

ПУТЕВОДИТЕЛИ ПО ГОРОДУ ЕКАТЕРИНБУРГУ В ОЦЕНКАХ ТУРИСТОВ

В России постепенно развивается культура путешествий. Все больше туристов вне зависимости от того, отправляются ли они в составе организованной группы или сами по себе, стараются подготовиться к поездке. Делать это удобнее всего с помощью путеводителей. Сегодня на российском рынке представлены многие из ведущих мировых гидов, а также выпущен ряд изданий, написанных нашими соотечественниками.

Идеального путеводителя в природе не существует. В одном дано много фактической информации об отелях и билетах, но мало внимания уделено достопримечательностям. В другом, наоборот, есть подробные планы всех церквей и замков, но зачастую не понять, где именно они находятся. Конечно, в каждом из путеводителей можно найти что-то полезное, но, чтобы составить полное представление о стране, нужно изучить несколько справочников от разных издательств. Собственно, в этом - залог развития рынка путеводителей. Всегда найдется угол зрения, под которым информация о стране еще не подавалась, а значит, есть повод выпустить новый путеводитель.

Объем российского рынка путеводителей, по данным издательства «Вокруг света», оценивается сегодня в \$5-6 млн¹.

Издательства сегодня не только запускают новые серии, например «Вокруг света», «Твой путеводитель», «Шаг за шагом», но также выпускают на русском языке западные серии: «Thomas Cook», «Dorling Kindersley», «National Geographic», «Rough Guide» и др. По сравнению с 90-ми годами видна значительная разница: тогда выпускалось небольшое количество путеводителей (например, «Полиглот» и «Ле Пти Футе») и только по самым ходовым направлениям².

¹ Волков К. О происхождении гидов // Экономический еженедельник «Коммерсантъ - Деньги». 2007. № 5. С. 15.

² Там же. С. 16.

Путеводители можно разделить на несколько категорий. Деление это довольно условное, так как каждый из перечисленных путеводителей может быть использован самыми разными потребителями. Во-первых, это путеводители для так называемых диванных путешественников, то есть тех, кто предпочитает читать о дальних странах вместо того, чтобы туда ехать. К ним относятся, как правило, дорогие издания, снабженные хорошими цветными иллюстрациями, схемами и другими наглядными материалами, а также содержащие сведения об истории и культуре. Все это дается в ущерб практической информации, так что пользоваться такими путеводителями при самостоятельных прогулках несколько затруднительно.

Ко второй категории можно отнести информационные путеводители. Собственно, это то, что понимает под путеводителем обычный человек. В таких изданиях совмещены обзор достопримечательностей, хотя и в усеченном варианте, история региона, некоторая практическая информация, например самые известные рестораны и отели. Схемы и карты более или менее привязаны к местности. Такие информационные путеводители состояются о каждом туристическом центре, в частности, о Екатеринбурге, как правило, в различных вариантах и различными фирмами.

Екатеринбург - это крупный промышленный, деловой, научный, культурный центр, один из красивейших городов с богатой историей, расположенный в самом сердце России. Это большой город с хорошо развитой туристской инфраструктурой.

Сфера въездного туризма в Екатеринбурге успешно развивается уже на протяжении нескольких лет. Это динамичное развитие началось еще в 2003 году, а уже в 2005-м была подготовлена долгосрочная программа по развитию въездного туризма. Только по официальным данным администрации Екатеринбурга, за эти годы произошел более чем двукратный рост числа

туристов. Если в 2004 году уральскую столицу посетило 56 тысяч человек, то в 2006 году уже 130 тысяч¹.

Для более эффективного развития сферы въездного туризма и для помощи гостям города в аэропорту “Кольцово” создана специальная информационно-туристическая служба. По словам заместителя директора муниципального учреждения “Столица Урала” С. Мошкина, в 2008 году начала реализовываться программа по установке в Екатеринбурге сенсорных информационных киосков, а также уличных навигационных указателей.

Представители муниципального учреждения “Столица Урала” признают, что темпы и качество создаваемых информационных продуктов еще отстают от постоянно возрастающих потребностей. Не хватает и интернет-ресурсов, способных на русском и иностранном языках предоставить качественную и полноценную информацию о достопримечательностях Екатеринбурга и его окрестностей, сопутствующей индустрии гостеприимства. Хотя именно Интернет в современном мире является максимально быстрым способом для получения информации. Таким образом, основным барьером для въездного туризма предстает недостаток информационного обеспечения. По этой причине впервые приехавшему гостю нелегко сориентироваться в таком большом городе. В данной ситуации может помочь качественная и доступная информация, полученная из таких достоверных источников, как сайт города, карманный путеводитель, карты и буклеты с подробными сведениями о городе.

Для того чтобы выявить потребности гостей и жителей города в рекламно-информационном обеспечении было проведено маркетинговое исследование - опрос населения и гостей города методом формализованного интервью. Опрос проводился в течение трех дней около аэропорта Кольцово на Бахчиванджи пл., 1. В опросе приняло участие 25 человек. Из числа респондентов мужчины составили 43%, женщины – 57%. Использовалась случайная выборка.

¹ Волков К. О происхождении гидов // Экономический еженедельник «Коммерсантъ - Деньги». 2007. № 5. С. 16.

