz2thyJXacZ>
- [2] Беляков О. И., Мещерякова И. В. Семейный туризм как форма досуговой деятельности // Известия Пензенского Государственного Педагогического Университета им. В.Г. Белинского. Выпуск № 28. 2012. - Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/semeynyy-turizm-kak-forma-dosugovoy-deyatelnosti#ixzz2kLQToOUY>

- [3] Галушко И.Г. Аспекты профессиональной подготовки организаторов культурно-досуговой деятельности в туризме (на примере Краснодарского края) // Известия Российского Государственного Педагогического Университета им. А.И. Герцена. Выпуск № 63-2. 2008. - Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/aspekty-professionalnoy-podgotovki-organizatorov-kulturno-dosugovoy-deyatelnosti-v-turizme-na-primere-krasnodarskogo-kraja>
- [4] Головина Г. В. Культура досуга как фактор формирования современного общества // Вестник Адыгейского государственного университета. Выпуск № 4. 2010.- Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/kultura-dosuga-kak-faktor-formirovaniya-sovremennogo-obschestva#ixzz2k9gCijWa>
- [5] Журавлев В.В., Лопарева А.М. Пути повышения конкурентоспособности предприятий сферы индустрии гостеприимства (на примере клуб-отеля ”Золотой пляж”). Вестник ЮУрГУ. Серия: Экономика и менеджмент. Выпуск № 4. Том 7. 2013. - Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/puti-povysheniya-konkurentosposobnosti-predpriyatij-sfery-industrii-gostepriimstva-na-primere-klub-otelya-zolotoy-plyazh>
- [6] Кабадейцева О.В. Эволюция понятия “досуг молодёжи” в истории социологических концепций // Современные исследования социальных проблем (электронный научный журнал). Выпуск № 3. Том 7. 2011. – Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/evolyutsiya-ponyatiya-dosug-molodezhi-v-istorii-sotsiologicheskikh-kontseptsiy>.
- [7] Карабедова И. С. Особенности гендерного аспекта досуга в современном российском обществе // Историческая и социально-образовательная мысль. Выпуск № 5 (21). 2013. - Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-gendernogo-aspekta-dosuga-v-sovremennom-rossiyskom-obschestve>.
- [8] Локтева М.С. Туризм как сфера социально-культурной деятельности // Вестник Южно-Уральского Государст-

- венного Университета. Выпуск № 16 (71). 2006.- Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/turizm-kak-sferasotsialno-kulturnoy-deyatelnosti#ixzz2thpJAHcV>.
- [9] Тучкова В. В. Отражение семейных ценностей в российских СМИ // Известия Российского Государственного педагогического университета им. А.И. Герцена. Выпуск № 150 / 2012. - Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/otrazhenie-semeynyh-tsennostey-v-rossiyskih-smi>.
- [10] Ухтинская М.В. Туристско-экскурсионная деятельность в организации досуга подростков // Вестник Санкт-Петербургского Государственного Университета культуры и искусств Выпуск № 3 / 2012. - Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/turistsko-ekskursionnaya-deyatelnost-v-organizatsii-dosuga-podrostkov>.
- [11] <http://modistka.info/poleznoe/turizm/65-otdyhaem-vmeste-semeynu-turizm.html> - женский журнал «Модистка».
- [12] <http://culture.ru/press-centre/10996> - Портал культурного наследия России-культура.РФ
- [13] <http://www.family-voyage.ru/> - Информационный сайт для туристических агентств.
- [14] <http://www.npark.ru/mezhdunarodnyj-turizm-tendencii-razvitiya.html> - Информационный сайт для туристических агентств.
- [15] <http://e-putivka.com.ua/news/detail/1686376.html> - Портал Destinations - информационный сайт для туристических агентств.
- [16] <http://travel.tochka.net/5668-tury-v-ssha-okunites-s-golovoy-v-mnogozhenstvo/> - Информационный сайт для туристических агентств.
- [17] <http://www.rosdiplom.ru/readyi2a1a2new.asp?id=85645> - Образовательный портал.
- [18] <http://www.bibliofond.ru/view.aspx?id=13733> - Электронная библиотека.



## **РЕЛИГИОЗНЫЙ ТУРИЗМ: АКТУАЛЬНОСТЬ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ В УДМУРТСКОЙ РЕСПУБЛИКЕ**

*Сухоплюева Л.С.*

*Научный руководитель д.и.н., профессор Е.Ф. Шумилов*

В последнее десятилетие на рынке туризма активизировалось такое направление как религиозный (паломнический) туризм. Религиозный туризм связан с посещением религиозных святынь и духовным совершенствованием. Религиозный туризм играет большую роль в системе международного и внутреннего туризма отдельных государств мира. На сегодняшний день более 90% объектов туристского интереса в мире так или иначе связаны с культом или религией. Туристские вузы практической подготовкой специалистов по этому направлению не занимаются. Вместе с тем, древние традиции поклонения святым местам сегодня активно возрождаются путем развития религиозного туризма. Паломнические поездки и путешествия в последние годы становятся необычайно популярными.

В настоящее время, тема развития религиозного туризма затронута в исследованиях таких авторов как Биржаков М.Б. [1,2], Христов Т.Т. [3] и др.

Целью статьи является анализ наиболее важных критериев и требований, предъявляемых потенциальными потребителями туристских услуг, в сфере религиозного туризма.

Религиозный туризм играет большую роль в системе международного и внутреннего туризма. Люди отправляются в паломнические и экскурсионные поездки по святым местам и религиозным центрам. Они стремятся принять участие в религиозных церемониях, помолиться, совершить жертвоприношения. В XX веке бурно развивалась индустрия туризма, совершенствовались средства транспорта и связи. У людей появилось больше возможностей посещать святые места своей религии.

Религиозный туризм и его разновидности представлены различными формами: паломнический туризм и экскурсионный

туризм религиозной направленности. В некоторых случаях выделяют специализированные туры, в которых объединяются паломники и экскурсанты.

Религиозный туризм подразумевает знакомство с историей святых мест, жизнью и бытом святых, а так же с церковным искусством. Эти туристы могут быть, а могут и не быть приверженцами той религии, объекты которой посещают, а также могут быть вообще людьми нерелигиозными. Главным элементом являются экскурсии.

Паломничество – это разновидность религиозного туризма, поклонение святым местам. Главное в паломничестве – богослужение, молитва и поклонение святыням. Экскурсия может быть частью паломничества, но не первостепенной целью. Пилигримы (pilgrims) – обобщенное наименование странников или путешественников, путешествующих в целях паломничества, паломников.

Паломнические туры как направление туризма, относительно новое явление в туристической сфере. Хотя такие путешествия люди начали совершать еще в древности, поскольку в большинстве мировых религий существует традиция паломничества.

Сегодняшние причины паломничества разные, начиная от обычного любопытства и заканчивая поездками в святыни своей веры. Многие устремляются, чтобы укрепить веру.

Выбор паломнический туров поражает разнообразием. Россия, известна монастырями на Валааме и Соловках, Троице-Сергиевой лаврой, Дивеево и др. Они известны в мировом религиозном масштабе. Иногда и малые церквушки в деревнях имеют большую святую силу, и верующие знают их и едут за тысячи километров к этому месту, хотя население деревни бывает не более сотни людей. А это все обуславливает религиозное паломничество, как вид туризма.

Многие паломники верят, что молитва более действенна в определенных местностях, которые каким-либо образом связаны с их религией. Современные паломники пользуются услугами туристических компаний, которые специально занимаются этим направлением.

Целью паломнического тура может быть посещение места, связанного с историческим событием или знаменитой исторической личностью, святыми. В некоторых случаях целью могут быть природные объекты, такие как озера, родники, пещеры, реки. Все это обычно связано с историческими или святыми событиями, личностями или легендами, которые оказывают решающее влияние на характер паломнического тура.

Паломнические туры очень познавательный и полезный вид туризма, с большой долей просветительно-познавательной составляющей. Во время паломнических поездок у туристов появляется прекрасная возможность узнать об истории, традициях, легендах древних монастырей и храмов, поближе познакомиться с духовными традициями какой-либо религии. В монастырях и храмах все паломники во время паломнического тура могут участвовать в религиозных обрядах, получить благословение или пообщаться с монахами и священниками.

Паломничество является прекрасным образовательным инструментом. На Руси так сложилось, что монастыри и храмы на протяжении долгих веков являлись центрами культуры и знаний. В монастырях зародилось множество прикладных народных промыслов, собраны библиотеки, кроме того, многие из монастырей и храмов – архитектурные достопримечательности.

В целом, такие туры будут интересны как верующим людям, так и всем, кто интересуется историей нашей республики или религией.

При организации паломнических туров следует учитывать интеллектуальные и возрастные особенности, эмоциональное состояние участников поездки, случаи совпадения паломнического тура с днями религиозных праздников.

Результаты исследования актуальности и перспектив развития религиозного туризма в Удмуртской Республике приведены в таблице 1.

Таблица 1

Актуальность и перспективы развития религиозного туризма  
в Удмуртской Республике

<b>Вопрос</b>	<b>%</b>	<b>Ответ</b>
<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>
Насколько Вам интересны религиозные туры по Удмуртской Республике?	37	интересно, но ничего об этом не знаю
	29,6	не интересуюсь
	18,5	ничего об этом не знаю
	14,8	интересно
Что больше всего Вас интересует религиозных турах?	66,7	экскурсии
	37	святыни
	0	богослужение
На какой период Вы готовы отправиться религиозный тур по УР?	51,9	1 день
	40,7	2–3 дня
	11	не готовы отправляться в религиозные туры
	3,7	более 3-х дней
В случае тура более 1 дня, где Вы допускаете свой ночлег?	63	в гостинице
	29,6	при монастырях
	18,5	в палатках (в летний период)
Существуют ли аналогичные предложения, заинтересовавшие Вас?	63	нет
	18,5	да
	18,5	не известны
Интересно ли Вам во время тура посещение памятников истории и природы?	81,5	да
	7,4	нет
	3,7	не знаю
Какими группами Вы предпочитаете отправиться в тур?	81,2	группой до 25 чел
	11,1	индивидуально
	7,4	группой больше 25 чел
Ваши требования к комфорту в пути? (открытый вопрос)	74,1	комфортабельный транспорт
	29,6	организованное питание
	1,5	наличие средств гигиены

Сколько вы готовы потратить на религиозный тур по УР? (тур с экскурсиями)	3,7	до 1000 рублей
	55,6	от 1000 до 5000 рублей
	18,5	свыше 5000 рублей
Сколько вы готовы потратить на религиозный тур по УР? (паломнический тур)	11,1	до 1000 рублей
	33,3	от 1000 до 5000 рублей
	18,5	свыше 5000 рублей
Посоветовали бы Вы своим знакомым отправиться в подобный тур?	66,7	да
	25,9	нет
	7,4	не знают
Если Вам понравится тур, Вы готовы отправиться повторно?	40,7	да
	33,3	нет
	14,8	не знают
Известны ли Вам какие-либо предложения по данным турам? (туры по России)	70,4	да
	25,9	нет
Известны ли Вам какие-либо предложения по данным турам? (туры по УР)	14,8	да
	66,7	нет
Вы когда-нибудь отправлялись в религиозные туры?	74,1	нет
	11,1	да, тур за рубежом
	7,4	да, тур по России
	1,85	да, тур по УР
Ваши предложения для улучшения привлекательности религиозных туров	55,5	Увеличение информации о религиозных турах, их доступность
	14,8	посещение культовых мест разных религий в рамках одного тура
Ваш пол	26	мужской
	74	женский
Ваш возраст	5,5	до 18 лет
	94,5	от 18 до 25
Семейное положение	92,6	холост / не замужем
	7,4	женат / замужем

Сумма ответов в столбце 2 табл. 1 по каждому вопросу может превышать, либо недобирать 100 %, поскольку опрашиваемые могли выбрать несколько вариантов ответов. Так же есть вопросы, на которые ответили не все участники опроса.

По результатам проведенного опроса можно увидеть, что 29,6 % от всех опрошенных религиозный туризм не интересует. Более половины 51,8 процента из всех участников тема религиозного туризма интересна, несмотря на то, что 37 % из них, ничего о данном направлении туристической индустрии не известно. При проведении рекламной политики по продвижению религиозных туров важно учитывать предпочтения именно данной категории населения, так именно они являются наиболее вероятными потребителями. И возможно в дальнейшем увеличат количество интересующихся данными турами, в настоящее время которых 14,8 %.

Важно отметить, современная молодежь не готова отправляться в туры, в которых предусмотрено только посещение служб, даже если поездки будут запланированы в религиозные праздники. 37 % интересно увидеть различные святыни, а 66,7 % готовы отправиться в тур, при наличии экскурсий. Это подтверждает, что люди отправляются в поездки по святым местам с разными мотивами: помолиться, решить личные проблемы, найти себе подходящую религию, духовную школу и систему ценностей, познакомиться с культурным наследием республики.

Комфортную продолжительность тура в один день для себя определили более половины, а именно 51,9 % опрошенных людей. Так же значительное количество, 40,7 %, готовы потратить на тур 2–3 дня, уехать на срок более 3-х дней 3,7 %. Есть и те, кто не готов выезжать за пределы города, таких 11 %.

При условии отправления в тур продолжительностью более 1 дня, 63 % предпочли бы ночевать в гостиничных условиях, среди этой же категории туристов в летний период 18,5 % устраивает вариант ночлега в палатках. Останавливаться в монастырях готовы 29,6 %.

Значительный интерес во время религиозных туров вызывает посещение памятников культуры и природы выразили 81,5 %, для 7,4 % данные памятники в рамках рассматриваемого

тура не представляют интереса. Затруднились выбрать однозначный ответ 3,7 %.

Индивидуальные туры предпочитают 11,1 %. Абсолютное большинство 81,2 % хотели бы отправиться в тур группами до 25 человек, а 7,4 % рассматривают возможность групп с большим количеством людей.

Для ощущения комфорта в пути 74,1 % необходим комфортабельный транспорт, были выражены пожелания о наличии удобных кресел и кондиционеров, так же указывается и телевизор. Для 29,6 % имеет значение организованное питание. Наличие средств гигиены важно для 1,5 %.

Одинаковое количество людей по 18,5 % готовы потратить более 5 тысяч рублей на религиозный тур вне зависимости от наличия экскурсий. До 1 тысячи рублей готовы потратить на паломнический тур 11,1 %, на тур с экскурсиями количество желающих уменьшается до 3,7 %. Это связано с готовностью 55,6 % увеличить затраты на тур с экскурсиями с 1 до 5 тысяч рублей. На паломнический тур потратить до 5 тысяч рублей могут 33,3 %.

Своим знакомым отправиться в подобные туры могут посоветовать 66,7 %. Наиболее частой причиной отказа советовать религиозные туры среди 25,9 % указывалось, отсутствие у самих опыта подобных туров. По той же причине 7,4 % не смогли ответить на данный вопрос.

Третья часть опрошиваемых 74,1 % никогда не отправлялись в рассматриваемые варианты туров. Остальные отправлялись в религиозные туры за рубеж, по России и в Удмуртии, таких 11,1 %, 7,4 % и 1,85 % соответственно.

Несмотря на отсутствия подобного опыта у большинства опрошенных, 40,7 % готовы отправиться в повторный тур, 33,3 % отдают предпочтение новым турам. Затруднились ответить 14,8 %.

Среди существующих религиозных туров по России известны 70,4 %, туры по Удмуртии знакомы только 14,8 %.

По этой причине 63 % не знакомы варианты религиозных туров, которые могли бы заинтересовать. По 18,5 % среди тех, у кого имеются аналогичные варианты туров, заинтересовавшие их и тех, кому неизвестно о таких предложениях.

При таком значительном отсутствии опыта и знаний в данном направлении, 55,5 % считают, для увеличения привлекательности религиозных туров необходимо увеличивать объем информации о данных турах, делать их более доступными. Так же, по мнению 14,8 % опрошиваемых, увеличит интерес посещения культовых мест различных религий в рамках одного тура.

Религиозный туризм для многих людей, ранее равнодушных к православной вере, становится настоящим средством воцерковления. Это имеет также важное миссионерское значение. Ведь ныне храмы и монастыри посещают люди (особенно молодежь) весьма далекие от православной веры, религии вообще.

Целесообразно отметить, что сегодня религиозная жизнь в Удмуртии развивается. Во многих районах, городах, населенных пунктах нашего региона действуют, реставрируются, реконструируются старые и возводятся новые православные храмы и монастыри.

Этот вид туризма при соответствующей организации может приносить существенные финансовые средства в республиканский бюджет, содействовать развитию региональной экономики, организации новых рабочих мест. Для этого необходимо отладить систему рекламы, пропаганды и организации религиозных туристских маршрутов. Турфирмы и туроператоры обязаны хорошо знать специфику этого направления деятельности и квалифицированно её осуществлять.

Таким образом, вышеизложенное свидетельствует о настоятельной необходимости вдумчивой разработки соответствующих религиозных туристских маршрутов, составления путеводителей для посетителей, паломников, туристов по историческим и святым местам Удмуртской Республики, профессионального обучения и соответствующей подготовки необходимых кадров экскурсоводов.



## **Список использованных источников и литературы**

- [1] Биржаков М.Б. Введение в туризм / М.Б. Биржаков. – СПб.: Невский фонд, 2004. – 246 с.
- [2] Биржаков М.Б. Паломнический и религиозный туризм, «Туристские Фирмы» / М.Б. Биржаков. – СПб.: ОЛБИС, 2002. – 186 с.
- [3] Христов Т.Т. Религиозный туризм / Т.Т. Христов. – М.: Академия, 2003. – 148 с.
- [4] Об основах туристской деятельности в Российской Федерации: Федеральный закон от 24.11.96 г. № 132-ФЗ (в редакции Федерального закона от № 123-ФЗ от 28.06.2009): [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru/> Дата обращения 25.04.2014 г.

## **ОПЫТ РАЗВИТИЯ КУЛЬТУРНО-ПОЗНАВАТЕЛЬНОГО ТУРИЗМА В ИГРИНСКОМ РАЙОНЕ УДМУРТСКОЙ РЕСПУБЛИКИ**

*Конькова М.В.,  
Оконникова Т.И.*

Туризм в Игринском районе начал развиваться с конца девяностых годов XX века. Сегодня является лидером среди сельских муниципальных районов Удмуртии в сфере развития туризма [1]. С каждым годом вклад туризма в экономику поселка и района значительно увеличивается.

Туризм в районе планомерно развивается благодаря сотрудникам, находящимся в постоянном творческом поиске. Основой разработки турпроектов стал уникальный историко-культурный потенциал района.

Историко-культурное наследие Игринского района Удмуртской Республики включает в себя большое количество объектов, которые в соответствии с наиболее распространенной классификацией можно представить следующим образом:

– материальные: Сибирский тракт, Художественной галерея и библиотека Н.В.Витрука, Центр русской культуры «Русская горница», Центр удмуртской культуры в д. Сундур, Игринский районный краеведческий музей, памятник Кедр Митрею, музей Героя Советского Союза Спиридона Михайловича Стрелкова в с.Зура, памятник Воину – освободителю, памятник погибшим в Афганистане, Афганская аллея, Храм Вознесения Господня в с. Чутырь, Иоанно – Богословская церковь в п. Игра, Митрофановский храм в с. Зура, Никольский храм в с. Новые Зятцы, Покровская церковь д. Большая Пурга, селище в с. Зура 5–8 веков н.э., Заякинская кедровая роща и др.

– духовные: национальные удмуртские традиции, обряды, праздники, фольклор и кухня (Экскурсионные туры «В поисках Пельняня» и «В гостях у Лопшо Педуня»; д. Сеп – поющая деревня, где поют все: от мала до велика, но особенно известен ансамбль «Крезьгур»).

На сегодняшний день многие из них пользуются огромной популярностью в среде туристов не только в данном районе и республике, но и за рубежом. И огромная заслуга этого достижения принадлежит сотрудникам Визит – центра, созданного на базе Игринского районного краеведческого музея в 2006 году, где планируется и координируется вся работа по развитию туризма в данном районе.

В 2003 году в Игринском районе и в музее был проведён ряд практических семинаров, где ведущие специалисты в области развития туризма из Москвы, Саратова и Ижевска помогли выявить преимущества и недостатки территории для развития туризма, способствовали выявлению историко-культурных, природных объектов, которые могли бы привлечь туристов.

По итогам работы в районе прошли семинары для работников клубных учреждений и библиотек. С их помощью был составлен список всех интересных мест подлежащих включению в перспективный план развития туризма. Сотрудниками музея была проведена научно-исследовательской работа по сбору информации об «Историко-культурном наследии Игринского района». Выезжая по месту расположения памятника, они встречались со старожилами, записывали воспоминания, леген-

ды, песни, фотографировали интересные места, составили карту объектов интересных для посещения и дальнейшей разработки.

Так же были проведены встречи с главами администраций сельских поселений, круглый стол совместно с Главами МО, и специалистами Администрации «Игринский район», где не раз поднимали вопросы по развитию территории за счёт развития туризма.

Так, результатами долгого и кропотливого труда, специалистов сферы туризма Игринского района, стали исследования уникальных объектов историко-культурного наследия, представленные позднее в виде привлекательных экскурсионно-туристических маршрутов. Наиболее известные среди них «Клубок дорог», который перерос в «Сибирский тракт – дорога сквозь века»; «На родину Лопшо Педуна», который позднее получил название «Игра в Игре с Лопшо Педуном», «Истоки Славы», «Малиновый звон», «Дорога к древностям». Кроме того, в стадии разработки находятся еще несколько увлекательных проектов, это «На деревню к бабушке» или «Мельница», «Исцеление кедром», «Музей истории сельского быта под открытым небом». Представим содержание этих маршрутов более подробно.

Маршрут «Сибирский тракт – дорога сквозь века». История России тесно связана с историей одной из ее главных дорог – историей Сибирского тракта, который проходит через несколько районов Удмуртии, в том числе и Игринский. Сибирский тракт – самая длинная дорога в мире. Он известен как торговый путь, дорога просвещения и экономического развития, ямщицкая дорога, но более всего как великий кандалный путь.

В 2009 году на форуме «Большой Урал» был поднят вопрос об активном использовании туристического потенциала Сибирского тракта, а министр физической культуры, спорта и туризма УР представлял республику на примере экскурсионно-туристического маршрута «Сибирский тракт – дорога сквозь века».

Тогда сотрудники «Визит – центра» Игринского района решили привлечь новых партнёров, и разработали интерактивный проект «Сибирский тракт – территория культурного туриз-

ма» на основе взаимодействия с другими районами Удмуртии, с тем, чтобы туристы могли посвятить больше времени истории Сибирского тракта, глубже проникнуть в его историю. Проект участвовал в республиканском конкурсе «Народный проект», получил одобрение и поддержку министра физической культуры, спорта и туризма УР с последующим включением его в республиканскую целевую программу по развитию туризма в Удмуртии.

Сегодня в Игринском районе активно работает экскурсионно-туристический маршрут «Сибирский тракт-дорога сквозь века», широко известный в республике. Он включает посещение Игринского районного краеведческого музея, этапного пункта в д. Бачкеево, Центра удмуртской культуры в дер. Сундур [6]. Маршрут однодневный. Но в ближайшем будущем предполагается расширение спектра предлагаемых услуг, чтоб предоставить туристам более длительное и увлекательное путешествие. Этому будет способствовать создание новых туристических объектов.

Актуальность данного проекта заключается в том, что сохраняется памятник федерального значения на Сибирском тракте, реставрируются вновь выявленные исторические объекты на территории бывшей тюрьмы, намечается открытие нового музейного комплекса «Зура. Декабристы. Тюрьма.». В камерах будут показаны этнографические особенности жизненного уклада арестантов: языка, одежды, обычаев, быта. В одной из камер предполагается организовать экстрим-ночлег, в другой показать историю села Зура, в третьей историю почты. Кузница, находящаяся рядом с этапной тюрьмой станет «живой», то есть действующей, где можно отковать подковку на счастье. Будет восстановлен колодец. Территорию музея предполагается обнести деревянным частоколом, соответственно историческим данным.

В ходе реализации проекта будет отреставрирована ямщицкая изба и построен постоянный двор «У ямщика» в дер. Бачкеево. В ней будет создан музей ямщицкого быта. На прилегающей территории необходимо восстановить хозяйственные постройки, в том числе конюшни для лошадей, построить не-

большую мини-гостиницу с трактиром для туристов и автостоянку. Ею могут пользоваться не только туристы, но и все гости района. В последующем будет приобретена лошадь для катания по Сибирскому тракту.

Маршрут «Игра в Игре с Лопшо Педунем». На создание данного маршрута повлиял тот факт, что у каждого народа, проживающего на территории многонациональной России, есть свой сказочный герой: у русских – это Иванушка-дурачок; у татар – Шурале; у народов средней Азии – Хаджа Нассреддин; у немцев – Ганс; а вот у удмуртов – Лопшо Педунь – балагур и весельчак. Это был ловкий и сообразительный человек, который с лёгкостью мог перехитрить своего жадного и скупого хозяина, проучить невежу и лодыря, потому что сам он был человеком труда. Прodelки его остались в памяти односельчан, вошли в сказки, стали примером юмора, а юмор, как известно, признак нравственного здоровья нации [4].

