

туризм

«Урал сам может формировать новую туристскую повестку»

— интервью —

Последние годы туристическая отрасль переживает сложные времена, связанные с закрытием популярных направлений в Турцию и Египет, падением курса национальной валюты, снижением доходов у населения. О том, как отрасль адаптируется к новой ситуации, рассказал президент Уральской ассоциации туризма Дмитрий Бугров.

— Как вы оцениваете состояние туристической отрасли на Урале?

— С 2014 года сфера туризма в нашей стране переживает период трансформации. Этот период связан с целым рядом всем известных негативных причин, которые отражаются на состоянии туристической отрасли. Пик массового туризма в России пришелся на середину 2000-х годов. Наша страна была заметным игроком на рынке туристских услуг в Европе, занимала пятое место по количеству туристов, выезжавших за рубеж, уступая только таким странам, как Германия, Великобритания, Франция, Италия.

До 2014 года Российская Федерация следовала общемировому тренду увеличения количества туристов, а с 2014 года ситуация изменилась. В 2014 году мир стал гораздо более напряженным. На первый план выдвинулись вопросы безопасности, а туризм очень не любит потрясений: ему противопоказаны цунами, землетрясения, гражданские войны, крупные катастрофы. Лишь какие-то крохи от общего количества туристов любят побывать в таких местах, где что-то страшилось или что-то происходит. Террористические угрозы, способные достать в любой точке земного шара, — важный фактор дестабилизации туристской экономики. Еще один значимый фактор, который определяет поведение российских туристов, связан с закрытием двух самых массовых в плане выезда направлений — мест пребывания туристов: Египта, где находится самое близкое к России теплое зимнее море — Красное, и Турции — самой притягательной по количеству туристов летней дестинации. Если в ноябре–декабре 2015 года среди российских и уральских туроператоров наблюдалась некоторая растерянность в связи с появлением этих факторов, то сейчас считается, что рынок адаптировался к ситуации.

— Как произошла адаптация?

— Массовый туризм любит стабильность, мир, дружелюбие, безопасность. Возник спрос на направления, связанные с ощущением порядка, спокойствия. Я имею в виду Китай, Объединенные Арабские Эмираты, ряд других стран. Туристы стали больше ценить те места, которые создают ощущение очагов стабильности. Люди хотят отдыхать там, где безопасно.

— То есть альтернатива доступным Турции и Египту найдена?

— Мир велик, свято место не бывает пусто. Среди профессионалов считается, что Греция, Болгария, Кипр, отчасти славянские страны побережья Адриатического моря сумеют поделить между собой те туристские потоки, которых не досчитаются в Турции и Египте. Если вас интересует специфика отдыха в мусульманской стране, есть заменители Турции — Тунис и Марокко, если вам нравится климат южной Турции — греческие острова или материковая Греция.

— Подтверждаются ли среди туроператоров опасения по поводу того, что в сложившейся экономической ситуации люди вообще будут отказываться от выездов за границу?

— Да, и именно это делает ситуацию на туристском рынке особенно сложной. Туризм не входит в первый круг потребностей человека. Сначала — холодильник, потом — путешествия. Когда люди начинают ограничивать себя в покупке говядины или рыбы, то тут уже не до туризма. Сегодня мы наблюдаем довольно тревожную тенденцию:



ВЛАДИСЛАВ ПОЛИЩАКОВ

если недавно существенная часть граждан среднего класса могла себе позволить два отпуска в год, то сейчас такая возможность для многих стала исчезать. Если платежеспособность населения будет падать, спасти ситуацию сможет только акцентированная позиция государства, которое начнет субсидировать какие-то виды туризма. Например, восстановит социальный туризм, школьный туризм. Профессионалы туристского рынка очень серьезные надежды возлагают на реинкарнацию именно школьного туризма. Если этого не произойдет, мы увидим, что все большее количество людей будут вообще отказываться от поездок куда-либо и проводить летний отпуск, например, на даче.

— Как можно оценить нынешнюю ситуацию на рынке туризма в цифрах?

