




Московский государственный университет им. М. В. Ломоносова
Российская академия наук
Российская международная академия туризма
Российский союз туриндустрии

ТУРИЗМ И РЕКРЕАЦИЯ:
фундаментальные и прикладные исследования

Труды
II Международной
научно-практической конференции

МГУ им. М. В. Ломоносова,
географический факультет

Москва, 20 апреля 2007 г.

Москва
РИБ «Турист»
2007

УДК 379.85+910
ББК 75.81+28.8
Т86

ОРГАНИЗАТОРЫ КОНФЕРЕНЦИИ

Московский государственный университет им. М. В. Ломоносова
Российская академия наук
Российская международная академия туризма
Российский союз туриндустрии

Конференция проведена

при поддержке:
Совета Федерации Федерального собрания Российской Федерации
Государственной думы Федерального собрания Российской Федерации
Торгово-промышленной палаты Российской Федерации
Международного конгресса профессионального туристского образования

РЕДАКЦИОННАЯ КОЛЛЕГИЯ

Зорин Игорь Владимирович – профессор, ректор Российской международной академии туризма, президент Международного конгресса профессионального туристского образования, завкафедрой ЮНЕСКО по культурному туризму в целях мира и развития РМАТ

Кружалин Виктор Иванович – профессор, вице-президент Национальной академии туризма, директор Института комплексных исследований образования МГУ, завкафедрой рекреационной географии и туризма географического факультета МГУ им. М. В. Ломоносова

Некипелов Александр Дмитриевич – академик, вице-президент РАН, председатель Межведомственного совета по системным проблемам рекреации и туриндустрии

Шпилько Сергей Павлович – президент Российского союза туриндустрии

РЕЦЕНЗЕНТЫ

Карпова Г. А., профессор Санкт-Петербургского государственного университета экономики и финансов
Мироненко Н. С., завкафедрой географии мирового хозяйства географического факультета МГУ им. М. В. Ломоносова

Т86 **Туризм и рекреация:** фундаментальные и прикладные исследования : труды II Международной научно-практической конференции. МГУ им. М. В. Ломоносова, географический факультет, Москва, 20 апреля 2007 г. – М. : РИБ «Турист», 2007. – 366 с.

ISBN 5-98025-014-X

Рассматриваются теоретические основы туризма и рекреации; проблемы и перспективы их развития, состояние туристского рынка и методы его прогнозирования; региональные особенности туризма; вопросы профессионального туристского образования.

Рекомендуется ученым, преподавателям, аспирантам и студентам, работникам туриндустрии, представителям органов власти всех уровней.

УДК 379.85+910
ББК 75.81+28.8

ISBN 5-98025-014-X

© Текст. Авторы, 2007
© МГУ им. М. В. Ломоносова, 2007
© Российская международная академия туризма, 2007

СОДЕРЖАНИЕ

Приветственное слово академика ***А. Д. Некипелова*** 10

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННЫХ ЗОН

Барзыкин Ю. А., Абрамова Т. В. Основные направления государственной политики и изменений туристского законодательства на современном этапе в Российской Федерации 12

Федоткин Д. В. Создание и развитие особых экономических зон туристско-рекреационного типа в Российской Федерации 18

Зорин И. В. Системное взаимодействие науки и туризма 20

Шпилько С. П. От туристских ресурсов к туристскому продукту 24

Кружалин В. И. Научно-методическое обоснование проектирования туристско-рекреационных зон 34

Барзыкина Е. Ю., Силагадзе И. Р. Влияние особых экономических зон туристско-рекреационного типа на социально-экономическое состояние регионов 38

Зорин И. В., Кривошеев В. М. К вопросу о проектировании туристско-рекреационных особых экономических зон 40

Ерешко Ф. И. Системно-аналитический аспект исследований по проблеме создания туристско-рекреационных зон 46

Александрова А. Ю. Туристский кластер как более высокая стадия в развитии туристско-рекреационных особых экономических зон 49

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИССЛЕДОВАНИЙ ТУРИЗМА И РЕКРЕАЦИИ

Абрамов В. В. Истоки профессиональной туристской терминологии 54

Абрамов В. В. Об отраслевой терминологии в туризме 56

Амелина Т. В. Использование космической информации для целей рекреации и туризма на примере Байкальского региона 61

Баюра В. Н., Мотовилова М. С. Туристско-рекреационные зоны и их информационно-картографическое обеспечение 63

Буркацкая И. Л., Тютык А. В. Кластер регионального туризма как фактор инновационного развития в сфере туризма 67

Володичева Н. А., Каштанов А. С. Локальные нивально-гляциальные системы и их рекреационное использование в зимнее время 67

Гарифуллина Л. А. Значимость изучения лексики индустрии гостеприимства в английском и татарском языках как фактор развития туризма в Татарстане 68

Гарифуллина Л. А. Сокращения в лексике индустрии гостеприимства английского и татарского языков 70

Голубчиков Ю. Н., Сербенюк А. С., Магин Е. Б. О формировании национальной модели российского туризма 71

Дорофеев А. А. Принципы, методика и результаты определения рекреационной емкости Селигерского края 72

Дуллиева К. М. Лингвотуристические особенности русской и английской кухни 73

Емельянов А. С. Монастыри России: новые возможности развития территории в сфере религиозного туризма и паломничества 74

Ермилова Д. В. Историко-литературная традиция странствий в контексте современного туризма 76

Здоров А. Б., Виноградов А. А. Прогнозирование комплексного развития туристской деятельности Московской области на основе концессионных соглашений 80

Здоров А. Б., Здоров М. А. Прогнозирование финансового обеспечения туристской деятельности в регионе 81

Зорин А. И., Капустин В. С., Березин В. П. Научно-экспедиционный туризм как социокультурный и исторический феномен: современность и перспективы развития 84

Ланцова И. В. Методические аспекты эколого-экономической оценки рекреационных ресурсов 89

Никонова О. Г. Обоснование выбора местоположения туристских объектов 95

Ромазанова О. В. Роль речевого этикета в сфере туризма 95

Соколов А. Б. Железнодорожный туризм в ранневикторианской Англии 97

Солохин С. С. Системный анализ как методология комплексного исследования проблем развития рекреационной системы региона 102

Тёмный Ю. В. Туризм и его влияние на возникновение и эволюцию денег ... 110

Фивенский Ю. И. Инвариантность феномена малых кольцевых структур по отношению к физической среде рекреационной системы 115

Шабалина Н. В. Туризм как важнейший механизм межкультурных процессов 120

ТУРИСТСКИЙ РЫНОК: ТЕКУЩИЕ ПРОБЛЕМЫ И ПРОГНОЗ РАЗВИТИЯ

Бархатова Т. В. Вопросы развития инновационной инфраструктуры туристского рынка 124

Витик А. Международная рыночная конкуренция: факторы, определяющие успех в туризме / ***Vitić Andriela.*** International Marketing Competitiveness: Specific Factors of Success in Tourism 128

Ирисова Т. А., Колотова Е. В. Рекреационное районирование как инструмент анализа внутреннего туристского рынка России 132

Ключников А. В. Проблема исследования эффективности управления в туризме 134

Консовский А. А. Проектное финансирование как инструмент привлечения инвестиций в туристскую концессию 137

Кристенко М. А. Современное состояние международного туризма в странах (территориях) Карибского бассейна 141

Лешкова О. В. Туризм как форма престижного потребления: новые факторы социальной мобильности 145

Ливанов В. А. Анализ современного круизного потенциала черноморских портов РФ и инвестиционные программы их развития 147

Лупина М. А. Специфика развития ресторанного бизнеса на автотрассах (на примере автотрассы Москва – Санкт-Петербург на участке Тверской области) 151

Михайлова И. А., Ключников А. В. Система оценки эффективности управления туроператорской деятельности 155

Морозова Н. С. Особенности конкурентоспособности в туризме 160

Ставцева С. Переходный период в развитии мирового туризма 162

Тёмный Ю. В., Стальная В. Игра с сознанием потребителя: позиционирование предприятий игорного бизнеса 166

ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННЫЙ ПОТЕНЦИАЛ И РЕГИОНАЛЬНЫЕ ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА

Абубакирова Л. К. Роль объектов культурно-исторического наследия города Оренбурга в развитии познавательного туризма (на примере культовых сооружений мусульман) 174

Акулич Е. М. Культурный туризм в историческом городе 176

Аханаева В. Ц. Некоторые проблемы развития регионального туризма 177

Байрамов Р. Ф., Меланина Т. В., Сафонова А. А. Перспективы развития экологического туризма в Центральном регионе РФ 178

Баранов А. С. Туризм и Всемирное наследие 179

Громов В. В., Брайнин М. Б. Региональные аспекты управления развитием туристской отрасли на примере Республики Карелия 182

Данилов А. Ю. Проблемы формирования новых туристско-рекреационных зон (на примере субрегиона «Ярославское Заволжье») 189

Дорофеев А. А. Современное состояние и потенциал развития международного туризма в Верхневолжье 193

Дунец А. Н. Геокаркас развития туристской индустрии в Алтае-Саянском регионе 193

Ирисова Т. А., Полуэктова М. В., Юркова Г.Ф. Перспективы рекреационно-туристского освоения Нижегородского Заволжья 197

Калуцкова Н. Н., Сафонова А. А., Сморжок М. А. Оценка природной привлекательности туристических маршрутов Белоградчишских скал (Болгария) 200

Калуцкова Н. Н., Тушинская Г. С. Проблемы развития горнолыжного туризма в Тирольских Альпах 203

Кружалин В. И., Ломоносов М. Н., Фивенский Ю. И. Изучение глубинного строения рекреационных территорий 207

Кузьминов А. М., Шахов В. А., Кулаков В. И. Научный туризм и научные контакты: современный российский и международный опыт 212

Литвиненко (Ханташкеева) Т. В. Воздействие туризма и рекреации на окружающую среду: пространственные исследования в регионе озера Бива (Япония) 215

Ломоносов М. Н. Проблема питьевой воды на малых туристских островах Карибского бассейна 218

Лысун Е. В. Проблемы и перспективы развития экотуризма на юге Дальнего Востока России 222

Мельченко В. Е. Развитие туристско-рекреационной деятельности в Республике Алтай: специфика и проблемы 224

Мингазова Н. М. Возможности организации экотуризма в соответствии с природной ценностью районов Республики Татарстан / ***Mingazova N. M.*** The Opportunities of Ecotourism Organization According to Natural Value of Areas of Republic Tatarstan 229

Пасюков П. Н. Проблемы привлечения и обслуживания японских туристов: региональная практика 230

Супруненко Ю. П. Индустрия отдыха в горах 234

Тихоцкая И. С. Туристско-рекреационный потенциал Японии и экологический туризм 238

Тотонова Е. Е. Туристско-рекреационный потенциал Канады 244

Федоров В. М. Научный туризм как важнейший элемент географического образования (на примере Южноамериканской экспедиции 2007 года) 248

Христов Т. Т. Индийский штат Керала как перспективная дестинация развития туризма 252

Цыщук Г. Ю. Планирование развития туризма в регионе 256

Чернов В. А. «Европа в двух часах», или «Туризм на Амуре»: к вопросу о маркетинге туристского региона 258

Шагжиев К. Ш., Гармаев Е. Ж. Туристско-рекреационная деятельность в особой экономической зоне Прибайкалья 261

Щедловская М. В. Туристско-рекреационный потенциал региона Кавказских Минеральных Вод 264

Элиарова Т. С., Ключникова Е. В., Морозов М. А. Роль туризма в социально-экономическом развитии региона и проблемы развития регионального туризма на примере дестинации Тульского региона 269

ПРОБЛЕМЫ ОБРАЗОВАНИЯ, БЕЗОПАСНОСТИ И УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА

Себбан А. Евродип и Болонский процесс. Сближение различных европейских систем высшего образования на период до 2010 г. / ***Sebban A.*** Le processus de Bologne. Faire converger les différents systèmes d'enseignement supérieur européens d'ici 2010 274

Барабанер Х. Фундаментальные и прикладные исследования в программе подготовки менеджеров по туризму в Эстонии / ***Barabaner H.*** Fundamental and Applied Researches in the Course of Training of Managers of Tourism in Estonia 276

Тронкон Р. Роль эстетики в подготовке специалистов по туризму 277

Абишева З. М., Ердавлетов С. Р. Особенности внедрения кредитной технологии по специальности «Туризм» на географическом факультете КазНУ им. аль-Фараби 277

Абрамов В. В. Туризм – вседозволенность или достижение мировой культуры 281

Абрамов В. В., Влащенко Н. Н. Проблемы подготовки кадров в рекреационной сфере 284

Аигина Е. В., Кружалин К. В. Теоретические и методические основы проведения зарубежной практики студентов, обучающихся по специальности «Туризм» 289

Алимов В. В., Сысоева Т. В. Информационные модели прогноза функционирования и эффективности системы уровневой экономической подготовки специалистов туристского бизнеса 292

Белогорцев А. А. Методы современной профессиональной переподготовки специалистов в сфере туризма 298

Бухарина А. Ю. Туризм как действенное средство социализации и интеграции детей и подростков – лиц с ограниченными возможностями здоровья 302

Гладкевич Г. И., Сурнева А. А., Пуцято А. А. Досуговая деятельность жителей больших городов как фактор развития сельского туризма 306

Голубчиков Ю. Н. Образовательно-оздоровительные технологии туризма 311

Гулиев Н. А. Социальный заказ и социокультурное проектирование деятельности менеджера туризма региона 313

Гулиев Н. А., Дуранов И. И. Формирование туристских зон и социокультурная подготовка менеджера туризма 313

Ефимов Д. А. Статистические аспекты анализа динамики европейской туристской отрасли 314

Иванова Л. А., Филипьева С. М. Зарубежный опыт как основополагающий фактор подготовки персонала для туриндустрии г. Сочи на уровне мировых стандартов 316

Кильдишов В. Д. Использование электронной таблицы MS Excel для построения маршрута движения 316

Кущёв Н. П. Особенности развития профессионального туристского образования в современных условиях 318

Львова Т. В. Влияние качества туристских услуг, предоставляемых на территории дестинации, на экономику региона 321

Маноляк В. Ю. К проблеме компетентностного подхода в оценке правовой подготовки студентов туристского вуза 323

Махотин Д. А. Модульная технология организации учебного процесса на основе компетентностного подхода 325

Минаев В. А., Фаддеев А. О. Безопасность и отдых: системный взгляд на проблему рисков 329

Морозов М. А., Морозов М. М., Элиарова Т. С. Анализ развития информационных технологий в туриндустрии 334

Мошняга Е. В. Устойчивый туризм в глобализирующемся мире: тенденции и перспективы развития 337

Нивинская О. А. Программа адаптации молодого специалиста в туристской фирме как фактор качества подготовки выпускника вуза 341

Сафонова А. А. Геоэкологический аспект устойчивого развития мировой туристической индустрии 345

Сесёлкин А. И. Компетентностный подход и профессиональное туристское образование 345

Цекина М. В. Развитие туризма как фактор позитивных тенденций в качестве жизни коренных народов Крайнего Севера России 347

Чернецкий С. Р. От SSME к концепции периодического электронного научного издания PMAT 351

Чубиева И. В. Система образования как институт формирования человеческого капитала для туристской сферы 356

Шишкин К. С. Создание, хранение и ведение информации на персональном компьютере 362

ПРИВЕТСТВЕННОЕ СЛОВО

Сегодняшнее заседание Межведомственного совета по системным проблемам рекреации и туриндустрии проходит в рамках II Международной научно-практической конференции «Туризм и рекреация: фундаментальные и прикладные исследования», инициатором которой второй год подряд выступает МГУ им. М. В. Ломоносова. Реакция научной общественности, регулирующих органов и бизнес-структур свидетельствует о верном выборе форм информационного обмена в данной сфере и направлении исследований.

В последнее время в нашем обществе проявляется все больший интерес к системным проблемам рекреации и туристской индустрии. Это связано со все возрастающей системообразующей ролью туризма в экономике.

Туризм необходим обществу для адаптации к современным условиям жизнедеятельности, восстановления и развития трудового потенциала страны и поиска ответов на вызовы глобализирующегося мира с его новейшими технологическими прорывами. Туризм играет роль связующего звена в общественной жизни народов, являясь идеальной конструкцией для совершенствования технологий коммуникации. Туризм выступает как гибкий инструмент познания и культурного развития личности.

Очевидно, что дальнейшее развитие туризма должно базироваться на глубоких фундаментальных разработках во всех отраслях знаний, в которых стимулом к дальнейшим исследованиям выступает туризм и где он является главным потребителем новых знаний. Прогрессивные изменения в технологиях – информационных, транспортных, биологических, медицинских и т. д. – требуют объединения усилий всех сторон: и государства, и общества, и бизнеса.

Можно выделить следующие актуальные задачи фундаментальных и прикладных научных исследований по туризму и рекреации:

1. Разработка федеральных и региональных программ развития туриндустрии.
2. Системный анализ наиболее эффективных моделей развития туризма и рекреационной сферы.
3. Разработка концепции создания единой системы туристско-рекреационных зон (ТРЗ) России, включающих ТРЗ федерального, регионального и локального уровней.
4. Разработка концепции создания и развития туристско-рекреационных особых экономических зон и обоснование роли и места особых экономических зон (ОЭЗ) в развитии экономики Российской Федерации.
5. Разработка и стандартизация комплексной методики оценки туристско-рекреационного потенциала территорий на федеральном, региональном и локальном уровнях.
6. Разработка систем регулирования финансовых и туристских потоков.
7. Обоснование концепции регионального туристского маркетинга.
8. Разработка моделей функционирования туристско-рекреационных особых экономических зон и механизмов управления ими.
9. Прогноз развития туристско-рекреационных особых экономических зон в России.
10. Формирование концепции устойчивого развития туризма и рекреации на разных территориальных уровнях.
11. Разработка новых информационных технологий, современных баз и банков данных по туризму и рекреации, формирование системы статистического учета, обработки и анализа статистических данных по туризму на разных уровнях государственного регулирования туриндустрии, развитие информационно-справочного и картографического обеспечения туристской деятельности.
12. Создание правовых механизмов управления туриндустрией и совершенствование правового обеспечения туристской деятельности.
13. Разработка систем и технологий обеспечения безопасности в туризме.

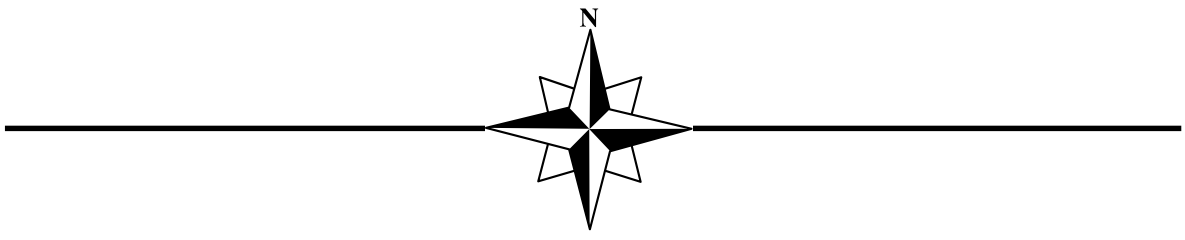
Очевидно также, что движущей силой для дальнейшего развития туризма выступает образование, поскольку именно образованные кадры позволяют адаптироваться туризму к меняющимся реалиям и создавать условия к внедрению инноваций в туризме и совершать технологические революции.

Программа Форума и Конференции демонстрирует широкий охват проблем науки и образования в туризме и гарантирует успех в обсуждении актуальных проблем туризма.

От имени Российской академии наук приветствую участников конференции и желаю всем плодотворной работы.