Обнаружила его (Лопшо Педуня) одна из первых фольклорных экспедиций Удмуртского научно-исследовательского института истории, языка и литературы. А сотрудники Игринского краеведческого музея продолжили эту работу, опираясь на краеведческий материал жительницы деревни Левая Кушья К. А. Чирковой, и в ходе проведённых исследований выявили факты проживания настоящего Лопшо Педуня в деревне Левая Кушья Игринского района. Уникальная информация о представителях рода Педор выжы легла в основу первого в республике праздника рода, а в краеведческом музее по записям К.А. Чирковой было оформлено родословное древо рода Педор выжы, основателем которого был Лопшо Педунь [2]. В 2008 году под руководством Н.А. Платоновой был разработан проект экскурсионно-туристического маршрута «Игра в Игре с Лопшо Педунем». Проект стал призёром конкурса «Меняющийся музей в меняющемся мире» в номинации «Музей и технологии туризма» и получил финансовую поддержку Благотворительного фонда В. Потанина. Это позволило создать новый маршрут и продвигать его на туристический рынок. Экскурсионно-туристический маршрут «Игра в Игре с Лопшо Педунем» включает посещение 3-х основных объектов:

1. МБУК Игринский районный краеведческий музей. В комнате-музее Лопшо Педуня экскурсанты знакомятся с историей рода Педор выжы, основателем которого и был наш весельчак. Составляют своё родословное древо, играют, слушают сказки, и сами участвуют в постановке сказки про Лопшо Педуня (по желанию). Экскурсия проводится с применением новых технологий (мульти-медиааппаратуры, световых эффектов и т.п.).

2. МБУК Игринский районный центр декоративно-прикладного искусства и ремёсел. На данном объекте экскурсантам проводится экскурсия по мастерским центра, где их знакомят с различными видами декоративно-прикладного искусства удмуртского народа. Вторая часть работы с туристами состоит из мастер-класса по работе с берестой. Каждый турист может изготовить из бересты «ПЕСТЕРЬ СЧАСТЬЯ от Лопшо Педуня» в миниатюре и увезти его с собой в память об экскурсии.

3. Центр удмуртской культуры, филиал МБУК Игринский районный краеведческий музей. Местонахождение последнего этапа экскурсии – д. Сундур. Там гостей встречает Лопшо Педунь с развлекательной программой, в которую входят удмуртские национальные игры, песни, шутки, прибаутки от Лопшо Педуня. В заключение игровой программы все проходят обряд очищения огнём. Хозяйка приглашает гостей в дом и предлагает отведать обжигающие табани и вкусные перепечи с ароматным чаем.

Таким образом, данный экскурсионно – туристический маршрут способствует популяризации этнокультурных ценностей удмуртского народа, тем самым формирует позитивный имидж удмуртской культуры в целом. Благодаря чему возникает новое понимание культуры, как ресурса развития территории, где кроме привычной социальной функции, добавляется экономическая.

Маршрут «Истоки славы». Тур рассчитан на жителей, школьников Игринского района. Экскурсия направлена на патриотическое воспитание, строится на изучении истории Великой Отечественной войны 1941–1945 гг. через историю памятников. Начинается путешествие с игринского краеведческого музея, где идёт знакомство с залом боевой и трудовой славы, затем

возложение цветов к памятнику Воину – освободителю и рассказ о том как война отразилась на истории района, далее поездка в д. Кабачигурт и встреча с ветеранами войны и тыла у памятника павшим в годы войны, заканчивается экскурсия в с. Зура – на родине Героя Советского Союза С.М. Стрелкова, где посещают музей и сквер с памятником С.М. Стрелкову. Во время встреч звучат стихи, песни военных лет, воспоминания, используются презентации и такой приём, как история одного предмета, вокруг которого и идёт вся экскурсия. Этот маршрут посещаем в период празднования Дня Победы 9 Мая и Дня памяти и скорби 22 июня. Более 1000 чел посетило его за два года.

Маршрут «Малиновый звон». Данный экскурсионный тур был создан в связи с появлением в школах Игринского района на уровне факультатива истории религии. Разработанный маршрут предполагает ознакомление с историей храмов Игринского района, с духовной культурой, с историей православия, в сравнении с языческими верованиями удмуртов. Во время экскурсии проводится мастер-класс по колокольному звону, росписи пасхальных яиц, выпечки куличей, жаворонков. Имеется договорённость со священнослужителями, собран фактический материал по истории церквей, колоколов и звонов, приобретены аудиозаписи. В результате научно-исследовательской работы найдены небылицы и легенды, связанные с историей храмов, а так же народными обрядами и традициями. Так же неотъемлемой частью проекта «Малиновый звон» стали выставка в Игринском краеведческом музее, посвященная юбилею храма Иоанна Богослова, конкурс рисунков, посиделки на Пасху и рождественские гадания. В настоящее время маршрут рассчитан только, на школьников и население района. Поэтому количество туристов, ознакомившихся с ним всего 180 человек.

Кроме того, очень важно отметить тот факт, что пока в экскурсионный тур входит всего 2 храма – это Иоанно Богословский храм, находящийся в п. Игра и храм Вознесения Господня в с. Чутьрь. В скором времени маршрут предполагается расширить и включить в него Митрофановский храм с. Зура, Никольский храм с. Новые Зятцы и Покровскую церковь с. Большая Пурга.

Из всего этого можно заключить, что создание и реализация проекта «Малиновый звон» закрепляет за «Визит центром» еще одну функцию, – направленность на приобщение населения Игринского района к духовно-нравственным ценностям православия, актуализацию религиозного аспекта в туристической сфере, а также привлечение внимания общественности и властей на сохранение и реконструкцию православного культурно – исторического наследия.

Маршрут «Дорога к древностям». Создание данного проекта стало необходимым, после того как в 2005 году в с. Зура Игринского района в результате археологической разведки был обнаружен уникальный археологический памятник – селище V-VIII веков н.э. Постановлением Президиума и экспертного совета УО ВООПИК (Всероссийское общество охраны памятников истории и культуры) от 12.12.05 г. № 8 памятник был включен в список объектов культурного наследия. Автором маршрута Калининым И.А. – научным сотрудником Игринского районного краеведческого музея, была разработана и реализована программа, направленная на проведение археологических раскопок. Участие в них принимал отряд, состоящий из числа подростков из малообеспеченных, многодетных семей, воспитанников коррекционной школы с. Зура в возрасте 14–17 лет. Такое участие в археологических раскопках дает возможность ребятам прикоснуться к истории своего края, а, кроме того, служит, путеводной нитью к выбору будущей профессии. Работа по обследованию археологического памятника велась в объемах в соответствии с правилами археологических работ под контролем и руководством специалиста Удмуртского института истории, языка и литературы УРО РАН Иванова А.Г.

Данный проект работает в Игринском районе уже три года. Осуществление программы предоставило возможность изучить прошлое родного края, исследовать уникальный памятник гляденовской культуры, который может стать еще одним значимым туристическим объектом Игринского района. Так же, обратив на себя внимание, он позволит осветить важнейшую проблему – в скором времени селищу в с. Зура грозит уничтожение вследствие размыва берега реки Иты и эрозии почвы. По-



этому, археологические раскопки, а так же интересные находки очень важны для сохранения истории развития территории. Возможно, это станет ещё одним направлением в туризме.

Маршрут «На деревню к дедушке» или «Мельница». Данный проект пока находится в состоянии разработки. Его целью является сохранение объекта культурного наследия – мельницы в д. Порвай Игринского района. А так же включить ее в систему экскурсионно-туристических маршрутов. История данной мельницы начинается со времен появления электростанций, когда во многих колхозах стали строиться электрические мельницы. Одна из таких мельниц сохранилась в д. Порвай Игринского района в колхозе «Рассвет». Долгие годы она исправно служила людям и колхозу. Но пришли иные времена, были разобраны ворота, пристройки, сгнил пол. Отраднo, что сохранилось здание мельницы, огромные жернова, воронки, приводы. Огромным преимуществом данного проекта является то, что восстановление этой мельницы не требует значительных финансовых вложений. В настоящее время уделяется большое внимание развитию сельского, аграрного туризма. Реконструкция мельницы позволит создать маршрут в рамках сельского туризма. Для его развития на территории Муниципального образования «Лонки-Ворцинское» имеется большой ресурсный потенциал. Здесь есть хорошие домашние музеи, при клубе работает печь, где можно приготовить табани и перепечи. В хорошо сохранившемся ангаре глава администрации поселения планирует открыть музей сельскохозяйственной техники – бороны, сеялки, веялки и т.д. На территории муниципального образования есть небольшой льнозавод, который можно посещать в рамках маршрута. Кроме того, недалеко от деревни имеется родовая куала – традиционное место проведения молений и ритуальных обрядов у удмуртов. А передаваемые из поколения в поколение легенды о происхождении названий деревни, реки, родника придадут маршруту изюминку.

Таким образом, реализация данного проекта, не только представит еще один уникальный экскурсионный маршрут в Игринском районе, но и позволит реконструировать, сохранить

ценный исторический памятник сельского хозяйства, а городским жителям даст возможность окупиться в жизнь деревни.

Маршрут «Исцеление кедром». Данный проект, находящийся пока в стадии разработки, направлен на строительство базы отдыха вблизи Заякинской кедровой рощи с целью продвижения экологического, рекреационного туризма, а так же укрепления здоровья жителей района и республики. Заякинская кедровая роща является рукотворным природным памятником, который помимо своей исцеляющей силы, хранит в себе заслуживающую внимания историю создания [3]. Несмотря на то, что посажена она была еще в 1920 году, широко известной Заякинская кедровая роща стала лишь в 2011 году, после участия и победы в международном проекте «7 чудес финно-угорских и самодийских народов» в номинации «Природа», где ее заявителем была Платонова Н.А – сотрудник «Визит центра» Игринского района. Затем, в этом же году она была объявлена «Памятником природы УР».

В идее проекта «Исцеление кедром», созданного Платоновой Н. А., лежит желание помочь людям, используя оздоровительную силу кедра, а так же строительство небольшой базы отдыха (на 20–30 мест) в д. Тюптиево, которая находится в 2 км от Заякинской кедровой рощи. На ее территории, у каждого желающего будет возможность укрепить свой иммунитет, с пользой провести свой выходной день: прогуляться по роще, почистить свои лёгкие, отдохнуть, набрать грибов и ягод, посидеть на скамеечке под кедром, понаблюдать за живой природой – получить заряд энергии на новую рабочую неделю, укрепить своё здоровье. У жителей соседних деревень можно будет приобрести экологически чистые продукты: молоко, масло, яйца, овощи и др. Строительство такой базы отдыха в Игринском районе станет важнейшей рекреационной зоной, которая будет способствовать развитию экологического и оздоровительного туризма.

Проект «Музей истории сельского быта под открытым небом». Данный проект также находится пока в стадии разработки. Его создание планируется около реки Лоза, под горой Эшмечик, которая расположена под д. Сундур. Цель данного проекта - это создание универсальной базы для взаимодействия

различных культур, обмена древними традициями, возрождения забытых ремесел, технологий, возрождения и популяризации удмуртской национальной культуры. Главной идеей предлагаемого проекта является создание музея под открытым небом, который будет представлять собой искусственно созданную «живую деревню». То есть все собранные на некой территории объекты быта (дома, мельницы, кузницы и т.п.) будут действующими. Данный музей может стать не только уникальным объектом туристической деятельности и площадкой для образовательных учреждений – школ, лицеев, колледжей, но и базой для стажировок мастеров декоративно-прикладного искусства и студентов вузов. Производство на основе древних и современных ремесел и промыслов, организованное на территории музея, его туристическая привлекательность обеспечат окупаемость данного музея. Поэтому, в силу масштабности и высокой историко – культурной ценности такого проекта, результатом его реализации станет возникновение важнейшего рекреационного объекта, который будет способствовать развитию туризма на местном, и региональном уровне.

Предлагаемые туры пользуются популярностью среди разных категорий населения. Нами изучены статистические данные о посещаемости данных маршрутов, представленные сотруниками «Визит – центра» Игринского района:

- в 2011 году проведено 57 туристических экскурсий;
- в 2012 году их количество увеличилось на 35. Общее количество посетителей за год увеличилось на 10 %.

- за шесть месяцев 2013 года по экскурсионно-туристическим маршрутам «Сибирский тракт – дорога сквозь века», «Игра в Игре с Лопшо Педунем», «В поисках Пельняня или китайский след» проведено 55 экскурсий, которые посетило около 2500 человек из Ижевска, Глазова, Як.-Бодьи, Дебёс, Селтов, Балезино, Пибаньшура, п. Игра. Каждый год увеличение числа туристов идёт на 300-450 человек.

Сегмент населения, который посещает эти туры:

- школьники – 60 %;
- студенты вузов, учащиеся колледжей – 20 %, из них 5 % иностранцы;

- работающее население – 15 %;
- пенсионеры – 5 %.

Таким образом, в результате проведенного исследования было выявлено, что Игринский район Удмуртской Республики обладает богатым историко – культурным наследием, которое включает в себя большое количество объектов материальной и духовной культуры, поиск и популяризация которых осуществляется благодаря специалистам «Визит центра» – отдела по туризму, созданного при Игринском районном краеведческом музее. Так в рамках активной научно-исследовательской и практической работы ими регулярно проводятся выезды по месту расположения памятников, встречи со старожилами, делаются снимки, составляется карта объектов интересных для посещения, принимается участие в круглых столах, выставках и презентациях, ну и, конечно же, особое значение отводится проектной деятельности. Благодаря разработке экскурсионно-туристических проектов, которые не раз побеждали в конкурсах, обеспечивая тем самым частичное финансирование, направленное на реконструкцию и актуализацию историко-культурного наследия Игринского района, сформировано новое направление социально-экономического развития района, а именно – развитие туристической отрасли с использованием рекреационного потенциала территории и средств культуры.

### **Список использованных источников и литературы**

- [1] Доклад главы Администрации МО «Игринский район» на 27 февраля 2012 года. (<http://igra.udmurt.ru/officials/texts/1372/>).
- [2] Егоров И. На родине Лопшо Педуня // Удмуртская правда. – 2007. – № 82.
- [3] Казанцев Д. В Заякинской кедровой роще // Исторические и природные памятники.
- [4] Лопшо Педунь смеётся: Удмуртские народные сказки / Составление, перевод, обработка Н. П. Кралиной, художник М. Вахрин. – 2009. – 32 с.

- [5] Информационный сайт по Ижевску, Удмуртской Республике. Режим доступа: <http://www.iz-article.ru/doroga.html>.
- [6] Сайт Игринского районного краеведческого музея. Режим доступа: [http://igra-museum.ru/services/tourist\\_routes.php](http://igra-museum.ru/services/tourist_routes.php)

## **ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ПАМЯТНИКОВ ИСТОРИИ И КУЛЬТУРЫ КИЯСОВСКОГО РАЙОНА В ТУРИСТСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

*Шапегва О.Н.  
Оконникова Т.И.*

В последнее время люди все больше стали уделять внимание тому, как проводить свое свободное время. Их все больше и больше начинают привлекать путешествия. Поэтому в современном мире туризм является достаточно популярным видом деятельности, который может принести немалый доход.

Туризм имеет множество разновидностей. Например, существуют культурно-познавательный, экстремальный, лечебно-оздоровительный, деловой, религиозный, экологический, событийный виды туризма. Каждый из этих видов имеет свою основу, в соответствии с которой в дальнейшем строится вся туристская инфраструктура.

Памятники истории и культуры являются хорошей основой для организации туристской деятельности. Они могут послужить базой для развития культурно-познавательного, образовательного, религиозного, семейного видов туризма. Согласно Федеральному закону от 25 июня 2002 г. N 73-ФЗ «Об объектах культурного наследия (памятниках истории и культуры) народов Российской Федерации» объекты культурного наследия – это «предметы материальной культуры, возникшие в результате исторических событий, представляющие собой ценность с точки зрения истории, археологии, архитектуры, градостроительства, искусства, науки и техники, эстетики, этнологии или антропологии, социальной культуры и являющиеся свидетельством эпох

и цивилизаций, подлинными источниками информации о зарождении и развитии культуры».

Киясовский район является одним из самых маленьких районов Удмуртской Республики с общей площадью 822 км<sup>2</sup>. Он расположен в южной части Удмуртской Республики в 65 км от г. Ижевска, в 50 км от г. Сарапула и в 40 км от с. Малая Пурга Малопургинского района. Граничит с Малопургинским районом на севере, с Сарапульским – на востоке, а на юге и западе – с Республикой Татарстан. Датой основания Киясовского района считается 4 ноября 1926 года.

На территории Киясовском районе есть запасы таких природных ресурсов, как песок, глина и торф. В недрах муниципального образования «Мушаковское» найдена нефть. Площадь территории Киясовского района на 23,8% покрыта лесом [1].

По состоянию на 1 января 2013 года в районе проживают 10097 человек, из них 3371 человек в районном центре – с. Киясово. Национальный состав населения: русские – 53,9%, удмурты – 38,7%, татары – 5,1%, представители других национальностей – 2,3%. Всего на территории района проживают представители 19 национальностей.

На территории Киясовского района расположены 8 муниципальных образований – сельских поселений (Ермолаевское, Ильдибаевское, Карамас-Пельгинское, Киясовское, Лутохинское, Мушаковское, Первомайское, Подгорновское), в состав которых входят 34 населенных пункта. [2]

По состоянию на 2011 год на территории Киясовского района находятся 6 сельскохозяйственных предприятий, 19 фермерских хозяйств, 250 частных предприятий, 11 дошкольных образовательных учреждений, 10 средних общеобразовательных школ, 2 учреждения дополнительного образования, 18 фельдшерско-акушерских пунктов, 1 районная больница с 2 амбулаториями.

В районе – 36 учреждений культуры. Функции по предоставлению населению в области культурно-досуговой, просветительской и образовательной деятельности осуществляют управление культуры и подведомственные ему Киясовская

и Подгорновская детские школы искусств, межпоселенческий Дом культуры и межпоселенческая центральная библиотека с филиалами, музей П.А. Кривоногова, Дом ремесел.[1]

На территории Киясовского района расположено 34 объекта культурного наследия, из них 7 – памятники истории и культуры федерального значения, а 4 – регионального значения. Они могут стать хорошей базой для развития туристской деятельности в районе. [4]

В Киясовском районе существует один туристский маршрут, который называется «Мумы гырлы» («Зов матери»). Это этнотуристский маршрут, в программу которого входит посещение Свято-Никольского храма в с. Данилово, Киясовского районного музея им. П.А. Кривоногова (П.А. Кривоногов – живописец-баталист, заслуженный деятель искусств РСФСР), родника «Святой ключ», который располагается между с. Киясово и с. Первомайский, Екатерининского тракта, Центра Удмуртской культуры в д. Карамас-Пельга, а также обзорная экскурсия по с. Киясово. Обзорная экскурсия включает в себя посещение деревянного скульптурного комплекса «Ворота счастья», Дома ремесел, где проведут мастер-класс по изготовлению оберегов. Под посещением Центра Удмуртской культуры понимается экскурсия по усадьбе среди вековых берез священного куала, программа «Куно пумитан» – обрядовые песни в исполнении фольклорного ансамбля «Инвожо», мастер-класс по приготовлению национальных блюд, дегустация национальных блюд. Тур вместе с дорогой занимает 7 – 7,5 часов. Стоимость: 40+4 чел. – 620 руб., 30+3 чел. – 700 руб., 20+2 чел. – 740 руб. В стоимость входит транспортное обслуживание на автобусах туристического класса, экскурсионная программа, страховка, питание согласно программе, сопровождение гидом по всему маршруту [8]. Объекты посещения могут меняться в зависимости от пожеланий заказчика. Могут быть включены Центр Русской культуры и Центр Татарской культуры, а некоторые объекты показа из стандартного списка наоборот исключены. Данный туристический маршрут пользуется спросом среди школьников района.

В данном туристском маршруте используются памятники истории и культуры Киясовского района такие, как Свято-Никольский храм, каменный мостик и участок дороги южной ветки Сибирского тракта Елабуга – Сарапул.

Учитывая, что это единственный туристский маршрут на территории района, можно сделать вывод, что памятники истории и культуры района практически не участвуют в туристской деятельности. Кроме этого, даже в данном маршруте они не составляют основу туристской программы, а лишь являются сопутствующими объектами показа.

В перспективе разработка туристского маршрута, основанного на посещении Дубровского могильника. Но данный проект будет осуществлен еще не скоро. [3]

Кроме туристского маршрута, в районе имеется еще два центра посещения для туристов – агроусадьба «СальяДор» в д.Старая Салья и Центр Удмуртской культуры в д. Карамас-Пельга. [3]

МБУК «Центр Удмуртской Культуры» в д. Карамас-Пельга знакомит посетителей с бытом, культурой и архитектурой южных удмуртов. Обязательной для всех гостей является экскурсия по Центру Удмуртской культуры с посещением родника "Сарали". Во время экскурсии можно посмотреть дом Зои Алексеевны Мазитовой, известной во всем мире мастеровщицы, в котором представлена коллекция удмуртских ковров. В Центре Удмуртской культуры работает фольклорный ансамбль «Инвожо», который демонстрирует посетителям обряды и традиции жителей д. Карамас-Пельга. Например, туристы могут стать участниками свадебного обряда или обряда проводов в армию. Посетители при желании могут поносить ведра с водой на коромысле, испечь табани. При желании гости могут остаться на ночь в гостевом доме (открыт в 2013 году) со всеми удобствами, вместимостью до 12 человек. Для желающих есть русская баня и баня по-черному. На территории Центра Удмуртской культуры имеется своя сувенирная лавка. В зимний период организуются катания с гор, национальные игры, забавы. В летний – отдых с купанием на самом живописном берегу реки Кырыкмас. По данным на 2014 год, стоимость тура составляет



1100-1200 руб. на человека. В стоимость входит транспортное обслуживание, сопровождение, экскурсионно-развлекательная программа, угощение, страховка. Баня, сувенирная продукция и мастер-классы идут за дополнительную плату. На территории усадьбы Центр Удмуртской культуры проводит следующие праздники: языческий праздник «Акашка» (следующий после Пасхи день – праздник плуга, начало весны), «Трочинь» (Троица), «Виль» (Ильин день), «Гужем юон» (Петров день), «Выль ар» (Новый год), «Портмаськон» (Колядки), «Вой» (Масленица). На основе этих праздников создаются специальные туры. Например, экскурсионный тур на рождественские гуляния «В гости коляда пришла», в течение которого гостей познакомят с удмуртским обычаем «Ым усьтон», научат играть в традиционные народные игры, предоставят возможность покататься с горы на саях и попробовать удмуртские блюда. По данным на 2012 год стоимость такого тура на одного человека составляла 250 руб. [8]. Или же, тур «Тол Песятай пумита». В программу входит новогоднее театрализованное представление с участием Тол Песятай, Пельга Лымы Ныла, Вумурта (удмуртские персонажи), угощение национальными блюдами и травяным чаем, игровая программа на свежем воздухе, экскурсия по д. Карамас-Пельга, катание с горы на ледянках, тубингах. По данным на 2013 год стоимость тура 1000-1100 руб.[5] Также Центр удмуртской культуры проводит выпускные вечера в этно-стиле. Стоимость такого тура: 40+4 чел. – 650 руб., 30+3 чел. – 700 руб.[6]

Агроусадьба «СальяДор» – это объект сельского туризма, расположенный в д. Старая Салья. В отличие от Центра Удмуртской культуры, это частное предприятие, расположенное на базе крестьянского (фермерского) хозяйства Петра Григорьевича Петрова. На территории находится дом южных удмуртов, гостевой дом, баня на дровах, беседка с местом для приготовления шашлыка и ухи, мангал, детская и спортивная площадки, оборудованные всеми необходимыми атрибутами, а также удобная парковка. Для любителей деревенского быта предлагается размещение в доме южных удмуртов. В доме собрана большая коллекция предметов быта удмуртской деревни — сундуки, прялки, утюги, самовары и т.д. Гостей ожидают уд-

муртские национальные блюда, приготовленные в настоящей печи. Дом позволяет отпраздновать семейные и корпоративные праздники, проводить различного уровня семинары. Здесь же имеете возможность стать участниками традиционных праздников и обрядов. В благоустроенном двухэтажном доме с комфортом смогут разместиться на ночлег до 15 (20) человек. На первом этаже расположены 2 спальни, просторная гостиная и кухня, где имеются газовая плита, холодильник, микроволновая печь, электрочайник, посуда. Также на первом этаже имеется туалет. На втором этаже спальные комнаты. Желающие могут поиграть в футбол, волейбол, бадминтон, дартс, покататься на лошадях или старинной телеге (санях), а также порыбачить на пруду или прогуляться в еловом лесу. Гостям также предлагается посетить животноводческую ферму. Стоимость проживания в гостевом доме составляет 10000 руб. в сутки. В нее включено проживание в гостевом доме со всеми удобствами, пользование летней беседкой, посуда и предметы первой необходимости, мастер-класс по приготовлению национальных блюд (перепечей, табаней с зыретом), пользование мангалом, барбекю и принадлежностями к ним, прогулки на лошадях (верхом, на возу, в санях), баня с комнатой отдыха, экскурсии на животноводческую ферму, на деревообрабатывающее производство и на пасеку, пользование спортивным инвентарем, принадлежностями для рыбалки, парковка, встреча с автобусной остановки. Проживание в комнате гостевого дома стоит 350 руб. с человека в сутки, а детям до 3-х лет – бесплатно. При этом варианте все услуги идут как дополнительные. Также желающие могут арендовать баню с комнатой отдыха. Стоит эта услуга 500 руб. в час с группы до 10 человек. Постоянным клиентам предоставляется скидки (10%). На территории усадьбы проводится программа «У Петрова Петров день». Она связана с праздником Гужем юон (Петров день), который отмечается 12 июля. В программу входит катание на лошадях, мастер-класс по косьбе, обряд «Первое крещение молодоженов» [7].