— По данным статистики коллективных средств размещения, рынок туризма в нашей стране просел по выездному туризму на 40–60%, при этом спрос на внутренний туризм поднялся на 25%. Принято считать, что рынок туристских услуг идет плечом к плечу с рынками автомобилей и недвижимости. Если на них спад, то гарантированно спад будет наблюдаться и на туррынке.

— Как дальше будет развиваться ситуация?

— Мы верим в кратковременность негативных трендов и полагаем, что рынок восстановится, как восстанавливался он буквально за год после ситуаций в 1998–1999 или 2008–2009 годах. Для многих людей новые впечатления, путешествия уже стали образом жизни. Если вы нигде не отдыхали и ничего нового для себя не почерпнули за год, считайте, что год прожит зря. Такой потребительский и поведенческий стандарт сформировался.

— Есть ли решения проблем специально для Урала?

— Мы во Вселенной не одни, и не надо изобретать велосипед, надо использовать имеющийся опыт. Когда в 2009 году я возглавил Уральскую ассоциацию туризма, я думал, как было бы здорово, если бы к финансовым ресурсам, опыту, высоким технологиям, инфраструктуре «продвинутой» тех операторов, которые занимаются выездным туризмом, прибавить трудоголизм операторов внутреннего туризма в регионах, их патриотизм, любовь к родному краю и готовность создавать турпродукт не в городе Лоренцо Медичи, Вильяма Шекспира или Александра Пушкина, а непосредственно там, где ты родился и вырос. И вдруг такое время наступило. Крупные туроператоры, которые раньше глядели только в сторону выездного туризма, сейчас играют и на рынке внутреннего туризма. К примеру, туроператор «Европорт» создавался «Уральскими авиакомпаниями» как дочерняя компания по перевозке наших туристов в Италию, Германию, Францию. Сейчас этот туроператор специализируется и на турах в страны ближнего зарубежья, и на турах по России, и — что очень важно — по Уралу. Открываются новые грани туристского интереса к продуктам Казахстана, Киргизии, Азербайджана, Армении, Узбекистана, Белоруссии. В дополнение к давно известным появляются новые интересные маршруты по нашей необъятной и такой красивой стране.

С. 14

ЧТО ТАКОЕ УРАЛЬСКАЯ АССОЦИАЦИЯ ТУРИЗМА

Уральская ассоциация туризма (УАТ) — межрегиональная некоммерческая организация, созданная в 1996 году как объединение крупнейших представителей сферы туризма и гостиничного сервиса на Урале. В ее состав входят крупные туроператоры, туристические агентские сети, авиакомпании, высшие учебные заведения, страховые компании, гостиницы и санатории. По данным официального сайта УАТ, в организацию входят более 60 членов. Одной из главных задач УАТ является создание цивилизованного туристического рынка в Уральском регионе, развитие сферы туризма и гостеприимства. С 2009 года пост президента УАТ занимает Дмитрий Бугров, ранее — ректор Уральского госуниверситета (УрГУ), в настоящее время — первый проректор Уральского федерального университета (УрФУ).

Путешествия со школьной скамьи

В 2014 году при правительстве РФ был создан координационный совет по развитию в России детского туризма. Это дало импульс созданию новых туристических продуктов. Свердловская область уделяет детскому туризму повышенное внимание, благодаря которому решаются задачи образования и профессиональной ориентации.

— детский туризм —

Выездные школьные уроки

Один из первых крупных проектов, направленных на развитие детского туризма в Свердловской области, стал «Урал для школы», позволяющий школьникам путешествовать по интересным и значимым местам региона. Его реализации помогают 10 туроператоров. По словам директора проекта Натальи Семененко, в 2015 году проект посетило более 11 тыс. школьников Среднего Урала.