Вице-президент РАН, председатель Межведомственного совета
по системным проблемам рекреации и туриндустрии, академик
А. Д. Некипелов

ПРОБЛЕМЫ
И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ
ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННЫХ
ЗОН



ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОЛИТИКИ И ИЗМЕНЕНИЙ ТУРИСТСКОГО ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Ю. А. Барзыкин, *зам. председателя Комитета Государственной думы ФС РФ по экономической политике, предпринимательству и туризму, председатель Комитета ТПП РФ по предпринимательству в сфере туристской, курортно-рекреационной и гостиничной деятельности*
Т. В. Абрамова, *канд. экон. наук, помощник депутата Государственной думы ФС РФ*

Туризм меняется вместе с миром, и в начале XXI в. он стал одним из ведущих направлений социально-экономической и культурной жизни большинства государств и регионов мира, а туристская индустрия – неотъемлемым элементом потребительских моделей и социального поведения значительной части населения. 2006 год оказался даже более успешным, чем ожидалось по прогнозам. По данным Всемирной туристской организации (ЮНВТО), в 2006 г. мировая туриндустрия установила очередной рекорд: количество туристских прибытий увеличилось по сравнению с 2005 г. на 4,5 % и составило 842 млн. Такая тенденция, возможно, сохранится и в 2007 г., который может стать уже четвертым годом устойчивого роста.

Доходы от международного туризма в 2005 г. достигли 680 млрд долл. США, а в разных странах составили (млрд долл.): в США – 81,7; Испании – 47,9; Франции – 42,3; Италии – 35,4; Турции – 18,2, Польше – 6,3. В России же – всего 5,5. На долю туризма приходится 11 % мировых потребительских расходов и треть мировой торговли услугами. Данная сфера вовлекает в финансовый оборот около 4 трлн долл. США.

Туризм в современном мире обладает высоким инвестиционным мультипликатором: один рубль вложений приносит 4 руб. суммарного дохода в других отраслях экономики. Такой же умножающий коэффициент и в занятости – одно рабочее место в сфере туризма создает 3–4 места в смежных отраслях. В сфере туризма сегодня в мире занят каждый десятый работник, на его долю приходится 7 % общего объема инвестиций. Туризм, таким образом, является фактором мультипликативного воздействия на экономику и социальную сферу. Он, как правило, не истощает экологию, не нарушает природное равновесие, а способствует ее сохранению и улучшению.

Однако доля России в мировых показателях развития туризма пока минимальна, хотя, по прогнозам Всемирной туристской организации, потенциальные возможности нашей страны позволяют при соответствующем уровне туристской инфраструктуры принимать до 40 млн иностранных туристов в год и получать значительные валютные поступления.

С начала 90-х годов в стране интенсивно развивается выездной туризм. Поток российских граждан, выезжающих с целью туризма, увеличился с 2,5 млн в 1995 г. до 7,8 млн в 2006 г., т. е. более чем в 3 раза. В то же время численность иностранных туристов, особенно за последние годы не только не возрастала, но даже уменьшалась, например в 2005 г. – на 16 %, достигнув уровня 2000 г. Хотя в 2006 г. падение потока приостановилось, и даже произошло увеличение на 2 %, достигнув 2,4 млн туристов, данная ситуация свидетельствует о том, что сальдо в туристском обмене для России является в настоящее время резко отрицательным. Причем выездной туризм сопровождается значительным вывозом капитала за рубеж. По данным ЮНВТО, расходы российских туристов за рубежом составили в 2004 г. около 16 млрд долл., в 2005 г. – уже 17,8 млрд долл., а по оценкам российских экспертов, ежегодно эта цифра превышает 20 млрд долл. Эти средства инвестируют развитие туризма в других странах.

По имеющимся оценкам, в мире на долю внутреннего туризма приходится 80–90 % всех туристских поездок, а общий объем расходов на внутренний туризм в 5–10 раз превышает затраты туристов на международные поездки. Необходимо отметить, что внутренний туризм в России становится динамичнее, а российские граждане все активнее ездят по стране. По данным Ростуризма и Высшей школы экономики, число внутренних туристов в России в 2006 г. увеличилось на 15 % по сравнению с 2005 г. и составило 25 млн человек. Вместе с тем масштабы его развития для такой страны, как Россия, совершенно недостаточны. По данным социологических центров (ВЦИОМ и ФОМ), около 40 % населения отдыхает на дачах, в других городах и селах страны, в ближайшем зарубежье – 4 % и дальнем – только 2 %. Почти две трети опрошенных остаются дома и для отдыха никуда не выезжают.

Причины, сдерживающие это развитие: низкая платежеспособность массового отдыхающего и соответственно доступность отдыха и лечения на курортах; сезонность загрузки; несоответствие цены и качества предоставляемых услуг; высокая стоимость проезда на курорты как авиа-, так и железнодорожным транспортом. В создавшихся условиях закономерен вопрос о повышении роли государства в создании необходимых условий для успешного развития внутреннего, в том числе социального, и въездного туризма в стране.

Уровень государственного влияния на развитие туризма определяется многими факторами: местом и значением данной сферы в национальной экономике, экономическим состоянием государства, степенью развитости индустрии туризма, традициями, предшествующим опытом. Однако при любых обстоятельствах в основе государственного регулирования должно лежать эффективное законодательство, учитывающее и отражающее особенности и специфику туризма как отрасли.

Особенность институциональной базы туризма заключается в том, что она формируется, прежде всего, из юридически разнородных, но объединенных по предметным и целевым признакам норм различных отраслей права. В частности таких, как государственное, гражданское, предпринимательское, административное, финансовое, таможенное, земельное и др., которые оказывают регулирующее воздействие на сферу туризма. Эти правовые источники образуют комплексную отрасль законодательства – туристское законодательство. Поскольку туризм – это сложный многоотраслевой комплекс, то наряду с профильными законами важно принятие еще ряда законов и подзаконных актов, направленных на создание благоприятных условий для развития внутреннего и въездного туризма, привлечения как российских, так и иностранных инвестиций, развития средств размещения и др.

К числу нормативно-правовых актов, реально повлиявших на положение дел в туристской сфере, следует отнести:

- принятые летом 2006 г. изменения и дополнения к Федеральному закону «Об особых экономических зонах в Российской Федерации» с целью включения в него дополнительных положений о создании зон туристско-рекреационного типа;
- изменения в Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» (подписаны Президентом РФ и опубликованы в феврале 2007 г.);
- Федеральный закон «О концессионных соглашениях» (принят в 2005 г.);
- различного уровня целевые и ведомственные программы, направленные на увеличение финансирования создания инфраструктуры.

5 февраля 2007 г. подписан Президентом РФ и 9 февраля опубликован Федеральный закон № 12-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон “Об основах туристской деятельности в Российской Федерации”». Он вступает в силу 1 июня 2007 г.

Известно, что закон направлен на совершенствование государственного регулирования туристской деятельности, гарантий защиты прав и законных интересов потребителей туристских услуг в условиях прекращения с 01.01.2007 лицензирования турагентской и туроператорской деятельности.

В качестве способа защиты прав потребителей вводится механизм финансового обеспечения ответственности туроператоров в виде банковской гарантии или договора страхования ответственности туроператора. Важно то, что в законе также прописан порядок осуществления выплат по финансовой гарантии, причем выплаты туристу могут производиться и без судебного решения.

Однако важными пунктами, вошедшими после очередного заседания Межведомственного научного совета в Российской академии наук по системным проблемам рекреации и туриндустрии, посвященного рассмотрению законопроекта, являются те, где говорится, что финансовое обеспечение не потребуется не только для турагентской деятельности, организаций, осуществляющих экскурсионное обслуживание, но и государственных и муниципальных унитарных предприятий, государственных учреждений, осуществляющих деятельность по организации путешествий в пределах территории Российской Федерации по установленным государством ценам в целях решения социальных задач.

В законе предусмотрено, что Правительством РФ разрабатывается и утверждается «Порядок оказания услуг по реализации туристского продукта», который должен вступить в силу, как и закон, 1 июня 2007 г.

Кроме того, в законе уточнены понятия «туризм», «турист» и др. Введены новые определения: экскурсанта, гида-переводчика, инструктора-проводника, финансового обеспечения.

В понятие туристской индустрии теперь наряду с гостиницами включены и объекты санаторно-курортного лечения и отдыха, а также операторы информационных систем, организа-

ции, предоставляющие услуги экскурсоводов (гидов), гидов-переводчиков и инструкторов по туризму.

Определен туризм социальный – это туризм, полностью или частично осуществляемый за счет бюджетных средств, средств государственных внебюджетных фондов (в том числе средств, выделяемых в рамках государственной социальной помощи), а также средств работодателей. В итоге это дает начало к разработке мер по стимулированию руководства предприятий, расходующих средства на отдых и курортное лечение своих работников.

В государственное регулирование туристской деятельности вернулись понятия разработки и реализации федеральных, отраслевых целевых и региональных программ развития туризма, что ведет к расширению полномочий органов управления туризмом, подготовке ведомственных и других программ.

В соответствии с постановлением Государственной думы, принятым в январе 2005 г. после известных трагических событий в Юго-Восточной Азии и касающимся безопасности российских граждан за пределами Российской Федерации, включена статья по обеспечению безопасности туризма.

Таким образом, данный Закон вводит не только механизм финансового обеспечения туроператоров перед потребителями, но и новые, обновленные или дополненные положения, необходимые для дальнейшего совершенствования нормативно-правовой базы, регулирующей развитие туристской индустрии в стране.

Правительство РФ внесло в Государственную думу ФС РФ федеральный бюджет, который впервые рассчитан на три года: 2008–2010. Планируется его принятие Госдумой в конце весенней сессии 2007 г. Комитет Государственной думы по экономической политике, предпринимательству и туризму в заключении по Прогнозу социально-экономического развития Российской Федерации на 2008 год, параметрам прогноза на период до 2010 года и проекту федерального закона № 425229-4 «О федеральном бюджете на 2008 год и на период до 2010 года» считает необходимым увеличение финансирования мероприятий по продвижению российского туристского продукта на отечественном и зарубежном рынках и рекомендует Правительству РФ изыскать возможность увеличения финансирования, направленного на эти цели.

Это связано с необходимостью расширения государственной некоммерческой рекламы туристских возможностей России на внутреннем и мировом рынках. Несравнимы затраты России и ведущих туристских держав на эти цели. Например, бюджеты, выделяемые правительствами разных стран на продвижение национального туристского продукта на мировом рынке, составляют: Греция – 121,7 млн евро, Испания – 96,2 млн евро, Мексика – 119,9 млн евро. Средний объем бюджетных средств, выделяемый в европейских странах на эти цели, составляет 34 млн евро. В федеральном бюджете 2007 г. Правительство РФ выделило финансирование на поддержку развития туризма в 137,4 млн руб. (3,9 млн евро), в бюджетах на 2008 и 2009 гг. предусмотрено финансирование в объеме по 149,7 млн руб. (4,3 млн евро), а в 2010 г. еще меньше – 129,9 млн руб. (3,7 млн евро). Конечно же, эти объемы гораздо ниже по сравнению с затратами ведущих туристских держав, и наши предложения по повышению финансирования рекламно-информационного обеспечения, продвижению российского турпродукта пока не нашли должной поддержки в Правительстве РФ.

Для того чтобы государство получало доходы от туриндустрии, необходимо вкладывать средства и в исследования наших территорий с точки зрения выявления туристского потенциала и рационального туристского обустройства, подготовки на этой основе программ развития туристского бизнеса, проектов инфраструктуры туристских центров и курортных регионов, в обучение и переподготовку кадров, а также в информационное обеспечение и рекламу. Средства должны быть как государственными, так и привлеченными. Но государство должно делать взнос первым, как это существует в мировой практике. Проект создания особых экономических зон туристско-рекреационного типа – федеральная целевая программа (ФЦП) и другие программы – одни из первых шагов к увеличению финансирования развития туризма в стране.

Федеральные целевые программы – это та государственная поддержка, средства которой расходуются именно на развитие отрасли и прежде всего на инфраструктуру. В федеральном бюджете на 2007 г. на финансирование инфраструктуры в Федеральной целевой программе «Юг России» выделено 650 млн руб. Разработана новая ФЦП «Юг России» уже на 2008–2012 гг., в которой планируется выделение средств на развитие инфраструктуры курортов в Южном федеральном округе: 2008 г. – 9 млрд руб., в 2009 и в 2010 гг. – уже по 10 млрд руб.

Финансирование (в рублях) ФЦП в период 2007–2010 гг. составит:

- ФЦП развития Калининградской области на период до 2010 года: в 2007 г. – 1,6 млрд, 2008 г. – 1,7 млрд, 2009 г. – 1,9 млрд, 2010г. – 2,5 млрд;

• «Экономическое и социальное развитие Дальнего Востока и Забайкалья на 1996–2005 годы и до 2010 года»: 2007 г. – 4,6 млрд, 2008 г. – 35 млрд, 2009 г. – 23,8 млрд, 2010 г. – 32,3 млрд;

• «Социально-экономическое развитие Курильских островов (Сахалинская область) на 2007–2015 годы»: 2007 г. – 2,4 млрд, 2008 г. – 2,6 млрд, 2009 г. – 2,2 млрд, 2010 г. – 1,7 млрд;

• «Юг России»: 2007 г. – 5 млрд;

• «Социально-экономическое развитие Республики Башкортостан до 2007 года»: 2007 г. – 3 млрд;

• «Развитие физической культуры и спорта в Российской Федерации на 2006–2015 годы»: мероприятия в области здравоохранения, спорта и физической культуры, туризма в 2007 г. – 96 тыс., 2008–2010 гг. – по 99 тыс. В целом данная программа: 2007 г. – 3,8 млрд, 2008 г. – 4 млрд, 2009 г. – 4,8 млрд, 2010 г. – 5,3 млрд;

• «Развитие г. Сочи как горноклиматического курорта (2006–2014 годы)»: в 2007 г. – 16 млрд. В трехлетнем федеральном бюджете на 2008–2010 гг. запланировано: в 2008 г. – 31,6 млрд, 2009 г. – 27,3 млрд, в 2010 г. – 22,2 млрд. В целом объем финансирования в случае получения Сочи права на проведение XXII зимних Олимпийских и XI Параолимпийских игр 2014 года составляет 313,9 млрд, из них за счет средств федерального бюджета – 185,8 млрд.

Таким образом, государство уже сейчас выделяет немалые средства и на развитие курортных территорий, и на необходимую инфраструктуру отдельных регионов, что, конечно, положительно скажется на развитии туриндустрии.

К числу нормативно-правовых актов, реально повлиявших на положение дел в туристской сфере, следует отнести принятые летом 2006 г. изменения и дополнения к Федеральному закону «Об особых экономических зонах в Российской Федерации» с целью включения в него дополнительных положений о создании зон туристско-рекреационного типа.

В результате проведенного Правительством РФ осенью 2006 г. конкурса из 28 заявок туристские ОЭЗ будут созданы в семи регионах: Краснодарском, Ставропольском, Алтайском краях, Калининградской, Иркутской областях, Республиках Бурятия и Алтай. Соответствующие постановления Правительства РФ № 67-73 были приняты 3 февраля 2007 г.

Они создаются в целях:

• стимулирования инвестиционной деятельности, направленной на сохранение, развитие и эффективное использование туристско-рекреационных ресурсов на территории РФ;

• создания современной туристской, транспортной, жилищно-коммунальной, социальной и других видов инфраструктуры на территории особых экономических зон туристско-рекреационного типа;

• концентрации ресурсов для достижения целей развития курортно-рекреационного комплекса России.

При этом создается механизм, при котором одна организация (территориальный орган Федерального агентства по управлению ОЭЗ) будет отвечать за проводимую политику, решать вопросы с властями, с земельными комитетами, с налоговыми органами, с таможней, с правоохранительными органами.

Для стимулирования инвестиционной активности резидентов туристско-рекреационных ОЭЗ устанавливаются особенности: административного режима, порядка предоставления налоговых преференций, режима землепользования.

Так, на федеральном уровне предусмотрено:

• освобождение резидентов туристско-рекреационных ОЭЗ в течение первых 5 лет от уплаты налога на имущество и земельного налога;

• для налогоплательщиков, имеющих статус резидентов туристско-рекреационной особой экономической зоны, определено снятие 30 % ограничения на перенос убытков на последующие налоговые периоды;

• законами субъектов Российской Федерации для организаций – резидентов особой экономической зоны возможно устанавливать пониженную налоговую ставку налога на прибыль, подлежащего зачислению в бюджеты субъектов Российской Федерации.

Всего из федерального бюджета до 2026 г. на создание ОЭЗ, в том числе строительство местной инфраструктуры туристского типа, будет потрачено 44,5 млрд руб., в основном они пойдут на строительство и реконструкцию дорог, аэропортов, электросетей, систем газо- и водоснабжения. Частные инвестиции при этом должны составить 273 млрд руб. У каждой зоны будет своя специфика.

Так, в *Иркутской области* предполагается создать условия для так называемого делового туризма, а также лыжного, водного, экологического. Площадь особой экономической зоны – до 4 кв. км. Потребность в бюджетных средствах на создание ОЭЗ – 4,72 млрд руб., в том числе

средства федерального бюджета – 2,56 млрд руб. Объем внебюджетных инвестиций составит 10,32 млрд руб. Цель проекта – создание всесезонного курорта мирового уровня для различных сегментов туристов из России, стран СНГ и Европы на побережье озера Байкал, а также горных территориях вблизи поселка Листвянка (Иркутский район). Наиболее крупными объектами туристской индустрии станут: несколько гостиничных комплексов круглогодичного действия на 11 тыс. мест размещения (категории 3–5*) с объектами культурно-развлекательного и оздоровительного назначения, два конгресс-центра, горнолыжный комплекс, подвесная пассажирская канатная дорога, аквапарк, рекреационный центр, сеть заведений общественного питания, прочие объекты сферы услуг.

В *Республике Бурятия* построят несколько гостиничных комплексов круглогодичного действия на 22 тыс. мест размещения (категории 3–5*) с объектами культурно-развлекательного и оздоровительного назначения, горнолыжный комплекс, крытый аквапарк, яхт-клуб, конно-спортивный комплекс, спортивно-оздоровительный комплекс, пункты общественного питания, прочие объекты сферы услуг. Площадь особой экономической зоны *«Байкал»* – до 701 кв. км. Потребность в бюджетных средствах на создание ОЭЗ – 13,34 млрд руб., в том числе средства федерального бюджета – 10,2 млрд руб. Объем внебюджетных инвестиций составит 38 млрд руб. Цель проекта – формирование центра международного туризма на востоке России, повышение конкурентоспособности туристского и санаторно-курортного российского продукта, формирование условий для быстрого и устойчивого развития региона. В ОЭЗ планируется развивать следующие виды туризма: горнолыжный, спортивный, экологический, оздоровительный, экскурсионный, водный.

Особая экономическая зона в *Республике Алтай* (площадь – до 16 кв. км). Потребность в бюджетных средствах на создание ОЭЗ – 5,66 млрд руб., в том числе средства федерального бюджета – 4,83 млрд руб. Объем внебюджетных инвестиций составит 6,69 млрд руб. Наиболее крупными объектами туристской индустрии станут: гостиничные комплексы круглогодичного действия на 8,5 тыс. мест размещения (категории 3–4*) со SPA-центрами, физкультурно-оздоровительными и культурно-развлекательными объектами, лечебно-оздоровительный комплекс, горнолыжный комплекс, пункты общественного питания, прочие объекты сферы услуг. В ОЭЗ планируется развивать следующие виды туризма: горнолыжный, экологический, спортивный, рекреационный.

В *Алтайском крае* особая экономическая зона *«Бирюзовая Катунь»* (площадь – до 33 кв. км). Потребность в бюджетных средствах на создание ОЭЗ – 7,31 млрд руб., в том числе средства федерального бюджета – 6,93 млрд руб. Объем внебюджетных инвестиций составит 3,16 млрд руб. Наиболее крупными объектами туристской индустрии станут: гостиничный комплекс круглогодичного действия на 3–3,5 тыс. мест размещения (категории 3–4*), объекты культурно-развлекательного, оздоровительного и спортивного (конноспортивный комплекс, комплекс плавательных бассейнов и т. д.) туризма, пункты общественного питания, прочие объекты сферы услуг. Ставку будут делать на спелеотуризм и водные виды спорта (рафтинг, байдарки, каяки). Разработчики убеждены, что эта турзона вполне сможет претендовать на проведение международных соревнований по технике водного туризма.