Использование лишь 3 из 34 памятников истории и культуры, имеющихся на территории района, в туристской дея-

тельности, свидетельствует о недостаточном использовании туристского потенциала Киясовского района.

Возможно, недостаточное использование объектов культурного наследия Киясовского района в туристской деятельности связано с их однообразностью: 17 объектов культурного наследия связано с Великой Отечественной войной 1941–1945 гг., 5 – с Гражданской войной 1917–1922 гг. [4]

Отсутствие квалифицированных кадров также создает проблемы для развития туризма в районе. В настоящее время «Центр Удмуртской культуры» в д. Карамас-Пельга и агроусадьба «СальяДор» функционируют в основном благодаря энтузиазму местных жителей. Также активно продвигает Киясовский район на туристском рынке директор Центра Удмуртской культуры Елена Петровна Белослудцева. Но этого недостаточно для того, чтобы раскрыть туристский потенциал района полностью.

Еще одной проблемой для развития туризма является размещение туристов. На территории района имеется лишь два объекта для размещения туристов: гостевые дома в «Центре Удмуртской культуры» в д. Карамас-Пельга и агроусадьбе «СальяДор».

При увеличении потока туристов проблемой может стать недостаток объектов питания. В с. Киясово имеется лишь два полноценных предприятия общественного питания: столовая ООО «Оптовик» и кафе «Глория» (ИП Глухов А.В.) [4]. Услуги питания также предоставляют «Центр Удмуртской культуры» в д. Карамас-Пельга и агроусадьба «СальяДор». Кроме этого, можно использовать для обслуживания клиентов и школьные столовые. Но не все из них смогут принять у себя туристов.

Учитывая культурный потенциал Киясовского района, можно сделать вывод, что при дальнейшем развитии туристской деятельности на территории района могут возникнуть новые туристские маршруты на основе памятников истории и культуры. Например, туристский маршрут, связанный с Великой Отечественной войной 1941–1945 гг., в программу которого может войти посещение памятников истории и культуры, экскурсии и различные интерактивные программы. Этому также будет спо-

способствовать приток новых квалифицированных кадров и развитие инфраструктуры.

Привлекая в район квалифицированных работников, развивая туристскую инфраструктуру района, можно достичь желаемых результатов в развитии туризма на территории Киясовского района Удмуртской Республики.

### **Список использованных источников и литературы**

- [1] Киясовский район. 85 лет / под ред. Н.Г. Краснопёровой, О.О. Зимины. – Ижевск: «Пешта», 2011. – 104с.
- [2] Неизведанными тропами Удмуртии / Авторы-сост. Г.Г. Грязев, В.Ю. Семёнов, А.В. Фертиков. – Ижевск: Удмуртия, 2011. – 144с.: ил.
- [3] Обратная связь. Пресс-конференция Главы муниципального образования «Киясовский район» Александра Максимова журналистами газеты «Знамя труда» // Знамя труда. – 2014. – №4. – С.2-3.
- [4] Режим доступа://www.kiyasovo.udmurt.ru – Официальный сайт ОМСУ Киясовского района.
- [5] Режим доступа: // www.sferatur18.ru - Сайт тур агентства «Сфера-тур».
- [6] Режим доступа: //www.turizm-18.ru – Туристический портал.
- [7] Режим доступа: //www.saljador.star-salja.edusite.ru – Официальный сайт агроусадьбы «Сальядор».
- [8] Режим доступа: //www.kiyasmuseum.ru – Официальный сайт Киясовского районного музея Петра Александровича Кривоногова.

**РАЗДЕЛ 3.**  
**ПР, РЕКЛАМА И МАРКЕТИНГ В ТУРИЗМЕ:**  
**ОПЫТ, ИССЛЕДОВАНИЯ**

**О ВЫСТАВОЧНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В СФЕРЕ**  
**ТУРИЗМА В УДМУРТСКОЙ РЕСПУБЛИКЕ В 2014 ГОДУ**

*Краснов И.В.*  
*Трофимова Е.В.*

В рамках реализации Республиканской целевой программы «Развитие внутреннего и въездного туризма в Удмуртской Республике на 2012-2018 гг.» наша республика активизировала деятельность по продвижению позитивного имиджа региона с богатым и разнообразным туристским потенциалом. Одним из наиболее эффективных форм деятельности по продвижению региона является выставочная деятельность.

В период с 7 февраля – 16 марта 2014 года Удмуртская Республика приняла участие в проекте «Экспозиция регионов России в Олимпийском парке в период проведения XXII Олимпийских зимних игр и XI Паралимпийских зимних игр 2014 года в г. Сочи». Предварительно была создана рабочая группа по организации экспозиции Удмуртской Республики в Олимпийском парке в период проведения XXII Олимпийских зимних игр и XI Паралимпийских зимних игр 2014 года в г. Сочи, утвержденная Распоряжением Правительства Удмуртской Республики от 22 июля 2013 года № 474-р. В целях представления спортивного, туристского, культурного и инвестиционного потенциала и организации экспозиции Удмуртской Республики в Олимпийском парке совместно с Министерством по физической культуре, спорту и туризму УР, Министерством экономики УР, Министерством культуры, печати и информации УР на основе общей концепции экспозиции субъектов Российской Федерации на территории Олимпийского парка была разработана концепция презентации Удмуртской Республики.

Для участия в проекте «Экспозиция регионов России в Олимпийском парке в период проведения XXII Олимпийских зимних игр и XI Паралимпийских зимних игр 2014 года в г. Сочи» был определен и аккредитован состав участников делегации Удмуртской Республики для работы на стенде региона, в который вошли представители министерств Удмуртской Республики:

1. Кычанов Илья Юрьевич – заместитель министра по физической культуре, спорту и туризму Удмуртской Республики,

2. Урасинова Елена Олеговна – ведущий специалист отдела туризма министерства по физической культуре, спорту и туризму Удмуртской,

3. Новоселов Павел Михайлович – главный специалист-эксперт отдела массовой физической культуры и спорта министерства по физической культуре, спорту и туризму Удмуртской Республики,

4. Сунцов Денис Александрович – начальник управления экономики торговли, межрегиональных и внешнеэкономических связей министерства экономики Удмуртской Республики,

5. Верхотина Анна Александровна – специалист министерства экономики Удмуртской Республики,

6. Зюрнаджян Гюзель Таировна – главный специалист-эксперт отдела искусств и образования министерства культуры, печати и информации Удмуртской Республики

7. Корепанова Мария Владимировна – сотрудник архитектурно-этнографического музея-заповедника «Лудорвай».

Основной задачей стендистов стала работа с посетителями экспозиции, ознакомление с представленным на стенде материалом, раздача сувенирной и полиграфической продукцией, демонстрация видеоматериалов на презентационных экранах. Каждый участник делегации Удмуртской Республики прошел обучение по презентационному материалу, который был представлен на стенде: инвестиционная привлекательность региона, туристические ресурсы Удмуртской Республики, информация о спортивных объектах и выдающихся спортсменах, общая историческая справка об Удмуртии, основные социально-экономические показатели и их динамика за последние годы.

В рамках экспозиции проводилась демонстрация видеоматериалов об Удмуртской Республике. Телерадиокомпанией «Моя Удмуртия» совместно с Минспорттуризмом УР был разработан и подготовлен информационный видеоролик об Удмуртской Республике с субтитрами на английском языке.

Совместно с компанией ООО «Центр Высоких Технологий» была проведена работа по подготовке флэш-презентации по трем основным разделам: туристические маршруты, спорт и отдых Удмуртской Республики для трансляции и просмотре их на тач-скринах (на русском и на английском языках).

Для раздачи посетителям выставки Минспорттуризмом УР разработана и приобретена полиграфическая и сувенирная продукция:

Вип-наборы:

- шарф и варежки с удмуртской символикой,
- шарфы «Удмуртия».

Сувениры для посетителей:

- карточки с термоэлементами на русском и на английском языках с изображением П.И. Чайковского (12,5 тыс. шт.);
- календари карманные трех видов с мировыми брендами – изображение М.Т. Калашникова, П.И. Чайковского, Г.А. Кулаковой в количестве 15 тыс. шт. (на английском и русском языках).

Также на стенде региона был представлен каталог о Развитии Удмуртской Республики за 2013 год для демонстрации посетителям выставки.

Выставку посетил Президент России Владимир Владимирович Путин, а кадры с посещением павильона Приволжского Федерального округа показали на Первом канале. Гостей из Удмуртии и шарфы болельщиков показали в программе Андрея Малахова «Пусть говорят». Одной из ключевых во время Олимпиады стала тема П.И. Чайковского (церемонии открытия и закрытия, катание фигуристов и работа поющего фонтана на Medals Plaza проходили под музыку П.И. Чайковского). Более 100 тыс. посетителей Экспозиции познакомились с нашим регионом, многие узнали, что П.И. Чайковский родился в Удмуртии. За время работы экспозиции было роздано более 15 000

единиц полиграфической и сувенирной продукции. Было организовано прямое включение из Олимпийского парка на телеканале «Моя Удмуртия», целая серия материалов о работе Экспозиции попала в печать, на радио и ТВ.

Также в 2014 году Удмуртская Республика была представлена на Международной выставке в Хельсинки. С 16 по 18 января 2014 года в столице Финляндии прошло самое крупное в Северной Европе событие в области туризма, которое объединяет профессионалов турбизнеса со всего мира – «МАТКА NORDIC TRAVEL FAIR». На стенде Удмуртской Республики были представлены программы приема иностранных гостей. В выставке приняли участие туроператоры «Ариадна-тур» и «Эрико-тур».

С 15 по 18 марта 2014 г. состоялась IX Международная туристическая выставка «Интурмарткет (ITM)», г. Москва, где были представлены практически все регионы России. На стенде Удмуртской Республики были представлены туристические маршруты, программы приема и лечения в Удмуртии, полиграфическая и сувенирная продукция. Стенд посетило более 2000 человек.

11 и 12 апреля состоялась XIX Международная специализированная выставка KITS 2014 в г. Казань. Удмуртия была представлена санаторием «Ува».

В период с 17–20 апреля 2014 года будет проходить V (Юбилейная) Всероссийская специализированная выставка "Туризм. Спорт. Отдых». Местом проведения выставки второй год подряд станет Центральная площадь г. Ижевска, мобильный выставочный павильон. Организаторы выставки: Правительство Удмуртской Республики, Министерство по физической культуре, спорту и туризму Удмуртской Республики, Администрация города Ижевска, Удмуртская торгово-промышленная палата, Выставочный центр «УДМУРТИЯ».

Заявленное количество участников – 64 предприятия. Выставочная площадь – 1000 кв.м. Количество предприятий Удмуртской Республики – 49 предприятий (77% от общего количества участников). География участников – 9 регионов России: Воронежская, Кировская, Московская, Новгородская об-



ласти; Алтайский и Пермский края; Республика Татарстан и Удмуртия; Крым, а также Китай. Количество предприятий, впервые принимающих участие – 25 предприятий (39% от общего количества участников).

Туристический, культурный и спортивный потенциал республики раскроют на стендах Министерство по физической культуре, спорту и туризму Удмуртской Республики, Управление по физической культуре и спорту города Ижевска, НП «Федерация туриндустрии Удмуртии». Свою деятельность также продемонстрируют ОГО ВФСО «Динамо», УРСО «Федерация спорта сверхлегкой авиации Удмуртской Республики».

С возможностями внутреннего туризма познакомят Вавожский, Воткинский, Граховский, Дебесский, Игринский, Каракулинский, Кезский, Киясовский, Можгинский, Сарапульский, Селтинский, Сюмсинский, Увинский, Шарканский, Юкаменский и Ярский районы; г. Сарапул; Чайковский район Пермского края. Ассоциация сельского туризма Удмуртской Республики представит гостевые дома и усадьбы республики.

Частью выставочной экспозиции станет презентация проекта «Чайковский-175».

Туристические предложения по Удмуртии, России и странам мира представят компании, входящие в НП «Федерация туриндустрии Удмуртии» и Удмуртское региональное отделение «Российский Союз Туриндустрии», туроператоры: «Swiss Halley AG» (представительство в г. Ижевск) и «Голубая лагуна» (г. Евпатория, Крым).

Оздоровительный отдых предложат санатории, курорты, базы отдыха: «Металлург», «Ува» и «Строитель» из Удмуртии; «Колос», «Лесная новь», «Нижне-Ивкино» и «Митино» из Кировской области; базы отдыха из Пермского края.

Перед выставочным павильоном развернется ярмарочный городок, где можно будет приобрести продукцию муниципальных образований Удмуртии и предприятий-участников – перепечи, табани, деликатесы из дичи, мед, халву, чак-чак, изделия народных промыслов и другую продукцию.

Выставку будет сопровождать обширная деловая и культурно-развлекательная программа. Запланировано более 50 ме-

роприятий. В рамках деловой программы состоится расширенное заседание Межведомственного координационного совета по развитию туризма при Правительстве УР, конференция «Развитие туристской отрасли в УР: проблемы и перспективы». Среди мероприятий – семинары на темы: речные круизы сезона 2014, принципы агентской политики туроператоров, тренды зарубежного туризма, круглый стол по вопросам организации детского туризма, презентация туристического центра г. Казани, швейцарской компании «Swiss Halley AG». Для всех желающих в рамках перекрестного года туризма Италия – Россия 2013-2014 гг. будет проведена презентация, организаторы которой поднимут вопрос предоставления бесплатных виз в Италию. Еще одна презентация расскажет о возможностях популярного тренда – сельского туризма, познакомит участников с сельскими домами Удмуртии.

Для посетителей выставки состоятся:

- презентации туристических маршрутов районов Удмуртии;
- «День национальной кухни» – дегустации угощений народов Удмуртии, мастер-классы по изготовлению блюд;
- «День национальной моды» – показ коллекций удмуртских дизайнеров, мастер-классы по изготовлению модных аксессуаров;
- шоу-выступления спортивных федераций и школ;
- мастер-классы по народному творчеству;
- лекция Татьяны Москвиной «Особенности удмуртского национального костюма»;
- мастер-класс по продвижению национального продукта от Андрея Донских.

Таким образом, можно с уверенностью констатировать, что выставочная деятельность как инструмент продвижения внутреннего и въездного туризма в Удмуртской Республике набирает обороты. В перспективе участие региона в выставках различного уровня должно стать еще более масштабным, что можно достичь путем объединения усилий государственных, муниципальных, общественных и коммерческих структур, заин-

тересованных как в развитии туризма в Удмуртии в целом, так и процветании собственного бизнеса.

## **ФОРМИРОВАНИЕ ПОЛОЖИТЕЛЬНОГО ТУРИСТСКОГО ИМИДЖА УДМУРТСКОЙ РЕСПУБЛИКИ С ПОМОЩЬЮ РАЗВИТИЯ СОБЫТИЙНОГО ТУРИЗМА**

*Баталов А.К.*

*Научный руководитель к.и.н., доцент Т.И. Оконникова*

Концепция долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года определяет первоочередными задачами повышение уровня жизни и благосостояния населения, развитие социально-значимых отраслей экономики [3]. Туризм – одна из наиболее динамично развивающихся сфер российской экономики. Одним из новых и высокодоходных видов туризма является событийный туризм. Мероприятия событийного туризма имеют большое экономическое значение. В период их проведения активизируется деятельность всех объектов туристской индустрии. Потребительский спрос значительно превышает предложение. Наблюдается возрождение местных культурных традиций, обычаев, развитие народного творчества. Основным достоинством событийного туризма является тот факт, что для развития данного вида туризма не требуется наличие богатых туристско-экскурсионных ресурсов. Таким образом, событийный туризм является альтернативным видом туризма для регионов, не обладающих выдающимся историко-культурным наследием, а также природными ресурсами.

Событийный туризм – направление сравнительно молодое, которое только начинает развиваться в России, в т.ч. и в Удмуртской Республике [1]. Следует отметить, что развитие событийного туризма в Удмуртии способствует формированию положительного туристского имиджа региона. Событийный туризм является уникальным видом туризма, так как он неисчерпаем по содержанию.

В Удмуртии регулярно проводится большое количество международных, всероссийских и региональных культурных событий, которые положительно сказываются на имидже региона и тем самым способствуют развитию въездного и внутреннего туризма в республику [2]. Удмуртская республика стала традиционным местом для организации и проведения цирковых, музыкальных и этнических фестивалей, а также разнообразных фольклорных программ, приуроченных к праздникам народного календаря. Также обладают сформированной и устойчивой аудиторией фестивали народных художественных промыслов и ремесел.

Следует отметить, прежде всего, международный фестиваль циркового искусства, завоевавший известность и признание не только в мировом цирковом сообществе, но и среди простого населения. Международный фестиваль циркового искусства проводится в столице республики каждую весну с 2008 года с целью сохранения, развития и пропаганды лучших достижений мирового циркового искусства, расширения представлений зрителей о его возможностях, повышения статуса циркового искусства в обществе. Задачами Фестиваля являются: развитие международных культурных связей, расширение непосредственного доступа к общественно значимой культурной информации, сохранение культурного разнообразия, повышение уровня профессионального и исполнительского мастерства, повышение эстетического уровня зрителей, формирование международной репутации Удмуртской Республики как одного из центров активного развития современного циркового искусства [5]. В программе фестиваля всегда только самые красочные и уникальные номера, творческие и технические новации, живой звук, специфические эффекты с использованием современного мультимедийного и светового оборудования. Традиционно в нем принимают участие легенды мирового цирка и молодые талантливые артисты, чьи дебюты становятся открытием на международной цирковой арене. Фестиваль циркового искусства – мероприятие, сравнимое по масштабу и уровню организации со Всемирным фестивалем циркового искусства, который проходит в Москве.

В 2014 году состоялся VII Международный фестиваль циркового искусства, в котором приняли участие около 200 ар-

тистов из 20 стран мира. Участниками фестиваля стали артисты из России, Украины, Франции, Венгрии, Перу, Дании, Италии, США, Испании, Монголии, Китая, Нидерландов, Перу, Дании. В течение пяти дней на сцене Государственного цирка Удмуртии было дано девять представлений, на которых смогли присутствовать 16 тыс. зрителей.

В дни проведения фестиваля Ижевск становится настоящей мировой столицей циркового искусства, привлекая внимание цирковой общественности и тысяч поклонников цирка со всего мира.

Формированию положительного туристского имиджа Удмуртии также способствует проведение музыкального фестиваля «На родине П.И.Чайковского», имеющего статус международного и получившего признание со стороны ведущих музыкальных коллективов, а также выдающихся мастеров России.

Начиная с 6 мая 1958 года, концерты фестиваля проходят на родине П.И. Чайковского г. Воткинске и на концертных площадках г. Ижевска. Почти полвека г. Воткинск является центром проведения ежегодных музыкальных фестивалей, посвящённых Дню рождения гения русской классической музыки - Петра Ильича Чайковского. В музыкальном фестивале принимают участие лучшие исполнители и профессиональные коллективы России и Удмуртии.

Начало жизни фестиваля в г.Воткинске совпало с началом проведения в Москве одного из самых престижных Международных конкурсов, – конкурса молодых музыкантов имени П.И. Чайковского. Весьма значительные музыкальные события оказались связаны именем композитора, который своей музыкальной деятельностью оказал значительное влияние на развитие отечественного исполнительского искусства и показал пример музыкального просветительства. Поэтому доброй традицией стало обязательное участие в концертах музыкального фестиваля на родине П.И. Чайковского лауреатов московского Международного конкурса.

Годы проведения фестиваля стали временем представительства на родине П.И. Чайковского различных музыкальных культур: украинской, белорусской, азербайджанской, грузин-

ской, эстонской, литовской, латышской, таджикской, киргизской, татарской, удмуртской. Участие музыкантов и певцов различных национальностей также стало традицией фестиваля.

В последние годы в концертах фестиваля принимали участие известные зарубежные исполнители. Так например, в 2006 году в концертах фестиваля в сопровождении Государственного симфонического оркестра УР выступила лауреат многочисленных международных конкурсов, итальянская оперная звезда, солистка театра «Ла Скала» Кьяра Таиджи.

В 2014 году состоялся 57-ой международный фестиваль «На родине П. И. Чайковского», который продлился больше месяца и охватил многие жанры искусства от классического балета и симфоний до фламенко и духовной музыки. Этот фестиваль стал генеральной репетицией накануне 175-летия П.И. Чайковского. Юбилейные торжества пройдут в Удмуртии весной 2015 года. В них примут участие музыканты из разных стран мира, а также первые лица России. Всего на подготовку к празднику из федерального бюджета выделено 6,6 млрд. рублей. Предполагается, что эти средства пойдут не только на организацию самих праздничных мероприятий, но и на обновление объектов культурной и туристской инфраструктуры [4].

Продвижению туристского имиджа республики способствуют такие яркие и значительные события, каким стал Первый международный Бурановский фестиваль народной культуры (2013 год). Всего за год в республике был подготовлен фестиваль, способный соперничать с крупнейшими европейскими этно-форумами и по масштабу, и по уровню представленных исполнителей. В фестивале приняли участие 27 коллективов, а это более 400 артистов из России и зарубежья. Идея проведения фестиваля в Удмуртии родилась после триумфального выступления фольклорного коллектива «Бурановские бабушки» на конкурсе «Евровидение-2012». В итоге и министерство культуры РФ, и правительство Удмуртии выступили учредителями фестиваля, направленного на поддержку творческих коллективов, самобытных исполнителей-носителей традиционной народной культуры.

Участниками фестиваля стали аутентичные ансамбли и молодежные фольклорные коллективы из разных регионов России, стран ближнего и дальнего зарубежья. В село Бураново съехались лучшие народные коллективы из республик Башкортостан, Бурятия, Мордовия, Карелия, Липецкой, Омской и Ульяновской областей. Среди зарубежных участников – творческие коллективы из Португалии, Китая, Латвии, Эстонии.

За неделю фестиваля на разных площадках Ижевска и районов республики была представлена традиционная культура десятков европейских народов, состоялись десятки концертов, круглые столы и мастер-классы. Фестиваль должен стать площадкой для развития и сохранения самобытной традиционной народной культуры. Фестивалю планируют придать статус традиционного и проводить регулярно раз в два года.

Первый международный Бурановский фестиваль народной культуры, получивший мощное освещение в региональных и федеральных СМИ в ближайшем будущем может стать еще одной туристской «визиткой» Удмуртской республики.

Развитию культурных и фестивальных индустрий в Удмуртии способствует проведение этнических фестивалей. Так, в июне 2013 года был проведен III Российский фестиваль русской традиционной культуры «Высокий Берег», в котором приняли участие 23 ансамбля традиционной русской культуры и отдельные исполнители русской песни из городов и районов Удмуртской Республики, а также Народный вокальный ансамбль Республики Башкортостан. Это уникальный проект, представляющий собой синтез русского духа, русского стиля, русской народной традиции, собранной по крупицам в этнографических экспедициях. Проводится фестиваль с целью передачи подрастающему поколению традиций русского народа, приобщения населения к культурным традициям народов Российской Федерации.

В финно-угорском мире популярностью пользуются такие этнические фестивали как «Палэзян», «Воршуд», «Новые песни древней земли», «Гербер» и другие. Гостями фестивалей являются фольклорные коллективы Финляндии, Эстонии, Венгрии. Каждый из вышеперечисленных фестивалей является пред-

посылками для успешного развития событийного туризма. Данные культурные мероприятия также могут стать самостоятельной программой специальных туров, как для внутреннего, так и для въездного туризма в республику.

Так например, международный финно-угорский фестиваль этнокультуры «ПАЛЭЗЯН». Впервые фестиваль «Палэзян» проходил в столице Удмуртской Республики в октябре 2011 года. 14–18 октября 2014 года был проведен III Международный финно-угорский фестиваль этнокультуры «ПАЛЭЗЯН», объединивший около трех тысяч участников, гостей и зрителей. В фестивале принимают участие художественные коллективы и отдельные исполнители, представляющие различные жанры, тенденции и направления современной художественной этнокультуры Венгрии, Финляндии, Эстонии, Удмуртии, Марий Эл, Коми, Карелии, Ханты-Мансийского и Ненецкого автономных округов, Ленинградской области, Пермского края.

Фестиваль проводится в Дни родственных финно-угорских народов, традиционно отмечаемых в Удмуртии и других финно-угорских регионах России в третью неделю октября. Целями фестиваля являются: сохранение и популяризация самобытной культуры финно-угорских народов в молодёжной среде; расширение и упрочение творческих и культурных связей между финно-угорскими регионами Российской Федерации, Венгрией, Финляндией, Эстонией и Удмуртской Республикой; ознакомление широких слоев многонациональной общественности Удмуртии с лучшими образцами современной художественной этнокультуры Удмуртской Республики, регионов России, Венгрии, Финляндии, Эстонии; развитие культурных и фестивальных индустрий в Удмуртии; формирование престижного имиджа Удмуртии как центра культурно-просветительских инициатив финно-угорского мира. В задачи фестиваля входят: поддержка молодежных творческих инициатив по освоению исторического наследия этнокультуры финно-угорских народов; продвижение в городе Ижевске и Удмуртской Республике новых коммуникационных арт-площадок для финно-угорских этнокультурных проектов; обмен опытом и повышение профес-



сионального исполнительского мастерства удмуртских и финно-угорских художественных коллективов и солистов.