Наталья Семененко отмечает, что проект позволяет проводить открытые уроки по архитектуре, истории региона и другим темам. «Урок на выезде — это интересно и очень востребовано, кроме того, такие поездки довольно бюджетны, хотя дополнительное государственное финансирование необходимо. Нужно, чтобы у преподавателей была мотивация участвовать в подобных проектах, в том числе материальная. И необходимо скорректировать учебную программу, чтобы было время на такие поездки», — добавила она. Директор департамента малого и среднего предпринимательства и туризма Свердловской области Александр Породнов пояснил, что сейчас «Урал для школы» подстраивается под школьные требования. «Например, если класс едет в Невьянск, то дети посещают буквально все объекты: Невьянскую наклонную башню, музеи, таволжские керамические мастерские. Мы заложили другой принцип: школьные путешествия должны соответствовать образовательной программе. Если учащиеся 7–8-х классов начали изучать петровскую Россию, то в Невьянске они будут не просто учиться лепить горшки, а узнают об эпохе Демидовых», — пояснил он.

Появляются и другие турпродукты. ГК «Виста» разработала детский маршрут «Знакомство с Уралом». Она подракумывает 13-дневный тур, в который входит знакомство с техникой Урала, посещение Ирбитского мотоциклетного завода, музейных комплексов, крупнейшего карьера «Старая Линза», природных заповедников, путешествие на фабрику оружейников в Златоуст, мастер-класс в гончарной мастерской села Нижние Таволги, интерактивные программы, лазерное шоу в Кунгурской пещере и многое другое.

В декабре 2015 года был запущен проект «Парк сказов» — первый на Урале тематический парк, посвященный сказам Бажова, русской сказке и традиционной уральской народной культуре. Он расположен в 23 км от Екатеринбурга. С открытием объект посетило почти 5 тыс. человек. «Поток в сегменте детского туризма увеличивается в среднем на 10–15% в год», — говорит создатель «Парка сказов» Наталья Ларионова. Проект «Парк сказов» вошел в программу развития туризма Свердловской области «Самоцветное кольцо Урала» и стал частью Федеральной программы развития внутреннего туризма Российской Федерации.

С детства — на заводы

Еще одним масштабным проектом является «Единая промышленная карта», созданная по инициативе активистки Вероники Пиджако-



ЕЛЕНА ГРИЩЕНКО

вой. В рамках проекта школьники путешествуют по предприятиям региона. Как поясняет сотрудник проекта Любовь Крюкова, это не только направление в туризме, а профориентационная программа, аналогов которой в Уральском регионе нет. «За первый год работы „Единой промышленной карты“ уральские предприятия посетило более 30 тыс. школьников. Некоторым из них экскурсии помогли в выборе профессии», — рассказала она. В настоящее время в проекте участвует более ста школ Свердловской области, поступают заявки на организацию профориентационных экскурсий из других регионов Большого Урала. В программу «Единая промышленная карта» входят экскурсии на РЖД, в авиакомпанию «Уральские авиалинии», на завод «Фарфор Сысерт» и на особо охраняемые объекты — Белоярскую АЭС, НПО автоматики, Уралнормазавод. Образовательная программа «Единая промышленная карта» рассчитана на то, чтобы школьники смогли увидеть работу на производстве, заглянуть в цеха и сами поучаствовать в производственном процессе.

Любовь Крюкова признается, что сначала были сложности с налаживанием сотрудничества. «Непросто было договориться с предприятиями на проведение экскурсий. Для того чтобы вовлечь в проект образовательные учреждения, мы встречались с руководителями школ, с родителями, устраивали промотуры. Потом мы увидели заинтересованность родителей, они теперь сами посещают предприятия в рамках нашего проекта и составляют планы на дальнейшие поездки», — рассказала она.

Проект «Единая промышленная карта» считается уникальным и повышает туристическую привлекательность региона.