В *Калининградской области* главным будет создание деловых и гостиничных комплексов. Особая экономическая зона *«Куршская коса»* составит площадь до 67 кв. км. Потребность в бюджетных средствах на создание ОЭЗ – 1,8 млрд руб., в том числе средства федерального бюджета – 1,5 млрд руб. Объем внебюджетных инвестиций составит 5,82 млрд руб. В рамках проекта будут построены: детский оздоровительный центр, международный экологический лагерь, международный образовательный центр, планерная школа, закрытый аквапарк, гостиницы на 4 тыс. мест размещения, яхт-клубы, пункты общественного питания, прочие объекты сферы услуг. Цель проекта – формирование благоприятных условий для повышения инвестиционной привлекательности региона путем реализации либеральных, адаптированных к европейским стандартам хозяйственных механизмов, а также активизация развития экологического туризма в Калининградской области. В ОЭЗ планируется развивать следующие виды туризма: экологический, оздоровительный, водный, экскурсионный, велотуризм.

В *Ставропольском крае* планируется отдых с уникальной бальнеологической и лечебной базой. Площадь особой экономической зоны *«Кавказские Минеральные Воды»* – до 17 кв. км. Потребность в бюджетных средствах на создание ОЭЗ – 3,06 млрд руб., в том числе средства федерального бюджета – 2,54 млрд руб. Объем внебюджетных инвестиций составит около 49 млрд руб. Цель проекта – создание современного бальнеологического курорта, для чего необходимо качественное улучшение сервиса, достижение большей гибкости в оздоровительных программах, формирование широкого спектра развлекательных возможностей для отдыхающих

и развитие смежных видов туризма. Наиболее крупными объектами туриндустрии станут: несколько гостиничных комплексов международного класса круглогодичного действия на 17 тыс. мест размещения (категории 3–5*), всероссийский детский оздоровительный центр, клиника инновационного лечения, SPA-центры, спортивно-реабилитационный комплекс, горнолыжный комплекс, центр экстремального туризма, культурно-развлекательные объекты, аквапарк, этнопарк, дельтадром, ледовый каток, обсерватория, стрельбище, прочие объекты сферы услуг.

В ОЭЗ планируется развивать следующие виды туризма: рекреационный с бальнеологическим направлением, экологический, деловой, спортивный, познавательный. Особым направлением развития туристско-рекреационного потенциала Кавминвод должны стать инновационные технологии бальнеолечения и новинки мировой СПА-индустрии.

Особая экономическая зона в *Краснодарском крае* (площадь – до 20 кв. км). Потребность в бюджетных средствах на создание ОЭЗ – 28,96 млрд руб., в том числе средства федерального бюджета – 15,98 млрд руб. Объем внебюджетных инвестиций составит 147,4 млрд руб. Наиболее крупными объектами туриндустрии станут: несколько гостиничных комплексов международного класса круглогодичного действия на 110 тыс. мест размещения (категории 3–5*), спортивные, физкультурно-оздоровительные и культурно-развлекательные сооружения и центры (поля для гольфа, игровые площадки, бассейны, парки развлечений), яхт-клубы, аквапарки, заведения общественного питания, прочие объекты сферы услуг. Цель проекта – развитие инженерной и туристской инфраструктуры высокого мирового уровня, что будет способствовать перераспределению туристских потоков по сезонам года, доступности отдыха широким слоям граждан. В ОЭЗ планируется развивать следующие виды туризма: пляжный, деловой, оздоровительный, водный, спортивный.

Особая экономическая зона в Краснодарском крае будет создана на следующих территориях: в Анапе – 2, в Геленджике – 1, в Туапсинском районе – 1, в Сочи – 1.

Уже к сентябрю 2007 г. Федеральное агентство по управлению особыми экономическими зонами совместно с регионами и муниципалитетами должны подготовить следующие документы:

- комплексную концепцию создания и развития туристско-рекреационных особых экономических зон в Российской Федерации и в каждой из семи туристско-рекреационных ОЭЗ;
- план работ по созданию и развитию туристско-рекреационных зон на краткосрочную (2007 г.), среднесрочную (2008–2011 гг.) и долгосрочную (до 2016 г.) перспективы;
- архитектурно-планировочные материалы, в том числе схемы генерального плана и транспортные схемы, эскизные предложения в 3-х вариантах по архитектурным решениям каждой из семи ТРЗ, ориентировочный сметно-финансовый расчет стоимости строительства.

Финансировать подготовку концепций и других документов будет федеральный бюджет. На эти цели, в том числе и для привлечения консультантов, в федеральном бюджете на 2007 г. предусмотрен 1,1 млрд руб.

Министерство экономического развития и торговли РФ разработало ведомственную целевую программу «Создание объектов инженерной, транспортной, социальной и инновационной инфраструктуры особых экономических зон» на 2007–2009 гг. с целью обеспечения необходимых условий для размещения и функционирования резидентов во всех типах ОЭЗ. Основными мероприятиями программы являются строительство и эксплуатация объектов инфраструктуры, обеспечивающих функционирование ОЭЗ, содействие субъектам Российской Федерации и муниципальным образованиям в строительстве транспортной инфраструктуры, создании сферы социальных услуг, строительства жилья для сотрудников, привлекаемых для работы в ОЭЗ. Затраты на реализацию программы в 2007 г. составят 11,4 млрд руб.

Хотелось бы отметить, что во время реализации действия ОЭЗ необходимо более четко координировать деятельность федеральных органов исполнительной власти, органов субъектов РФ и осуществлять контроль за выполнением соглашений о создании ОЭЗ, а также контроль за расходованием бюджетных средств.

Большое внимание следует уделять выработке мер по усилению стимулирования инвестиционной активности резидентов туристско-рекреационных ОЭЗ, созданию механизма государственных гарантий под инвестиции, которые обеспечивали бы как российским, так и иностранным инвесторам уверенность в защите их прав собственности. Необходимо упростить порядок регистрации предприятий в ОЭЗ, ускорить процедуру согласования и экспертизы инвестиционных проектов по принципу «единого окна».

В соответствии с тем, что ФАУОЭЗ создаст планы работ по созданию и развитию туристско-рекреационных зон на краткосрочную (2007 г.), среднесрочную (2008–2011 гг.) и долгосрочную (до 2016 г.) перспективы, администрациям регионов необходимо корректировать программы развития туризма в этих субъектах РФ.

Разумеется, принятие закона о туристских зонах – лишь первый, хотя и очень важный шаг к оживлению турбизнеса, созданию в стране современной конкурентоспособной туриндустрии. Однако для того, чтобы создание и развитие особых экономических зон обеспечило прорывной характер развития туризма в стране, а сами они стали точками роста, предстоит еще немало сделать.

Первоочередными здесь являются, по крайней мере, две задачи. Во-первых, необходимо осуществлять постоянный мониторинг хода реализации данного проекта по созданию особых экономических зон, в процессе которого следует отрабатывать непредусмотренные и возникающие отдельные недоработки в механизме экономического регулирования и государственной поддержки. И, во-вторых, полученные в ходе реализации проекта, пусть даже самые предварительные, позитивные результаты необходимо сделать достоянием других регионов, развивающих этот вид экономической деятельности.

Необходимо также отметить, что регионы, не прошедшие по конкурсу, в любом случае получат преимущество в будущем. Они уже провели своеобразную инвентаризацию своего туристско-рекреационного потенциала, разработали программы развития туризма, бизнес-планы, привлекли инвесторов, которые не откажутся от своих планов. А идея создания ОЭЗ туристско-рекреационного типа поможет власти выработать систему льгот и преференций для развития туристской индустрии в целом. Эта тема привлекла внимание не только потенциальных инвесторов, но и администрации регионов, научную общественность как к перспективной конкурентоспособной отрасли, дающей огромный мультипликативный эффект. Через два года Правительство РФ планирует провести следующий конкурс, и регионы уже к нему готовятся. Теперь заявки и проекты будут более тщательно проработаны с учетом опыта первых ОЭЗ.

В 2005 г. Государственной думой был принят Федеральный закон «О концессионных соглашениях», который также направлен на реализацию государственной политики привлечения инвестиций в экономику Российской Федерации. Концессия в широком смысле – это договор между бизнесом и государством, фиксирующий условия использования компанией государственной собственности. Целями этого Федерального закона являются обеспечение эффективного использования имущества, находящегося в государственной или муниципальной собственности, на условиях концессионных соглашений и повышение качества товаров, работ, услуг, предоставляемых потребителям.

Концессионное соглашение в отношении конкретных объектов культуры, спорта, организации отдыха граждан и туризма и иных объектов социально-культурного назначения заключается в соответствии с типовым соглашением, утвержденным постановлением Правительства РФ от 9 февраля 2007 г. № 90. Оно состоит из 19 глав, в которых указываются предмет и объект соглашения, права и обязанности сторон при создании и/или реконструкции объекта соглашения, порядок предоставления концессионеру земельных участков, а также передачи, владения, пользования и распоряжения объектами предоставляемого концедентом имущества. В соглашении также прописаны порядок осуществления концессионером деятельности, контроля за соблюдением условий договора, сроки, плата по соглашению и другое.

Таким образом, в настоящее время законодательство дает возможность объединять три вида стимулирования развития инфраструктуры, в том числе и туристской: федеральные целевые программы, концессионные соглашения и особые экономические зоны туристско-рекреационного типа. При умелом использовании это дает реальную возможность влияния на стимулирование создания современной туриндустрии, конкурентоспособной на российском и международном рынках, что в итоге будет способствовать социально-экономическому развитию не только отдельных территорий, но и регионов, в том числе смежных, и страны в целом.

СОЗДАНИЕ И РАЗВИТИЕ ОСОБЫХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ЗОН ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННОГО ТИПА В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Д. В. Федоткин, *канд. экон. наук, начальник Управления по туристско-рекреационным зонам РосОЭЗ*

Туризм – одна из ведущих и наиболее динамично развивающихся отраслей мировой экономики. Россия обладает уникальным природным потенциалом, богатой историей и культурой, достаточными трудовыми ресурсами, что позволяет считать развитие туризма одной из приоритетных задач. Роль туристской отрасли только возрастает с учетом того положительного воздействия, которое она оказывает на смежные отрасли.

По данным Всемирного совета по туризму и путешествиям и Ростуризма, в России доля туризма в ВВП составляет 1,5 % (5,1 % с учетом мультипликативного эффекта). Для сравнения, в Австрии этот показатель составляет 6,2 и 16,6 % соответственно. Доля туризма в структуре занятости населения России составляет 1,3 % (6,6 % с учетом мультипликативного эффекта), в Австрии – 7,3 и 19,1 % соответственно.

Учет аспектов экономического и социального развития, а также уникальность природных территорий легли в основу принятия решения о создании особых экономических зон туристско-рекреационного типа (ОЭЗ ТРТ).

Постановлениями Правительства РФ определено создание особых экономических зон на территории 7 субъектов Российской Федерации: Алтайском крае, Республике Алтай, Иркутской области, Республике Бурятия, Краснодарском крае, Ставропольском крае, Калининградской области.

Во исполнение данных постановлений Правительства РФ между Правительством РФ, органами исполнительной власти субъектов РФ и органами местного самоуправления, на территории которых создаются ОЭЗ ТРТ, заключены 7 соглашений. Основными положениями соглашений являются обязанности сторон по разработке документов территориального планирования ТРЗ, выполнению показателей развития ТРЗ, финансированию создания инженерной, транспортной, инновационной и иной инфраструктуры и др.

Каждая из создаваемых особых экономических зон туристско-рекреационного типа имеет свои особенности.

ОЭЗ в *Алтайском крае и Республике Алтай* расположены на берегах р. Катунь в живописной части Алтайских гор – одних из наиболее привлекательных для туризма и рекреации природных объектов в Российской Федерации. Предоставляются широкие возможности для развития экологического и экстремального туризма, горнолыжного спорта.

Территория ОЭЗ в *Иркутской области и Республике Бурятия* расположены на побережье оз. Байкал – объекта Всемирного природного наследия. Уникальная природа, богатые местная культура, история предоставляют широкие возможности для развития разнообразных видов туризма.

ОЭЗ в *Краснодарском крае* в перспективе может стать центром пляжного и делового туризма международного уровня.

Наличие уникальных бальнеологических ресурсов в *Ставропольском крае,* внедрение новейших технологий еще более упрочат его позиции как всероссийской здравницы.

ОЭЗ в *Калининградской области* расположена на песчаной Куршской косе – уникальном природном объекте. Географическое положение, богатая история и наличие культурно-исторических связей между Калининградской областью и рядом европейских стран открывают благоприятные возможности для широкого привлечения иностранных туристов.

Создание и развитие особых экономических зон туристско-рекреационного типа обеспечат:

- увеличение доли туристского сектора и смежных отраслей в ВВП России и за счет этого диверсификацию экономики;
- улучшение здоровья и качества жизни населения за счет роста качества и доступности получения гражданами РФ туристских и санаторно-курортных услуг;
- стимулирование социально-экономического развития регионов РФ;
- сохранение окружающей среды, природных и культурных ценностей.

Важнейшим фактором, обеспечивающим развитие ОЭЗ ТРТ, является уникальная форма партнерства между государством и бизнесом.

Достижение поставленных целей будет обеспечено за счет создания дружественной среды администрирования, выражающегося в снижении административных барьеров (использования принципа «одного окна») и координации контрольных мероприятий.

Законодательно также обеспечено снижение издержек резидентов экономических зон туристско-рекреационного типа. Установлен ряд налоговых преимуществ:

- снижение налоговой ставки на прибыль, подлежащей к зачислению в бюджеты субъектов РФ, на 4 % (для резидентов ОЭЗ ТРТ налоговая ставка составляет 20 %, для нерезидентов – 24 %);
- снятие ограничений по переносу убытков на последующий налоговый период;
- освобождение от уплаты налога на имущество в течение 5 лет (для нерезидентов налоговая ставка составляет 2,2 %);
- освобождение от уплаты земельного налога сроком на 5 лет (для нерезидентов налоговая ставка составляет до 1,5 %);
- право применения в отношении основных средств специального коэффициента амортизации, но не выше 2 %;

• максимальный размер арендной платы за земельные участки, предоставляемые резидентам, составляет 2 % кадастровой стоимости в год.

На территории каждой ОЭЗ будет создан административно-деловой центр, состоящий из офисов резидентов, выставочных и конференц-залов, представительств банков и страховых организаций, аудиторов.

Там же будут размещены территориальный орган Агентства, дочернее общество ОАО «ОЭЗ», представители Роснедвижимости, федеральной налоговой службы, федеральной миграционной службы, органов региональной власти, местного самоуправления и других органов, обеспечивающих реализацию технологии «одного окна».

Сдерживающим фактором на пути развития туризма является неразвитость инженерной и транспортной инфраструктуры. В связи с этим строительство инфраструктуры, обеспечивающей создание и функционирование туристских объектов, запланировано за счет средств бюджетов всех уровней. В результате до 2010 г. будут созданы объекты транспортной инфраструктуры, энергоснабжения, газо- и теплоснабжения, водоснабжения, канализации, очистные сооружения, высокоскоростные линии связи.

Для каждой ОЭЗ ТРТ подготовлены перечни планируемых к строительству объектов инфраструктуры и определены источники финансирования: уставный капитал ОАО «ОЭЗ», федеральные адресные инвестиционные программы, инвестиционные программы РАО ЕЭС и РАО Газпром, фонд регионального развития.

Агентством установлены следующие целевые показатели результатов создания ОЭЗ ТРТ в Российской Федерации до 2016 г.:

• создание 176 тыс. дополнительных мест размещения туристов;

• увеличение туристских потоков до 9,7 млн человек;

• увеличение доли туристского сектора и смежных отраслей в ВРП на 10 % и выше;

• создание свыше 155 тыс. рабочих мест (с учетом мультипликативного эффекта в смежных отраслях).

Одним из основных этапов работы по развитию ТРЗ является разработка и утверждение концепции создания и развития туристско-рекреационных особых экономических зон в Российской Федерации.

В рамках указанной работы будут подготовлены комплексная концепция создания и развития ТРЗ в Российской Федерации, концепции создания и развития для каждой из семи ТРЗ, краткосрочный, среднесрочный и долгосрочный планы работы по созданию ТРЗ, а также архитектурно-планировочные и рекламно-презентационные материалы. В концепции также будут определены целевые группы потребителей, предложены архитектурные решения, разработаны маркетинговая стратегия и бренды для каждой из ТРЗ, отражен еще ряд принципиально важных для успешного развития зон вопросов.

В 2007 г. Агентством также запланировано осуществить подготовку документации по планировке территории, проведение зонирования территории, разработку архитектурной концепции ОЭЗ в зависимости от местных условий, с учетом ландшафта территории и геологии, а также мастер-планов по каждой зоне.

Таким образом, действующее в ОЭЗ ТРТ специальное администрирование, система льгот и развитая инфраструктура будут способствовать интенсивному развитию туризма в Российской Федерации, а также решению задач социального характера, важнейшими из которых являются оздоровление граждан и создание новых рабочих мест.

СИСТЕМНОЕ ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ НАУКИ И ТУРИЗМА

И. В. Зорин, *д-р пед. наук, профессор, академик РАЕН, ректор РМАТ, завкафедрой ЮНЕСКО по культурному туризму в целях мира и развития РМАТ*

Науки как осмысление деятельности человека являлись миру после накопления опыта, иногда тысячелетнего. Зарождающаяся дисциплина, как известно, не сразу находила признание. И пока доводы «за» не набирали критической массы, в сознании научного сообщества не происходило перелома в приятии нового знания на равных.

Мы обратились к этому этапу развития знаний потому, что делаем сейчас первые шаги в научном осознании туризма как явления планетарного масштаба, вовлекающего в свою сферу

миллиарды человек и материальные ресурсы, измеряемые триллионами денежных единиц, имеющего уже двухвековую историю целенаправленной деятельности.

Мы говорим о моменте зарождения теории туризма в условиях, когда представители других многочисленных классических дисциплин, появившихся столетия тому назад, отказывают представителям науки туризма в ее признании, хотя критическая масса за признание на равных уже накопилась более чем достаточная.

В действительности же научным подходам к туризму, самым первым его исследованиям уже полвека. Правда, следует признать, что результаты этих научных работ обращались в узком кругу исследователей, оставаясь «продуктом внутреннего потребления» с внутренним же терминологическим словарем, принятым лишь в своем «цеху».

Теперь, когда туристское пространство вышло даже за пределы планеты, а научные исследования выходят за пределы узкого круга ученых-туризмоведов, сама жизнь потребовала интеграции многих знаний – прикладных и фундаментальных – в изучении этого феномена. Научный анклав становится помехой в междисциплинарном общении, помехой в признании научным сообществом туризма как науки.

Мы надеемся, что Международный форум «Туризм: наука и образование» будет содействовать преодолению этого непонимания, причина которого, как нам видится, кроется в элементарном непонимании широкими слоями населения самого явления, именуемого «туризм».

Сложность осознания его как специфической сферы массового приложения труда и специфического массового потребления в том, что у непосвященных туризм ассоциируется лишь с гостиницами да ресторанами. Оно и неудивительно, ведь именно так Федеральная служба государственной статистики представляет его в Общероссийском классификаторе видов экономической деятельности (ОКВЭД). Раньше в Общесоюзном классификаторе отраслей народного хозяйства (ОКОНХ) была отдельная строка «Отдых и туризм». Теперь же эту сложнокомплексированую отрасль представляют «Гостиницы и рестораны». Номинальный объем произведенного ими ВВП, как приведено в статотчете за 2006 г., 216,5 млрд рублей[1]. Это чуть ли не на порядок меньше действительного вклада отрасли во внутренний валовой продукт России. В 2006 г. он составил 1910,7 млрд рублей, или 7,1 % от ВВП, а не 0,81 %, если верить данным Росгосстата.