Содействует развитию въездного событийного туризма в Удмуртской Республике региональный фестиваль финно-угорских народов Поволжья и Урала «Воршуд» (Святыня рода). Идея возникновения фестиваля «Воршуд» связана с проблемой сохранения исчезающих элементов удмуртской культуры. «Воршуд» берёт начало с 2001 года. Основная цель фестиваля – актуализация традиционного народного искусства в культурном наследии Удмуртии и финно-угорского мира для дальнейшей его популяризации и развития. В фестивале принимают участие фольклорные коллективы из финно-угорских республик, а также мест компактного проживания удмуртов в различных регионах России. Гостями фестиваля являются фольклорные коллективы из Финляндии, Эстонии. В рамках фестиваля проходят научно-практические конференции о проблемах функционирования традиций финно-угорских народов. Фестиваль «Воршуд» стремится объединить всех, кто заинтересован в сохранении традиций подлинной финно-угорской культуры, возрождении исчезающих удмуртских обрядов и родовых воршудных напевов. Фестиваль преследует важнейшую задачу – передать веками сложившиеся народные традиции, в том числе и семейные, подрастающему поколению. Поэтому очень важно участие в мероприятиях фестиваля фольклорных коллективов, в которых есть молодёжь и дети.

Задачей же этнофутуристического юшан-фестиваля «Новая песня древней земли», который состоялся впервые в г. Ижевске в 2002 году, стало приобщение молодёжи к духовной культуре через поиск и использование инновационных методов и подходов. Современная интерпретация элементов самобытной удмуртской культуры даёт возможность донести до молодёжи духовные ценности традиционной культуры, сделать их понятными и актуальными в современном мире. Проведенные фестивали включали в себя несколько творческих проектов.

Еще одним ярким событием, стимулирующим формирование и продвижение положительного туристского имиджа Удмуртии, стало открытие 28 января 2014 года фестиваля «Быги –

столица финно-угорского мира 2014». Фестиваль имеет этнокультурную и экотуристическую направленность, активно содействует сохранению природного и культурного наследия. На фестиваль-открытие программы приехали представители финно-угорского мира и творческие коллективы из Удмуртской Республики, Республики Татарстан, Кировской области, Пермского края, Республики Башкортостан, Марий Эл, Республики Мордовия, представители финно-угорских регионов России, Финляндии, Эстонии, а также члены Правления Молодёжной ассоциации финно-угорских народов. Всего около 200 человек. Осветить «событие года» в средствах массовой информации приехали представители ведущих СМИ и известные блогеры.

В течение 2014 года по этой программе будет проведено более 20 международных и всероссийских мероприятий в деревне Быги Шарканского района с приглашением представителей всех финно-угорских народов. Основными направлениями в ходе реализации годовой программы станут: информационное, инфраструктурное, событийное, презентационное, образовательное.

Следует отметить, что рождение и апробирование новых технологий для подъема конкурентоспособности национальной культуры в глобальном культурном пространстве, а также продвижение положительного туристского имиджа республики стало основным результатом фестивального движения.

Развитие устойчивого событийного туризма в Удмуртии, предполагает не только формирование и продвижение положительного туристского имиджа республики, но и решение целого комплекса проблем: создание перспективного туристского продукта с целью удовлетворения современных потребностей туристов, рациональное использование природного и культурного наследия региона, учет интересов местной экономики на основе взаимодействия и взаимного обогащения, оказание поддержки предпринимательства (стимулирование предприятий, связанных с сельским туризмом), вовлечение населения (местных сообществ) в развитие туризма, увязку интересов бизнеса и местных жителей на основе партнерства, то есть взаимовыгодного сотрудничества.

## **Список использованных источников и литературы**

- [1] Баталова Л.В., Васильева Л.В. Туризм в Удмуртии: история и современность: монография. – Ижевск: Изд-во «Удмуртский университет», 2012. – 444 с.
- [2] Материалы итогового заседания коллегии Министерства по физической культуре, спорту и туризму Удмуртской Республики. – Ижевск, 2013. – 43 с.
- [3] Концепция долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года. Распоряжение Правительства Российской Федерации от 17.11.2008 г. № 1662-р // Собрание законодательства РФ. – 24.11.2008. - № 47. – ст.5489. – (в ред. от 17.11.2008).
- [4] Режим доступа: <http://www.minkultura.udmurt.ru>
- [5] Режим доступа: <http://udmcircus.ru>

## **ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ БРЕНДА ТЕРРИТОРИИ НА ПРИМЕРЕ УДМУРТСКОЙ РЕСПУБЛИКИ**

*Пономарева Ю.А.  
Научный руководитель д.г.н. М.А. Саранча*

Конкурентоспособность каждого региона определяется степенью его «брендируемости», который является важнейшим в рыночной экономике. Бренд ориентирован преимущественно на внешние и внутренние отношения: соответствие стратегическим задачам развития территории, привлечение внимания организаций и людей, ресурсов и заказов, развитие цивилизованных социально-экономических отношений среди жителей региона, чувства ответственности и единства. Существует множество понятий бренда. Бренд – название, слово, выражение, знак, символ или дизайнерское решение, или их комбинация в целях обозначения товаров и услуг конкретного продавца или

группы продавцов для отличия их от конкурентов[2]. Бренд – это образные представления, сохраненные в памяти заинтересованных групп, которые выполняют функции идентификации и дифференциации и определяют поведение потребителей при выборе продуктов и услуг [4]. Бренд – имя, влияющее на поведение потребителей/покупателей [5].

Процесс управления брендом, включающий создание бренда, продвижение бренда на рынок, адаптацию бренда к меняющимся условиям, называется брендингом. Чтобы оценить бренд, необходимо детально в нем разобраться: выявить его суть, определить его основные цели, базовые принципы и понять природу его эффективности [10]. Развитым брендом является тот, который знают и отличают 60% потребителей. Развивающийся бренд знают от 30% до 60% потребителей, слаборазвитый бренд – менее 30 % потребителей.

Важнейшей проблемой любой компании является способность выделиться среди огромного количества конкурентов на рынке, привлечь покупателей и сделать их своими постоянными клиентами. Все это необходимо для роста объема продаж, увеличения прибыли и достижения высокой конкурентоспособности. Брендинг территории предполагает использование технологий формирования особого ее образа и отношения к ней целевой аудитории. Он позволяет выделяться среди других регионов и привлекать потенциальных потребителей.

Брендинг региона включает в себя официальную символику (флаг, герб, гимн), фирменный стиль (логотип и т.д.). В его основе также лежит совокупность территориальных факторов-потенциалов или ресурсов территории (природных, историко-культурных, общественно-политических, социально-экономических и др.) и способностей их использования.

Цель брендинга региона – обеспечить присутствие бренда региона в информационном пространстве, создать узнаваемость бренда, сделать регион силой влияния, обеспечить приток финансовых ресурсов на территорию и трансляцию региональных решений инициатив вовне. Соответственно, бренд территории создается кем-то и направлен на то, чтобы воздействовать на кого-то [8].

Сегодня все более очевидным становится тот факт, что для достижения конкурентного преимущества в туризме, помимо цены номера или путевки, все большее значение приобретают неосязаемые активы – бренд-имидж отеля и туристской фирмы, уровень сервиса в гостинице в целом и индивидуальный подход к каждому клиенту. Анализ сегментов рынка позволяет четко определять политику продвижения бренда гостиницы или туристской фирмы в каждом из сегментов и оптимальным образом позиционировать продукт для наибольшей отдачи в каждом из них. Фирменное наименование в туризме, являющееся коммерческим именем предприятия, неразрывно связано с его репутацией. Оно приносит предпринимателю не только большие дивиденды, но и заслуженное уважение в обществе и признание его заслуг [9, С. 20].

Туристическая политика на национальном и региональном уровнях прежде всего направлена на формирование и позитивное развитие имиджа туристической дестинации. Туристская дестинация – центр (территория) со всевозможными удобствами, средствами обслуживания и услугами для обеспечения всевозможных нужд туристов. Туристическая дестинация играет огромнейшую роль в маркетинге имиджа территории и маркетинговой стратегии туристической направленности и является основным инструментарием формирования имиджа дестинации. Применительно к туристической направленности бренд представляет собой образ, имидж дестинации, существующий в сознании и восприятии потребителя [9, С. 23].

Построение бренда является сложным и многоуровневым процессом, базирующемся на маркетинговом подходе: понимании места на мировом туристическом рынке и выявлении основных мотиваций и предпочтений потенциальных потребителей.

Основные этапы создания бренда:

- стратегический анализ рынка;
- целесообразности вывода на рынок бренда;
- продвижение бренда;
- необходимость создания атрибутики бренда (цвет, шрифт).

Первым этапом создания бренда является анализ рыночной ситуации, которая определяет целесообразность выведения новой торговой марки на рынок. Используются все известные маркетинговые механизмы, способствующие точному определению характеристик рынка: SWOT-анализ, сегментация потребителей и анализ конкурентной среды.

Второй этап – создание бренда, отличающего его от конкурентов. Производитель ожидает от бренда резкого увеличения продаж, получение дополнительной прибыли и возможность в дальнейшем эксплуатировать его. Необходимо реально оценить предполагаемые затраты и возможные доходы от брендинга.

Третий этап – позиционирование, которое позволяет управлять мнением потребителей относительно места бренда среди множества различных марок. Это видение собственной марки, позволяющее сравнивать отдельные марки, выявлять преимущества и недостатки.

Четвертый этап – этап создания креативного образа бренда. На этом этапе определяется содержательная сущность бренда, его ценность для потребителей, а также уровень дизайнерской разработки имени бренда, фирменного знака и других атрибутов [7].

Удмуртская Республика, по мнению многих экспертов, имеет неплохие шансы встать в один ряд с удачными примерами создания и продвижения региональных брендов. Удмуртия обладает всем необходимым для развития своих конкурентных преимуществ: наличие привлекательных объектов культуры и истории («Музей-усадьба П.И. Чайковского», концерт «Калашников»), проведение регулярных массовых мероприятий («Гербер», «Сабантуй»), региональный фольклорный фестиваль финно-угорских народов Поволжья и Урала «Воршуд»), которые традиционно являются предметами гордости внутри республики. Удмуртия имеет удивительно уникальные возможности санаторно-курортного лечения. Курорты Удмуртии богаты на различные по свойствам месторождения минеральных вод и лечебных торфов. Наиболее известные санатории Удмуртии – это находящийся в ее южной части санаторий Варзи-Ятчи, расположенный рядом с источником высокозольных торфяных лечеб-

ных грязей, которыми излечиваются десятки болезней, а также знаменитый своими родниками с минеральной водой санаторий Ува. Приезжая в Удмуртию, можно также посетить различные достопримечательности – памятники истории, архитектуры, археологии, ландшафтные и природные красоты. Любителям животных доступны конные маршруты по Сибирскому тракту. Здесь есть огромное количество природных и национальных парков.

Подобно большинству территориальных брендов России потенциал Удмуртии не раскрыт, а часто совсем не известен как внутри страны, так и за ее пределами. Нет четких и ясных ассоциаций, связанных с регионом, или же все они крайне смутны, хаотичны и неуправляемы. Системной работой, к сожалению, в этом направлении никто не занимается. В Удмуртии, как и в целом по стране, пока еще недостаточно примеров, когда региональные и муниципальные власти всерьез занимаются проблемой продвижения информации в федеральных СМИ. В идеале это должна быть хорошо продуманная и подготовленная программа последовательного продвижения в информационном поле. К сожалению, у региональной власти, руководителей местных предприятий нет понимания важности создания и продвижения информационных поводов. А ведь это важный фактор для имиджа региона, так как при обмена информацией создается благоприятный географический образ в массовом сознании. И сегодня в Удмуртии важная и полезная информация оказывается замкнутой в пределах самой территории. Она долгое время была закрытой территорией для массового посещения туристов, поэтому туристская инфраструктура для въездного туризма целенаправленно не развивалась. Сегодня отсутствует информационное продвижение Удмуртской Республики: мало изданий, где представлены туристские ресурсы республики (туристские справочники, путеводители, буклеты, специализированные издания). Этнографические ресурсы используются также неэффективно. Огромной проблемой является то, что при низком качестве услуг присутствуют очень большие цены, что отталкивает потенциальных потребителей.

Совершенствование и развитие данных проблем позволит создать необходимые предпосылки для развития туризма в Удмуртской Республике и повысить качество жизни местного населения. Развитие туризма необходимо рассматривать как важное направление реализации комплексного потенциала Удмуртии.

Для определения основных брендов Удмуртии, которые известны в республике и за ее пределами, был проведен опрос среди жителей разных городов России разной возрастной категории. Название вопроса: «С чем у вас ассоциируется Удмуртия?» Выводы оказались следующими: 30 % опрошенных назвали имя П.И. Чайковского, 20 % – М.Т. Калашникова, 10 % – музей Лудорвай, 10 % – родники, 8 % – охота, 8 % – перепечи, 4 % – резиденция Тол-Бабая, 2% – другое.

Возраст опрошенных – от 17 до 53 лет. Людей в возрасте до 25 лет было опрошено 30 %, до 40 лет – 50 %, до 53 лет – 20 %. Люди, принимающие участие в опроснике, проживают в Ижевске, Глазове, Воткинске, Сарапуле, Москве, Казани, Екатеринбурге, Владивостоке, Омске. 44 % опрошенных проживают в Удмуртии, 56 % – за пределами республики; 56 % составляют мужчины, 44% – женщины. В процентном соотношении люди, проживающие за пределами Удмуртии, назвали следующие бренды: 20 % – П.И. Чайковский, 18 % – М.Т. Калашников, 6 % – родники, 6 % – охота, 4 % – перепечи, 2 % – Лудорвай.

Таким образом, наиболее перспективными сегментами туристского рынка в Удмуртии являются культурно-познавательный, этнографический, водный, тематический (специализированный) туризм: спортивный, лечебно-оздоровительный.

Для того чтобы в дальнейшем развивать не только данные виды туризма, но и многие другие, необходимы:

- государственная поддержка и продвижение инвестиционных проектов в сфере бренда территории в Удмуртии и за ее пределами;
- развитие туризма по всех направлениям, имеющимся в Удмуртии;



- осуществление рекламно-информационной деятельности для формирования благоприятного образа республики (издательская, выставочная деятельность);
- развитие туристической инфраструктуры;
- проведение подготовки, переподготовки и повышения квалификации кадров.

### **Список использованных источников и литературы**

- [1] Баталова Л. В. Актуальные проблемы и перспективы развития туризма в Удмуртии на современном этапе // Социальная теория и проблемы информационного общества: международный симпозиум (30-31 октября 2009 г., Ижевск) / [редкол.: Мерзлякова Г. В. и др.]. – Ижевск, 2009. С. 332–341.
- [2] Гамберг В.Ю. Бренд: военная машина бизнеса. – М.: Олимп-бизнес, 2005. – С. 105.
- [3] Дворникова В.Е. Разработка концепции бренда// Реклама. Теория и практика. – № 2. – 2004. – С. 30–33.
- [4] Данько Т.П. Гостиничный и туристический бизнес. – М.: Сатурн-С, 2004. – С. 111.
- [5] Маркетинг туристских территорий : Учеб. пособие // Е. А. Джанджугазова. – М.: Academia, 2006. – 222 с.
- [6] Ополченев Е.И. Маркетинг в туризме: Обеспечение рыночной позиции: Учеб. пособие. – М.: Советский спорт, 2003. – 192 с.
- [7] Панкрухин А.П. Маркетинг территорий: Учебное пособие, 2-е изд., дополн. – СПб.: Питер, 2006. – 416 с.
- [8] Хомякова Н.Д. Кафе, где чувствуешь как дома// Гостиницы и рестораны: управление и бизнес. – № 5. – 2008. – С. 15.
- [9] Филиппов Н.Д. Использование бренда корпоративных туристских компаний в привлечении VIP-клиентов // Маркетинг услуг. – № 4. – 2005. – 88 с.
- [10] Элвуд Я.Д. 100 приемов эффективного брендинга. – СПб.: Питер, 2002. – С. 57.

## ОСОБЕННОСТИ РЕКЛАМЫ ТУРИСТСКОГО ПРОДУКТА И УСЛУГ В СЕТИ ИНТЕРНЕТ

*Колотова М.С.,  
Галанова Н.А*

В настоящее время «новых технологий», миллионы людей не только освоились с компьютерами, но и быстро осознали ценность сети Интернет. Когда пользователю нужен турпродукт или туристская услуга, он прежде всего «выходит» в сеть даже раньше, чем посетит турфирму лично. Это легко и быстро – и, как следствие, его внимание привлечет именно та компания, у которой есть веб-сайт. Если турфирма имеет свой сайт, то он быстро может рассказать посетителю о ее туристском предложении в цвете, со звуком и дешево. Само наличие добротного сайта – это уже форма рекламы.

Реклама – это платное одностороннее и неличное обращение, осуществляемое через средства массовой коммуникации и другие виды связи, агитирующие в пользу какого-либо товара, марки, фирмы, предприятия, правительства.

Интернет-реклама – одна из форм маркетинговых коммуникаций, оплаченная рекламодателем и распространяемая через сеть Интернет с целью оказать воздействие на целевую аудиторию [1, с. 68].

Прежде всего, необходимо определиться, как рекламируются туристские услуги в сети Интернет. Рекламные услуги, предоставляемые сегодня, достаточно разнообразны. Рекламодателям могут быть предложены, например, следующие виды рекламы:

1) Интернет-сайт фирмы в сети – это визитная карточка фирмы, и сам по себе он уже является рекламой компании или товара. Эффективный сайт должен иметь как качественное содержание, так и качественное оформление и техническую поддержку. Если фирма решается на создание собственного сайта в Интернете, то лучше обратиться к фирмам специализирующимся на веб-дизайне.

2) Баннерная реклама. Баннером называется обычно прямоугольное графическое изображение со статичным или ди-

намичным характером, которое может иметь звуковое сопровождение. Внешне напоминает традиционное печатное модульное объявление. В большинстве случаев баннер имеет гиперссылку на рекламный сайт.

3) Видеоролики. С развитием мультимедиа-технологий в последние годы в сети появились и знакомые по телевидению видеоролики.

4) Текстовая реклама. В отличие от баннерной отображается у всех пользователей. При этом она загружается гораздо быстрее. Поэтому ее эффективность также достаточно высока.

5) Гиперссылки. В текстовой части сайтов могут размещаться гиперссылки на Интернет-страницы рекламодателей. Гиперссылки публикуются как отдельно, в виде названия компании или продукта, так и в специальных разделах.

6) Реклама в результатах поиска. Современные поисковые системы позволяют находить информацию в Интернете по ключевым словам. Соответственно, возможно размещение рекламы в результатах поиска. Это может быть баннерная или текстовая реклама, как отдельная от найденной информации, так и включенная в результаты поиска. Данный вид рекламы пользуется большим интересом у рекламодателей – ведь они получают целевую, заинтересованную аудиторию.

7) Контекстная реклама – новый, весьма эффективный и перспективный вид Интернет-рекламы, при котором реклама размещается в тематическом контексте, обеспечивая тем самым точное попадание в целевую аудиторию.

8) Рекламные сети – это сайты, объединенные единой системой размещения баннеров. Реклама на них публикуется не издателями (хозяевами сайтов), а администрацией рекламной сети, которая организует продажу, устанавливает цены.

Эффективная реклама способствует продвижению турпродукта и турсервисов. Продвижение – это усилия рекламодателя, направленные на то, чтобы его имя, торговая марка «засветились» в потребительской среде с целью последующего приобретения его товаров или услуг.

Большую эффективность имеет размещение баннеров на специализированных туристических ресурсах сети. Они представляют собой справочники по странам, курортам, погоде,

имеют расписания транспорта, некоторые имеют базы по предложениям турфирм, рассказы путешественников и другую полезную информацию. Эти ресурсы собирают множество людей, интересующихся туризмом. Поэтому размещая баннеры здесь, турагент уже имеет дело с потенциальными туристами, и каждый клик на его баннер может принести ему настоящего полноценного клиента и немалые деньги [4, с. 198].

На этих ресурсах можно размещать не только баннеры, но и свои конкретные предложения. Обычно они выглядят в виде строчек с указанием фирмы-продавца, курорта, категории отеля, вида транспорта, дополнительных услуг в туре, минимальной или максимальной цены и т.п. Примечательно то, что турагент сам может в режиме реального времени заносить и изменять свои туры [4, с. 220]. И если не идут предложения по одному направлению, то перебросить эти предложения в другое. В некоторых ресурсах реализован механизм онлайн заказа тура, возможность вставлять прайс-листы или программы туров, писать развернутые комментарии и т. п. Причем фирмам-рекламодателям в этом случае не обязательно иметь свою страничку в сети, а достаточно указать свой e-mail или телефон. Такая строчная реклама, часто дает эффект, сравнимый с хорошим сайтом.

Определить, какой туристический сервер собирает больше посетителей и, следовательно, реклама на нем эффективнее, позволяют различного рода рейтинги. Наиболее популярными и точными являются:

- 1) Рамблер ([www.rambler.ru](http://www.rambler.ru));
- 2) Basetop ([basetop.ru](http://basetop.ru));
- 3) Openstat ([rating.openstat.ru](http://rating.openstat.ru)).

В этих системах все сайты выстроены в порядке убывания их посещаемости. Чем выше рейтинг сайта, тем больше людей его смотрит. Наиболее популярные туристские ресурсы Интернета сегодня:

- туристический сервер «100 ДОРОГ» ([100dorog.ru](http://100dorog.ru));
- туристический раздел портала «Кирилла и Мефодия» ([www.megabook.ru](http://www.megabook.ru));
- сервер для путешествий [Travel.ru](http://Travel.ru);
- Туристический маяк ([www.mayakinfo.ru](http://www.mayakinfo.ru));
- сервер Сети магазинов горящих путевок ([mgr.ru](http://mgr.ru)) [3, с. 277].

Результаты поиска в Рамблере говорят нам о том, где и как рекламируются сегодня российские туроператоры. В частности, они рекламируются на таких сайтах, как:

1) [reestr.russiatourism.ru](http://reestr.russiatourism.ru) – официальный сайт Федерального агентства по туризму Министерства культуры Российской Федерации. На этом сайте представлены списки туроператоров, имеющих разное финансовое обеспечение;

2) [www.atorus.ru](http://www.atorus.ru) – на данном сайте содержится информация об ассоциации туроператоров России, в частности, представлены каталоги туроператоров, а также буклеты офисов по туризму, журналы, путеводители;

3) [33tura.ru](http://33tura.ru) – на сайте представлена информация о всех странах мира в алфавитном порядке по континентам: Австралия и Океания, Азия, Америка, Африка и Европа, а размещены предложения туров по разным направлениям мира, в том числе и туры по России. Кроме того, на сайте предоставляется возможность узнать погоду в каждой из стран, валюту и монеты страны, особенности и традиции, язык местного населения, историю, географическое положение и т.д.;

4) [turizm.ru](http://turizm.ru) – это сайт-каталог путешествий, на нем собрана исчерпывающая информация о туризме в целом. Сайт включает в себя такие рубрики, как «Турфирмы», «Визы», «Расписание поездов», «Поиск тура», «Виды отдыха», «Новости туризма», «Погода» и др.

В заключении хотелось бы отметить, что коренное отличие Интернет-рекламы от рекламы в обычных СМИ заключается, прежде всего, в ее интерактивности: если фирма ежедневно следит за состоянием рынка, вносит новые спецпредложения, меняет направления согласно текущей конъюнктуре, то тогда она добивается успеха. Также, цены на рекламу в Интернете на порядок меньше, чем в обычных СМИ. Главное отличие Интернет-рекламы от печатной в том, что сотрудник фирмы может ее менять со своего компьютера в режиме он-лайн, тем самым оперативно реагируя на ситуацию на рынке или внутри компании. Веб-сайт фирмы может вместить неограниченное количество информации в отличие от остальных СМИ. Все эти особенности Интернет-рекламирования положительно влияют на развитие рекламы в Рунете и на развитие туризма.

Эффективность Интернет-рекламы при продвижении турпродукта зависит от специфики ее товара (туристских услуг) и заключается в том, что:

– туристская Интернет-реклама несет большую ответственность за истинность и точность продвигаемых с ее помощью сообщений, так как потенциальному клиенту необходимо получать достоверную информацию о предложениях турфирм в целях формирования качественного отдыха. Турфирмы, которые предоставляют истинную и точную информацию только выигрывают, получая соответствующий статус;

– специфика туристских услуг предполагает необходимость исполнения зрительных наглядных средств, более полно отражающих объекты туристского интереса, таким средством является Интернет-реклама, которая обеспечивает сильное воздействие и за счет того, что может не только рассказать и показать информацию качественно, в цвете, но и представить со звуком, в движении, в определенной последовательности, подчас в интерактивном режиме. В связи с этим покупатель может составить себе более широкое и точное представление о турпродукте.

Таким образом, преимущества Интернет-рекламы заключаются в ее дешевизне, непрерывности экспонирования, обновлении сайта, что способствует поддержанию непрерывного к нему интереса, доступности информации, соответствии интересам покупателей. Все эти особенности обуславливают эффективность Интернет-рекламы в продвижении турпродукта и процветания сферы туризма в целом. И сейчас есть все основания предполагать, что на туристическом рынке вряд ли будут конкурентоспособными те компании, которые сегодня игнорируют Интернет-технологии.

### **Список использованных источников и литературы**

- [1] Гуров Ф.Н. Продвижение бизнеса в Интернет: все о PR и рекламе в сети. – М., 2008.
- [2] Маркетинг / под ред. Эрлашвили. – М., 2005.
- [3] Назайкин А.Н. Медиапланирование на 100 %. 2-е издание. – М., 2007.