Прежде всего, необходимо выяснить, нужны ли путеводители туристам. Обратимся к результатам исследования.

Большинство туристов (86%) отметили, что нуждаются в путеводителе по городу в качестве ориентира, указателя, с помощью которого легко разобраться, сориентироваться в незнакомом месте. У многих туристов существуют определенные предпочтения относительно путеводителей по причине пользования ими ранее, то есть некоторые путеводители являются более узнаваемыми для гостей города, а некоторые – менее.

Около трети опрошенных ответили, что наиболее известным для них является путеводитель «Пти Фюте – Екатеринбург» (см. табл. 1), который содержит в себе информацию об истории города, культуре, достопримечательностях, вариантах проведения досуга. Именно этим объясняется узнаваемость Пти фюте: путеводитель охватывает практически весь круг интересов гостей города.

Таблица 1 – Наиболее узнаваемые для туристов путеводители по городу Екатеринбургу (% от числа ответивших)

Путеводители	%
Путеводитель серии «Пти Фюте – Екатеринбург»	30
«Екатеринбург Культурный»	24
«Екатеринбург Easy visib»	20
Путеводитель+обозрение «Екатеринбург. Европа-Азия»	12
«Екатеринбург Вкусный /eating out»	7
«Екатеринбург – календарь событий»	7

Однако и другие путеводители также являются узнаваемыми для туристов. Отметим, что менее всего пользуется популярностью «Екатеринбург – календарь событий», что, вероятно, объясняется целями прибытия: чаще всего туристы посещают Екатеринбург, чтобы увидеть столицу Урала или по деловым, рабочим вопросам. И их не интересуют культурные, исторические и другие события. Таким образом, в основном, путеводители осуществляют свою прямую функцию ориентирования гостей города в незнакомом месте или в новых условиях. Поэтому более половины респондентов (59%) относятся к путеводителям положительно, однако считают нужным внести определенные изменения,

которые далее мы рассмотрим более подробно. Обратимся к отрицательным характеристикам, выделенным респондентами (см. табл. 2).

Таблица 2 – Отрицательные характеристики путеводителей по городу Екатеринбургу (% от числа ответивших)

Отрицательные характеристики	%
В некоторых разделах недостаточная информация об объекте	12
Страницы выпадают или рвутся, удобнее, когда страницы скреплены пружиной	12
Не нравится цветовая гамма, мало цветных иллюстраций	11
Представить информацию компактной, но в тоже время исчерпывающей	11
Отсутствие карты	10
Не нравится структура путеводителей	9
Слишком много ненужной информации	8
Часто встречается устаревшая информация	8
Высокие цены на путеводитель	6

Из таблицы видно, что туристы хотели бы получить больше информации об интересных объектах в более удобном, функциональном (без выпадения страниц) формате. Это объясняется тем, что путеводители часто и многократно пролистываются и носят в кармане, а значит должны быть удобными в использовании. Многим гостям города необходима карта, которой нет фактически ни в одном путеводителе.

Всего 6% опрошенных ответили, что хотели бы приобретать буклеты по более низкой цене, что означает их доступность для большинства туристов.

Итак, можно отметить, что основное пожелание приезжих туристов – это функциональность путеводителей, их усовершенствование для более удобного рационального использования. Самым первостепенным респонденты назвали наличие отрывных купонов со скидками в различные заведения (27%), а также разделение путеводителя на тематические разделы (19%), то есть наличие рубрикаторов - закладок (проживание, питание, достопримечательности и т.д.).

Таким образом, мы можем предложить несколько важных характеристик и рекомендаций, которые необходимо внести в путеводитель для повышения их функциональности и удобства для туристов:

1. Наличие отрывных купонов со скидками в рестораны, кафе, кино, музеи и т.д.;

2. Сделать в путеводителях рубрикаторы-закладки, например: проживание, питание, достопримечательности, и т.д. для быстрого поиска необходимой информации;

3. Указать режим работы организаций;

4. Указать расписание движения общественного транспорта со схемой маршрутов;

5. Сгруппировать предприятия гостеприимства по районам и ценовой категории, для того чтобы гости сами могли выбрать ту или иную гостиницу, ресторан исходя из своих потребностей и возможностей;

6. Корректировать оформление путеводителей - добавить много цветных фотографий, иллюстраций, использовать шрифт крупнее, выделить абзацы;

7. Представить информацию в компактном виде.

Данные рекомендации должны способствовать более продуктивному использованию путеводителей и, как следствие, созданию информационного комфорта гостям города.

Д.Н. Колчеданцева

ОЦЕНКА СТУДЕНТАМИ БОЛОНСКОГО ПРОЦЕССА

Один из наиболее актуальных вопросов последнего времени в России – внедрение так называемой болонской системы в сфере высшего образования. 19 июня 1999 года в Болонье 29 стран Европы подписали Болонскую декларацию, что положило начало Болонскому процессу. Россия подписала Болонскую декларацию в сентябре 2003 года.

Инструменты реализации единого пространства высшего образования в Европе были конкретизированы. Это – введение системы легко читаемых и сравнимых степеней; применение Приложений к диплому, которые должны обеспечить трудоустраиваемость выпускников вузов; введение системы, базирующейся на двух основных уровнях, причем первый уровень должен длиться