«Туризм не сводится к гостинице. Он только с нее начинается…». Так писали «Известия» еще полвека тому назад[2]. Однако эта истина не находит широкого признания за пределами самой туриндустрии.

Так откуда же у нас эти данные, столь сильно отличающиеся от официальной статистики? Есть такая международная организация, которая появилась на свет именно потому, что в мире еще немало тех, кто не осознает туризм как крупный социально-экономический феномен, олицетворяющий эпоху глобализма. Эта организация – Всемирный совет по туризму и путешествиям (WTTC), объединивший представителей ведущих деловых кругов мировой туриндустрии. Основная функция, как записано в ее Уставе, – «доведение до сведения правительств важности туристской отрасли – крупнейшего поставщика финансовых ресурсов и рабочих мест во всем мире».

В своих исследованиях Всемирный совет по туризму и путешествиям использует методику, одобренную Комиссией по статистике ООН, поэтому эти данные следует принимать как объективные. Кстати, в самом докладе, как рекомендация российской стороне, говорится, что «…для туристической отрасли необходимо разработать ясную систему экономических показателей, с помощью которых можно будет измерять эффективность ее работы, а также оценивать ее вклад в экономику страны. Как любая молодая отрасль, сфера туризма еще не имеет четкой системы измерений и не выделяется в самостоятельный раздел в системе государственной статистики – разрозненные показатели отрасли разбросаны по всем статьям государственных расходов. Анализ ситуации в государственном секторе не включает подробных данных об отрасли, поэтому зачастую информация о туризме остается незамеченной, как и ее вклад в экономику в целом, либо же речь идет лишь о некоторых аспектах деятельности в сфере туризма».

---

[1] См.: ОКВЭД. Раздел Н. Гостиницы и рестораны. Раздел Н включает один класс 55. Класс 55 «Деятельность гостиниц и ресторанов» охватывает деятельность предприятий общественного питания всех видов (в ОКОНХ – подотрасль «Общественное питание» (код 71300), а также услуги по краткосрочному предоставлению жилья, т. е. деятельность, отнесенную в различные отраслевые группировки ОКОНХ: «Гостиничное хозяйство» (код 90220), «Отдых и туризм» (код 91600)).

[2] Кривошеев В., Травкин А. Гостиница – комбинат, производящий услуги // Известия. – 1965.

Можно сказать, что это прямой заказ ученым Института экономики РАН, но будь в Российской международной академии туризма докторский ученый совет по экономическим дисциплинам (который ей почему-то «не полагается»), можно было бы в тесном сотрудничестве с учеными таких институтов Российской академии наук, как уже названного Института экономики, а также ИМЭМО, Института проблем рынка, Института народнохозяйственного прогнозирования, решить эту многоплановую и довольно сложную задачу.

Сложность в том, как отмечают авторы доклада WTTC, что отрасль туризма не производит и не предлагает однородные продукты или услуги в отличие от других традиционных отраслей экономики (таких, например, как продукция сельского хозяйства, электронная аппаратура, изделия сталелитейной промышленности). Туризм и путешествия являются видом экономической деятельности, характеризующейся большим разнообразием предлагаемых продуктов (длительного и кратковременного пользования) и услуг – транспортные, размещение, питание, развлечения, услуги здравоохранения, культуры, спорта, государственных органов и т. д.

Существует два основных агрегированных показателя спроса – потребление в области туризма и путешествий и совокупный спрос. Применяя отдельно модели межотраслевого баланса к этим двум агрегированным показателям, необходимо сконструировать два различных, дополняющих друг друга агрегированных показателя предложения в сфере туризма и путешествий: индустрия туризма и путешествий и экономика туризма и путешествий.

Первый из них – индустрия туризма и путешествий – включает однозначно определяемый производственный вклад индустрии (т. е. только прямой вклад) для сравнения с вкладами других отраслей экономики, тогда как второй – экономика туризма и путешествий – содержит более широкое понимание роли туризма и путешествий, в масштабе всей экономики. Таким образом, речь идет о прямом (туриндустрия) и косвенном (экономика туризма) вкладах.

Всемирный совет по туризму и путешествиям, обследовав в 2005–2006 гг. 147 стран, выявил, в частности, что для России в 2005 г. средние показатели мультипликативного эффекта туризма были выше, чем среднемировые: не 1:4, а 1:5,5. В занятости, например, это означало, что создание одного рабочего места в туриндустрии вызывало к жизни 5,5 рабочих мест в смежных отраслях, соучаствующих в производстве турпродукта. Но надо иметь в виду, что коэффициенты мультипликации меняются год от года, от территории к территории и от отрасли к отрасли. Вот еще целая россыпь задач для исследователей «большой» экономической науки. Ведь в России до сих пор не учитывают умножающего влияния одной отрасли на другие. В частности, именно поэтому в официальной статистике и представляют туризм лишь гостиницами, да ресторанами.

В действительности человек путешествующий, временно оказавшийся за порогом дома, прямо либо косвенно вторгается во все сферы приложения труда, оказывает прямое воздействие на многие отрасли хозяйства. Проделайте мысленный эксперимент, представьте себе, что те почти 5 млрд человеко-путешествий, из которых почти половина совершается с использованием авиации, откажутся от ее услуг. Что станет с авиакомпаниями, аэропортами, авиастроителями, производством алюминия, добычей бокситов, с перевозкой грузов, наконец, обеспечивающих все эти производства? Сколько рабочих мест будет потеряно, какие возникнут социальные и политические проблемы в государствах и обществе?

Надо иметь в виду, что в современной цивилизации сформировалась новая сфера бытия со своим, специфическим, потреблением. К существующим веками производственной и бытовой сферам прибавилась сфера, называемая старым термином «туризм», который, однако, наполнился новым содержанием.

Мы об этом говорили, повторим еще раз. Эта сфера приложения труда давно уже обслуживает не только туристов, в классическом толковании этого термина, но и любого, кто оказался за порогом дома по любой причине и с любой целью. Еще в 1963 г. в Риме I Конференция ООН по туризму и путешествиям, предвидя неудержимый рост миграции в свободное время, ушла от определения «турист» и в своей дефиниции этого вида миграции употребила термин «временный посетитель». По данным WTTC, в мировом потоке путешествующих лишь треть – традиционные туристы. Две трети странствуют по другим мотивам. И отличает их всех лишь цель поездки, а вся инфраструктура, обслуживающая этот поток, общая.

В специальном докладе WTTC «Влияние туризма на рынок труда и экономику РФ» приведены внушительные данные, характеризующие современную сферу туризма в России, однако там же говорится, что «…эти результаты пока рано считать удовлетворительными, что российской отрасли туризма и путешествий еще предстоит решить немало проблем, чтобы в полной мере реализовать свой социально-экономический потенциал». И прежде всего, говорится в докладе, необходимо «признание важности отрасли высшим руководством страны и всем ее

населением…». Отсутствие общественного признания, вот в чем ключевая причина того, что дела в туриндустрии России идут не так, как могли, и не так, как хотелось, чтобы они шли.

Авторы доклада отметили, что всего 20 % обширной российской территории получает выгоду от туризма, а 80 % иностранных туристов посещают только Москву и/или Санкт-Петербург. Отсюда вытекает еще целый «букет» задач для науки – диверсификация туристского продукта, включение в активный процесс его производства новых территорий, расширение рынка туристских услуг. Для их решения потребуются не только экономисты, но и управленцы, и социологи, физические и экономические географы, этнографы, археологи, историки, физиологи, медики, короче, труд всех тех, без чьих знаний невозможно оценить туристско-рекреационный ресурс территорий и разработать программы высокоэффективного его использования с экономической и социальной точек зрения.

Ныне содержание всех программ развития туризма практически сводится лишь к строительству все тех же гостиниц и предприятий общепита. И как особо отличительная черта понимания проблем туриндустрии – к строительству или обновлению транспортных коммуникаций. Посмотрите, с чего начинаются эти программы – будет построено столько-то гостиниц, с таким-то количеством мест, такой-то «звездности», – но не с описания турпотока, его количественных и качественных параметров. Кто приедет, зачем, на какой срок, чем займется, с какими деньгами, с каким уровнем здоровья, с детьми ли, какие события привлекают, от чего (от какой профессиональной деятельности) будет отдыхать, куда потом поедет, что увезет с собой, как будет загружена материальная база? Все эти вопросы в программах остаются либо вовсе без ответов, либо они весьма и весьма приблизительны.

Сейчас в России стало модным создавать так называемые особые туристско-рекреационные зоны, устраивать конкурсы на получение такого статуса, но ведь туризм и путешествия реализуются не по «точечным», а по «линейным» сценариям. Путь – вот что определяет эту рекреационную, да и деловую деятельность, протекающую в странствиях. Поэтому и возникает вопрос, а куда потом из этой точки двинуться? Как эти оазисы туризма будут связаны между собой, и не магистральными коммуникациями, а туристскими маршрутами? Или они так и останутся точечными колодцами в туристской пустыне России? Вот на все эти далеко не праздные и совсем не простые вопросы и должны ответить разных наук специалисты.

И еще. Мы не знаем ни одного случая, чтобы под эти программы готовились кадры с учетом профессиональной структуры будущей занятости, чтобы предварительно исследовался местный рынок труда, его половозрастная структура, прогнозировались профессиональная и социальная ротации, карьерная динамика кадров. Сдается, что подход тут такой: народу без работы много, найдем, кого нужно, подучим прямо на рабочем месте. Конечно, можно и так. Безо всякой там науки и специальной подготовки кадров. Но нужно иметь в виду, что Россия вступает во Всемирную торговую организацию, и на наш прекрасный рекреационный ресурс придут прекрасные международные, наднациональные туроператоры, которым наши, таким вот образом взращенные, кадры не сгодятся. И будут они привозить к нам своих туристов, на свою материальную базу, которую будет обслуживать персонал, привезенный ими же, а нашим достанутся должности посудомоек, уборщиц да подносчиков чемоданов.

Вот совсем свежее сообщение: «Британская компания London & Regional Properties до 2010 года инвестирует $500 млн в строительство 20 отелей в регионах России. Эта компания, представленная на рынках 12 стран, имеет портфель инвестиций более $11 млрд и доли в более чем 40 отелях во всем мире, ищет площадки в Москве, Воронеже, Самаре, Саратове, Казани, Красноярске, Краснодаре, Екатеринбурге, Челябинске, Нижнем Новгороде, Волгограде, Омске, Уфе, Перми, Калининграде и Мурманске. В основе строящихся комплексов будут отели категории 3–4 «звезды», с суточной стоимостью размещения $120–150. Реализация проекта уже началась. Компания строит в Новосибирске офисно-гостиничный комплекс общей площадью 26 000 кв. м. Отели будут отданы в управление ведущим операторам, таким как Hilton, Marriott и Intercontinental, Heliopark» («Ведомости». 13.03.07. № 43).

Российская международная академия туризма уже не первый год готовится к переменам, которые ждут и наш туристский рынок, и туристский бизнес, и экономику туризма. РМАТ ведет активную работу по повышению конкурентоспособности своего диплома или, что одно и то же, конкурентоспособности выпускников. Они будут готовы проектировать турпродукт с учетом требований международного рынка, прогнозировать турпотоки и обслуживать их по мировым стандартам, вести агентскую и туроператорскую деятельность с учетом норм и требований ЕС, работать топ-менеджерами в наднациональных гостиничных цепях и ресторанах. С этой целью РМАТ заключила ряд лицензионных соглашений с лучшими европейскими высшими школами профессиональной подготовки туристских кадров, заключает соглашения по совместной разра-

ботке учебных программ. В частности, на базе уникального образовательного продукта РМАТ будет разработан учебный комплекс для трех европейских университетов.

С нового учебного года вводится вариативная система с новыми образовательными продуктами, учитывающими требования международного рынка труда к профессиональным туристским кадрам[1].

Объединенными усилиями академических и отраслевых научно-исследовательских коллективов, профессорско-преподавательского состава и ученых высшей школы туриндустрия России может получить новый, мощный импульс развития во благо ее народов.

ОТ ТУРИСТСКИХ РЕСУРСОВ К ТУРИСТСКОМУ ПРОДУКТУ

С. П. Шпилько, *президент Российского союза туриндустрии*

Судя по данным государственной статистики, прошедший 2006 г. не принес особых сюрпризов в области въездного туризма. Общая численность прибытий иностранных граждан в Россию составила 22,5 млн человек, что на 36,4 % больше, чем в 1996 г. и на 3,4 % меньше, чем в 2002-м. При этом численность иностранных граждан, указавших в качестве цели своего приезда в Россию туризм, в 2006 г., как и в предыдущем году, составила 2,4 млн человек против 1,9 млн в 1996 г. и 3,1 млн в 2003 г. По последнему показателю мы находимся в нижней фазе за последние десять лет, а увеличение общего числа международных прибытий происходит в основном за счет роста числа частных поездок, на долю которых приходится 64,4 % от общего въезда. Причем из 14,6 млн прибытий в Россию с частными целями в 2006 г. 11,4 млн составили визиты из стран СНГ, откуда формируются и основные потоки трудовых мигрантов и переселенцев. Кроме того, в структуре въезда из приграничных стран, в частности вне СНГ, велика еще доля челночных поездок, хотя постепенно они уступают место цивилизованным формам торговли и собственно туристскому обмену.

В чем причины затянувшегося кризиса въездного туризма в России? Ответ на этот вопрос лучше всего дают результаты проведенного РСТ в 2004–2005 гг. в 24 субъектах Российской Федерации экспертного опроса 115 туроператоров, специализирующихся на работе в области въездного туризма (табл. 1). Полученные данные лишний раз свидетельствуют, что, по мнению большинства профессионалов въездного рынка, дело не в отсутствии в России памятников архитектуры, истории, культуры и природных достопримечательностей, достойных внимания иностранных туристов. Во всяком случае, в рейтинге первоочередных причин, препятствующих развитию въездного туризма, недостаток таких объектов в стране оказался на 23-м месте из 30 вариантов ответов, предложенных на выбор участникам опроса. И, тем не менее, каждый десятый из экспертов заявил, что ситуация с представляющими интерес для иностранных туристов объектами показа складывается «критическая», а по мнению более трети участников опроса, она не критическая, но «проблема есть».

С достаточно скептическими оценками отечественного туристского потенциала приходится сталкиваться и в специальной литературе. «Утверждения о том, что Россия обладает “колоссальными” (дословно) туристскими ресурсами, имеющиеся в Концепции реорганизации и развития туризма в Российской Федерации, одобренной Указом Президента РФ от 22 декабря 1995 г. № 1284, несостоятельны», – пишет, например, В. Г. Гуляев[2]. В сжатом виде аргументы автора в пользу данной «антитезы» выглядят следующим образом: «концепции <…> учета паспортизации, сохранения и воспроизводства» туристских ресурсов в России не существует. Сравнительный анализ их с ресурсами конкурирующих дестинаций невозможен в отсутствие единой терминологии и «унифицированных качественных и количественных показателей». Значительная часть туристских ресурсов СССР после его распада оказалась за пределами России, а многие из тех, что остались на ее территории, «проигрывают зарубежным аналогам по доступности, уровню сервиса, безопасности, экологическим параметрам и цене»[3].

Данные положения, если не считать риторических сетований о том, что России досталось не все культурное и природное наследие Советского Союза, следует считать не столько выводами,

[1] Более подробно об этой деятельности РМАТ можно ознакомиться на ее официальном сайте www.rmat.ru.

[2] Гуляев В. Г. Туризм: экономика и социальное развитие. – М.: Финансы и статистика, 2003. – С. 70.

[3] Там же. – С. 71.

Таблица 1

Причины, препятствующие развитию въездного туризма в Российской Федерации

Место в рейтинге	Причины	Оценили ситуацию как «критическая»		Оценили ситуацию как «проблемы есть, но ситуация пока не критическая»		Отметили, что такой проблемы не существует / Затруднились ответить	
		Количество ответивших	В % от всех опрошенных	Количество ответивших	В % от всех опрошенных	Количество ответивших	В % от всех опрошенных
1	Рост цен на основные услуги, входящие в турпакет для иностранных туристов	65	56,5	37	32,2	5 / 8	4,3 / 7,0
2	Недостаточность рекламы России за рубежом как туристской дестинации	60	52,2	46	40,0	5 / 4	4,3 / 3,5
3	Дефицит современных гостиниц туристского класса в регионах	54	47,0	43	37,4	11 / 7	9,6 / 6,1
4	Дефицит современных гостиниц туристского класса в Москве и Санкт-Петербурге	53	46,1	26	22,6	12 / 24	10,4 / 20,9
5	Дефицит современных автобусов, предназначенных для групповых туристских пассажироперевозок	51	44,3	47	40,9	15 / 2	13,0 / 1,7
6	Дефицит необходимой для зарубежных туристов информации на иностранных языках в самой России (карт, буклетов, уличных указателей и т. д.)	49	42,6	58	50,4	8 / 0	7,0 / 0,0
7	Опасения туристов стать жертвами террористических актов	37	32,2	64	55,7	11 / 3	9,6 / 2,6
8	Неразвитость индустрии развлечений	37	32,2	47	40,9	28 / 3	24,3 / 2,6
9	Дефицит современных круизных судов	34	29,6	30	26,1	18 / 33	15,7 / 28,7
10	Криминогенная ситуация в стране	33	28,7	68	59,1	10 / 4	8,7 / 3,5
11	Высокая стоимость туристских виз в Россию, сложность процедуры их оформления для иностранцев	31	27,0	62	53,9	13 / 9	11,3 / 7,8
12	Неадекватное поведение и злоупотребления в отношении иностранных туристов со стороны сотрудников милиции, таможни, пограничников	30	26,1	60	52,2	14 / 11	12,2 / 9,6

Продолжение табл. 1

Место в рейтинге	Причины	Оценили ситуацию как «критическая»		Оценили ситуацию как «проблемы есть, но ситуация пока не критическая»		Отметили, что такой проблемы не существует / Затруднились ответить	
		Количество ответивших	В % от всех опрошенных	Количество ответивших	В % от всех опрошенных	Количество ответивших	В % от всех опрошенных
13	Экспансия на рынок иностранных туроператоров, которые «перехватывают» турпотоки у российских компаний	29	25,2	46	40,0	28 / 12	24,3 / 10,4
14	Режим регистрации иностранцев на территории России	28	24,3	63	54,8	15 / 9	13,0 / 7,8
15	Политический имидж России на международной арене	26	22,6	64	55,7	13 / 12	11,3 / 10,4
16	Налоговое законодательство в части турбизнеса	26	22,6	55	47,8	12 / 22	10,4 / 19,1
17	Трудности с бронированием железнодорожных билетов для иностранных туристов	26	22,6	40	34,8	36 / 13	31,3 / 11,3
18	Качество обслуживания иностранных туристов на железнодорожном транспорте	24	20,9	56	48,7	20 / 15	17,4 / 13,0
19	Валютное законодательство в отношении турбизнеса	22	19,1	55	47,8	18 / 20	15,7 / 17,4
20	Низкое качество обслуживания иностранных туристов в российских гостиницах	21	18,3	74	64,3	15 / 5	13,0 / 4,3
21	Нехватка квалифицированных гидов-переводчиков	19	16,5	65	56,5	30 / 1	26,1 / 0,9
22	Проблемы с организацией посещения музеев и других объектов показа, пользующихся спросом у иностранных туристов (очереди на вход, удаленность мест парковки автобусов, графики работы объектов и т. д.)	19	16,5	50	43,5	43 / 3	37,4 / 2,6
23	Недостаток представляющих интерес для иностранных туристов музеев, памятников архитектуры, природных достопримечательностей и других объектов показа	13	11,3	40	34,8	60 / 2	52,2 / 1,7

Окончание табл. 1

Место в рейтинге	Причины	Оценили ситуацию как «критическая»		Оценили ситуацию как «проблемы есть, но ситуация пока не критическая»		Отметили, что такой проблемы не существует / Затруднились ответить	
		Количество ответивших	В % от всех опрошенных	Количество ответивших	В % от всех опрошенных	Количество ответивших	В % от всех опрошенных
24	Недостаток ресторанов, баров и других предприятий общественного питания, отвечающих требованиям к обслуживанию иностранных туристов	12	10,4	52	45,2	46 / 5	40,0 / 4,3
25	Скудность рынка сувениров и продукции народных промыслов	12	10,4	45	39,1	51 / 7	44,3 / 6,1
26	Таможенные правила	11	9,6	48	41,7	35 / 21	30,4 / 18,3
27	Качество обслуживания иностранных туристов на воздушном транспорте	9	7,8	51	44,3	33 / 22	28,7 / 19,1
28	Трудности с бронированием авиабилетов для иностранных туристов	7	6,1	36	31,3	55 / 17	47,8 / 14,8
29	Экологическая обстановка	4	3,5	44	38,3	52 / 15	45,2 / 13,0
30	Эпидемиологическая обстановка в стране	1	0,9	21	18,3	70 / 23	60,9 / 20,0

Примечание. Опрос проводился в 2005 г. Российским союзом туриндустрии в 24 субъектах Российской Федерации среди 115 туроператоров, специализирующихся на приеме иностранных туристов.