## **ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ МАЛОГО БИЗНЕСА В СФЕРЕ ТУРИЗМА**

*Рылова Н.И.  
Ясинская Т.В.*

Сфера туризма – это одна из наиболее динамично развивающихся сфер современной экономики, это сложная социально-экономическая система, которая постоянно совершенствуется. Целью большинства туристских фирм является ведение прибыльного и продолжительного бизнеса. Для достижения данной цели компаниям необходимо производить тот товар или услугу, который удовлетворял бы нужды потенциальных покупателей, тем самым, обеспечивая увеличение бизнеса. Немаловажную роль при этом играет и выбранная организационно-правовая форма предприятия.

Значительную долю туристического рынка занимает малый бизнес, это турагентства и мелкие туроператоры работающие на местных рынках, внутри своих регионов.

В основной массе турагентства представляют собой небольшие компании с незначительным капиталом и ограниченным рынком. Они не в силах оказать сколько-нибудь заметное влияние ни на поставщиков, ни на поведение покупателей. Подавляющая их часть имеют одинаковую структуру и размер, предлагают сходные туристские продукты по примерно равным ценам.

На туристическом рынке также присутствуют все организационно-правовые формы собственности.

Проведя анализ рынка туристских фирм России, по данным Федерального агентства по туризму и изучив реестр всех туроператоров, были выделены места, которые занимают организационно-правовые формы по своей распространенности: 1 место – Общества с ограниченной ответственностью (около 4600 организаций); 2 место – Закрытые акционерные общества (около 230 организаций); 4 место – Предприниматели без образования юридического лица (около 20 организаций).

В основном, при открытии турфирмы предпочтение отдают «ООО» и связано это именно с тем, что такая форма орга-

низация бизнеса менее рискованна: в случае банкротства выплаты по долгам компании не превышают размера ее уставного капитала, который минимум составляет 10 тысяч рублей. Действительно, сфера туризма изначально предполагает существенные риски для бизнесмена, именно поэтому турфирма, оформленная как юридическое лицо, застрахована больше: в крайнем случае, она рискует только своим капиталом и не более – это особенно удобно для турагентств.

Проанализировав проведенное исследование можно сделать вывод, что наиболее распространенными организационно-правовыми формами предпринимательства в туризме выступают: Общества с ограниченной ответственностью. Это можно объяснить такими преимуществами данной формы, как простота в организации, малый риск, в случае банкротства, возможность работать с несколькими учредителями, возможность расширения фирмы и открытие филиалов, высокий уровень доверия партнеров и клиентов, сочетание ограниченной и неограниченной ответственности. И менее распространенными, акционерные общества (открытые и закрытые) и Индивидуальные предприниматели.

Многие характерные особенности становления малого предпринимательства в России напрямую связаны с основными проблемами, мешающими развитию нормальных рыночных отношений и частного предпринимательства в целом. Для оценки уровня значимости этих проблем можно использовать данные социологических опросов на первом месте стоят налоги, затем несовершенство законодательства, инфляция, нестабильная экономическая ситуация, трудности получения кредитов и высокие ставки по ним, неплатежеспособность партнеров и клиентов, несовершенство банковской системы, нестабильная политическая ситуация, бюрократизм, коррупция в органах исполнительной власти, трудности с арендой помещений, недостаток информации, культуры, опыта, кадровые проблемы, рэкет.

Основные существующие или возможные проблемы у субъектов малого предпринимательства носят финансовый характер: отсутствие оборотных средств; отсутствие доступа к банковским кредитным услугам, как для решения проблемы с оборотными средствами, так и для реализации начатых или на-



меченных инвестиционных проектов; отсутствие свободного доступа к займам государственных и муниципальных фондов поддержки малого предпринимательства в связи с малыми размерами их финансовых активов и ограниченным бюджетным финансированием этих фондов; снижение спроса на продукцию, при неизменном уровне издержек грозит ухудшением показателей оборачиваемости капитала, снижением нормы прибыли и рентабельности бизнеса; риск неплатежей от контрагентов отказ от работы с некоторыми контрагентами, снижение прибыли, повышение рисков «затоваривания».

Если рассматривать проблему финансирования малого бизнеса, то тут одна из главных проблем является то, что многие банки, не проявляя особого желания вкладывать инвестиции в малые предприятия, объясняют это тем, что малый бизнес не будет настолько прибыльным, сколько крупные компании, поэтому окупаемость такого финансирования не перспективно. Кстати, здесь наши проблемы не отличаются от западных. И там финансовые структуры неохотно занимаются этим родом деятельности.

Большинство кредитных организаций, имеющих связи с малым бизнесом, находятся в регионах и не имеют достаточного оборотного капитала. В первую очередь кредиты получают те производства, продукция которых пользуется наибольшим спросом: переработка продуктов питания, деревообработка, разлив напитков, складские и транспортные услуги, легкая промышленность. И очень немногие занимаются финансированием инновационного бизнеса – новых наукоемких технологий, которые определяют будущее технологического прогресса.

Если рассматривать проблемы конкретного малого предпринимательства, то нельзя однозначно говорить, что общие проблемы малого бизнеса в целом будут являться проблемами одного конкретного предприятия. Тут важно учитывать также человеческий фактор с общими проблемами в совокупности.

Сами же руководители малых предприятий выделяют следующие причины: 44 % опрошенных главной причиной называют некомпетентность; 17 % – отсутствие управленческого опыта; 16 % – несбалансированный опыт: недостаток опыта в маркетинге, финансах, снабжении и производстве; 15 % – от-

сутствие опыта работы в отрасли; 1 % – небрежность в ведении дел; 1 % – мошенничество или бедствие; 6 % – иные причины, с которыми сталкиваются руководители малых фирм.

Стоит также отметить, что лишь малая часть руководителей предприятий имеют соответствующее образование.

Для туристического малого бизнеса присущи те же проблемы, что и для всего малого бизнеса в целом. Но малому бизнесу в туризме будут присущи свои, специфические риски. В связи со спецификой сферы деятельности бизнеса, для туристического агентства будут присущи внешние и внутренние риски.

Внутренние риски: 1. Сезонность. Одна из главных проблем в туристической отрасли является сезонность в туризме. Сезонность делится на две разновидности – годовая и недельная. Когда речь идет о годовой сезонности в туризме, это означает, что по определенным маршрутам спрос будет вырастать в летние месяцы и спадать в зимние, впрочем, иногда бывает и наоборот. Недельная сезонность в туризме подразумевает большее количество заявок на туры, к примеру, в субботу и воскресенье, и простаиванию работы по понедельникам. Также сезонность зависит от праздников, каникул и отпусков.

2. Расположение офиса. Офис, расположенный на задворках, может отнять у фирмы до 80% клиентов, одни из которых просто до него не дойдут, свернув в другие турагентства, попавшиеся на пути, а другие не решатся приобрести путевку в компании, офис которой имеет подобное размещение. Поправить ситуацию может яркая, интуитивно понятная система вывесок и внутреннее оформление агентства.

3. Персонал. Согласно статистике, принятие решения потребителем о покупке путевки на 40–50 % может зависеть от влияния менеджера турагентства. Им непременно нужно обладать знанием предлагаемого продукта, умением общаться с клиентом, предоставлять ему необходимую информацию, быть вежливыми и терпеливыми. Менеджеру турфирмы просто необходимо самому «болеть» своим делом, для того, чтобы он смог передать собственный восторг потенциальному клиенту.

4. Специализация. Чаще всего, выбор неприбыльного профиля работы связан с полным отсутствием анализа деятельности конкурентов. Пять турагентств могут ужиться на одном

этаже только в случае четкой дифференциации их продукта. Чем более популярным является предложение – тем большее значение приобретает удобное расположение офиса и отсутствие прямых конкурентов поблизости. А в том случае, если компания решает заниматься уникальным направлением – снижаются риски прямой конкуренции, но возникает риск полной зависимости от принимающей стороны и туроператоров, которые в любой момент по той или иной причине могут приостановить формирование туров в выбранную страну.

Внешние риски: 1. Отношения с туроператорами. Поскольку турагентства выполняют роль продавца туроператорского продукта, их репутация и устойчивость на рынке в большинстве своем зависит от качества этого самого продукта. В случае если поездка срывается по вине туроператора, клиент запомнит именно агентство, продавшее ему эту путевку, и вряд ли когда-либо в него вернется. Поэтому выбор туроператора – это задача, требующая действительно серьезного подхода. Решению вопроса может помочь посещение специализированных выставок, на которых представлены услуги ведущих туроператоров по всем направлениям.

2. Непредвиденные обстоятельства. Войны, теракты и катаклизмы являются наименее прогнозируемым риском в работе турагента и туроператора. Сложно предугадать как саму проблему, так и реакцию туристов на нее. В случае войны теряет и туроператор и турагент, продававший путевки на это направление и позиционировавший себя как специалист по данной стране. Теракты и стихийные бедствия сопровождаются резким снижением цен на данное направление и, соответственно, снижением дохода агентства. Масштабы обычно зависят от величины проблемы и времени освещения ее в прессе. Чем быстрее журналисты забывают о случившемся, тем быстрее бизнес снова входит в свое русло. Одним из способов продержаться во время тотального снижения спроса является наличие альтернативных направлений.

Наличие подобных рисков и количество ежегодно сходящих с арены туристических агентств доказывает то, что вопреки сложившемуся стереотипу, этот бизнес вовсе не является

таким простым, как кажется на первый взгляд. И как любое дело он требует тщательного и продуманного подхода.

Проанализировав современное состояние малого бизнеса нужно заметить, что на данном этапе в нашей стране он только начинает формироваться. Поэтому в этой области существует еще куча проблем. Конечно одна из самых насущных проблем, с которым сталкивается малый бизнес это законодательство в этой сфере. Еще одной весомой проблемой является финансирование. Механизм формирования и осуществления поддержки малого бизнеса может сложиться только под влиянием тех задач, которое поставит перед собой государство.

Конечно, сейчас ведется активные работы по упрощению жизни малому бизнесу. Банки все более охотно выдают кредиты малым предпринимателям, также все активнее разрабатывается государственная поддержка.

Конечно, основной проблемой из всех выше названных является проблема, главным образом, представляющая отношения малого бизнеса и государства.

К сожалению, в России система развития и поддержки малого предпринимательства осуществляется в условиях заметного ослабления государственного воздействия на данные процессы. Деятельность многочисленных государственных и полугосударственных структур поддержки малого предпринимательства сводится в ряде случаев к самообеспечению, фиксированию проблем и препятствий, возникающих перед предпринимателями, а реальная помощь носит единичный характер.

Для эффективного функционирования предприятий малого бизнеса необходимо дальнейшее развитие законодательной и нормативной базы, регулирующей их деятельность и учитывающей специфику малого предпринимательства. Совершенствование законодательной базы и правового регулирования предпринимательской деятельности через систему законов прямого действия позволит создать условия, способствующие свободе предпринимательства и устранению административного вмешательства в деятельность субъектов малого бизнеса. Предоставление равных условий всем хозяйствующим субъектам для входа на рынок, устранение административных барьеров, регламентация контролирующих функций государства, усиле-

ние государственной поддержки предпринимателей должны стать главными составляющими законотворческой деятельности государства, направленными на активизацию предпринимательской деятельности в России.

Основные направления государственной поддержки, для решения проблем малого бизнеса и стимулирующие рост малых предприятий:

1. Устранение административных ограничений для развития малого бизнеса, негативно влияющих на предпринимательский климат. Для этого необходима, ограничение административного вмешательства государства в хозяйственную деятельность предприятий малого бизнеса.

2. Необходимость скорейшего и резкого уменьшения налоговой нагрузки, прежде всего для начинающих предпринимателей. В этих целях надо применять кардинальные меры — вплоть до введения налоговых каникул на первые два года работы для новых малых предприятий.

3. Систематизация информации о потребностях малых предприятий в квалифицированных кадрах и реализация программы подготовки универсальных специалистов, обладающих навыками в области финансов, маркетинга и менеджмента и знакомых со спецификой малого предпринимательства.

4. Федеральное финансирование начинающих малых предприятий.

Не стоит забывать о решении второй по значимости проблемы малого бизнеса — финансирование. Основным источником для малого бизнеса будут собственные средства предпринимателя. Однако существуют три вида внешнего финансирования малых предприятий: Кредиты через банк, займы и за счёт бюджетного финансирования малого и среднего бизнеса.

Кредитование малого бизнеса довольно проблематично. Еще недавно банки скептически относились к предоставлению кредитов малому предприятию.

Однако в настоящее время наблюдается положительная тенденция в данном направлении. Банковские требования к «малым» заемщикам постоянно снижаются. Многие уже не настаивают на открытии счетов и переводе оборотов фирмы в свой банк, не требуют бизнес-плана и технико-экономического обос-

нования проекта. Снижаются также минимальные размеры ссуд и ставки кредитования. Хотя, в ближайшей перспективе ставки кредитования заемщиков малого бизнеса вряд ли опустятся ниже 15–16 %. Кредитование малого бизнеса предполагает определенный риск и высокие издержки, банки закладывают все это в процентную ставку. С другой стороны, рост конкуренции неизбежно ведет к снижению процента. Возможно, создание кредитного бюро или законодательные налоговые изменения, позволяющие легализоваться малому бизнесу, могли бы еще больше способствовать этому.

Наиболее интересный вариант для малого бизнеса – финансирование за счёт бюджета, так как в этом случае денежные средства возвращать не нужно, и процент за их использование не начисляется. Единственное, что нужно будет сделать - представить отчёт о целевом расходовании данной финансовой поддержки.

В рамках целевых программ, разработанных на общегосударственном уровне и в регионах, финансирование малого бизнеса осуществляется на определённых условиях. То есть, чтобы получить субсидии, предприятие должно соответствовать определённым требованиям, которые могут несколько отличаться в зависимости от конкретной программы поддержки малого бизнеса. Есть и обязательные условия, которые действуют для всех целевых программ.

К ним относятся следующие требования: предприятие должно быть включено в Единый реестр субъектов малого предпринимательства; предприятие не должно иметь задолженности по платежам в бюджет; отсутствие просроченной задолженности по кредитам.

Следует также учитывать, что бюджетное финансирование малого бизнеса в рамках различных программ проходит, в основном, на конкурсной основе.

В зависимости от конкретной программы финансирования малого бизнеса, в список субсидируемых затрат могут включаться затраты на аренду зданий и помещений, оплату транспорта, услуг сторонних организаций (например, юридических, бухгалтерских) и другие.

Подводя итоги вышесказанному можно отметить, что малый бизнес, безусловно, важен для общего развития страны. На сегодняшний день в России в малый бизнес наиболее развит в сфере услуг, в частности в туризме.

Сфера туризма является одной из прибыльных сфер деятельности. Также она является одной из самых популярных. Открытие турагентства не требует больших затрат и при этом приносит хорошую прибыль. Поток туристов с каждым годом все больше, а значит и увеличение «новичков» в турбизнесе постоянно растет. Такая тенденция решает вопрос с явной нехваткой в сфере малого бизнеса в стране.

Конечно, еще одним главным вопросам для предпринимателей остается форма собственности, под которой будет работать предприятия. На сегодняшний день предпочтения отдают обществу с ограниченной ответственностью. Связано это именно с тем, что такая форма организация бизнеса менее рискованна: в случае банкротства выплаты по долгам компании не превышают размера ее уставного капитала, который минимум составляет 10 тысяч рублей.

Но турагентства как форма малого бизнеса в туризме сталкиваются с теми же проблемами, что и весь сектор малого бизнеса. Поэтому недостаточно решение проблем только отдельных сфер, необходимо решать вопросы всего малого бизнеса на федеральном уровне. Одной мер, которой предприняло государство в решении проблемы финансирования это финансирование за счет бюджета. Такая программа дает дополнительный стимул начинающим предпринимателям.

Малый бизнес в туризме может привести к улучшению всей национальной экономики. И на фоне этих улучшений может стать реальной возможностью для развития малых форм хозяйствования, так как она имеет большой потенциал для привлечения предпринимательских ресурсов. Поэтому так важно капиталовложение в развитии именно в этой сфере. Подводя итоги вышесказанному нужно отметить, что малый бизнес, безусловно, важен для общего развития страны. На сегодняшний день в России в малом бизнеса наиболее развита сфера услуг, в частности туризм.

## ИССЛЕДОВАНИЕ ТУРИСТСКОГО СПРОСА СТУДЕНТОВ

*Шевчук А.В.*

*Научный руководитель д.г.н. М.А. Саранча*

Спрос на туристские услуги за последние годы претерпел значительные изменения. В связи с развитием в нашей стране рыночных отношений, расширением возможностей внешне-экономической деятельности значительно возрос интерес к туризму. Туризм стал социально-экономическим явлением, сочетающим в себе потребительский спрос и предложение, где рыночные аспекты экономики и социально ориентированные цели направлены на развитие общества.

Исследование туристского спроса во многом определяется практической значимостью для потребителей (студентов) и производителей, которые ориентируются на существующий спрос на рынке туристических услуг.

В эпоху глобализации туризм рассматривается как инструмент экономики. Переход к рыночным отношениям, функционирование туристских организаций и возможность выполнения ими социально-культурной миссии, предполагает сложную систему отношений между поставщиками и потребителями соответствующих услуг. В основе, которой находится динамичная система – спрос [1].

Спрос и туристическое предложение, являются ключевыми категориями, углубленное познание которых имеет основополагающее значение для современного туристического рынка. Практически любое предприятие, имеющее отношение к туризму, заинтересовано в получении надежной информации о спросе, что в особенности касается прогнозов на будущее. Поскольку от данного показателя зависит состояние туристического бизнеса и возможности принятия долгосрочной программы развития туризма [2, 3].

Туристский спрос – динамическая категория, с характерными особенностями и отличиями, присущими только ему: динамизм, гетерогенность, комплексность, эластичность, сезонность и др. Туристские потребности, следовательно и спрос, ме-



няются вместе с разрывом общества. Некоторые из них видоизменяются, отмирают старые, возникают новые. Потребности постоянно расширяются и становятся богаче.

Теоретические исследования микроэкономики показали, что спрос на товар, прежде всего, характеризует желание купить, именно желание отличает спрос от простого «хотения» заполучить то или иное благо [4]. Принимая решение о поездке, человек должен сначала определиться, собирается ли он вообще приобретать какой-либо туристский продукт или он отдает предпочтение другим товарам и услугам. Если индивид желает участвовать в туризме, перед ним встает проблема дальнейшего выбора. Потребление всегда ограничено размером дохода и ценами на товары и услуги. Уровень доходов и покупательная сила денег, устанавливает пределы потребления, тем самым, определяя спрос. Туристский спрос опирается на экономическую модель поведения потребителя, объясняющую, как люди делают свой выбор в пользу тех или иных товаров и услуг [5].

В концепции туристского спроса приоритетное место отводится потребителю, чьи нужды и желания предполагается удовлетворять.

Потребительское поведение рассматривается как процесс формирования спроса покупателей, отдающих предпочтение товарам с учетом цен, личного бюджета и их собственных денежных доходов [6].

Несмотря на значительное количество маркетинговых исследований, посвященных потребительскому поведению и научных работ по теории и практике туризма (Ф. Котлера, И.С. Березиной, А.П. Дуровича, А.А. Алексеева, И.А. Аренкова, З. Баумана, Ж. Бодрийяра, И.В. Алешинной, Б.А. Соловьев, О.В. Воронкова, И.Д. Афанасенко, П. Баскакова, М.Б. Биржакова, В.А. Квартального, В.Б. Сапруновой, Б.А. Соловьева, А.Ю. Александровой, Е.Н. Ильиной и др.) в настоящее время отсутствуют специализированные методики изучения поведения потребителей на рынке туристических услуг. Источники и научные разработки по этой проблеме очень разнородны, противоречивы и недостаточно глубоко разрабатывают пути ее решения. Это обусловило выбор цели исследования.

Целью научной работы является исследование туристского спроса студентов высших учебных заведений города Ижевска.

В ходе маркетингового исследования туристского спроса, для сбора первичных данных использовался опрос (в виде анкеты) [7]. Акцент был сделан на исследовании потенциальных потребителей – студентов, как наиболее активного и перспективного сегмента туристического рынка.

В опросе приняли участие 108 студентов ФГБОУ ВПО «УдГУ», Биолого-химического факультета (бакалавры, магистранты, аспиранты). В ходе исследования было опрошено 26 мужчин (24 %) и 82 женщины (76 %), что соответствует примерной демографической структуре населения. Среди опрошенных 64,9 % респондентов – в возрасте от 18–23 лет, 13,8 % – от 23–25 лет, 15,8 % – старше 25 лет, 5,5 % респондентов находятся в возрасте до 18 лет. Из них бакалавры – 76,8 %, магистранты – 18,5 %, аспиранты – 4,6 %.

При определении других демографических параметров было выявлено, что 52,7 % – не замужем, 16,6 % – респондентов имеют статус не женат, 23,2 % – замужем, 7,5 % – женатых.

В ходе исследования была выявлена закономерность, что частота путешествий находится в прямой зависимости от ежемесячного дохода респондентов. По доходу распределение выглядит следующим образом: 33,3 % респондентов – имеют доход от 5–10 тысяч рублей, 26,8 % – от 10–20 тысяч рублей, 25% имеют доход до 5 тысяч рублей, 14,9 % – свыше 20 тысяч рублей.

По интенсивности потребления туров среди опрошенных студентов совершают туристические поездки: 74% – 1 раз в год, 20,3% опрошенных – 2-3 раза в год и 5,7% – респондентов (студентов) совершают более 4 туров в течение года. В предпочтении отдыха за границей и по России, доминирующими направлениями туризма среди респондентов являются поездки по России, об этом свидетельствует процентное соотношение: 70,4% – потребление туров по России и 29,6% – отправляются за границу.

Общую динамику туристского спроса можно проследить при анализе предпочтений в видах отдыха в зависимости от возраста, уровня образования и семейного положения, где была выявлена следующая зависимость.

В зависимости от возраста большим спросом у опрошенных респондентов в качестве предпочитаемого вида отдыха, пользуется, пляжный туризм (30%) и экстремальный туризм (26,1%). Экскурсионный туризм (16,8%) и познавательный туризм (15,9%) имеют средние показатели по процентному соотношению, лечение (8,3%), низкий показатель спроса имеет спортивный туризм (2,8%).

В зависимости от образования, предпочтения в видах отдыха, имеют схожие показатели, полученные в предыдущем ответе. Самые высокие предпочтения респонденты отдают пляжному (35,9%) и экстремальному туризму (32,5%), познавательный (12,9%), экскурсионный (9,9%), спортивный туризм (4,9%). И самый низкий процентный показатель имеет лечение (3,6%).

При определении предпочтений потребителей по видам отдыха, в зависимости от семейного положения, представлены следующие данные. Самый высокий показатель спроса имеет пляжный туризм (36,8%), экскурсионный туризм (23,7%), также характеризуется повышенным спросом, чего ранее не было обнаружено. Лечение (17,5%) и экстремальный туризм (11,3%), респондентов в зависимости от семейного положения, имеют одинаковый уровень спроса. Познавательный туризм имеет не высокий показатель спроса среди респондентов (7,9%). Самый низкий показатель у спортивного туриста (2,7%).

Проранжировав полученные данные, наибольшим спросом среди студентов УдГУ, БХФ можно выделить следующие предпочтения в видах отдыха: 1) пляжный туризм (34,3%), 2) экстремальный туризм (23,3%), 3) экскурсионный туризм (16,8%), 4) познавательный туризм (12,3%). В значительно меньшей степени пользуются спросом, следующие туристические направления: 5) лечение (9,8%) и 6) спортивный туризм (3,5%).

Помимо предпочтений, в видах отдыха, центральным фактором определяющим туристский спрос, является цена на турпродукт либо услугу об этом свидетельствуют полученные данные: 25 % – респондентов готовы потратить на отдых от 500 \$, 23,2 % – от 300 \$ на одного человека за 10 дней, 14,9 % – респондентов готовы исходить из бюджета не более 100 \$ на человека за 10 дней, 15,7 % – респондентов готовы потратить на отдых 700 \$, 12 % – готовы потратить на отдых 900 \$, 7,4 % –

1100 \$, 1,8 % – 1300 \$. Таким образом, общая выборка участников опроса, имеет 3 основных сегмента по уровню отдыха: а) малобюджетный – 37,9 % с уровнем цены от 100–300 \$; б) средний бюджет 500–700 \$ (40,9 %); в) высокий бюджет от 900–1300 \$ (21,2 %).

Исследование показало, что туризм имеет важное значение в системе социально-экономических отношений, специфика которого отражается в особенностях рыночных категорий: спроса и предложения.

Туристский спрос формируется на основе выражения потребности студентов. Главной целью, которого выступает получение разнообразных впечатлений, определяемых особенностью турпродукта.

Туристское потребление связано в основном с получением рекреационных, реабилитационных, лечебных, образовательных, спортивных, экстремальных и прочих услуг, соответствующих различным классификациям видов туризма, а также впечатлений их сопровождающих.

Доминирующими направлениями туристского спроса среди студентов Биолого-химического факультета являются поездки по России (70,4 %). Только 29,6 % совершают зарубежные туристические поездки, что позволяет сделать вывод об ограниченной емкости данного сегмента в настоящее время.

На туристическое потребление студентов влияют определенные критерии и характеристики, которые как стимулируют, так и ограничивают спрос:

- уровень дохода,
- пол,
- образование,
- принадлежность к социальному классу,
- личностные факторы,
- образ жизни,
- поведенческие принципы,
- мнения,
- мода,
- повод в приобретении тура,
- искомые выгоды,
- статус пользователя.