Внимание к науке и технике

В 2013 году в Екатеринбурге был создан Музей энергетики Урала. В нем с помощью современных музейных технологий представлена история развития уральской энергетики от «водяного колеса» и «лампочки Ильича» до действующих сооружений. Как рассказала

руководитель музея Валентина Жук, в 2015 году площадку посетило 4,7 тыс. человек, а по итогам 2016 года этот показатель может превысить 5 тыс. человек. «За два с половиной года работы музея примерно 70% гостей составляет детская аудитория. Только за июнь мы планируем принять более 1 тыс. детей из летних лагерей», — говорит Валентина Жук. Для работы со школами музеев энергетики Урала распространяет информационные листовки в районные отделы образования и другие музеи. «Идет работа и с отдельными школьными педагогами, и с руководителями детских центров, частных и семейных школ. При проведении экскурсий по городу в тематические туристические маршруты включается посещение музея энергетики Урала, в основном это связано с деловым туризмом. Иногда музеев интегрируется в детские маршруты. Кроме того, мы сотрудничаем с образовательными учреждениями, интерактивно-познавательными площадками: парком „Ньютон“, Инженерным центром атомной энергетики и другими», — рассказывает госпожа Жук.

Еще одной точкой образовательного туризма стал парк научных развлечений «Ньютон», появившийся два года назад в Екатеринбурге. В нем представлены интерактивные экспонаты, с помощью которых посетители могут ознакомиться с химическим составом организма человека, продемонстрированного с помощью гвоздей, спичек и хозяйственного мыла; рассмотреть внутреннее устройство собственных зрачков; увидеть, на какие участки мозга влияют разные запахи. Они заставляют воду летать, измерять скорость звука без специальных устройств, вырабатывать электроэнергию, позволяют очутиться внутри огромного мыльного пузыря и создавать многие другие «чудеса» науки. «Основные города, из которых к нам приезжают, это города Свердловской области, незначительную долю занимают другие регионы: ХМАО, Челябинская и Курганская области, Пермский край. Парки науки — один из новых, хорошо продаваемых проектов для туристических агентств в

Для школьных туристов открыты двери таволжских гончарных мастерских

небольших городах», — рассказывает директор по маркетингу и рекламе парка «Ньютон» Константин Бабаев. «В сезон учебного года с сентября по май количество групп распределено равномерно, усиление потока детей из других городов происходит в дни каникул (ноябрь, январь, март). Летний период предпочтителен для летних городских площадок, но именно в это время появляются посетители из других регионов», — добавил он. Потенциал образовательного туризма оказался настолько высок, что в 2015 году «Ньютон» открыл вторую площадку — в Ельцин-центре.

Решаемые трудности

По признанию экспертов, детский туризм — одно из самых сложных направлений туриндустрии. «Организация детского тура требует исключительно деликатного подхода, существуют определенные нормы безопасности по перевозке детей, требования к придорожному питанию. Создание подобных маршрутов требует взаимодействия не просто объектов культурного показа и туристических компаний, но и содействие транспортных компаний, муниципальных и региональных властей, в ведомстве которых находится территория турмаршрута», — рассказывает директор Уральской ассоциации туризма (УАТ) Михаил Мальцев. «Детский туризм — направление перспективное, но требует большой проработки, выполнения большого количества туристских формальностей, соблюдения множества требований, подчас противоречивых», — добавляет Наталья Ларионова.

Не менее важным остается вопрос финансирования. «Для развития „Парка сказов“ требуются инвестиции в размере около 300 млн руб. В этом году нас поддерживало правительство Свердловской области, выделив заемные средства на пять лет под 11% годовых через областной фонд поддержки предпринимательства. Но этого не вполне достаточно», — считает Наталья Ларионова.

Константин Бабаев отмечает, что долю в общем детском выездном туризме пока занимает небольшую, необходимы дополнительные стимулирующие программы. «Логичная интеграция и взаимоподдержка с другими проектами всегда только на пользу, тем более в образовательном сегменте. Например, мы могли бы организовать загородный научный лагерь совместно с университетами города, научными сообществами», — предлагает он.

«Особенностью нашего региона является международный авиахаб — екатеринбургский аэропорт Кольцово. Поэтому важно, чтобы путешествующие детские группы, направляясь через Кольцово, имели возможность и задержаться в Свердловской области на один-два дня для знакомства с Уральским краем», — считает директор УАТ Михаил Мальцев.

Юлия Ахтамянова

Музей энергетики Урала за год посещает около 5 тыс. человек



ВЛАДИСЛАВ ПОЛИЩАКОВ