сколько поводом для более детального и комплексного рассмотрения вопроса о туристском потенциале страны и конкурентоспособности отечественного турпродукта. Ответ на него может быть получен только в ходе выполненных на современном уровне соответствующих фундаментальных и прикладных исследований, средства на проведение которых должны выделяться, прежде всего, из государственного, в том числе федерального, бюджета и эффективно использоваться. Пока же остается комментировать отдельные аспекты названной общей проблемы, используя для сравнительного анализа публикуемые данные, в частности Список Всемирного наследия, составленный ЮНЕСКО.

Неоднозначность такого подхода очевидна, поскольку при включении в Список речь идет, скорее, об общегуманитарном, культурном и научном значении памятника, нежели фактической или потенциальной его популярности в качестве объекта туристского показа. Примером тому может служить включение в Список так называемой Геодезической дуги Струве, представляющей собой цепь заложенных в первой половине XIX в. триангуляционных пунктов, тянущуюся от Норвегии до побережья Черного моря, в том числе по территории Российской Федерации. Конечно, сделать популярным объектом туристского показа такой памятник сложнее, чем Эрмитаж, Третьяковскую галерею или Большой театр, которые, кстати сказать, в Список Всемирного наследия не входят (табл. 2). К тому же число попавших в него объектов во многом зависит от того, насколько страна активна в деле обоснования заявок на включение памятников национального наследия в Список Всемирного наследия. Но отказываться на этом основании от его использования для компаративной оценки национального туристского потенциала нецелесообразно хотя бы потому, что, если рассматривать данный Список как мировой рейтинг наследия, места в нем будут сравнительно тесно коррелировать с фактической популярностью соответствующих стран как туристских дестинаций. Россия с этой точки зрения

Таблица 2

Архитектурные, историко-культурные и природные памятники России, включенные в Список Всемирного культурного и природного наследия ЮНЕСКО

№ п/п	Наименование объекта	Год включения в Список Всемирного наследия
1	Исторический центр Санкт-Петербурга и дворцово-парковые комплексы его окрестностей	1990
2	Государственный историко-архитектурный и этнографический музей-заповедник «Кижи» (Республика Карелия)	1990
3	Архитектурный ансамбль Московского Кремля	1990
4	Исторический центр Новгорода и памятники окрестностей (Новгород Великий)	1992
5	Историко-культурный комплекс Соловецких островов (Архангельская область)	1992
6	Белокаменные памятники Владимиро-Суздальской земли и церковь Бориса и Глеба в Кидекше (Владимирская область)	1992
7	Архитектурный ансамбль Троице-Сергиевой Лавры в городе Сергиев Посад (Московская область)	1993
8	Церковь Вознесения в Коломенском (Москва)	1994
9	Девственные леса Коми (Печеро-Илычский заповедник и национальный парк «Югыд-Ва») (Республика Коми)	1995
10	Озеро Байкал (Республика Бурятия)	1996
11	Вулканы Камчатки (Камчатская область)	1996, 2001
12	Золотые горы Алтая (Алтайский заповедник, охранная полоса вокруг Телецкого озера, Катунский заповедник, Природный парк «Белуха» и Зона покоя «Укок») (Республика Алтай)	1998
13	Западный Кавказ (Кавказский биосферный заповедник и прилегающие участки высокогорий Западного Кавказа) (Краснодарский край, Республика Адыгея, Карачаево-Черкесская Республика)	1999
14	Ансамбль Ферапонтова монастыря (Вологодская область)	2000
15	Историко-архитектурный комплекс Казанского кремля (Республика Татарстан)	2000
16	Куршская коса (Калининградская область, Российская Федерация / Литва)	2001
17	Центральный Сихотэ-Алинь (Приморский край)	2001
18	Цитадель, старый город и крепостные сооружения г. Дербента (Республика Дагестан)	2003
19	Убсунурская котловина (Тыва, Российская Федерация / Монголия)	2003
20	Природный комплекс заповедника «Остров Врангеля»	2004
21	Ансамбль Новодевичьего монастыря (Москва)	2005
22	Исторический центр Ярославля	2005
23	Геодезическая дуга Струве (Белоруссия, Латвия, Литва, Норвегия, Молдавия, Россия, Украина, Финляндия, Швеция, Эстония)	2005

представляет скорее исключение, поскольку, хотя и входит в число стран-лидеров Списка, на рынке въездного туризма занимает весьма скромное место. Достаточно сказать, что на долю ее, даже если считать все поездки, приходится менее 3 % общего числа международных прибытий.

Нередко одной из причин такого положения называют географическую удаленность наших объектов показа от мировых центров платежеспособного спроса. Но включенные в Список ЮНЕСКО Соловецкие острова и даже вулканы Камчатки удалены от наиболее богатых стран Европы, Северной Америки и Юго-Восточной Азии не больше чем Большой Барьерный риф, остров Пасхи или национальные парки ЮАР. Точнее уж говорить здесь о проблеме транспортной доступности, имея в виду не лучшее состояние отечественного авиапарка, большинства аэропортов и высокие цены авиабилетов на внутренние рейсы.

Свою роль здесь, конечно, играют и ряд избыточных в отношении граждан экономически развитых стран туристских формальностей, и дефицит современных недорогих гостиниц туристского класса, и многие другие факторы. Например, те же вопросы безопасности, нерешенность которых в широком смысле слова, включая техническое состояние транспортных коммуникаций, количество ДТП, криминогенную ситуацию и поведение сотрудников ГИБДД на дорогах, препятствует развитию в России международного автотуризма, уже получившего широкое распространение во всех восточно-европейских странах бывшего социалистического лагеря. Строительство кемпингов и придорожных ресторанов на фоне упомянутых проблем – задача значительно менее сложная.

Или другой пример, который в аргументацию своей позиции приводит В. Г. Гуляев. Речь идет о негативных для развития туризма последствиях обострения политической ситуации на Кавказе с начала 1990-х гг. Разумеется, последствия эти тяжелые. Но нельзя не видеть и того, что многие действительно популярные курорты и Черноморского побережья Кавказа, включая Абхазию, и горнолыжные – Карачаево-Черкесии и Кабардино-Балкарии, и Кавказские Минеральные Воды на внутрироссийском туристском рынке это испытание последствиями перестройки выдержали. А вот возможности маршрутного, экологического и культурно-познавательного туризма на Кавказе остались действительно малореализованными даже по сравнению с советским периодом. Хотя, если говорить о российской части данного региона, в Список ЮНЕСКО входят и Кавказский биосферный заповедник, и прилегающие к нему участки высокогорья на территории Краснодарского края, Адыгеи и Карачаево-Черкесии, и цитадель, старый город и крепостные укрепления дагестанского Дербента, некогда входившего в состав Персидского царства. И дело здесь не только в политической напряженности, состоянии инфраструктуры и транспортной доступности. В Татарстане, например, политическая обстановка все годы после распада Союза оставалась стабильной, Казань широко отпраздновала свой тысячелетний юбилей, город благоустраивается, ведутся реставрационные работы, строятся новые гостиницы, в республике успешно развивается и горнолыжный, и санаторно-курортный комплекс. Наконец, Казанский кремль также входит в Список ЮНЕСКО. А реально Татарстан как туристская дестинация на внутрироссийском туристском рынке, не говоря уже о мировом, делает пока свои первые шаги. Возьмем другой пример. Образ панды как национального, в том числе туристского, бренда Китая хорошо знаком в любом уголке мира. Но многие ли в мире знают о существовании в уссурийской тайге тигра, а тем более леопарда? Кстати, как и о том, что в Список Всемирного наследия включен один из ареалов обитания дальневосточного тигра – Центральный Сихотэ-Алинь, что в него входят и заповедник на острове Врангеля, и реликтовые леса Коми, включая Печоро-Илычский заповедник и национальный парк «Югыд-Ва». Насколько перспективны они для развития туризма, в том числе с учетом режимов охраны соответствующих территорий, – вопрос, требующий изучения. Но его нельзя откладывать до бесконечности. Во всяком случае, можно не сомневаться, что брендовые возможности образа дальневосточного тигра и леопарда будут в полной мере использованы, как только с российской помощью начнется восстановление их популяции в Китае и Южной Корее. Только возможность более активного использования фактора уникальности России как места обитания этих редких животных для продвижения на мировом рынке отечественного турпродукта будет во многом упущена.

Вообще Россия на международном туристском рынке воспринимается прежде всего как культурно-познавательная или экскурсионная дестинация. Не случайно три четверти въездных турпотоков приходится на Санкт-Петербург, Москву и города Золотого Кольца. Казалось бы, с точки зрения Списка ЮНЕСКО это логично. Из 23 включенных в него памятников, расположенных на территории Российской Федерации, 15 относятся к объектам культурного наследия. Причем две трети из них расположены в Москве, Санкт-Петербурге или на тесно связанных с ними автобусных и круизных маршрутах. Но по числу включенных в Список объектов культурного наследия нас опережают Италия, Испания, Китай, Германия, Франция, Великобритания, Мексика и Индия, а по количеству природных достопримечательностей – только Австралия и США. Всего же, по оценкам, полученным в ходе совместного проекта ЮНЕСКО и Меж-

дународного союза охраны природы и природных ресурсов (МСОП) по бореальным лесам, в России насчитывается около 20 территорий – кандидатов на включение в Список Всемирного природного наследия.

На нынешнем этапе, по данным фонда «Охрана природного наследия», ведутся работы по представлению в Список следующих объектов: «Плато Путорана», «Заповедник Магаданский», «Командорские острова», «Курильские острова», «Валдай – великий водораздел», «Степи Даурии», «Зеленый пояс Фенноскандии». Но возникающие в итоге этой непростой процедуры преимущества включения объекта в Список, связанные, в частности, с его популяризацией и развитием экологического туризма, используются затем недостаточно, потому что для получения соответствующего социально-экономического эффекта необходимо пройти долгий путь от выявления и оценки туристских ресурсов до создания пользующегося спросом турпродукта. А если речь идет о продукте сложном, не сулящем быстрой отдачи, но открывающем новые перспективы для решения национальных или региональных задач, без поддержки государства в его создании не обойтись. Формы такой поддержки могут быть различными: от прямых ассигнований, особенно если речь идет о государственной собственности (тех же ООПТ) или некоммерческой рекламе туристских возможностей страны, до налоговых льгот, снижении таможенных пошлин на импорт необходимого оборудования, транспортных средств – современных туристских автобусов, круизных и маломерных судов, автотранспортных средств повышенной проходимости и малой авиации, без которых невозможны сегодня создание конкурентоспособного турпродукта и эффективное туристское природопользование.

А как решить проблему квалифицированных кадров проводников и егерей, которые не только должны знать местные достопримечательности, но в совершенстве владеть иностранными языками, всем необходимым арсеналом средств обеспечения безопасности, принятыми за рубежом снаряжением и способами охоты и лова, и, наконец, просто навыками работы с состоятельным клиентом, в том числе психологическими? Без таких кадров успешное освоение природного туристского потенциала страны невозможно. А подготовка их – дело долгое, и силами самого турбизнеса с этой задачей не справиться. Нужна соответствующая специализация в системе высшего и среднего образования, предоставление грантов, выделение бюджетных мест для студентов, обязательные стажировки за рубежом, а главное – подготовка самих преподавательских кадров лучшими иностранными и отечественными специалистами. И решение такой задачи в рамках национального проекта в области образования логично, в том числе с точки зрения последствий его реализации для структурной перестройки экономики и устойчивого развития.

Можно надеяться, что динамику этим процессам придаст принятие закона «О внесении изменений в Федеральный закон от 22 июля 2005 г. № 116-ФЗ “Об особых экономических зонах в Российской Федерации”», предусматривающего создание особых туристско-рекреационных зон. Хотя предусмотренные им льготы для инвесторов проигрывают в сравнении даже с обычным инвестиционным климатом в странах, действительно сделавших ставку на развитие туризма. Но важно, чтобы не меньший импульс был придан развитию сложившихся уже особо охраняемых территорий, которые по своему статусу и предназначению могут стать ядром формирования туристских центров.

Речь, прежде всего, идет о курортах, музеях-заповедниках и национальных парках. Последних, например, в Российской Федерации насчитывается 35 общей площадью 6,2 млн га. И посетили их в общей сложности в 2005 г. 1,9 млн человек, тогда как число посетителей старейшего в мире Йеллоустонского национального парка в том же году составило 2,8 млн, а расположенного в Центральной Калифорнии Йосимитского – более 3 млн человек. На таком уровне находится посещаемость наших ведущих музеев-заповедников. Петергоф, например, в 2003 г. посетили 2,8 млн экскурсантов, а Московский Кремль – 1,7 млн соответственно. При этом на музейные учреждения Москвы, Санкт-Петербурга и тех областей, которые связаны с ними ближними маршрутами, приходится «почти половина музейных посещений России. За пределами этих отдельных ареалов существуют всего лишь отдельные очаги культурно-познавательного туризма, как правило, связанные с музеями-заповедниками (музеями-усадьбами) и в еще более редкой степени – с национальными парками»[1].

Если иностранные туристы едут в Россию в основном с культурно-познавательными целями, то на внутреннем рынке в период отпусков и каникул доминируют поездки на курорты. Только один Краснодарский край, по данным его администрации, принимает около 12 млн туристов в год, т. е. больше, чем общая численность россиян, выезжающих в страны дальнего

[1] Культурное наследие и туризм. – М.: Институт наследия, 2005. – С. 33.

зарубежья. Правда, температурные режимы обусловливают относительно короткий купальный сезон и ограниченность пляжных ресурсов страны Азово-Черноморским, Каспийским, Балтийским и Приморским побережьем Японского моря. Но резервы их туристского освоения далеко не исчерпаны, а в случае с Каспием, по сути, не используются. Не говоря уже о пресноводных пляжах, например, бассейна Волги, стихийное освоение которых резко сужает перспективы формирования на их базе современного рекреационного комплекса.

Интересной иллюстрацией к вопросу о региональной специализации в области туризма могут служить данные табл. 3, характеризующие распределение показателей численности пользовавшихся услугами гостиничных предприятий и санаторно-курортных учреждений по субъектам Федерации. При этом по каждому показателю в таблице приводится рейтинг 15-ти регионов, в которых он достигает максимального значения. Перечень же 15-ти субъектов с наиболее высоким внутренним валовым продуктом (ВРП) включен в таблицу лишь для того, чтобы наглядно продемонстрировать, насколько он близок по своему составу рейтингу регионов, лидирующих по численности российских граждан, размещавшихся в гостиницах и аналогичных им средствах размещения. Отличаются они лишь на 4 «пункта» из 15-ти. И это лишний раз говорит о том, что в большинстве этих регионов загрузка гостиниц формируется прежде всего за счет командированных, а сами гостиничные предприятия сосредоточены в основном в крупных городах и промышленных центрах. Речь, разумеется, идет об общей тенденции, наглядным исключением из которой являются, например, Краснодарский край, Московская область и Санкт-Петербург, которые представляют собой одновременно и популярные туристские дестинации, и экономически развитые административные образования.

Несколько иначе выглядит распределение регионов по численности размещавшихся в гостиницах иностранных граждан. И со вторым, и с первым рейтингом данный список субъектов Федерации не совпадает на половину. В нем больше, прежде всего, регионов приграничных, где на загрузку гостиниц влияет развитие деловых связей и туристского обмена с сопредельными странами. Так, в этом Списке появляются Приморский край, Карелия, Калининградская, Амурская, Мурманская области и заметно повышается место в рейтинге Иркутской области и Хабаровского края. А кроме того, в этом списке появляются Владимирская и Новгородская области, что лишний раз свидетельствует о том, что культурный туризм больше влияет на распределение въездных потоков иностранных граждан, чем поездок самих россиян по крупным городам страны.

Другое дело – путешествия за здоровьем. Здесь, как и следовало ожидать, на первом месте Краснодарский край, на втором – Московская область, на третьем – Ставрополье, точнее, Кавказские Минеральные Воды. Затем следует Санкт-Петербург с его Курортным районом, курорты Урала, Сибири, Поволжья. Помимо Ставропольского края в списке впервые появляются Челябинская, Самарская, Тверская, Пермская области (если не считать 10-го места последней в рейтинге регионов по ВРП). Существенно отличающуюся географию поездок мы получили бы в отношении туризма религиозного, горнолыжного и спортивного в более широком смысле, круизов и т. д. И это не означает, что принятая в специальной литературе и официальной статистике система туристского зонирования Российской Федерации утратила свою актуальность. Просто ее надо активнее развивать, подробно анализируя ресурсы развития каждого вида туризма и тенденции эволюции соответствующих потребностей и спроса. И не забывать при этом, что массовые, бюрократические, да и научные представления о туризме формировались под влиянием конкретных исторических обстоятельств.

Синхронизация во времени процессов интенсивного роста числа путешествий с целью отдыха и распространения самого понятия «туризм» накрепко связала значение последнего в массовом сознании с понятием свободного времяпрепровождения. Приоритет в условиях плановой экономики и социальной политики СССР, отдававшийся развитию санаторно-курортного комплекса, экскурсионного и спортивного туризма, во многом предопределил методологические и методические подходы к анализу и классификации туристских ресурсов. Хотя, справедливости ради, нельзя не сказать, что, по крайней мере, по своим масштабам намного больше на том этапе был развит и круизный, и железнодорожный, и самодеятельный, и молодежный туризм, не говоря уже об организации детского отдыха. Но конгрессный, событийный, сельский, экстремальный туризм как самостоятельные его виды не рассматривались, а такой «способ бронирования» средств размещения, как тайм-шер, даже трудно было себе представить.