Ключевым фактором, тормозящим расширение туристского спроса, являются низкие доходы значительной части студентов (33,3% – доход от 5–10 тысяч рублей).

Общую динамику туристского спроса респондентов, можно трактовать исходя из социо-демографических показателей и предпочтений в видах отдыха. Таким образом, наиболее интересные направления развития туризма можно выделить: 1) пляжный отдых (34,3%), 2) экстремальный туризм (23,3%) и 3) познавательный туризм (12,9%).

Туристский спрос следует трактовать как процесс потребления товаров и услуг, направленный на удовлетворение разнообразных потребностей студентов, характеризующийся взаимосвязанностью, взаимозависимостью и взаимодополнением отдельных товаров и услуг. Предполагающей как получение фундаментальной пользы (лечение, отдых, образование и т.п.) от посещения туристской дестинации.

Для развития туристского спроса должен постоянно проводиться анализ состояния потребительского спроса студентов, комплексы мероприятий, позволяющие его активизировать.

### **Список использованных источников и литературы**

- [1] Бауман З. Последствия для человека и общества / Пер. с англ. – М.: Издательство «Весь мир», 2004. – 188 с.
- [2] Боголюбов В.С., Орловская В.П. Экономика туризма. М.: Академия, 2005. – 192 с.
- [3] Голиков М.Н. Микроэкономика: Учебно-методическое пособие для вузов.–Псков: Изд-во ПГПУ, 2005. – 104 с.
- [4] Гальперин В.М. Микроэкономика: В 2-х т. / В.М.Гальперин, С.М.Игнатьев, В.И Моргунов; Общая редакция В. М. Гальперина. – СПб.: Экономическая школа, 1999. Т.1. – 349 с. Т.2. – 495 с.
- [5] Александрова А.Ю. Международный туризм: Учебник. М.: Аспект Пресс, 2002. – 470 с.
- [6] Алешина И.В. Поведение потребителей: Учебное пособие для вузов. М.: ФАИР-ПРЕСС, 2000. – 384 с.: ил.
- [7] Дурович А.П. Маркетинг в туризме: Учебное пособие. - Минск: Новое знание, 2003. – 496 с.

## ИЗУЧЕНИЕ ПОТРЕБНОСТЕЙ СТУДЕНЧЕСКОЙ МОЛОДЕЖИ Г. ИЖЕВСКА В ОРГАНИЗАЦИИ ДОСУГА

*Т.Н. Корякина,  
П.Л. Пудова,  
И.А. Гай*

Студенческая молодежь — основной стратегический и интеллектуальный ресурс обновляемой России. Сегодняшняя российская молодежь участвует в модернизации страны, в построении социально-ориентированной экономики. Между тем постоянно меняющиеся условия жизни вынуждают молодых людей соответствовать новым реалиям, вести постоянный поиск новых форм идентичности, вырабатывать свою жизненную позицию, созидать свой культурный мир [4]. Особенности социокультурного положения студенческой молодежи преломляются в его досуге, который по сравнению с досугом других возрастных групп отличается разнообразием и преобладанием активных и развлекательных форм.

Досуг является непосредственным предметом изучения социологов. На современном этапе понятие «досуг» определяется как часть нерабочего времени, которая остаётся у человека после исполнения непреложных непроеизводственных обязанностей [2]. Несмотря на то, что сфера досуга не является непосредственно ни социальным институтом, ни социальной организацией, в ней реализуют свои функции многие институты и организации. В первую очередь, это институты и организации культуры: кино, театры, музеи, СМИ, физическая культура и спорт, образование и т.д.

В молодежной среде, как в самой динамичной социальной группе, наиболее ярко проявляются новые формы досуговой деятельности, часто меняется их характер и содержание форм. Современные виды молодежной досуговой деятельности обладают особенностями, заметно отличающими их от традиционных видов, более соответствующими сложившимся условиям [3]. Именно в сфере досуга молодежь проявляет свою наибольшую индивидуальность, так как эта сфера не оказывает институционального давления на молодого человека и содержит в

себе огромный выбор занятий и разновидностей времяпрепровождения.

На базе ФГБОУ ВПО «Удмуртский государственный университет» студентами 4 курса Института социальных коммуникаций специальности «Организация работы с молодежью» было проведено исследование, целью которого стало выявление особенностей досуговой деятельности студентов ВУЗов г. Ижевска. В опросе приняли участие 170 студентов (75 % женщин и 25 % мужчин) Удмуртского государственного университета (УдГУ, 33 %), Ижевского технического государственного университета (ИжГТУ, 25 %), Ижевской государственной медицинской академии (ИГМА, 30 %) и Ижевской государственной сельскохозяйственной академии (ИжГСХА, 12 %).

Анализ результатов опроса показывает, что большинство студентов (37 %) определяют досуг как свободное от работы/учебы время, любые занятия в свободное время. 15% опрошенных основным элементом досуга считают занятия по саморазвитию, 13 % определяют досуг как время отдыха.

Анализ результатов опроса показывает, что в досуговой деятельности студентов преобладают занятия, связанные с отдыхом и саморазвитием. Опрос показал, что самыми популярными формами времяпрепровождения студентов являются: прогулки на природе (55 %), занятие своим хобби (44 %) и посещение ночных клубов (40 %).

Среди факторов, мешающих полноценному проведению досуга, оказываются недостаток свободного времени (65 %) и материальные трудности (52 %). По результатам опроса 54 % студентов не хватает времени, которым они располагают, на досуг, 34 % опрошенных вполне достаточно имеющегося времени и 12 % затруднились ответить. На вопрос «Достаточно ли Вам денежных средств для Вашего отдыха?» 41 % студентов ответили «денег недостаточно, чтобы провести отдых так, как хочется, но есть возможность отдохнуть, немного ограничивая себя», 24 % ответили, что для их досуга наличие денег необязательно, 20 % утверждают, что денежных средств недостаточно, 15 % студентов, напротив, денежных средств для отдыха достаточно.

Студенты в основном предпочитают проводить свое свободное время с друзьями (43 %). 11 % предпочитают отды-

хоть с семьей, 24 % – с любимым человеком, 9 % – в одиночестве. Также 13 % студентов отметили, что проводят свой досуг в равной степени охотно и с друзьями, и с семьей, и с любимым человеком.

Приоритетом при выборе форм досуга для студентов ВУЗов г. Ижевска является в первую очередь интерес (54 %). Удобное время (14 %) и подходящая компания (14 %) так же являются приоритетом. Для 9 % важна стоимость и для 3 % – удобное месторасположение. 6 % отметили, что приоритетными являются несколько факторов в совокупности: удобное время, подходящая компания и стоимость.

Для значительного числа студентов (81 %) свободным для организации досуга является вечер (до 23 часов). 10 % опрошенных свободны ночью, 6% – днем (до 17 часов) и 3 % – утром (до 10 часов).

Опрос показал, что 22 % студентов полностью удовлетворены качеством своего досуга, 60 % – удовлетворены лишь частично, 16 % – совсем не удовлетворены

В заключение, студентом был задан вопрос «Что бы Вы предложили для организации досуга студенческой молодежи города Ижевска?». Около 20 % опрошенных считают необходимым увеличить количество общих межвузовских мероприятий, студенческих конкурсов и фестивалей, 14 % – повысить доступность досуговой деятельности (льготы на посещение театров, концертов, а особенно – спортивных секций и комплексов). Чуть больше 10 % студентов г. Ижевска отметили недостаточную информационную поддержку досуговых мероприятий и предложили увеличить рекламные компании студенческих фестивалей и конкурсов. Такое же число опрошенных считают необходимым создание большего числа площадок для самореализации студентов, проведение бесплатных мастер-классов и тренингов.

Таким образом, сегодня досуг студенческой молодежи г. Ижевска не сводится лишь к развлекательным мероприятиям, а представляет собой сферу удовлетворения духовных и культурных потребностей студентов, площадку для самореализации и самосовершенствования. Досуг предстает как общественно осознанная необходимость. Общество заинтересовано в эффективном использовании свободного времени молодых людей –



в целом социально-экологического развития и духовного обновления всей нашей жизни, поэтому необходимо снизить факторы, мешающие молодому поколению качественно организовывать свой досуг, и учитывать потребности и пожелания студентов при организации досуговых мероприятий.

### **Список использованных источников и литературы**

- [1] Азарова. Р.Н. Педагогическая модель организации досуга обучающейся молодежи // Педагогика. – 2005. – № 1. – С. 27–32.
- [2] Кабадейцева О.В. Эволюция понятия «досуг молодежи» в истории социологических концепций // Современные Исследования Социальных Проблем (Электронный Научный Журнал). – 2011. – №3, том 7.
- [3] Седова Н.Н. Досуговая активность молодёжи // Социологические исследования. - 2009. - № 12. – С. 56–59.
- [4] Ситаров В. А., Шутенко А. И., Шутенко Е. Н. Психологические особенности социокультурного облика студенческой молодежи // Современные Исследования Социальных Проблем (Электронный Научный Журнал). – 2009. – №2.

## **РАЗДЕЛ 4. ПОДГОТОВКА КАДРОВ ДЛЯ ТУРИСТСКОЙ ОТРАСЛИ**

### **РАЗРАБОТКА КОМПЕТЕНТНОСТНОЙ МОДЕЛИ ВЫПУСКНИКА БАКАЛАВРИАТА ПО НАПРАВЛЕНИЮ ПОДГОТОВКИ «ТУРИЗМ» НА ОСНОВЕ МЕТОДОЛОГИИ TUNING**

*Акатьева Л.В.,  
Бронникова Я.Н.*

Туризм является мировой индустрией, с каждым годом набирающей все большие и большие обороты. В ближайшие годы туристские рынки развитых индустриальных стран будут стабильно расти вследствие увеличения доступности туризма для более широких слоев общества и частоты туристских поездок [6].

Роль человеческого фактора в туризме велика. В настоящее время около 100 млн людей во всем мире заняты в туристской индустрии. Они обслуживают около полмиллиарда туристов в год, причем их количество ежегодно растет [10].

Человеческий фактор в сфере туризма является определяющим в формировании качества обслуживания. Это указывает на неоспоримую важность подготовки профессиональных кадров для туристской сферы. Только образованный, соответствующим образом подготовленный специалист способен создать конкурентоспособный продукт и реализовать его на рынке туристских услуг [9].

24 октября 2007 г. был подписан закон о введении в России двухуровневой системы высшего образования. Этот акт явился следствием вступления России в так называемый Болонский процесс [5]. Став участником Болонского соглашения, государство разработало и приняло федеральные стандарты

третьего поколения, которые носят ярко выраженный компетентностный характер [7].

Компетентностный подход в образовании является объектом множества исследований.

В частности, А.Г. Бермус подчеркивает, что компетентностный подход рассматривается как современный коррелят множества более традиционных подходов (культурологического, научно-образовательного, дидактоцентрического, функционально-коммуникативного и др.) [11].

Компетентностный подход, по мнению О. Е. Лебедева, – это совокупность общих принципов определения целей образования, отбора содержания образования, организации образовательного процесса и оценки образовательных результатов. К числу таких принципов относятся следующие положения:

1. Смысл образования заключается в развитии у обучаемых способности самостоятельно решать проблемы в различных сферах и видах деятельности на основе использования социального опыта, элементом которого является и собственный опыт учащихся;

2. Содержание образования представляет собой дидактически адаптированный социальный опыт решения познавательных, мировоззренческих, нравственных, политических и иных проблем;

3. Смысл организации образовательного процесса заключается в создании условий для формирования у обучаемых опыта самостоятельного решения познавательных, коммуникативных, организационных, нравственных и иных проблем, составляющих содержание образования;

4. Оценка образовательных результатов основывается на анализе уровней образованности, достигнутых учащимися на определенном этапе обучения.

Компетентностный подход не приравнивается к знаниево-ориентированному компоненту, а предполагает целостный опыт решения жизненных проблем, выполнения профессиональных и ключевых функций, социальных ролей, компетенций. Его основная цель – научить учиться.

Для успешной реализации компетентностного подхода в профессиональном образовании необходимо выполнение следующих условий:

1. Наличие компетентностной модели выпускника (функциональной карты специалиста), в которой отражены его основные функции и компетенции;
2. Определение конкретной цели обучения;
3. Определение конкретных способов достижения цели;
4. Формулирование конкретных результатов обучения в форме конкретных компетенций;
5. Наличие в учебном заведении соответствующей среды обучения и квалифицированных в модульно-компетентностном обучении преподавателей [4].

До сих пор не существует единства в понимании сущности терминов «компетенция» и «компетентность». Понятие «компетентность» используется для описания конечного результата образования.

Компетенция предстает как компонент качества человека, некая группа его свойств, определяющих его способность (возможность, приспособленность, пригодность) выполнять определенную группу действий или определенный комплекс задач того или иного вида деятельности.

Определение, предложенное в европейском проекте TUNING, звучит так: «...понятие компетенций и навыков включает знание и понимание (теоретическое знание академической области, способность знать и понимать), знание как действовать (практическое и оперативное применение знаний к конкретным ситуациям), знание как быть (ценности как неотъемлемая часть способа восприятия и жизни с другими в социальном контексте).

Как видно из этого определения TUNING, компетенция представляет собой динамичное сочетание знания, понимания, навыков и способностей. Развитие компетенции является целью образовательных программ [13].

Наиболее предпочтительным видится моделирование элементов будущей профессии в учебной деятельности, состав-

ление компетентностной модели выпускника и использование ее для коррекции и конечной оценки обучения.

М.Н. Юрьева и Л.Н. Макарова определяют, что модель выпускника – это описание того, к выполнению каких функций он должен быть подготовлен и какими качествами обладает; она служит ориентиром того, чем должен завершиться процесс личностно-профессионального становления выпускника вуза [12].

К.А. Аветисян говорит о том, что использование моделей компетенций позволяет оценить конкретные результаты проделанной работы за определенный период времени, проанализировать достигнутые успехи и причины неудач [1].

Российские исследователи Кузьминова Я.И., Пузанкова Д.В., Федорова И.Б., Шадрикова В.Д. дифференцируют квалификационную модель и компетентностную модель выпускника, где последняя менее жестко привязана к конкретному объекту и предмету труда. Это обеспечивает мобильность выпускников в изменяющихся условиях рынка труда».

Они же определяют, что компетентностная модель выпускника – это необходимый для данного уровня направления (специальности) набор компетенций, которые следует достигнуть по окончании вуза. Конкретная модель по конкретному направлению и специальности будет отличаться целями, функциями, компетенциями, качествами, знаниями, решающими правилами и критериями достижения цели, информационным обеспечением. Модель выступает системообразующим фактором для отбора содержания образования и форм его реализации в учебном процессе [8].

ФГОС ВПО 43.03.02 «Туризм» (уровень бакалавриата), вступивший в силу с 2013 г., содержит требования к подготовке выпускника, выраженные в компетенциях: общекультурных, общепрофессиональных, профессиональных и профессионально-прикладных. Данный ФГОС устанавливает требования к программам бакалавриата по направлению подготовки «Туризм», по итогам освоения которых, присваивается квалификация «академический бакалавр» и к программам бакалавриата, по итогам освоения которых, присваивается квалификация «прикладной бакалавр».

Целью проведенного нами исследования стала оценка состава компетенций, представленного в ФГОС ВПО по направлению подготовки «Туризм», представителями целевых групп, к которым мы относим – представителей академического и профессионального сообщества, студентов выпускных курсов по направлению подготовки.

В качестве ожидаемого результата исследования должна стать компетентностная модель бакалавра туризма, состоящая из компетенций, получивших высокую оценку во всех группах респондентов. Данная модель может послужить ориентиром для формирования содержания образовательных программ, методов и средств обучения.

Исследование реализовывалось в пять этапов:

1. Определение состава компетенций, при необходимости – расширение и дополнение числа профессиональных компетенций стандарта;
2. Разработка анкеты для трех групп сообществ: работодателей, профессорско-преподавательского состава и студентов;
3. Формирование выборок и проведение исследования;
4. Анализ результатов исследования по каждой из выборок и обобщение результатов исследования по всем выборкам;
5. Построение итоговой компетентностной модели.

За основу был взят состав компетенций, представленный в ФГОС ВПО по направлению подготовки «Туризм», также мы включили ряд компетенций, получивших высокие оценки в степени важности для профессиональной деятельности в сфере туризма, выделенные в процессе реализации проекта Tuning [3]. Следует отметить, что по содержанию ряд компетенций совпадают, но формулировки в перечнях Tuning более лаконичны, что также являлось направлением анализа.

Основные задачи анкетирования были следующие:

- инициировать общую дискуссию в области компетенций, основанную на консультациях с основными заинтересованными сторонами – работодателями, студентами и преподавателями;
- получить актуальную информацию для анализа и оценки имеющегося представления о составе компетенций, включенных в ФГОС ВПО;

– сравнить полученные данные с целью выявить общие тенденции и особенности по каждой группе респондентов, особый интерес для нас представляло мнение представителей профессионального сообщества;

– выявить наиболее значимые компетенции для всех групп респондентов, для включения их в компетентностную модель выпускника.

За основу разработки анкеты были взяты рекомендации, предложенные В. И. Байденко [2.], и описание исследования международного проекта Tuning [3]. Респондентам предлагались анкеты с одинаковым набором компетенций, для которых необходимо было определить их важность в профессиональной деятельности и реальный уровень реализации в учебных программах высшего профессионального образования по направлению «Туризм». Предлагалась шкала от 1 до 4 баллов, где 1 – не важно/нулевой уровень, 2 – маловажно/низкий уровень, 3 – весьма важно/значительный уровень, 4 – очень важно/высокий уровень. Также для каждой группы компетенций респондентам предлагалось выделить 5 наиболее важных. Анализ полученных данных позволил выделить наиболее значимые компетенции по всем четырем группам респондентов. Время проведения опроса с 01.03.2014 по 07.04.2014.

Исследовательская разработка согласованной с целевыми группами компетентностной модели осуществлялась нами на базе кафедры теории и практики социальных коммуникаций Института социальных коммуникаций Удмуртского государственного университета. Кафедра теории и практики социальных коммуникаций (ТПСК) создана 4 мая 1998 года, является структурным подразделением Института социальных коммуникаций (ИСК). С момента создания кафедра готовила студентов по специальности «Социально-культурный сервис и туризм» (СКСиТ), в настоящее время осуществляет подготовку по направлению «Туризм». Кафедра реализует подготовку студентов по программам бакалавриата и магистратуры.

Обобщенная характеристика выборок представлена следующим образом: работодатели – 19 чел., представляющие туристские предприятия города Ижевска; профессорско-препода-

вательский состав кафедры ТПСК — 11 чел., осуществляющие профессиональную подготовку выпускников по туризму; студенты — 23 чел., обучающиеся по направлению подготовки «Туризм» на выпускных курсах. Сводные данные по выборке представлены в таблице 1.

Таблица 1

ППС	Работодатели	студенты	всего
11	19	23	53

Одной из основных задач данного исследования являлась выработка согласованного набора общекультурных и профессиональных компетенций бакалавра туризма. Результаты исследования по составу компетенций анализировались нами по двум направлениям:

1. Сравнительный анализ выраженности показателей значимости компетенций для профессиональной деятельности и уровень их достижения (сформированности) в университете;

2. Анализ особенностей ранжирования компетенций по степени значимости.

Рис. 1 демонстрирует важность общекультурных компетенций и уровень достижения этих результатов выпускниками вуза, по мнению всех групп респондентов. Согласно методологии Tuning, на которую мы опирались, формируя анкеты для опроса и анализируя его результаты, внимания заслуживают те значения, которые равны либо превышают 3,0 балла по шкале оценки (ось Y).

Видно, что уровень достижения общекультурных компетенций имеет более низкую область значений, чем их важность. Следовательно, уровень формирования общекультурных компетенций, достигнутый в результате обучения, оценивается работодателями не очень высоко. Разрыв между значениями уровня достижения и важности компетенций является релевантным – эти значения заметно отдалены друг от друга.

Рис. 2 демонстрирует важность профессиональных компетенций и уровень достижения этих результатов выпускниками вуза, по мнению всех групп респондентов. Как видно уровень



достижения профессиональных компетенций также имеет более низкую область значений, чем их важность.

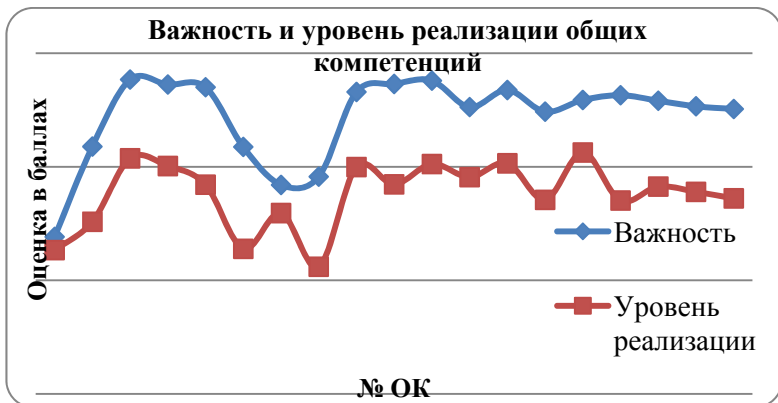


Рис. 1. Соотношение уровня важности общекультурных компетенций и их реальной реализации в учебных программах вуза

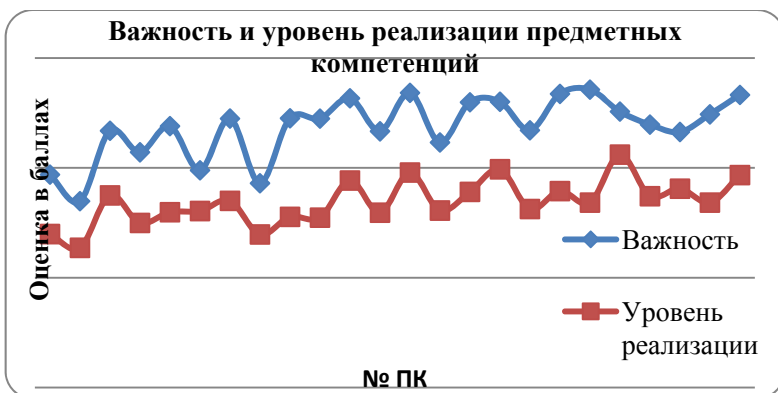


Рис. 2. Соотношение уровня важности профессиональных компетенций и их реальной реализации в учебных программах вуза

Рис. 3 демонстрирует обобщенный рейтинг общекультурных компетенций, составленный на основе предпочтений респондентов.



Рис. 3. Обобщенный рейтинг общекультурных компетенций по всем группам респондентов

Рис. 4 демонстрирует рейтинг профессиональных компетенций, составленный на основе предпочтений по каждой группе респондентов.



Рис. 4. Обобщенный рейтинг профессиональных компетенций по всем группам респондентов

В результате обработки данных мы выделили ряд общих и предметных компетенций, которые составили основу компетентностной модели бакалавра туризма (таблица 2, таблица 3).

Таблица 2

Общие компетенции
1. Способность общаться на родном и иностранном языке
2. Способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия
3. Способность работать в команде, толерантно воспринимать социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия
4. Способность определять, формулировать и решать проблемы
5. Знание и понимание предметной области профессии
6. Способность к самоорганизации и самообразованию
7. Способность находить, обрабатывать и анализировать информацию из разных источников
8. Способность поддерживать качество выполняемой работы и достижение результата
9. Способность действовать социально ответственно

Таблица 3

Профессиональные компетенции
1. Способность к общению с потребителями туристского продукта, обеспечению процесса обслуживания с учетом требований потребителей и (или) туристов
2. Способность организовать и осуществлять реализацию туристского продукта
3. Способность организовать процесс обслуживания потребителей и (или) туристов
4. Способность к разработке туристского продукта

5. Способность к продвижению и реализации туристского продукта с использованием информационных и коммуникативных технологий
6. Способность использовать методы мониторинга рынка туристских услуг
7. Способность разрешать конфликты и осуществлять эффективные коммуникации с клиентами
8. Готовность к применению инновационных технологий в туристской деятельности и новых форм обслуживания потребителей и (или) туристов
9. Способность использовать в работе туристской организации информационные технологии и офисную технику
10. Способность к кооперации с партнерскими организациями
11. Способность рассчитать и проанализировать затраты деятельности предприятия туристской индустрии, туристского продукта в соответствии с требованиями потребителя и (или) туриста, обосновать управленческое решение

Таким образом, исследование по оценке компетентностной модели выпускника бакалавриата по направлению «Туризм», представленной в виде компетенций ФГОС ВПО позволило сделать несколько важных для последующего анализа выводов:

Во-первых, уровень важности компетенций и уровень их сформированности в вузе имеет значимые различия.

Во-вторых, формирование ядра компетентностной модели в виде наиболее значимых для целевых групп компетенций обусловит необходимость разработки инновационных технологий обучения и воспитания, ориентированных на творческое саморазвитие и творческую самореализацию личности, формирование ценностных ориентаций, развитие лидерских качеств и социальной активности.

В-третьих, целостный образ результата образования или модель выпускника вуза (направления, специальности) необходимо разрабатывать профессорско-преподавательским составом вузов, и прежде всего выпускающих кафедр, с подключением

экспертов на региональном уровне. Состав и структура каждой компетенции, входящей в модель выпускника по направлению или специальности, подлежат наполнению, изучению и проверке практикой. Для развивающего профессионального образования особенную актуальность представляет определение и постоянная корректировка состава личностных и профессиональных качеств.