А главное – по мере развития потребностей в путешествиях, материальных возможностей их удовлетворения и технического прогресса меняются требования к самому турпродукту. Они становятся более индивидуальными, взыскательными, квалифицированными. Под влиянием объективных социально-экономических факторов повышается значение эффективности по-

Таблица 3

Региональная дифференциация отдельных показателей работы коллективных средств размещения и ВРП за 2003 г.*

Место в рейтинге	Субъекты РФ	ВРП, млн руб.	Субъекты РФ	Численность граждан России, размещавшихся в гостиницах, тыс. чел.	Субъекты РФ	Численность граждан вне стран СНГ, размещавшихся в гостиницах, тыс. чел.	Субъекты РФ	Численность лечившихся и отдыхавших в санаториях и пансионатах с лечением
1	Москва	2458483	Москва	2276,7	Москва	892,1	Краснодарский край	1047,9
2	Тюменская область	1211437	Санкт-Петербург	693,9	Санкт-Петербург	599,4	Московская область	473,9
3	Московская область	452110	Московская область	686,3	Приморский край	106,7	Ставропольский край	311,4
4	Санкт-Петербург	435675	Тюменская область	581,0	Московская область	77,6	Санкт-Петербург	152,8
5	Республика Татарстан	320132	Краснодарский край	510,5	Хабаровский край	48,3	Республика Башкортостан	119,1
6	Свердловская область	303587	Свердловская область	365,4	Республика Карелия	39,4	Челябинская область	96,8
7	Республика Башкортостан	281062	Республика Татарстан	346,4	Иркутская область	34,0	Алтайский край	94,1
8	Красноярский край	280203	Красноярский край	307,8	Владимирская область	32,5	Тюменская область	83,7
9	Самарская область	278183	Новосибирская область	284,0	Калининградская область	30,2	Самарская область	76,0
10	Краснодарский край	266863	Ростовская область	283,2	Амурская область	29,1	Республика Татарстан	63,8
11	Нижегородская область	227699	Республика Башкортостан	275,0	Новгородская область	28,9	Тверская область	63,6
12	Пермский край	224489	Нижегородская область	244,7	Мурманская область	21,5	Пермская область	54,9
13	Ростовская область	182738	Алтайский край	228,5	Свердловская область	20,0	Нижегородская область	53,8
14	Иркутская область	176828	Приморский край	226,0	Республика Татарстан	16,7	Новосибирская область	51,5
15	Кемеровская область	171108	Хабаровский край	221,3	Краснодарский край	16,5	Приморский край	51,0

* По данным Росстата

Таблица 4

Индексы потребительских цен (тарифов) на отдельные виды товаров и платных услуг населению в сфере культуры, туризма и отдыха (на конец периода; в процентах к декабрю предыдущего года)*

Виды услуг	2000 г.	2001 г.	2002 г.	2003 г.	2004 г.	2005 г.
Экскурсионные услуги	126,0	124,1	118,2	116,7	124,7	115,5
Проживание в гостинице	132,7	133,9	134,4	124,6	121,8	115,7
Пребывание в санатории	132,3	126,0	124,1	117,2	114,9	112,0
Пребывание в доме отдыха, пансионате	137,3	126,3	119,3	120,6	111,7	110,8
Проезд в междугородном автобусе	127,7	116,2	123,4	114,2	113,2	110,9
Проезд в купейном вагоне скорого нефирменного поезда	125,4	162,5	130,8	125,2	121,1	127,0
Проезд в купейном вагоне скорого фирменного поезда	157,5	171,7	105,4	118,4	121,7	126,7
Авиаперелет в салоне экономического класса	122,6	119,5	118,5	117,9	115,7	115,0
Посещение театра	132,1	131,3	135,3	120,6	122,7	121,6
Посещение музея или выставки	129,2	128,3	129,9	133,3	119,2	123,6
Обед в ресторане заказной	126,0	125,9	117,1	114,0	113,7	112,5
Ужин в ресторане заказной	–	–	–	112,8	113,3	112,7
Все товары и платные услуги	120,2	118,6	115,1	112,0	111,7	110,9
Услуги в сфере зарубежного туризма	–	108,8	108,0	104,9	102,8	102,4

* По данным Росстата

требления и использования бюджета времени, в том числе свободного. Это, в свою очередь, стимулирует процессы углубления разделения труда, специализации и кооперации в сфере туризма, появление его новых видов и турпродуктов. Причем темпы этих процессов нарастают, и речь идет главным образом о турпродукте, отвечающем мировым стандартам качества. Много ли времени с момента популяризации в России горных лыж прошло до создания нового поколения горнолыжных центров, таких как «Абзаково», «Банное» в Челябинской области, «Бобровый Лог» под Красноярском, «Гора Гладенькая» в Хакасии, кемеровский «Шерегеш» и др. Буквально за несколько лет в стране появились десятки действительно современных баз для любителей спортивной рыбалки, таких как Night Flight и «Царь-рыба» в дельте Волги, VIP-базы на реках Кольского полуострова (Рында, Харловка, Йоканьга, Поной), «Пурга» на камчатской реке Жупанова и в других районах страны. Началось строительство современных яхт-клубов, спа-отелей, вовсю идет строительство аквапарков, появились санатории уровня 4–5*. И все-таки состояние материальной базы и даже качество сервиса на предприятиях индустрии гостеприимства – это полдела для настоящего успеха страны в области туризма.

Опрос, проведенный в 2002 г. тогда еще Госкомстатом России среди иностранных туристов, показал, что больше всего (около трети) респондентов указали на необходимость улучшения транспортного обслуживания, тогда как обратить внимание на вопросы улучшения условий размещения предложили 15,4 %, а питания – 7,9 % опрошенных[1]. Но качество обслуживания – это одна сторона вопроса, а другая – это цены, которые на значительную часть услуг, поставляемых в турпакет, растут темпами, опережающими инфляцию (табл. 4). При этом первое, что бросается в глаза, – это соотношение роста тарифов на услуги, оказываемые туристам в России и за рубежом. Последние растут значительно медленнее внутрироссийских, что не может не сказываться на конкурентоспособности отечественного турпродукта. А кроме того, не трудно заметить, что наибольший прирост тарифов наблюдается там, где государство активно участвует в процессе ценообразования. Достаточно взглянуть на динамику цен на билеты в театры

[1] Итоги выборочного обследования иностранных туристов. – М.: Госкомстат РФ, 2003. – С. 74.

и музеи, вспомнить о том, как растут коммунальные тарифы, в том числе для предприятий туриндустрии, по каким ценам они приобретают ГСМ или, вернувшись к табл. 4, посмотреть, как росли тарифы на услуги железнодорожного транспорта, которые на целом ряде направлений уже стали выше авиационных. А ведь спрос на железнодорожные перевозки, в том числе чартерные, а тем более на комфортабельные специализированные поезда, такие, например, как «Золотой Орел», весьма значителен. Не случайно туры на него по Транссибу и Шелковому пути, как, к примеру, и отечественные полярные круизы на атомном ледоколе «Ямал», практически полностью продаются за рубежом. И объем реализации такого турпродукта мог бы быть значительно больше, цены на соответствующие туры ниже, а эффективность капитальных вложений в строительство специализированного подвижного состава – выше, если бы стоимость ваг/км по тарифу ОАО РЖД не превышала международного перевозочного тарифа в 1,6–3,6 раза в зависимости от сезона и маршрута следования.

Таким образом, одной из важнейших предпосылок повышения конкурентоспособности отечественного турпродукта за рубежом является повышение уровня конкуренции на внутрироссийском рынке гостиничных, транспортных услуг и государственное регулирование (если оно неизбежно) тарифов на услуги, входящие в национальный пакет, с учетом его конечной стоимости по отношению к турпродукту стран-конкурентов. А это, как и решение иных упомянутых выше проблем, возможно лишь в том случае, если процесс концентрации капитала в сфере туризма и смежных отраслях экономики будет носить рыночный, а не административный характер.

НАУЧНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБОСНОВАНИЕ ПРОЕКТИРОВАНИЯ ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННЫХ ЗОН

В. И. Кружалин, *профессор, вице-президент Национальной академии туризма, директор Института комплексных исследований образования МГУ, завкафедрой рекреационной географии и туризма географического факультета МГУ им. М. В. Ломоносова*

Россия вступила в фазу социально-экономического развития, которая стимулирует развитие индустрии туризма. Туризм сегодня становится важнейшей сферой жизнеобеспечения деятельности человека, направленной на восстановление и развитие его физических, духовных и интеллектуальных сил в нерабочее время. Одной из главных задач государства, органов законодательной и исполнительной властей всех уровней становится организация отдыха и туризма как важнейшей потребности нормы жизни россиян.

Опыт многих стран мира, в том числе и России, свидетельствует о том, что туризм является не только источником здоровья населения и источником получения доходов, но и вносит значительный вклад в обеспечение устойчивого развития регионов. Россия относится к числу стран, обладающих мощным туристско-рекреационным потенциалом (ТРП). Под туристско-рекреационным потенциалом понимается сочетание туристско-рекреационных ресурсов территории, удовлетворяющих потребность населения в отдыхе и туризме. Туристско-рекреационные ресурсы представляют собой интегральное понятие, включающее природные ресурсы, экологическое качество среды, культурно-исторические ресурсы, материально-техническую базу развития туризма, трудовые ресурсы и другие социально-экономические факторы, способствующие реализации ТРП.

Туристско-рекреационный потенциал имеет пространственную дифференциацию и меняется от места к месту. Как показывает практический опыт организации индустрии туризма, его проектирование и развитие осуществляется, прежде всего, в границах административного деления и реализуется на муниципальном (локальном), региональном и федеральном уровнях. Имеющийся опыт туристско-рекреационного районирования, как правило, основан на выделении крупных туристских зон и туристских районов (Зорин, 1985; Путрик, Свершников, 1986; Даринский, 1994 и др.). Основной единицей туристско-рекреационного районирования является рекреационный район. Это значительная по площади целостная территория, характеризующаяся определенным сочетанием природных и социально-экономических условий, имеющая характерные туристские и рекреационные объекты, необходимую инфраструктуру и четко выраженную туристско-рекреационную специализацию.

Самым крупным и сложным территориально-рекреационным образованием является туристско-рекреационная зона. Это обширная, весьма разнородная территория, выделяемая на основании географического положения и наиболее значимых природных особенностей, благоприятствующих или препятствующих туризму и рекреации (Дорофеев, 2006). Практически все российские исследователи, занимающиеся районированием, единодушны в выделении четырех туристско-рекреационных зон на территории современной России. Это Северная, Европейская, Причерноморо-Кавказская и Сибирско-Дальневосточная. По поводу количества туристско-рекреационных районов существуют разные научные точки зрения, и их количество у разных исследователей меняется от 14 до 31 района.

Очевидно, что границы вышеназванных туристско-рекреационных зон и многих районов пересекают административные границы регионов, не говоря уже о границах муниципальных образований. Практика туристско-рекреационных исследований использует предложенные принципы районирования на мелкомасштабном федеральном уровне и при изучении территориальной организации туризма и рекреации в пределах регионов. Учитывая, что система организации управления территориями осуществляется в границах административного деления, предлагается выделить 3 уровня территориально-рекреационных систем, соответствующих трем уровням административного деления: муниципальному, региональному и федеральному.

В границах муниципальных образований наиболее эффективно развивать туристско-рекреационные комплексы, представляющие собой компактно расположенные объекты экскурсионного показа, зон отдыха и рекреационных предприятий. В пределах муниципальных образований таких туристско-рекреационных комплексов может быть несколько, и все они располагаются, как правило, в муниципальных административных границах. В случае расположения туристско-рекреационного комплекса в смежных муниципальных образованиях нередко возникают проблемы в их управлении как единого рекреационного организма. Сочетание туристско-рекреационных комплексов в пределах границ отдельного региона формирует его туристско-рекреационную зону, которая в зависимости от туристско-рекреационного потенциала, разнообразия природных и культурно-исторических факторов может носить комплексный или монопрофильный характер развития различных видов туризма и рекреации. Завершающим этапом территориально-рекреационной организации является единая туристско-рекреационная система страны, включающая разнообразные по своему составу, степени сложности и назначению туристско-рекреационные комплексы и зоны, располагающиеся в административных образованиях всех уровней. Предложенный подход к туристско-рекреационному районированию в границах административного деления отличается от ранее принятых схем и, по нашему мнению, может наиболее эффективно использоваться при проектировании и развитии объектов индустрии туризма и их комплексов разной степени организации и управления.

В предложенной схеме основным объектом исследований становится туристско-рекреационный комплекс (ТРК). Под ТРК следует понимать сложную, многофункциональную систему, характеризующуюся территориальной целостностью, компактностью размещения и состоящую из взаимосвязанных подсистем:

- природных и культурно-исторических комплексов;
- инженерных сооружений;
- обслуживающего персонала;
- отдыхающих (рекреантов);
- органов управления.

Размещение ТРК в пространстве, как правило, определяется природной аттрактивностью, культурно-историческими событиями, свойственными этой местности, и уровнем социально-экономического положения, сформировавшегося за предшествующие периоды развития. В силу пространственной неоднородности перечисленных факторов ТРК размещается не равномерно, а группируется в более сложные территориальные системы. Выявление закономерностей их размещения на староосвоенных территориях дает основание для проектирования и размещения новых туристско-рекреационных комплексов. Такой подход, основанный на методе аналогов, позволяет наиболее эффективно проектировать и размещать туристско-рекреационные комплексы различного назначения и сложности в слабоосвоенных рекреационных регионах.

Границы туристско-рекреационных комплексов часто совпадают с установленными административными границами населенного пункта и проводятся с учетом естественных границ примыкающих к нему рекреационных природных комплексов. Между ТРК, в которых предоставляется наибольший объем туристских услуг, осуществляется транзит туристских потоков вдоль трасс конкретных маршрутов и экскурсий, проложенных по дорогам, тропам, водным артериям

и т. п. В зависимости от потока туристов возникают «транспортные оси» и «коридоры», способствующие формированию территориальных туристско-рекреационных систем более высокого уровня. В нашем понимании это туристско-рекреационные зоны, определяющие туристскую привлекательность и специализацию региона.

Для развития туристско-рекреационных зон (ТРЗ) в регионах России переломным следует считать 2006 г., когда были внесены поправки в Закон «Об особых экономических зонах в РФ», разрешающие создание особых экономических зон туристско-рекреационного типа. Постановлением Правительства РФ определено создание таких зон на территории 7-ми субъектов РФ. Это Калининградская область, Краснодарский и Ставропольские края, Республика Бурятия, Иркутская область, Республика Алтай и Алтайский край. Туристско-рекреационная особая экономическая зона – это определенная Правительством РФ часть территории, на которой действует особый режим осуществления предпринимательской туристско-рекреационной деятельности. При этом под туристско-рекреационной деятельностью понимается создание, реконструкция, развитие объектов и оказание услуг в сфере туризма, отдыха и санаторно-курортной деятельности.

В настоящее время разрабатываются концепции создания и функционирования 7-ми утвержденных особых экономических зон туристско-рекреационного типа. Отличие этих зон от обычных туристско-рекреационных связано, прежде всего, с источниками финансирования, установлением комплекса налоговых преимуществ и частичной ликвидацией административных барьеров (использование принципа «одного окна»). Федеральный бюджет будет ориентирован на создание в этих зонах до 2010 г. объектов транспортной инфраструктуры, энерго-, газо- и теплоснабжения и других коммуникаций. Будут задействованы средства бюджета всех уровней: федерального, регионального и муниципального, а также отечественные и зарубежные инвестиции. Создание лишь этих семи зон даст дополнительно 155 тыс. рабочих мест. И это только начало. Через 3 года будет проведен еще один конкурс среди регионов России на создание особых экономических зон туристско-рекреационного типа. Но вряд ли регионы будут ждать эти 3 года. Уже сейчас практически во всех программах социально-экономического развития туризм объявлен одним из главных приоритетных направлений.

Туристско-рекреационные зоны можно проектировать и создавать не только в рамках особых экономических зон. И подтверждением этого является опыт таких регионов, как Москва, Санкт-Петербург, Республика Карелия, Тверская область и ряд других регионов России. Туристско-рекреационная зона, таким образом, характеризует региональный уровень территориальной организации рекреации. Она имеет, как правило, разнообразные источники финансирования, включая и федеральный (если это особая экономическая зона). ТРЗ имеет свои границы, совпадающие с административными, если это небольшой по размерам регион, или имеет смешанные природно-административные границы, если это большой по размерам регион (например, Красноярский край). В пределах выделенных границ туристско-рекреационная зона (так же как и туристско-рекреационный комплекс) состоит из взаимосвязанной системы туристско-рекреационных каркасов. Выделяется 3 типа каркасов: площадные, линейно-узловые и этно-социальные. В состав туристско-рекреационных каркасов площадного типа входят геолого-геоморфологический, ландшафтный, экологический, селитебный, культурно-исторический. В состав туристско-рекреационных каркасов линейно-узлового типа входят транспортный, энергетический, информационный, водоснабжения и канализации (коммунальный) и др. И, наконец, третий тип – этно-социальный каркас, который формируется из местных жителей и рекреантов и является «живой соединительной тканью» туристско-рекреационной зоны. Сочетание различных видов туристско-рекреационных каркасов в пределах каждого типа, их набор определяют степень сложности проектирования и освоения туристско-рекреационной зоны и объемы необходимых финансовых затрат.

Наиболее дорогими являются туристско-рекреационные зоны, размещаемые на вновь осваиваемых территориях. В этой связи при проектировании ТРЗ следует выделять этапы их развития. Обычно выделяется три этапа. Первый этап имеет наиболее простое сочетание туристско-рекреационных каркасов с упором на каркасы линейно-узлового типа. Завершающий этап характеризуется максимальным насыщением туристско-рекреационной зоны всеми необходимыми элементами и их сочетаниями, обеспечивающими ее эффективное функционирование. Создание туристско-рекреационных зон, в том числе и особых экономических, в конечном итоге приведет к росту занятости, благосостоянию населения и развитию экономики, а также созданию комфортных условий для развития туризма и отдыха российских и иностранных граждан. Конечная цель рекреационного освоения – это создание единой туристско-рекреационной системы страны, обеспечивающей потребности населения в туризме и отдыхе.

Научно-методическое обеспечение создания и функционирования туристско-рекреационных зон предполагает 5 основных этапов.

I этап. Оценка туристско-рекреационного потенциала территории на основе учета природных, культурно-исторических факторов, инфраструктурных и информационных условий, трудовых ресурсов и экологического состояния территории.

II этап. Оценка условий реализации туристско-рекреационного потенциала на основе общего уровня социально-экономического развития, геополитической ситуации, организационно-правовых механизмов, экологической обстановки, адаптационных свойств территории и ее инвестиционной привлекательности.

III этап. Проектирование туристско-рекреационной зоны в установленных границах на основе изучения, создания и взаимодействия каркасов площадного, линейно-узлового и этно-социального типов.

IV этап. Размещение (строительство) инженерных объектов рекреационного назначения на основе оценки устойчивости территории туристско-рекреационной зоны с помощью нормативного и индикационного подходов.

V этап. Управление туристско-рекреационной зоной на основе организационно-правовых и финансовых механизмов ее функционирования.

Реализация каждого из этих этапов связана с созданием геоинформационной системы туристско-рекреационной зоны. ГИС-технологии уже активно вошли в практику научных исследований и проектирования рекреационно-инженерного освоения территорий разного ранга. В каждом конкретном случае создается структура базы данных, включающая разнообразную послойную информацию о природных, культурно-исторических и социально-экономических характеристиках территории. Основным результатом использования современных ГИС-технологий являются генеральные планы туристско-рекреационного районирования (освоения) территорий локального, регионального и федерального уровней. На основе научно обоснованного туристско-рекреационного районирования выделяются наиболее благоприятные рекреационные районы и определяются этапы его освоения для различных видов туризма и рекреации. Эти генеральные планы (схемы) закладываются в основу принятия управленческих решений по проектированию и инженерному освоению туристско-рекреационных зон.

Научно-методическое обоснование проектирования туристско-рекреационных зон включает задачу по подготовке кадров для обеспечения их функционирования и управления. Это предполагает создание специализированных центров и учебно-производственных комплексов, которые призваны обеспечить подготовку профессиональных кадров всех уровней «под ключ» в соответствии с потребностями индустрии туризма.

В настоящее время формируются образовательные стандарты третьего поколения по направлению «Туризм». При их создании необходимо учесть все три уровня профессионального образования: начальное, среднее и высшее. Предусмотреть их системное взаимодействие (количественное и качественное), ориентированное на потребности туристского рынка. Это предполагает:

- увеличение количества специалистов начального и среднего профессионального образования, повышение качества их подготовки за счет развития материально-технической базы учебных заведений, освоения новых методов обучения и повышения уровня подготовки преподавательского состава;
- включение в программы подготовки специалистов высшего образования большего количества часов практических занятий, необходимость изучения минимум 2-х иностранных языков с соответствующим увеличением в программе часов на изучение;
- в дополнительном профессиональном образовании использование краткосрочных тренингов, стажировок, мастер-классов, модульной системы формирования учебных программ, а также увеличение количества программ, ориентированных на лиц, имеющих начальное и среднее профессиональное образование;
- формирование и актуализацию отраслевого заказа (количественный и качественный) на потребность в специалистах разного уровня образования с учетом развития туризма, расширения и модернизации его материально-технической базы;
- создание кадровых центров при образовательных заведениях или тесное взаимодействие с существующими кадровыми агентствами для более эффективного трудоустройства молодых специалистов;
- создание учебно-научно-производственных комплексов, обеспечивающих взаимосвязь образовательного процесса, отраслевой науки и практики, позволяющих уже в ходе учебного

процесса отрабатывать производственные навыки непосредственно на рабочих местах и внедрять инновационные технологии;

- тесное взаимодействие российских и зарубежных учебных заведений и образовательных центров с целью обмена опытом, методиками и современными технологиями подготовки кадров;
- сотрудничество учебных заведений и предприятий туриндустрии с целью усиления практической направленности в подготовке кадров;
- проведение отраслевых научных исследований и внедрение их результатов в практическую деятельность предприятий туриндустрии, формирование образовательных программ с учетом достижений науки.

Это далеко не полный перечень первоочередных дел, направленных на качественное научное и кадровое сопровождение бурно развивающейся индустрии туризма России. Координирующую роль в этой работе должны сыграть Национальная академия туризма и ее отделения на местах, а также ведущие региональные университеты и академии, где сосредоточены опытные научно-педагогические кадры.

Литература

1. География туризма и экскурсия в СССР / Под ред. И. В. Зорина. – М., 1985.
2. Даринский А. В. Туристские районы Российской Федерации и Ближнего зарубежья. – СПб., 1994.
3. Дорофеев А. А. Иерархия территориальных и рекреационных систем и некоторые вопросы рекреационного районирования // Рекреационная география: идеи, методы, практика. – Тверь, 2006.
4. Путрик Ю. С., Свешников В. В. Туризм глазами географа. – М., 1986.

ВЛИЯНИЕ ОСОБЫХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ЗОН ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННОГО ТИПА НА СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЕ СОСТОЯНИЕ РЕГИОНОВ

Е. Ю. Барзыкина, *помощник депутата Государственной думы ФС РФ по работе в Государственной думе, Москва*
И. Р. Силагадзе, *помощник депутата Государственной думы ФС РФ по работе в регионе, г. Сочи*

Одним из механизмов экономической поддержки и развития туризма в нашей стране является создание особых экономических зон (ОЭЗ) туристско-рекреационного типа. Смысл создания особых экономических зон всех типов не столько в освобождении от налогов, сколько в том, что государство создает систему стимулов для инвесторов – участников ОЭЗ. Причем главное преимущество в предсказуемости всех расходов, связанных с ведением бизнеса на долгосрочную перспективу. Это и конкретный механизм государственных гарантий под инвестиции, которые обеспечивали бы как российским, так и иностранным инвесторам уверенность в защите их прав собственности. Сюда же можно отнести упрощение порядка регистрации предприятия в ОЭЗ, ускоренную процедуру согласования и экспертизы инвестиционных проектов по принципу «единого окна». Такой подход к работе с инвесторами очень актуален, так как степень административно-бюрократической нагрузки на инвестора в российских условиях очень высока. Речь идет о многочисленных межведомственных согласованиях, являющихся очень трудоемкими, и все затраты на преодоление многочисленных административных барьеров в итоге ведут к повышению совокупных издержек инвестора, что, естественно, не увеличивает инвестиционную привлекательность проекта. Таким образом, при оказании инвестору услуг по принципу «единого окна» величина таких издержек значительно снижается, а инвестиционная привлекательность повышается.

ОЭЗ – это точки роста, которые влияют и на экономическую, и на социальную, и на политическую обстановку в регионе. И окружающие территории начинают развиваться более динамично. Причем результаты нужно рассматривать только в комплексе, т. е. оценивать не только экономический эффект, но и то, что растет профессиональный и интеллектуальный уровень населения. Идет внедрение новых технологий, передовых методов работы, инноваций ведения бизнеса на отраслевом, коммерческом и трансграничном уровне. Создание и последующее развитие особых экономических зон туристско-рекреационного типа, опирающееся на взаимовы-

годное сотрудничество и высокопрофессиональный подход всех участвующих субъектов, по прогнозам специалистов обеспечит:

- увеличение доли туристского сектора и смежных отраслей в ВВП России и обеспечение за счет этого диверсификации экономики;
- повышение уровня занятости населения (к 2016 г. планируется создать в 7-ми ОЭЗ около 64 тыс. рабочих мест, а с учетом мультипликативного эффекта в смежных отраслях – около 155 тыс. рабочих мест);
- улучшение здоровья и качества жизни населения за счет роста доступности получения гражданами Российской Федерации туристских и санаторно-курортных услуг;
- рост туристских потоков на территории особых экономических зон (с 3 млн до 9,7 млн туристов к 2016 г.);
- сохранение окружающей среды, природных и культурных ценностей;
- развитие инновационной, транспортной и социальной инфраструктуры.

Посредством реализации проектов функционирования ОЭЗ туристско-рекреационного типа будут решаться конкретные проблемы развития туризма как страны в целом, так и отдельно взятых регионов. Создание подобных зон может стать примером конструктивного взаимодействия между государством и бизнесом. С одной стороны, создается четко обозначенная система государственных стимулов для привлечения инвестиций как национальных, так и иностранных в ОЭЗ: налоговые и таможенные преференции, установленные правительством; устранение административных барьеров в виде введения упрощенного порядка регистрации предприятий, ускоренной процедуры согласования и экспертизы проектов по принципу «единого окна»; создание инфраструктуры ОЭЗ за счет государственных средств. С другой стороны, за счет капитальных вложений резидентов ОЭЗ, комплексного внедрения новых технологий, передовых методов работы, инноваций ведения бизнеса будут комплексно решаться экономико-социальные проблемы конкретного туристско-рекреационного региона.

В 2006 г. Минэкономразвития России провело открытый конкурс по отбору заявок на создание особых экономических зон туристско-рекреационного типа. Было представлено 28 заявок от субъектов РФ. Экспертный совет, созданный при Конкурсной комиссии Минэкономразвития России из представителей науки, федеральных органов исполнительной власти и экспертов, оценив конкурсные заявки, определил победителей конкурса, набравших наибольшее количество баллов – заявки, представленные Администрацией Алтайского края, Правительством Республики Алтай, Администрацией Иркутской области, Правительством Республики Бурятия, Администрацией Краснодарского края, Правительством Ставропольского края, Правительством Калининградской области.

Данные проекты были признаны наиболее интересными и концептуально проработанными, направленными на комплексное развитие туристско-рекреационного потенциала отдельных местностей Российской Федерации. Согласно закону в рамках ОЭЗ государство финансирует строительство местной инфраструктуры. Всего из федерального бюджета до 2026 г. на создание ОЭЗ туристского типа будет потрачено 44,5 млрд руб., в основном они пойдут на строительство и реконструкцию дорог, аэропортов, электросетей, систем газо- и водоснабжения. Частные инвестиции при этом должны составить 273 млрд руб. У каждой зоны будет своя специфика. Так, в Иркутской области предполагается создать условия для так называемого делового туризма, а также лыжного и водного. Ожидается, что к 2026 г. это привлечет около 1 млн человек. В Бурятии построят два горнолыжных комплекса, крытый аквапарк, яхт-клуб и конно-спортивный комплекс. В Республике Алтай тоже будут развивать горнолыжный спорт и альпинизм, а в Алтайском крае ставку будут делать на спелеотуризм и водные виды спорта (рафтинг, байдарки, каяки). Разработчики убеждены, что эта турзона вполне сможет претендовать на проведение международных соревнований по технике водного туризма. В Краснодарском крае и в Калининградской области главным будет создание деловых и гостиничных комплексов, а в Ставропольском крае – просто отдых с уникальной бальнеологической и лечебной базой. По прогнозам специалистов, поток туристов на эти территории вырастет с 3 млн до 9,7 млн человек, а вклад туризма в ВВП уже к 2016 г. с учетом мультипликативного эффекта увеличится до 9 %.

Но не стоит рассматривать особые экономические зоны как панацею от всех бед. Сама эта форма экономической деятельности обеспечивает успех отнюдь не автоматически, а лишь при условии ее гибкого применения с учетом всего комплекса внешних и внутренних предпосылок, прежде всего ресурсного фактора, наличия минимума инфраструктуры и, главное, благоприятного инвестиционного климата, дополняемого умелой стратегией и тактикой использования данной сложной формы интенсификации хозяйственного развития экономической деятельно-

сти на региональном уровне. С точки зрения потенциальных возможностей, ОЭЗ – это перспективный инструмент, способный содействовать решению многих экономических и социальных вопросов. Для того чтобы создание и развитие особых экономических зон обеспечило прорывной характер развития туризма в стране, предстоит еще немало сделать, чтобы заложенные в законе принципы и потенциальные возможности были реализованы в полной мере, чтобы развитие сферы туризма получило реальные позитивные сдвиги, соответствующие мировым тенденциям развития туризма и международного туристского рынка. Первый обширный доклад о работе по созданию ОЭЗ туристско-рекреационного типа будет подготовлен задействованными ведомствами до 15 августа и предоставлен для оценки в Правительство РФ. Тогда можно будет сделать исходные выводы о ходе реализации проекта создания ОЭЗ туристско-рекреационного типа. В 2007 г. регионы и муниципалитеты подготовят концепции и мастер-планы зон. Финансировать подготовку концепций будет федеральный бюджет. На эти цели, в том числе и для привлечения консультантов, в нынешнем федеральном бюджете предусмотрено выделение 1,1 млрд руб.

Особое внимание при реализации проекта ОЭЗ туристско-рекреационного типа следует уделить координированию деятельности федеральных органов исполнительной власти, органов субъектов РФ, контролю за выполнением соглашений о создании ОЭЗ, а также контролю за расходованием бюджетных средств, стимулированию инвестиционной активности резидентов, созданию механизма государственных гарантий под инвестиции.

Идея создания ОЭЗ туристско-рекреационного типа поможет власти выработать систему льгот и преференций для развития туристской индустрии в целом. Эта тема привлекла внимание не только потенциальных инвесторов, но и администрации регионов, научную общественность как к перспективной конкурентоспособной отрасли, дающей огромный мультипликативный эффект. При научно обоснованном, эффективном использовании имеющегося потенциала, учитывая международный опыт и анализируя степень реализации всех этапов создания ОЭЗ туристско-рекреационного типа, будут созданы отечественные туристские центры и курорты, которые, с одной стороны, смогут на современном уровне удовлетворять потребности российских, а также зарубежных граждан в качественном отдыхе, санаторно-курортном лечении и в тоже время приносить значительный вклад в экономическое развитие регионов и страны за счет налоговых поступлений, притока инвестиций, увеличения количества рабочих мест и т. д.

К ВОПРОСУ О ПРОЕКТИРОВАНИИ ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННЫХ ОСОБЫХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ЗОН

И. В. Зорин, *д-р пед. наук, профессор, академик РАЕН, ректор РМАТ, завкафедрой ЮНЕСКО по культурному туризму в целях мира и развития РМАТ*
В. М. Кривошеев, *канд. экон. наук, профессор РМАТ*

1. В сущности туристско-рекреационная особая экономическая зона – система антропоцентрическая. Она возникает только ради удовлетворения рекреационных потребностей человека. И это главное ее предназначение, определяющее все другие параметры системы. «Заказ» на систему исходит от человека, он *хозяин* системы, именно он и задает ей количественные, качественные, пространственные и временные показатели.

Однако это основополагающее положение часто игнорируется. Можно привести немало примеров, когда без должного изучения спроса намечают строительство туристского комплекса, исходя единственно из имеющихся ресурсов. Например, от объема инвестиционного пакета. Много денег – крупный комплекс, мало средств, соответственно, и комплекс «пожиже». Или исходя из так называемого природного ресурса. Относительно недавно кто-то из высокого руководства, оказавшись в предгорьях Северной Осетии, покоренный ее красотами, повелел построить туркомплекс на 5 тыс. мест. Так, «на глазок», была определена мощность будущего горнолыжного центра. Подобным образом подходили к строительству учреждений отдыха в «старое доброе время», когда туристы в нашей стране путешествовали за сущие копейки, а то и вовсе бесплатно. Тогда отдых граждан на 80 процентов оплачивался профсоюзами из фондов социального страхования. Когда транспортная составляющая в турпакете не превышала 5–6 процентов. Когда в наиболее благоприятное время года уходило в отпуска и на каникулы 80 процентов работников и учащихся, что вызывало в сезон «пик» острую нехватку мест при

их избытке в среднегодовом исчислении. И средства размещения простаивали 3/4 года. Но это мало кого волновало.

И знаем мы это все не понаслышке. Нам довелось в свое время выполнять государственный заказ на разработку программы «Совершенствование форм и улучшения отдыха населения СССР в 1981–1985 гг. и в долгосрочной перспективе (до 2010 г.)»[1]. Программа должна была положить конец рекреационному строительству «на глазок» и перевести его на научно обоснованные принципы и нормы.

Знакомство с «Техническим заданием на выполнение работ по разработке концепции создания и развития туристско-рекреационных особых экономических зон»[2], вынесенным на обсуждение в рамках пленарного заседания нашего Форума, увы, свидетельствует о том, что подход к проектированию на «глазок» все еще жив. Об этом свидетельствует, прежде всего, априорная заданность величин турпотоков и мест в отелях. Хотя эти величины должны быть получены как результат исследования рекреационного спроса на виды отдыха, которые можно организовать на базе предложенных рекреационных ресурсов. Вызывают недоумение и неправдоподобно короткие сроки, отведенные на проектные работы.

По существу, авторы «Технического задания» трансформировали антропоцентрическую систему в ресурсоцентрическую. Человек оказался в подчинении, зависимом от ресурсов. Предлагают инвестиционные программы исходя из устаревших представлений о рекреационных потребностях человека, когда лишь природно-климатические условия отдыха определяли и направление турпотока, и его структуру, ориентируя отдыхающего на пассивное времяпрепровождение в одной точке, в «рекреационном оазисе».

Отдых современного человека характеризуется, прежде всего, высокой подвижностью и определяется не столько природно-климатическим ресурсом, сколько содержательной программой – *циклами рекреационной деятельности* (ЦРД)[3], выявлено около 70 типов рекреационной деятельности, которые вовсе не зависят от ресурса, в традиционном его толковании. Это ответ на изменение характера затрат сил человека. Психоэмоциональная сфера, которая теперь лидирует в совокупности живых производительных сил человека, требует иных способов восстановления, нежели физическая, которая до того определяла характер затрат сил и способов отдыха.

Исследователи туризма с помощью оптимизации различных композиций *элементарных рекреационных занятий* разработали два десятка разнообразных циклов рекреационной деятельности, которые способны удовлетворить практически любые группы потребителей рекреационных услуг. Таким образом, ЦРД составляют системную структуру, адекватно отражающую свойства и отношения как субъекта, так и объекта рекреации. С их помощью можно учесть рекреационные потребности и сформулировать требования к условиям их реализации, определить технологию обслуживания[4]. Иными словами, имеются возможности для прогнозирования турпотока и проектных решений не «на глазок», а на хорошей научной базе.

Ни в одном разделе «Технического задания» нам не удалось найти прогнозируемого *потребителя* рекреационных услуг. Мы говорим об общероссийском потребителе, о спросе на отдых в общероссийском масштабе. Дело в том, что общероссийский туристский поток, который формируется на всей территории страны, – общий спрос, удовлетворяет свои рекреационные потребности на региональных рынках предложения. В этом особенность рекреационной сферы. Поэтому, чтобы спрогнозировать поток, ожидаемый в регион, необходимо знать весь поток, описанный во всех его параметрах. Ведь речь идет, надо понимать, о совершенствовании рек-

---

[1] Научный доклад ВНИЛТЭ. Сходня, 1980. С. 301. Депонирован ВНИТЦ № 78042529(Б030628). Исследование выполнено во исполнение постановления АН СССР, Госкомитета по науке и технике и Госплана СССР от 11.02.1976 (№62/13/12), том V, Важнейшие экономические проблемы, тема 4.2.1.2.2.3. Головная организация-заказчик: Госплан СССР, отделы Здравоохранения и Сводного плана.

[2] «Техническое задание на выполнение работ по разработке концепции создания и развития туристско-рекреационных особых экономических зон», вынесенное на обсуждение Федеральным агентством по управлению особыми экономическими зонами. М., апрель 2007 г.

[3] Рекреационная деятельность (РД) – действия человека, направленные на восстановление собственных живых сил, характеризуются широким разнообразием и самоценностью самого восстановительного процесса. Социологами выявлено около 100 тыс. так называемых элементарных рекреационных занятий (ЭРЗ), из которых человек осознанно, а часто и не осознанно формирует программы своего отдыха. Начало всесторонним физиологическим, географическим, политэкономическим и пр. исследованиям РД и ЭРЗ, как и формулирование самих понятий, было положено группой ученых ВНИЛТЭ в 1970–80 гг.

[4] См. раздел 7.1. «Структурно-модульный процесс проектирования туристского продукта» в учебнике И. В. Зорина и А. И. Зорина «Профессиональное образование и карьера в туризме» (М., 2005).

реационной системы России, а не об обустройстве какого-то единичного рекреационного района. Однако задание на прогноз спроса во всех его объемных и качественных срезах, влияющих на объемы и структуру предложения, практически отсутствует. Отведено этому буквально полстрочки в параграфе 9.2.3 «Оценка туристско-рекреационного потенциала территорий» – *«определение и оценка целевых групп потребителей».*

Важнейший этап выбора стратегического направления развития ТРЗ начинается с определения основных принципов архитектурно-планировочных решений с учетом местных природных, культурных и иных особенностей. Но как же можно определять «что», «где» и «сколько» строить, не имея сколько-нибудь определенного представления о том, «для кого» строить. Потребитель рекреационных услуг описывается, как минимум, по 8–10 параметрам: с какими рекреационными потребностями приедет сюда отдыхающий, какого возраста, какой мобильности (подвижности), с каким уровнем дохода, откуда, на сколько дней, с детьми или без оных и пр.

К сведению авторов «Технического задания»: для турпотока с 15–20 процентами детей требуется гостиница, учитывающая эту особую категорию гостей, которая встает ни свет, ни заря и начинает носиться по коридорам с воплями Тарзана. Для них нужны специальные помещения, где они смогут свою естественную потребность в движениях удовлетворить, не тревожа 75–80 человек из каждой сотни ни в чем не повинных взрослых. А современная тенденция такова, что все больше семейных пар с детьми отправляются не только в ближние, но и дальние вояжи, поскольку помолодевшие бабушки и дедушки не хотят оставаться с «вождями краснокожих» и отправляются от них куда подальше, даже на другие континенты.

К слову, самая последняя новость: одна из крупнейших гостиничных цепей Hilton, уловив тенденцию, заявила о специальной программе по привлечению туристов с детьми. С 18 мая этого года гости возрастом от 5 до 12 лет получают скидку на размещение. Кроме того, для них будут организованы развлекательная и учебная программы с обучающим телеканалом Discovery Kids, а также экскурсии. В гостиничных ресторанах оборудуют детский зал с соответствующим меню. Каждый ребенок получит в подарок от Discovery Kids набор сладостей, коллекцию обучающих фильмов и видеокамеру. Все семьи, участвующие в акции, смогут выиграть бесплатную путевку в один из шести американских отелей Hilton.

Как видите, туристские «киты» бросились в конкурентный бой за эту перспективную категорию путешествующих. Рынок есть рынок, а он жестко требует, прежде всего, изучения спроса, и не только знания его объемов, но и структуры, без чего невозможно наладить эффективного производства любого, в том числе и туристского, продукта.