### **Список использованных источников и литературы**

- [1] Аветисян К.А. Возможности применения компетентного подхода в практике управления человеческими ресурсами. – Режим доступа: <http://www.be5.biz/ekonomika1/r2012/3064.htm>
- [2] Акатьева, Л. В., Богданова Л.П. и др. Ключевые ориентиры для разработки и реализации образовательных программ в предметной области «Туризм»/под ред. Дюкарев И., Университет Деусто (Испания), Ковтун Е., МГУ им. Ломоносова (Россия). Publicaciones de Universidad de Deusto. Apartado 1-48080 Bilbao, e-mail: publicaciones@deusto.es. Deposito legal: BI-822-2013. Impreso en Espana.
- [3] Байденко В. И. Выявление состава компетенций выпускников вузов как необходимый этап проектирования ГОС ВПО нового поколения: Методическое пособие / В.И. Байденко. — М.: Исследовательский центр проблем качества подготовки специалистов, 2006. — 72 с.
- [4] Быковская А.Б. Компетентностный подход в образовании. – Режим доступа: <http://nsportal.ru/shkola/raznoe/library/kompetentnostnyy-podhod-v-obrazovanii>
- [5] Власова Е.М. Проблемы перехода российского общества к двухуровневой системе высшего образования. – Режим доступа: <http://teoria-practica.ru/-1-2014/sociology/vlasova.pdf>

- [6] Горенштейн М. Международный туризм: состояние и перспективы развития. – Режим доступа: <http://milanas.info/2010/04/04/международный-туризм-состояние-и-пер/>
- [7] Деревякина А. В. Подготовка бакалавров по туризму как проблема профессионального образования // Проблемы и перспективы развития образования: материалы III междунар. науч. конф. январь 2013 года. – Пермь, 2013. – С. 121–123.
- [8] Емельянова Н.В. Методика построения компетентностной модели бакалавра. – Режим доступа: <http://www.engectver.ru/Konferenciya/5s/emelyanova.php>
- [9] Квартальнов В.А. Туризм. – М.: Финансы и статистика, 2002. – 320 с.
- [10] Мальская М.П., Худо В.В., Цибух В.И. Основы туристического бизнеса: Учебное пособие. – Киев: Центр учебной литературы, 2004. – 272 с
- [11] Мединцева И. П. Компетентностный подход в образовании // Педагогическое мастерство: материалы II междунар. науч. конф. декабрь 2012 года. — Москва, 2012. – С. 70-73.
- [12] Юрьева М.Н., Макарова Л.Н. Компетентностная модель выпускника-хореографа. – Режим доступа: [http://www.hetoday.org/arxiv/VOS/4\\_2010/50\\_53.pdf](http://www.hetoday.org/arxiv/VOS/4_2010/50_53.pdf)
- [13] Методические рекомендации по разработке моделей выпускников и проектированию учебных планов в высших учебных заведениях Кыргызской Республики на основе компетентностного подхода / сост. С.Р. Сирмбард, А.Ф. Джаналиев, У. Фишер-Зуйков / Под общ. ред. Л.П. Мирошниченко. – Бишкек: «Изд-во Кыргызского Национального Университета им. Ж. Баласагына», 2007. – 57 с.

# **ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ ИНСТИТУТА СОЦИАЛЬНЫХ КОММУНИКАЦИЙ УДМУРТСКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО УНИВЕРСИТЕТА С РАБОТОДАТЕЛЯМИ В ПОДГОТОВКЕ КАДРОВ ДЛЯ ТУРИСТСКОЙ ОТРАСЛИ УДМУРТСКОЙ РЕСПУБЛИКИ**

*Оконникова Т.И.*

Подготовка профессиональных кадров для туристской отрасли ведется в Удмуртском государственном университете с 1997 года по очной и заочной формам обучения в нормативные и сокращенные сроки обучения по бюджетной и внебюджетной формам финансирования. К настоящему времени в УдГУ создана непрерывная система подготовки кадров для туристской отрасли. Она включает в себя все уровни профессионального туристского образования:

1. Подготовка специалистов по туризму по программам среднего профессионального образования в Колледже социальных технологий и сервиса.
2. Подготовка специалистов с высшим профессиональным образованием по специальности «Социально-культурный сервис и туризм».
3. Подготовка бакалавров туризма.
4. Подготовка магистров туризма.
5. Повышение квалификации специалистов сервиса и туризма.

Важнейшим инструментом обеспечения качества образовательного процесса в современных условиях становится сотрудничество с работодателями. Сотрудничество с работодателями обеспечивает практикоориентированность образовательного процесса, своевременное информирование об изменениях в потребностях и запросах работодателей, систематическую «обратную связь» о качестве подготовки выпускников, возможность расширения базы практик, гарантированное трудоустройство лучших выпускников.

Основными партнерами кафедры теории и практики социальных коммуникаций УдГУ в подготовке кадров для турист-

ской отрасли являются Министерство по физической культуре, спорту и туризму Удмуртской Республики, Удмуртское отделение Российского Союза Туриндустрии, Администрации муниципальных образований Удмуртской Республики, туристские фирмы (турагенты и туроператоры), гостиничные предприятия, предприятия питания, музеи, выставочные центры, санатории, профилактории, базы отдыха, спортивно-оздоровительные комплексы, транспортные компании, обслуживающие туристов, предприятия культуры и досуга.

Взаимодействие с работодателями осуществляется на всех уровнях подготовки кадров и на всех этапах разработки и реализации ООП: включая разработку и экспертизу ООП, проведение аудиторных занятий, учебной, производственной, преддипломной, научно-исследовательской практики (для магистров), осуществление научно-исследовательской деятельности в рамках подготовки выпускных квалификационных работ, оценку и экспертизу выпускных квалификационных работ.

Так, при разработке и экспертизе основной образовательной программы (ООП) в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом (ФГОС) работодатели принимали участие в опросах с целью выявления ключевых компетенций специалиста по туризму и определения содержания регионального компонента учебного плана. В мае 2010 г. были опрошены специалисты и руководители 21 турфирмы г. Ижевска; одна из задач опроса - определить перечень профессиональных ключевых компетенций, необходимых специалисту по туризму. В январе 2011 г. был проведен опрос руководителей предприятий туриндустрии с целью корректировки перечня дисциплин учебного плана бакалавров туризма в соответствии с ФГОС. В июне-июле 2011 г. был проведен опрос работодателей, а также выпускников, студентов и представителей академического сообщества в рамках проекта Tempus Tuning Russia на предмет определения перечня необходимых общих и профессиональных компетенций бакалавра туризма, а также их ранжирования по степени значимости.

Квалифицированные специалисты туристской отрасли, руководители турпредприятий и государственных органов, ку-



рирующих развитие туризма в Удмуртской Республике консультируют заведующего кафедрой, методистов и преподавателей по содержанию учебных планов, рабочих программ дисциплин, рекомендуют наиболее эффективные формы проведения занятий, представляют экспертные заключения по ООП. Наиболее активное участие в этом процессе принимают Е.Н. Захидова, Генеральный директор туристической компании «ЛИНА-ТУР», член Правления Российского союза туриндустрии, председатель Удмуртского отделения Российского союза туриндустрии), Т.М. Платунова, директор Автономного учреждения Удмуртской Республики «МДС-тур», Ю. А. Попов, начальник отдела туризма и сооружений Министерство по физической культуре, спорту и туризму Удмуртской Республики.

Специалисты-практики привлекаются также к проведению аудиторных занятий. Преподавание курса «Актуальные проблемы туризма и туриндустрии» для магистрантов второго года обучения в разное время обеспечивали И.Ю. Кычанов, ныне заместитель министра по физической культуре, спорту и туризму Удмуртской Республики, Е.Н. Захидова, Генеральный директор туристической компании «ЛИНА-ТУР», член Правления Российского союза туриндустрии, председатель Удмуртского отделения Российского союза туриндустрии; Г.Х. Касимова, ведущий специалист-эксперт отдела туризма и сооружений Министерства по физической культуре, спорту и туризму Удмуртской Республики. Для проведения проектного семинара «Туристско-рекреационное проектирование» для бакалавров второго года обучения была приглашена Л.Ф. Князева, заместитель директора Автономного учреждения культуры Удмуртской Республики «Центр по охране объектов культурного наследия», учредитель и член некоммерческого музейного партнерства содействию сохранению и использованию культурного и природного наследия «Сибирский тракт», соразработчик туристского маршрута по старому Сибирскому тракту «Дорога вечности и вечной суеты». Курс «Эксурсоведение» для 2 курса специальности «Социально-культурный сервис и туризм» и бакалавриата направления подготовки «Туризм» читает М.Б. Рупасова, заместитель директора Национального музея Удмуртской Республики

им. К. Герда. Дисциплины «Туроператорская деятельность», «Турагентская деятельность» и ряд других дисциплин профессиональных модулей среднего профессионального образования обеспечиваются Я.В. Ныровой, менеджером АУ УР «МДС-тур», выпускницей ИСК по специальности «Социально-культурный сервис и туризм» (СКСиТ), О.А. Голубевой, менеджером турфирмы «Озон-тур», выпускницей магистратуры направления подготовки «Туризм».

Рабочими программами дисциплин предусмотрены учебные экскурсии в музеи, в гостиные, выезды по региональным, российским и зарубежным маршрутам. Цель экскурсий – не только ознакомление с объектами турпоказа, но и изучение технологии обслуживания на маршрутах, в отелях, на предприятиях питания, встречи с сотрудниками и руководителями предприятий туристической индустрии. В Ижевске на протяжении обучения студенты посещают практически все музеи, обзорную экскурсию по городу, тематические экскурсии. В рамках дисциплины «Экскурсоведение» предполагается самостоятельная разработка студентами экскурсии по историческому центру Ижевска, экскурсии для абитуриентов по студенческому городку УдГУ, экскурсий во все музеи УдГУ. В рамках изучения курса «Индустрия гостеприимства» совершаются экскурсии в гостиницы г. Ижевска («Юбилейная», «Премьер-Отель», «Park-Inn» и др.). В ходе изучения курса «Туристская деятельность в Удмуртской Республике» студенты посещают наиболее востребованные туристские маршруты Удмуртской Республики (экскурсии по Сарапулу, Воткинску, маршруты «Сибирский тракт», «На Родине Лопшо-Педуня», «В гостях у Тол-Бабая», фольклорный гостевой центр в Карамас-Пельге Киясовского района, Национальный парк «Нечкинский» и др.).

За пределы Удмуртии выезды, как правило, организуются в Казань, Елабугу, Москву, Санкт-Петербург, по маршруту «Золотое кольцо России».

Организацией выездных экскурсий занимается Центр туризма и образования ИСК, директором которого является А.М. Мерзлякова, выпускница специальности «СКСТ» УдГУ.

Наиболее тесное сотрудничество студентов с специалистами сферы туризма происходит во время практики на предприятиях. В соответствии с учебным планом студенты проходят учебную, производственную, преддипломную, научно-исследовательскую (магистранты) практики. С целью создания базы практик с предприятиями туриндустрии заключаются договоры о проведении различных видов практик.

На данный момент действуют договоры с более чем 20 предприятиями, в том числе: Министерство по физической культуре, спорту и туризму Удмуртской Республики, АУ УР «МДС-тур», гостиница МВД Удмуртской Республики, гостиница «Park-Inn», турфирма «Ариадна», туристическая компания «ЛИНА-ТУР», Республиканский центр туризма и отдыха, Ижевский городской турклуб, ООО «Горизонт» ОАО Санаторий «Металлург» и другие предприятия.

Для оптимизации процесса прохождения практики совместно с руководителями и специалистами предприятий туриндустрии проводятся научно-практические семинары по организации практики студентов. В 2008 г. был проведен I научно-практический семинар «Взаимодействие учебного заведения с предприятиями и организациями по проведению производственной практики студентов специальности «Социально-культурный сервис и туризм» (участвовали представители турфирм МДС-тур, «Турист», гостинцы «Дерябинъ», «Околица», базы отдыха «Красная горка» и др.). В 2011 г. состоялся II научно-практический семинар «Взаимодействие учебного заведения с предприятиями и организациями по проведению производственной практики студентов специальности «Социально-культурный сервис и туризм», бакалавров и магистров направления подготовки «Туризм» (участвовали представители турфирм «Республиканский центр туризма и отдыха», «ЭОЛ-тур», «МДС-тур», «Туристический мир», начальник отдела туризма и спортооружений Министерства по физической культуре, спорту и туризму УР Попов Ю.А и др.). В 2014 г. представители ИСК приняли участие в совещании с руководителями гостиниц г. Ижевска и выступили с докладом о взаимодействии с гости-

ничными предприятиями при подготовке кадров для индустрии гостеприимства.

В ИСК УдГУ созданы условия для зарубежных стажировок студентов. Так, в 2010-2011 гг. студенты 5 курса специальности «СКСТ» проходили преддипломную практику в Испании (г. Кадис, винные бодеги Gonzalez Byass, туристическое агентство «Datura Tours»). С 2013 г. созданы условия для прохождения студентами стажировок трансфер-менеджерами в компании «СIP-service» (Турция).

Еще один вид взаимодействия с работодателями в образовательном процессе – проведение научно-исследовательских работ. Практическая часть выпускных квалификационных работ, являющаяся обязательным компонентом, посвящается разработке практически значимых проблем в сфере туризма. Как правило, студенты изучают перспективы развития отдельных видов туризма в Удмуртской Республике и сопредельных регионах, разрабатывают проекты туров, экскурсий, анимационных программ, стандартов обслуживания на предприятиях сервиса и туризма, анализируют правовые аспекты деятельности предприятий сервиса и туризма, качество услуг на предприятиях сервиса и туризма. Зачастую эти работы проводятся по заявкам предприятий и рекомендуются Государственной Аттестационной Комиссией к внедрению. Например, в 2014 г. были рекомендованы к внедрению выпускные квалификационные работы Горбушина С.Ф. (тема выпускной квалификационной работы «Перспективы развития программного туризма в Малопургинском районе Удмуртской Республики», Майоровой Е.А. (тема выпускной квалификационной работы «Разработка стандартов обслуживания для персонала гостиницы «Уральская», г. Ижевск»).

По заявкам Министерства по физической культуре, спорту и туризму Удмуртской Республики студентами были разработаны проекты турмаршрутов для участия в конкурсе туристских проектов в рамках фестиваля «Открой Приволжье» (с участием всех регионов Приволжского Федерального округа). В 2011 г. это был межрегиональный проект «Три счастливых дня», в 2012 г. – межрегиональный проект «Три столицы Поволжья».

Выполнение научно-исследовательских работ по грантам и заказу республиканских министерств и ведомств осуществляется и преподавательским составом кафедры теории и практики социальных коммуникаций. К разработке этих проектов привлекаются магистранты и студенты. В 2008 г. преподаватели участвовали в разработке Концепции развития культурно-познавательного туризма в Удмуртской Республике (2010–1015 гг.) (организация-грантодатель – Министерство культуры, печати и информации УР). В 2010 г. по заказу Администрации Каракулинского района УР была разработана Концепция развития туризма в Каракулинском районе Удмуртии. В 2011 г. преподавателями выполнялась научно-исследовательская работа по теме «Исследование туристско-рекреационных ресурсов Удмуртской Республики» (грантодатель – Министерство по физической культуре, спорту и туризму УР).

Для вовлечения студентов специальности в проектную деятельность в области регионального туризма с 2004 г. кафедрой теории и практики социальных коммуникаций и Центром туризма и образования ИСК проводится конкурс турпроектов «Туррингия». Консультантами по выполнению проектов зачастую выступают специалисты-практики. В их числе ведущий специалист отдела туризма и спортооружений Министерства по физической культуре, спорту и туризму УР Ю.Ф. Коньшева, заведующая экспозиционным отделом архитектурно-этнографического музея-заповедника под открытым небом «Лудорвай» Е.В. Васильева. Наиболее интересные проекты-призеры конкурса турпроектов «Туррингия»: Всесезонное снежное полотно «Зима-Лето» (Ложкина Т., Скопина М.), проект удмуртского ресторана «Ингур» (Широбокова И.), проект этнографического тура «Золотой крезь» (Фахрутдинова Э.), проект «Эко-сафари по берегу Камы» (Куртеева М., Кузнецова А., Вопшина М.), проект культурно-познавательного тура по Каракулинском району (Пушина Е, Ефремова М., Мозоль Е.), проект «На деревню к бабушке», этнотур по д. Капустино (Тимофеева Д.), проект «Единение», туристский маршрут по Шарканскому району (Макарова В. Ложкина М.).

Работодатели также привлекаются к оценке и экспертизе выпускных квалификационных работ и проектов, разрабатываемых в рамках конкурсов. Руководители госучреждений и предприятий коммерческого сектора сферы туризма возглавляют Государственную Аттестационную Комиссию по государственной аттестации выпускников специальности «Социально-культурный сервис и туризм» и направлению подготовки «Туризм». Это, в частности, И.В. Краснов, Министр по физической культуре, спорту и туризму Удмуртской Республики, Петрова Вероника Валерьевна, директор ООО Компания «Тройка-тур».

Специалисты госучреждений и предприятий туриндустрии выступают внешними рецензентами магистерских диссертаций. В их числе, директор АО УР «МДС-тур» Т.М. Платунова, Генеральный директор ООО «Ариадна-тур» Т.В. Карапетян, Генеральный директор ООО «Спортивный клуб и ресторан «Сказка» М.Ю. Шутова, ведущий специалист-эксперт отдела туризма и спортсооружений Министр по физической культуре, спорту и туризму Удмуртской Республики Г.Х. Касимова.

Таким образом, взаимодействие ИСК с работодателями по подготовке кадров для туристской отрасли осуществляется на всех этапах образовательного процесса, начиная с разработки ООП и завершая оценкой и экспертизой выпускных квалификационных работ студентов. Эффективность этого взаимодействия подтверждается востребованностью выпускников на рынке труда – большинство из них трудоустраиваются по специальности. Справедливости ради нужно отметить, что мониторинг отзывов работодателей о качестве подготовки кадров для туристской отрасли в УдГУ показывает, что оно не всегда соответствует требованиям предприятий. Мониторинг, проводимый в соответствии с методологией Tuning, позволяет выявлять слабые места в подготовке выпускников. Этому же способствуют семинары, конференции, круглые столы, на которых представители УдГУ имеют возможность напрямую с работодателями обсудить вопросы соответствия компетенций выпускников требованиям сегодняшнего дня и наметить пути совместной работы по совершенствованию образовательного процесса.

## **ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ УЧЕБНОГО ПРОЦЕССА В КОЛЛЕДЖЕ СОЦИАЛЬНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ И СЕРВИСА ИСК В УСЛОВИЯХ РЕАЛИЗАЦИИ ФГОС**

*Рыбникова И.В.*

Подготовка специалистов среднего профессионального образования по специальности Туризм ведется в Институте социальных коммуникаций с 2002 года по очной и заочной формам обучения, с 2011 года образовательная программа реализуется в соответствии с Федеральным образовательным стандартом. Внедрение Федерального образовательного стандарта среднего профессионального образования предполагает реализацию компетентностного подхода и основано на идеологии формирования содержания образования «от результата», а его системообразующим компонентом становятся характеристика профессиональной деятельности выпускников. Очевидны различия с предыдущим образовательным стандартом, основным компонентом которого являлись требования к минимуму содержания обучения, т. е. фиксированный объем учебного материала, обязательного для изложения преподавателем. Разработка требований к результатам образования происходила путем их соотношения с дидактическими единицами обязательного минимума содержания образования, обновление которого заключалось в замене «устаревших» дидактических единиц. Таким образом, провозглашаемые цели образования сводились к усвоению предметных знаний и умений.

Принципиальное отличие нового стандарта является, то, что в его основу положены не предметные, а ценностные ориентиры. В качестве понятия современного образования выдвигается понятие компетенций, а их формирование заявлено в качестве одной из главных целей профессионального обучения. Обратимся к термину «компетенция» в традиционном понимании. Компетенция – это совокупность взаимосвязанных качеств личности (знаний, умений, навыков, способов деятельности), задаваемых по отношению к определенному кругу предметов и процессов и необходимых для качественной продуктивной деятель-

ности по отношению к ним. Под обучением, основанном на компетенциях, понимается обучение, которое строится на определении, освоении и демонстрации умений, знаний, типов поведения и отношений, необходимых для конкретной трудовой деятельности. Ключевым принципом данного типа обучения является ориентация на результаты, значимые для сферы труда. Обучение, основанное на компетенциях, наиболее эффективно реализуется в форме модульных программ [4].

В содержании профессионального образования модуль как новая структурная единица занимает центральное место, поскольку требования к результатам обучения формулируются как перечень видов профессиональной деятельности и соответствующих профессиональных компетенций. Выпускник в ходе обучения должен, прежде всего, приобрести практический опыт, который опирается на комплексно осваиваемые умения и знания. Эта последовательность приоритетов зафиксирована в тексте ФГОС СПО в разделе V, описывающем требования к структуре и содержанию основной профессиональной образовательной программы (ОПОП) [1].

Каждый модуль может осваиваться независимо, а их совокупность позволяет достичь итоговой компетентности в профессиональной сфере. Этим модульно-компетентный подход отличается от традиционно используемого блочно-модульного подхода, ориентированного, прежде всего, на усвоение знаний и лишь потом на выработку умений.

В рамках модулей осуществляется комплексное, синхронизированное изучение теоретических и практических аспектов каждого вида профессиональной деятельности. При этом происходит не столько сокращение теоретических дисциплин, сколько пересмотр их содержания, своего рода «отсеивание» излишней теории и перераспределение объема в действительно необходимых теоретических знаний, которые позволяют осваивать компетенции, упорядочивая и систематизируя их, что, в конечном счете, приводит к повышению мотивации обучающихся [3].

Рассмотрим характерные признаки профессиональных модулей, определённые ФГОС СПО, на примере специальности 100401 «Туризм».



## 1. Смысловая завершенность.

Структура ОПОП по специальности состоит из следующих разделов:

- общий гуманитарный и социально-экономический цикл дисциплин предусматривает обязательное изучение дисциплин сопредельным количеством часов на учебные дисциплины;
- математический цикл является обязательной частью, также состоит из дисциплин, но распределение часов выполняется колледжем;
- профессиональный цикл состоит из общепрофессиональных дисциплин и профессиональных модулей. Часы на общепрофессиональные дисциплины распределяются колледжем на основе базисного плана и примерных программ по дисциплинам с учетом потребностей регионального рынка труда и совместно с заинтересованными работодателями.

Выпускник колледжа, согласно новому стандарту, должен быть готов к следующим видам деятельности:

- предоставление турагентских услуг;
- предоставление услуг по сопровождению туристов;
- предоставление туроператорских услуг;
- управление функциональным подразделением организации.

Именно в соответствии с ними и определены профессиональные модули, отражённые в ФГОС.

2. Наличие отчетливой структурной оболочки профессионального модуля, внутри которой имеются все компоненты учебного цикла от дидактической цели до методики контрольно-оценочных процедур. Помимо требований к знаниям, умениям и практическому опыту, в стандартах определен также перечень формируемых в процессе изучения модуля компетенций. Каждый профессиональный модуль предусматривает объединение нескольких тем (дисциплин) в один междисциплинарный курс (МДК). Например, МДК «Технология и организация туроператорской деятельности» объединяет такие темы как «Осуществление туроператорской деятельности», «Туристское региональное

дение России», «Изучение маркетинговых технологий в туризме», «Правовое регулирование профессиональной деятельности» которые содержательно объединяет все темы, входящие в модуль. Междисциплинарный характер модуля обеспечивается также его связью с рядом дисциплин математического и естественно-научного цикла и цикла общепрофессиональных дисциплин, таких как «География туризма», «Психология делового общения», «Организация туристской индустрии».

3. Новое содержание практико-ориентированного обучения: учебная практика и производственная практика (практика по профилю специальности) входят в состав профессиональных модулей по видам профессиональной деятельности. Целью учебной практики является формирование у студентов первичных умений/опыта деятельности в рамках конкретного профессионального модуля. Целью производственной практики является формирование у студентов профессиональных компетенций в условиях реального производства. Все виды практик проводятся концентрированно (кроме ПМ «Предоставление услуг по сопровождению туристов») после изучения междисциплинарных курсов. Учебная практика проводится на базе Центра туризма и образования Института социальных коммуникаций, а производственная – на туристических предприятиях Удмуртской Республики. Рассредоточенная учебная и часть производственной практики проводится в рамках профессионального модуля «Предоставление услуг по сопровождению туристов». Студенты на протяжении всего семестра отрабатывают навыки оценки готовности группы к турпоездке; проведения инструктажа туристов на русском и иностранном языках; сопровождения туристов на маршруте; организации досуга туристов; контроля качества предоставляемых туристу услуг; составления отчета по итогам туристской поездки.

Важным элементом структуры подготовки специалистов по туристским услугам в Колледже является система выездных практик. Первая выездная практика в Колледже состоялась в 2011 году в г. Казань. В 2012 и 2013 годах для студентов была организована выездная практика по профилю специальности в г. Санкт-Петербург. Цель практики – приобретение необ-

ходимых умений и опыта практической работы по специальности в реальных условиях. Перед студентами были поставлены следующие задачи: дать характеристику туристического потенциала Санкт-Петербурга, в частности гостиничного сервиса и культуры гостеприимства города. Выездные практики отражают суть будущей профессии, способствуют формированию профессионально важных качеств выпускников, являются экспериментальной площадкой, на которой студенты могут отрабатывать свои профессиональные навыки в условиях, максимально приближенных к реальности. Анализ итогов практики показывает, что изучение опыта организации тура снижает вероятность повторения ошибок в условиях реальной действительности, что способствует сокращению срока адаптации молодого специалиста к полноценному выполнению профессиональных задач.

4. Современные методики обучения применяются в преподавании всех циклов дисциплин и междисциплинарных курсов профессиональных модулей. Преподавание дисциплин и междисциплинарных курсов осуществляется в форме разнообразных видов коллективных и индивидуальных практических занятий, разработанных преподавателями и учитывающих региональную, профессиональную специфику, научно-исследовательские предпочтения преподавателей, которые обеспечивают квалифицированное освещение тематики дисциплин и междисциплинарных курсов. Так, например, Творческое задание-эссе «Экскурсия по моей улице». Выполняется на основе полученных теоретических знаний по классификации экскурсий и объектах экскурсионного показа. В тексте необходимо указать название экскурсии (яркое и образное), тематику, продолжительность, состав участников, привести краткое содержание. Составление кластера по теме «Сочетание показа и рассказа в экскурсии» (Выполняется в виде схемы). Посещение Национального музея УР им. Кузеева Герда. Экспозиции «Мы – Удмурты» и «Города начинались с заводов». После посещения проводится письменный анализ экспозиции по плану: тема, основные разделы, сюжеты, события, действия исторических лиц, связанные с материалом каждого раздела, характер указаний экскурсовода. Составление фрагмента электронных обучающих средств по

теме «Лучшие экскурсионные маршруты России». Форма выполнения – электронная презентация. Творческое задание, направленное на развитие навыков социального проектирования. Разработка предварительного варианта проекта по совершенствованию услуг сервиса и туризма в Удмуртской Республике. Лучшие из проектов рекомендуются для участия в студенческом конкурсе «Туррингия», ежегодно проходящем в Институте. Проект выполняется в рамках курса «Организация туристской деятельности», то есть тематика работ связана с совершенствованием экскурсионной деятельности, развитием историко-культурного потенциала Удмуртии. Творческое задание-эссе «Роль туризма в нашей жизни: положительный и отрицательный аспект». Разработка «Памятки по культуре обслуживания и деловому этикету» для организации сферы услуг. Творческое задание. Учебно-познавательная игра «Придумай название». Студенты составляют карту города или страны «Профессиональное обслуживание клиентов». Исходя из прочитанного, продуманного, изученного студентами даются дидактические наименования улиц, площадей, рек и равнин и др., составляется легенда карты. Затем на семинарском занятии представляется данная разработка. Все названия должны соответствовать изучаемой теме, например: Площадь вежливости, Река потребностей и т.д. Исследование уровня обслуживания на предприятиях питания, в турфирмах и гостиницах города Ижевска (используется метод невключенного наблюдения). Данное исследование проводится с целью изучения элементов фирменного стиля на предприятиях сервисной сферы, соблюдения требований по оформлению территории, входной группы и интерьера в них; владения сотрудниками нормами культуры обслуживания клиентов; организации пространства в офисе, которая предполагает наличие рабочей зоны и зоны для ожидания клиента; внимания к информационному обеспечению гостей предприятия (наличие сертификатов, лицензий, сведений об услугах и их стоимости). Исследование проводится на основе изученного теоретического материала по принципам оформления офиса и обслуживания клиентов на предприятиях и в организациях сферы услуг. Используются элементы метода «анонимный гость», представляющего

разновидность экспертной оценки. Студенты должны выступить в качестве клиентов, проанализировать внешние и внутренние элементы оформления офиса и обсудив какую-либо услугу с персоналом, сделать выводы о грамотности обслуживания по следующим разделам: территория и входная группа; интерьер офиса; внешний вид персонала; уровень обслуживания клиентов. В каждом разделе проводится отдельный анализ, выставляются баллы от 0 до 6, затем подсчитывается общее количество баллов, дается характеристика положительных и отрицательных аспектов, которые были обнаружены в ходе исследования. Применяются такие формы организации учебного процесса как выездные занятия и учебные экскурсии: автобусные и пешеходные экскурсии по г. Ижевску; экскурсии по гостиницам г. Ижевска; архитектурно-этнографический музей-заповедник «Лудорвай»; спортивно-туристический парк «Нечкино»; музей-усадьбу П.И. Чайковского; обзорная экскурсия в г. Сарапул с посещением музея истории и культуры Среднего Прикамья и художественно-выставочного комплекса дома Башенина; экскурсия в п. Игра с посещением краеведческого музея, этапной тюрьмы в д. Бакчеево; обзорная экскурсия в г. Казань; спортивный курорт «Чекерил» и др.

5. Перестройка учебного процесса на принципах модульности предполагает: предварительное глубокое междисциплинарное исследование содержания существующих образовательных программ с целью исключения дублирующих фрагментов и учебных тем (дисциплин), разработку системы реализации профессиональных модулей, которая потребует повышение квалификации педагогического коллектива в вопросах реализации модульного подхода к обучению. Реализация ОПОП в колледже обеспечивается научно-педагогическими кадрами института, университета, имеющими высшее профессиональное образование, как правило, базовое образование или образование, соответствующее профилю преподаваемой дисциплины (профессионального модуля), имеющими опыт деятельности в предприятиях индустрии туризма, систематически занимающимися научной и научно-методической деятельностью. Общая численность преподавателей, обеспечивающих реализацию образова-

тельной программы составляет 29 чел, из них 2 штатных преподавателей, 27 чел. работают на основе внутреннего совместительства. 8 человек имеют ученые степени и звания, что составляет 28 % от общего числа преподавателей ОПОП. Основной преподавательский состав – это преподаватели кафедры теории и практики социальных коммуникации рассматривают в качестве важнейшего инструмента обеспечения качества образовательного процесса сотрудничество с работодателями, т.к. это обеспечивает практикоориентированность образовательного процесса, своевременную информацию об изменениях в потребностях и запросах работодателей, систематическую «обратную связь» о качестве подготовки выпускников, возможность расширения базы практик, трудоустройство выпускников. Основными партнерами кафедры теории и практики социальных коммуникаций в подготовке кадров для туристской отрасли являются Министерство по физической культуре, спорту и туризму Удмуртской Республики, Удмуртское отделение Российского Союза Туриндустрии, Администрации муниципальных образований Удмуртской Республики, в том числе г. Ижевска, туристские фирмы (МДС-тур, Лина-тур, ТЭП «Турист», «Тройка-тур», Республиканский Центр туризма и отдыха и др.), гостиничные предприятия УР (гостиница «Юбилейная», гостиница «Околица», гостиница МВД УР и др.), Национальный музей УР им. К. Герда, санаторий-профилакторий «Сосновый», спортивный комплекс «Чекерил» и др. Взаимодействие с работодателями осуществляется на всех уровнях подготовки кадров и на всех этапах разработки и реализации ОПОП СПО.

б. Социально-воспитательная работа по организации досуга студентов и формирование ее активной жизненной позиции. Организуемая деятельность нацелена на формирование следующих общих компетенций:

- организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество;

- принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность;

- осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития;
- использовать информационно-коммуникативные технологии в профессиональной деятельности;
- работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями;
- брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий;
- обладать коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке.

Основными направлениями внеучебной работы являются работа по гражданско-патриотическому и правовому воспитанию, организационная и информационно-методическая работа, клубная деятельность, организация и проведение традиционных мероприятий, научно-исследовательская работа студентов, физкультурно-оздоровительная работа.

Внеучебная деятельность состоит из разнообразных видов, реализуемых на нескольких уровнях: университет, институт, колледж СПО.

Студенты СПО – равноправные участники вузовских мероприятий, для участия в которых формируются сборные команды: туристический слет студентов УдГУ, Лига КВН УдГУ, фестиваль народов общежитий, фестиваль студенческих фильмов «Киновуз», фестиваль студенческого творчества «Студенческая весна», турнир по коммуникативным боям «Мое мнение», учеба студенческого актива УдГУ и др.

Студенты СПО принимают активное участие в традиционных внеаудиторных мероприятиях Института: Презентация 1-го курса, Посвящение в студенты ИСК, День рождения Института.

Активно работает студенческое самоуправление СПО, участвующее в решении вопросов организации учебного процесса, досуга, быта и отдыха обучающихся. Студсовет организует участие студентов в таких мероприятиях, как «Посвящение в студенты», киноклуб «Паровоз», конкурсы: «Студент года»

и «Староста года», турнир по шахматам, соревнования по футболу, различные акции, пропагандирующие ЗОЖ.

В Институте работу по формированию социально активной, жизнеспособной, гуманистически ориентированной личности организует заместитель директора по внеучебной работе. Текущая и оперативная деятельность по учебно-воспитательной работе также ведется кураторами академических групп студентов 1-го курса, органом студенческого самоуправления – Студсоветом ИСК, Студсоветом СПО УдГУ, профессорско-преподавательским составом кафедр.

Кураторство является одной из основных форм индивидуальной воспитательной работы со студентами. Основная задача кураторов – помощь студентам первых курсов в адаптации к вузовской системе образования и вхождении в студенческий коллектив, сопровождение в учебной деятельности, создание комфортной психологической среды в студенческих группах, информирование, решение вопросов студенческого быта (проживание в общежитии), организации содержательного досуга, активизация научно-исследовательского и творческого потенциала студентов, координация деятельности между группами института и университета в целом.

В колледже созданы условия для развития социально-воспитательного компонента учебного процесса, включая институт кураторства, развитие студенческого самоуправления, формирование корпоративной культуры, ответственности обучающихся как за результаты своего учебного труда, так и за результаты труда специальности, группы, курса. Решение задач воспитания в процессе обучения проходит через стимулирование активности студента в сочетании уважения к личности и требовательности к ней, с учетом индивидуальных и возрастных особенностей обучающихся.

Введение профессиональных модулей в ФГОС по специальности «Туризм» в Колледже социальных технологий и сервиса призвано объединить содержательные, организационные, методические компоненты профессионального обучения, а также теоретические и прикладные аспекты; обеспечить структурную связанность всего образовательного комплекса, совме-



ние в одной организационно-методической структуре дидактических целей, логически завершенной единицы учебного материала, методического руководства и системы контроля. Всё это позволит оптимизировать воспитательно-образовательный процесс, повысить качество профессиональной подготовки студентов в колледже.

### **Список использованных источников и литературы**

- [1] Приказ Министерства образования и науки Российской Федерации N 256 от 02.04.2010 года «Об утверждении и введении в действие федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 100401 Туризм (зарегистрирован в Минюст России от 30.04 2010 г. N 17079) [Электронный ресурс]/www. edu.ru.
- [2] Анисимов П.Ф. Российское среднее профессиональное образование; Проблемы и перспективы. – М.: МГУП, 2009.
- [3] Колесникова, И.А. Теория и практика модульного преобразования воспитательной среды образовательного учреждения: учебно-методическое пособие / под ред. академика РАО З. И. Васильевой. – СПб., 2009. – 24 с. ISBN5-7695-0978-3.
- [4] Методические рекомендации: По анализу профессиональных компетенций и разработке модульных образовательных программ, основанных на компетенциях: методические рекомендации. – С-Пб., ГОУ ИПК СПО, 2010. – 63с.
- [5] Олейникова О.Н., Муравьева А.А., Коновалова Ю.Н., Сатракова Е.В. Модульные технологии. Проектирование и разработка образовательных программ. – М.: «Альфа-М», 2010.

## СОДЕРЖАНИЕ

*Оконникова Т.И.* **ПРЕДИСЛОВИЕ** ..... 3

**РАЗДЕЛ 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И ПРИКЛАДНЫЕ АСПЕКТЫ ТУРИЗМА И ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ** ..... 5

*Мерзлякова Г.В., Соловей И.В., Баталова Л.В.* ТУРИЗМ: ПОНЯТИЕ И СУЩНОСТЬ. РАЗВИТИЕ НАУЧНЫХ ПРЕДСТАВЛЕНИЙ ..... 5

*Казакова Н.В.* К ВОПРОСУ ОБ ОПРЕДЕЛЕНИИ ПОНЯТИЯ «ДОСУГ»..... 13

*Шквырина А.В.* ПУТЕВОДИТЕЛЬ КАК ЖАНР ТУРИСТИЧЕСКОГО ДИСКУРСА. ИСТОРИЯ И СОВРЕМЕННОСТЬ..... 21

*Бабушкина М.Д., Галанова Н.А.* СОВРЕМЕННОЕ ИНТЕРАКТИВНОЕ ОБОРУДОВАНИЕ В ПРАКТИКЕ ТУРИСТСКОГО БИЗНЕСА ..... 32

**РАЗДЕЛ 2. ИСТОРИЧЕСКИЙ ОПЫТ И СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В УДМУРТСКОЙ РЕСПУБЛИКЕ** ..... 36

*Мерзлякова Г.В., Оконникова Т.И., Баталова Л.В.* СОЗДАНИЕ И ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ОБЩЕСТВА ПРОЛЕТАРСКОГО ТУРИЗМА И ЭКСКУРСИЙ В УДМУРТИИ..... 36

*Баталова Л.В., Шквырина А.В.* ПЕРВЫЕ ПУТЕВОДИТЕЛИ ПО УДМУРТИИ (ВТОРАЯ ПОЛОВИНА XIX – НАЧАЛА XX ВВ.)..... 58

*Кычанов И.Ю.* ОПЫТ РЕАЛИЗАЦИИ РЕСПУБЛИКАНСКОЙ ЦЕЛЕВОЙ ПРОГРАММЫ «РАЗВИТИЕ ВНУТРЕННЕГО И ВЪЕЗДНОГО ТУРИЗМА В УДМУРТСКОЙ РЕСПУБЛИКЕ НА 2012–2018 ГОДЫ»: ПЕРВЫЕ ИТОГИ, ПРОБЛЕМЫ, ПУТИ РЕШЕНИЯ ..... 71

<i>Сидорова А.П.</i> ОБЩЕСТВЕННЫЕ ОРГАНИЗАЦИИ КАК МЕХАНИЗМ РАЗВИТИЯ ВНУТРЕННЕГО ТУРИЗМА (НА ПРИМЕРЕ УДМУРТСКОЙ РЕСПУБЛИКИ).....	79
<i>Шестаков В.М.</i> КЛАСТЕРНЫЙ ПОДХОД К РАЗВИТИЮ ТУРИЗМА В УДМУРТСКОЙ РЕСПУБЛИКЕ .....	82
<i>Караетян Т.В.</i> ПРОБЛЕМЫ ОРГАНИЗАЦИИ ДЕТСКОГО ТУРИЗМА В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ .....	86
<i>Шитова С.Б.</i> СЕЛЬСКИЙ ТУРИЗМ КАК ПЕРСПЕКТИВНЫЙ ВИД ТУРИЗМА В УДМУРТСКОЙ РЕСПУБЛИКЕ.....	88
<i>Хакимова С.М.</i> ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ СЕЛЬСКОГО ЭТНИЧЕСКОГО ТУРИЗМА В УДМУРТИИ .....	94
<i>Радионова Н.А.</i> СПОРТИВНО-ОЗДОРОВИТЕЛЬНЫЙ ТУРИЗМ В УДМУРТИИ.....	102
<i>Гай И.А., Кириллова Л.А.</i> ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ МУЗЕЙНОГО ТУРИЗМА В УДМУРТСКОЙ РЕСПУБЛИКЕ.....	106
<i>Кузнецова Ю.А., Гай И.А.</i> ТРАДИЦИОННЫЕ И СОВРЕМЕННЫЕ ФОРМЫ РАБОТЫ МУЗЕЕВ (НА ПРИМЕРЕ МУЗЕЕВ Г. ИЖЕВСКА).....	119
<i>Александрова Н.А. (научный руководитель к.и.н, доцент Т.И. Оконникова).</i> СЕМЕЙНЫЙ ТУРИЗМ КАК ПЕРСПЕКТИВНАЯ ФОРМА ДОСУГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ .....	127
<i>Сухоплюева Л.С. (научный руководитель д.и.н., профессор Е.Ф. Шумилов).</i> РЕЛИГИОЗНЫЙ ТУРИЗМ: АКТУАЛЬНОСТЬ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ В УДМУРТСКОЙ РЕСПУБЛИКЕ.....	137
<i>Конькова М.В., Оконникова Т.И.</i> ОПЫТ РАЗВИТИЯ КУЛЬТУРНО-ПОЗНАВАТЕЛЬНОГО ТУРИЗМА В ИГРИНСКОМ РАЙОНЕ УДМУРТСКОЙ РЕСПУБЛИКИ.....	145
<i>Шапеева О.Н., Оконникова Т.И.</i> ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ПАМЯТНИКОВ ИСТОРИИ И КУЛЬТУРЫ КИЯСОВСКОГО РАЙОНА В ТУРИСТСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ.....	157
<b>РАЗДЕЛ 3. ПР, РЕКЛАМА И МАРКЕТИНГ В ТУРИЗМЕ: ОПЫТ, ИССЛЕДОВАНИЯ .....</b>	<b>165</b>
<i>Краснов И.В., Трофимова Е.В.</i> О ВЫСТАВОЧНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В СФЕРЕ ТУРИЗМА В УДМУРТСКОЙ РЕСПУБЛИКЕ В 2014 ГОДУ .....	165

<i>Баталов А.К. (научный руководитель к.и.н., доцент Т.И. Оконникова). ФОРМИРОВАНИЕ ПОЛОЖИТЕЛЬНОГО ТУРИСТСКОГО ИМИДЖА УДМУРТСКОЙ РЕСПУБЛИКИ С ПОМОЩЬЮ РАЗВИТИЯ СОБЫТИЙНОГО ТУРИЗМА</i> .....	171
<i>Пономарева Ю.А. (научный руководитель д.г.н. М.А. Саранча). ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ БРЕНДА ТЕРРИТОРИИ НА ПРИМЕРЕ УДМУРТСКОЙ РЕСПУБЛИКИ</i> .....	179
<i>Колотова М.С., Галанова Н.А. ОСОБЕННОСТИ РЕКЛАМЫ ТУРИСТСКОГО ПРОДУКТА И УСЛУГ В СЕТИ ИНТЕРНЕТ</i> .....	186
<i>Рылова Н.И., Ясинская Т.В. ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ МАЛОГО БИЗНЕСА В СФЕРЕ ТУРИЗМА</i> .....	191
<i>Шевчук А.В. (научный руководитель д.г.н. М.А. Саранча). ИССЛЕДОВАНИЕ ТУРИСТСКОГО СПРОСА СТУДЕНТОВ</i> .....	200
<i>Корякина Т.Н., Пудова П.Л., Гай И.А. ИЗУЧЕНИЕ ПОТРЕБНОСТЕЙ СТУДЕНЧЕСКОЙ МОЛОДЕЖИ Г. ИЖЕВСКА В ОРГАНИЗАЦИИ ДОСУГА</i> .....	206
<b>РАЗДЕЛ 4. ПОДГОТОВКА КАДРОВ ДЛЯ ТУРИСТСКОЙ ОТРАСЛИ</b> .....	210
<i>Акатьева Л.В., Бронникова Я.Н. РАЗРАБОТКА КОМПЕТЕНТНОЙ МОДЕЛИ ВЫПУСКНИКА БАКАЛАВРИАТА ПО НАПРАВЛЕНИЮ ПОДГОТОВКИ «ТУРИЗМ» НА ОСНОВЕ МЕТОДОЛОГИИ TUNING</i> .....	210
<i>Оконникова Т.И. ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ ИНСТИТУТА СОЦИАЛЬНЫХ КОММУНИКАЦИЙ УДМУРТСКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО УНИВЕРСИТЕТА С РАБОТОДАТЕЛЯМИ В ПОДГОТОВКЕ КАДРОВ ДЛЯ ТУРИСТСКОЙ ОТРАСЛИ УДМУРТСКОЙ РЕСПУБЛИКИ</i> .....	223
<i>Рыбникова И.В. ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ УЧЕБНОГО ПРОЦЕССА В КОЛЛЕДЖЕ СОЦИАЛЬНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ И СЕРВИСА ИСК В УСЛОВИЯХ РЕАЛИЗАЦИИ ФГОС</i> .....	231
<b>СПИСОК АВТОРОВ</b> .....	245

## СПИСОК АВТОРОВ

- Акатьева Л.В.** – доцент кафедры теории и практики социальных коммуникаций ФГБОУ ВПО «Удмуртский государственный университет»
- Александрова Н.А.** – магистрант направления подготовки «Туризм» ФГБОУ ВПО «Удмуртский государственный университет»
- Бабушкина М.Д.** – студент бакалавриата направления подготовки «Туризм» ФГБОУ ВПО «Удмуртский государственный университет»
- Баталов А.К.** – студент специальности «Связи с общественностью» ФГБОУ ВПО «Удмуртский государственный университет».
- Баталова Л.В.** – к.и.н., доцент, директор Института социальных коммуникаций, к.и.н., доцент кафедры теории и практики социальных коммуникаций ФГБОУ ВПО «Удмуртский государственный университет»
- Бронникова Я.Н.** – студент бакалавриата направления подготовки «Туризм» ФГБОУ ВПО «Удмуртский государственный университет»
- Гай И.А.** – доцент кафедры теории и практики социальных коммуникаций ФГБОУ ВПО «Удмуртский государственный университет»
- Галанова Н.А.** – к.и.н., доцент кафедры теории и практики социальных коммуникаций ФГБОУ ВПО «Удмуртский государственный университет»
- Карапетян Т.В.** – генеральный директор ООО «Ариадна-тур».
- Кириллова Л.А.** – студент специальности «Социально-культурный сервис и туризм» ФГБОУ ВПО «Удмуртский государственный университет»
- Колотова М.С.** – студент бакалавриата направления подготовки «Туризм» ФГБОУ ВПО «Удмуртский государственный университет»

- Комарова К.В.** – студент бакалавриата направления подготовки «Туризм» ФГБОУ ВПО «Удмуртский государственный университет»
- Конькова М.В.** – магистрант направления подготовки «Туризм» ФГБОУ ВПО «Удмуртский государственный университет»
- Корякина Т.Н.** – студент специальности «Организация работы с молодежью» ФГБОУ ВПО «Удмуртский государственный университет»
- Краснов И.В.** – министр по физической культуре, спорту и туризму Удмуртской Республики
- Кузнецова Ю.А.** – студент бакалавриата направления подготовки «Туризм» ФГБОУ ВПО «Удмуртский государственный университет»
- Кычанов И.Ю.** – заместитель Министр по физической культуре, спорту и туризму Удмуртской Республики
- Мерзлякова Г.В.** – д.и.н., профессор, Ректор ФГБОУ ВПО «Удмуртский государственный университет»
- Оконникова Т.И.** – к.и.н., доцент, заведующий кафедрой теории и практики социальных коммуникаций ФГБОУ ВПО «Удмуртский государственный университет».
- Пономарева Ю.А.** – магистрант направления подготовки «Туризм» ФГБОУ ВПО «Удмуртский государственный университет»
- Пудова П.Л.** – студент специальности «Организация работы с молодежью» ФГБОУ ВПО «Удмуртский государственный университет»
- Радионова Н.А.** – президент РДМОО «Союз туристов Удмуртии»
- Рыбникова И.В.** – директор Колледжа социальных технологий и сервиса Института социальных коммуникаций ФГБОУ ВПО «Удмуртский государственный университет»
- Рылова Н.И.** – к.э.н., доцент кафедры теории и практики социальных коммуникаций ФГБОУ ВПО «Удмуртский государственный университет»
- Сидорова А.П.** – президент Федерации туриндустрии Удмуртской Республики

- Соловей И.В.** – к.ф.н., доцент кафедры социологии коммуникаций ФГБОУ ВПО «Удмуртский государственный университет»
- Сухоплюева Л.С.** – магистрант направления подготовки «Туризм» ФГБОУ ВПО «Удмуртский государственный университет»
- Трофимова Е.В.** – исполнительный директор Выставочного центра «Удмуртия»
- Хакимова С.М.** – руководитель Центра содействия развитию этно- и экотуризма Удмуртского Института истории, языка и литературы УрО РАН
- Шапеева О.Н.** – студент бакалавриата направления подготовки «Туризм» ФГБОУ ВПО «Удмуртский государственный университет»
- Шевчук А.В.** – магистрант направления подготовки «Туризм» ФГБОУ ВПО «Удмуртский государственный университет»
- Шестаков В.М.** – заместитель начальника Управления экономики администрации Сарапула
- Шитова С.Б.** – ведущий специалист по связям с общественностью Бюджетного учреждения «Центр сельскохозяйственного консультирования Удмуртской Республики»
- Шквырина А.В.** – старший преподаватель кафедры издательского дела и книговедения ФГБОУ ВПО «Удмуртский государственный университет»
- Ясинская Т.В.** – студент Колледжа социальных технологий и сервиса ФГБОУ ВПО «Удмуртский государственный университет»

Научное издание

Региональный туризм:  
опыт, проблемы, перспективы

Выпуск 2

Составители:  
Л. В. Баталова, Т. И. Оконникова

Подписано в печать 20.09.2014. Формат 60×84 <sup>1</sup>/<sub>16</sub>.  
Гарнитура Таймс. Усл. печ. л. 14,42. Уч.-изд. л. 15,5.  
Бумага офсетная №1. Тираж 50 экз. Заказ № 14-67.  
АНО «Ижевский институт компьютерных исследований»  
426034, г. Ижевск, ул. Кооперативная, д. 5.  
E-mail: mail@icd.ru Тел./факс: +7 (3412) 50-02-95