Краткие характеристики ТРЗ семи зон, выигравших конкурс на получение такого статуса, никак не убеждают, что они результат серьезных предварительных расчетов и весомых обоснований. Бросается в глаза практически одинаковая величина туристского потока, ожидаемого в Иркутской области (1,0 млн), Республике Бурятии (1,0 млн), Республике Алтай (1,5 млн), Алтайском крае (1,1 млн) и Калининграде (1,0 млн) при очень большом разбросе проектируемых гостиничных мест – от 3,5 тыс. в Алтайском крае до 22 тыс. в Бурятии. При этом Иркутская область и Бурятия находятся в непосредственном соседстве. У них даже таежные пожары и наводнения случаются одновременно. В Иркутской области возведут 1 место в расчете на 91 человека, а в Бурятии всего на 45. В Алтайском крае вознамерились возвести 1 место на 314 человек. Новые гостиницы в Алтайском крае с учетом сезонности и плановых простоев («пересменки», ремонты и пр.) способны будут обеспечить 0,95 ночевки, а в Бурятии – 6,6 ночевки в расчете на 1 место.

Оценка, сделанная нами на основании этих данных с учетом сезонности и при гипотетическом коэффициенте загрузки гостиниц, приводит к алогичным средним величинам туро-дней.

2. Бросается в глаза полное отсутствие в ТЗ каких-либо указаний на необходимость расчета потребности в профессионально подготовленных кадрах. А вместе с тем острая нехватка кадров – это наиболее слабое место в современной туриндустрии России. Одно из объяснений этому уже хроническому дефициту обслуживающего персонала – быстрый ввод мест в гостинично-ресторанном комплексе, рабочих мест в торговле, транспорте. Теперь строительство новых мощностей по срокам в среднем в два-три раза меньше, чем подготовка кадров. Гостиницу на 600 мест (300 номеров) возводят за 9–12 месяцев, а подготовка квалифицированного персонала для нее занимает 4–5 лет. Раньше сроки строительства гостиниц и подготовка кадров совпадали по времени. Образовавшийся лаг в два-три года никак не удается сократить, поскольку туриндустрия продолжает расти опережающими все другие отрасли темпами.

Потребность в кадрах в расчете на 1 койко-место – 0,7 работника (усреднено). Есть гостиницы (на принципе самообслуживания), в которых на 1 место требуется 0,2 работника, и гостиницы категории «люкс» – 2 работника на 1 место. С увеличением доли облуживания зданий (лиф-

товое хозяйство, кондиционирование, холодильные установки, централизованные системы пылеудаления, охранные технические системы) увеличивается численность инженерно-технического персонала.

Устоявшееся соотношение персонала по уровню профессиональной подготовки (усреднено): 1/3 – с высшим образованием, 1/3 – со средне-специальным, 1/3 – со средним.

Подготовка специалиста с высшим образованием обходится в 300 тыс. руб., со средне-специальным – 150 тыс. руб., со средним – 10 тыс. руб. (курсы). Таким образом, исходя из средних величин, вложения на основной капитал из расчета на 1 койко-место требуют 175 тыс. руб. вложений в живой капитал. Поэтому все расчеты по капитальным вложениям в материальную базу необходимо корректировать на указанную величину, которая, однако, может варьироваться в зависимости от структуры основных фондов по классности.

Для обслуживания 176 тыс. гостиничных мест, запроектированных во всех семи зонах, потребуется подготовить 123 тыс. человек персонала различной квалификации, на что следует предусмотреть 30,8 млрд руб. вложений в живой капитал.

Расходы на подготовку кадров, как правило, затушевываются и не осознаются проектировщиками, поскольку они падают не на заказчика проекта, а либо на государство, готовящее кадры на средства госбюджета, либо на самих работников, которые получают образование в негосударственных вузах и колледжах. Видимо поэтому практически во всех программах рекреационного строительства отсутствует статья «Подготовка кадров».

К этому еще нужно добавить кадры для сопутствующих отраслей и сфер обслуживания, для которых рабочие места «возникают» в пропорции 1:4. Одно гостиничное место, как правило, требует создания 4 рабочих мест у «смежников» – торговля, транспорт, связь, ЖКХ и пр. Однако в ТЗ и на этот счет нет никаких указаний.

(Трудно удержаться, чтобы не обратить внимания на абсурдность одного положения: при подготовке кадров в негосударственных образовательных учреждениях студенты платят налог за свое образование, плательщиком которого выступает вуз. Этот абсурд утвердился в 2002 г. До этого негосударственные вузы были освобождены от каких-либо налогов. Думается, что научная общественность должна возвысить свой голос в защиту людей, получающих образование в системе негосударственной высшей школы. Ведь и эти вузы готовят кадры для национального хозяйства России.)

3. Идеология, методика, инструментарий, выработанные ВНИЛТЭ для подготовки программы «Совершенствование форм и улучшение отдыха населения СССР в 1981–1985 гг. и в долгосрочной перспективе (до 2010 г.)» не утратили ни своей актуальности, ни работоспособности и могут быть эффективно использованы для обоснования и проектирования ТР ОЭЗ с учетом вышеприведенных требований.

Алгоритм решения задачи формализован и при получении необходимых чисел может быть решен как задача на оптимизацию капитальных вложений, по критерию рекреационной эффективности[1] при заданных ограничениях по ресурсам. Разумеется, необходимо будет рассчитывать и экономическую эффективности, как того теперь требует рыночная экономика. Для зарубежной части турпотока критерий эффективности – финансовый результат (чистый доход).

Матрица алгоритма решения оптимизационной задачи представлена на рис. 1. Краткие пояснения к рисунку:

Объект исследования – рекреационная система, состоящая из 6 подсистем (базисная модель).

Центральная, управляющая подсистема – «группа отдыхающих». Все другие выполняют обслуживающую роль. Все они описываются: а) функционально, б) технологически, в) пространственно.

Предусматривается разработка такой программы, которая позволит реализовать вначале самые эффективные по принятым критериям части программы, а затем уже дающие относительно меньший эффект.

Строки исследовательской матрицы соответствуют четырем уровням исследования:

I. Терминологический уровень решения – описание основных параметров базисной модели системы (требований на систему (У), целевой функции (Х) и подсистем (l, R, V, B, U));

II. Нормативный – определение основных нормативов и критериев для решения аналитических задач (анализ состояния и предложения по организации подсистем);

[1] В «Техническом задании» Федерального агентства по управлению особыми экономическими зонами на выполнение работ по разработке концепции создания и развития туристско-рекреационных особых экономических зон РФ в качестве основных целей указано «улучшение здоровья и качества жизни населения».

Уровни решения		Синтез	Анализ подсистем					
№	Наименование		Управление	МТБ и инфраструктура	Трудовые ресурсы	Природные и культурные комплексы	Группа отдыхающих	Население
IV	Оптимизационный	M_{ir} → opt → Max D; C_{ir} P_{ir} $Ä_i$ $Φ_i$ Y_{ir}					Mir	
III	Дискриптивный	ζvi, ξi, δf, γvi → Zb, Yv, Mir		Bix; Zb_i^x; Zb max; Zb_i max; F_i	V_i; Yu max; Yu^x	C_{iz}; S_{iz}; P_{ri}; θ_z	$Φ_i$	Q_j
II	Нормативный	lim; V Z θ		ζ_{fi}; δ_{fi}; B_i; K_i	V_{vi}; ζ_{vi}	E_i	α_{ij}; N_{iz}; $ά_i$; ξ_i; λ_{ij}; μ_{ij}	β_{Jz}; A_{jz}; A_z; $\xi_г$
I	Терминологический		U	B	V	R	I	J

Рис. 1. Схема решения задач

III. Дискриптивный – оценка современных состояний подсистем с позиций нормативных требований;

IV. Оптимизационный – определение основных критериев оптимизации и параметризации на основании критериев будущего состояния системы.

В каждую клетку матрицы вносятся показатели «входа» и «выхода» системы, а также ее подсистемы для каждого уровня решения. Матрица является иерархической, так как каждая ее клетка соответствует определенному этапу решения, и эта определенность задается двумя направлениями информации: справа-налево (вход-выход системы) и снизу-вверх (соответственно уровням решений). Это и предопределяет зависимость исследователей, решающих проблемы верхних уровней, от информации и нормативов, полученных на нижних «этажах», и неизбежность координации аналитических (подсистемных или отраслевых) задач с тем, чтобы они не стали полностью автономными. Это достигается подчинением локальных критериев глобальному. Представленная схема решения универсальна в том смысле, что она пригодна для анализа и синтеза решений независимо от масштабов исследования, будь то страна или регион, и от видов отдыха – еженедельного или отпускного (ежегодного).

Предполагается использование трех уровней ввода исходной информации (макро-, мезо- и макроуровень) и, соответственно, выработка рекомендаций для трех уровней. На макроуровне вводится информация, характеризующая народно-хозяйственную программу рекреаци-

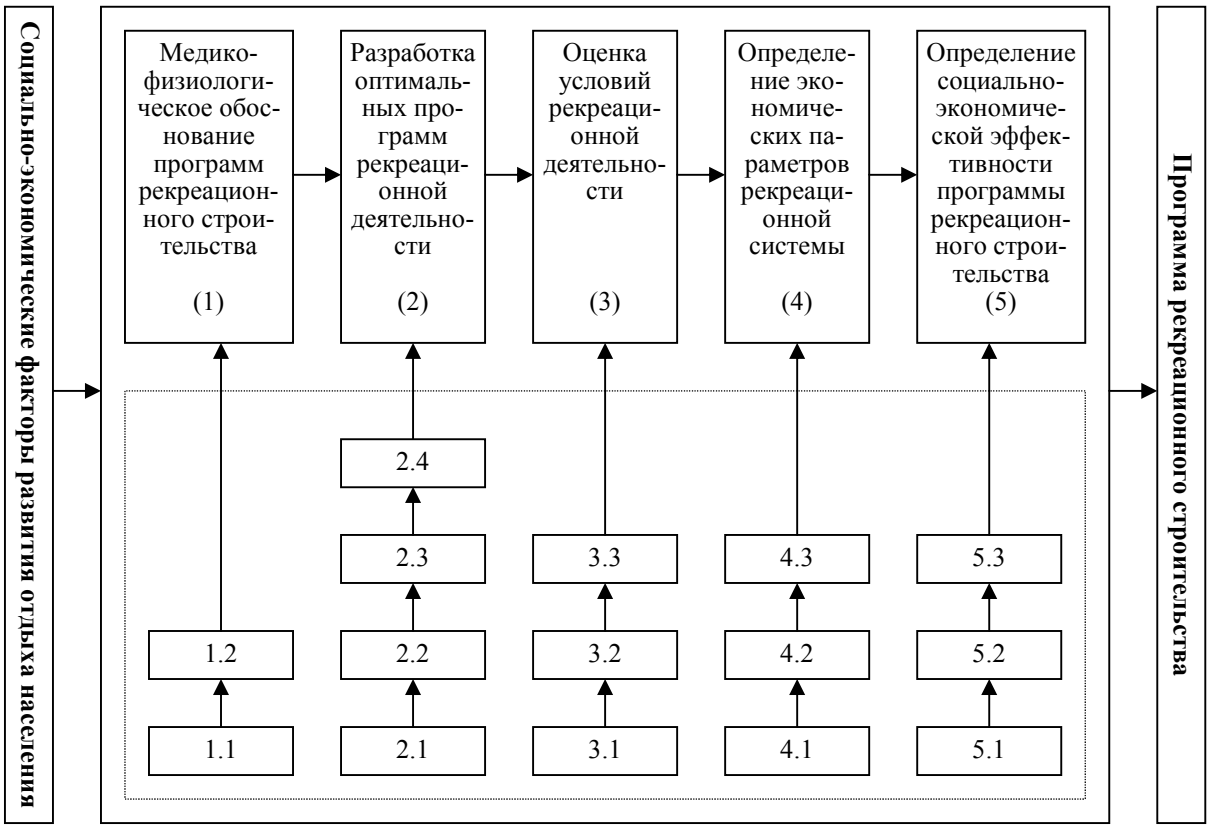


Рис. 2. Основные направления исследований

онного развития в масштабах всей страны, в качестве субъекта отдыха рассматривается всё население страны, единицей измерения является миллиард рублей, регион исследования теперь – РФ. На мезоуровне вводится информация, характеризующая региональные программы рекреационного развития, в качестве субъекта отдыха рассматриваются социально-демографические группы, единицей измерения являются миллион рублей, регион исследования – субъект РФ. На макроуровне вводится информация, характеризующая программы развития некоторых (основных, ведущих) видов отдыха. На микроуровне исследуются параметры, характеризующие конкретно отдыхающего, типы рекреационных учреждений и т. д.

Изучение отдыха на макроуровне позволит выявить общие закономерности его развития и структуры, на мезоуровнях эти закономерности и структура будут уточняться и дифференцироваться.

На рис. 2 представлены в схематическом виде основные направления исследований, которые, по сути, являются научно-исследовательскими подпрограммами, отвечающими на традиционные вопросы: Для чего отдыхать (или от чего отдыхать)? Профилактическая способность видов отдыха. Как отдыхать (активный, пассивный и пр.). Где отдыхать. Сколько стоит реализация программы рекреационного строительства? Что это дает (социально-экономический эффект).

Пояснения к рис. 2:

1.1. Определение номенклатуры заболеваний, профилактируемых с помощью рекреации. (Объективная потребность в отдыхе по медико-физиологическим показателям.)

1.2. Определение региональной структуры заболеваемости населения.

2.1. Типизация рекреационной деятельности.

2.2. Определение профилактической эффективности и аттрактивности (привлекательности) типов рекреационной деятельности.

2.3. Оптимизация циклов рекреационных занятий (ЦРЗ) по критериям профилактической эффективности и аттрактивности.

2.4. Определение региональных потребностей в ЦРЗ.

3.1. Экспертная оценка рекреационных условий.

3.2. Рекреационное районирование страны.
3.3. Определение межрегиональных потоков отдыхающих.
4.1. Определение емкости рекреационных систем.
4.2. Определение удельных затрат по ЦРЗ.
4.3. Определение региональных структур затрат.
5.1. Определение величины и структуры народнохозяйственного эффекта.
5.2. Определение региональной эффективности реализации программы рекреационного строительства.
5.3. Очередность реализации программы рекреационного строительства в РФ.

Учитывая этот теоретический «задел», проверенный при исполнении крупного конкретного государственного заказа в прошлые годы, Российская международная академия туризма заявляет о готовности принять участие в разработке проектов рекреационного строительства наших дней.

СИСТЕМНО-АНАЛИТИЧЕСКИЙ АСПЕКТ ИССЛЕДОВАНИЙ ПО ПРОБЛЕМЕ СОЗДАНИЯ ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННЫХ ЗОН

Ф. И. Ерешко, *д-р техн. наук, профессор,*
ученый секретарь Межведомственного научного совета по проблемам рекреации и туризма РАН

В условиях кардинальной трансформации экономического и политического уклада страны, затронувшей все сферы нашей жизни, может быть, самым ярким индикатором этого являются преобразования в сфере туризма. Наблюдается резкий всплеск выездного туризма и свертывание прежней системы рекреации, и сейчас можно сказать, что эти процессы еще не завершились. Осмысление нового этапа и перехода к новому режиму жизнедеятельности в сфере туризма и рекреации должны составить предмет глубоких фундаментальных исследований.

Хотел бы отметить, что активная работа в последние два года со стороны государственных органов власти, общественных организаций, РАН, МГУ им. М. В. Ломоносова, РМАТ привела к созданию новых правовых и организационных оснований для трансформации в федеральной и региональной политике развития и становления системообразующей отрасли страны – рекреации и туристской индустрии. В первую очередь, это связано с разработкой Федеральных законов: «О внесении изменений в Федеральный закон “Об основах туристской деятельности в Российской Федерации”» и «О внесении изменений в Федеральный Закон “Об особых экономических зонах в Российской Федерации”». И это значимый позитивный шаг.

В то же время предшествующие этим актам обсуждения на различных форумах, конференциях и совещаниях в органах власти выявили слабые стороны в фундаментальных научных основаниях состояния дел в этой сфере, требующие серьезных системных решений. В первую очередь это касается формирования стратегических взглядов в обществе на проблему воссоздания трудового потенциала страны, организацию здорового образа жизни во всех его проявлениях в современных рыночных условиях. Это, безусловно, предполагает организацию фундаментальных научных исследований в этом направлении и подготовку кадров высшей квалификации в интересах социального и экономического будущего страны.

В выступлении председателя нашего Совета академика А. Д. Некипелова приводится перечень первоочередных стратегических, научных, технологических и логистических проблем отрасли.

Приведенный перечень отражает значительный системный характер проблематики и необходимость привлечения современных методов системного анализа и теории управления, математического моделирования и информационных технологий.

Наше заседание посвящено проблемам разработки Концепции создания и развития особых экономических зон туристско-рекреационного типа. Вследствие значительной активности Федерального агентства по особым экономическим зонам уже сформированы основные контуры Концепции, которые нашли свое отражение в Техническом задании на Концепцию, опубликованном на сайте www.zakupki.gov.ru, где объявлено о проведении конкурса на разработку Концепции, что означает: а) соблюдение полной открытости разработки, и эта активность абсо-

лютно легитимна; б) соблюдение полного отсутствия участия ученых Межведомственного совета в разработке Концепции. И это совсем не удивительно.

В названии доклада присутствуют слова «Системно-аналитический аспект…», на мой взгляд, именно эта сторона всего процесса разработки Концепции должна быть основополагающей, как это и принято в мировой практике.

К настоящему времени в области прикладного системного анализа накоплен значительный научный потенциал. Большую роль сыграл в свое время Международный институт прикладного системного анализа в Лаксенбурге (Австрия), где прошло объединение идей Востока и Запада, где были очерчены основные характеристики прикладного системного подхода.

Сформировалась определенная технология разработки крупных многоцелевых, многофункциональных проектов. Таких, как космических, оборонных, аграрных, климатических и, в частности, рекреационных (пример – европейский проект по рекреационному освоению Средиземноморья). В советской практике такими проектами были: космос, ядерный проект, целина, БАМ и др. Системная технология предполагает: разработку дерева целей и задач, проектирование базы данных, наполнение необходимой информацией (технологической и экспертной), разработку вычислительного инструментария обработки информации, анализ проведенных имитационных экспериментов. Остановлюсь на некоторых самых главных формальных атрибутах системно-аналитического подхода.

Многокритериальность. Пример в технике: при проектировании самолетов необходимо учитывать разнообразие критериев оценки, все их в равной степени учесть невозможно, поэтому появляются самолеты разных типов – и бомбардировщики, и истребители. В экономике: соотнесение капитальных вложений и эксплуатационных затрат. Учет разных критериев предопределяет различные решения. В частности, отмечу, что по решению Правительства ЕС в управленческую практику Европейских стран введены технологии учета многокритериальности в юридические основания процедур принятия решений.

Разнообразие интересов федеральных, региональных, муниципальных групп бизнеса, потребителей продукта, населения на местах. Этот вопрос тесно связан с многокритериальностью. Но если многокритериальность есть атрибут принятия решения одним юридическим лицом, то согласование интересов в процессе планирования, проектирования и конкретной реализации проектов обусловлено реальными несовпадениями интересов активных участников проекта, и отсутствие процедур согласования может низвести положительные стороны проекта до нуля либо совсем загубить проект.

Неопределенности и связанные с этим риски. Для любого проекта требуется проведение расчетов, создание и ведение баз данных. Неизбежно при этом осознание того факта, что информация всегда содержит большой процент неопределенности вследствие природных, технологических и человеческого факторов. Поэтому следует обеспечивать необходимую вариативность баз данных и располагать технологией учета сопутствующих рисков.

Формальные математические модели и вычислительный инструментарий. Ставшие уже классическими примеры: проблема кислотных дождей в Европе вследствие неконтролируемого выброса углекислого газа в атмосферу промышленных предприятий, опасность создания длительной (на десятилетия) ядерной зимы в Северном полушарии за счет взрыва всего лишь десятка ядерных бомб. Это показывает, что современные комплексы формальных моделей, базирующиеся на мощных вычислительных основаниях, способны рассчитывать весьма сложные проекты, и их необходимо использовать при многовариантных расчетах. В частности, в многофункциональных экономических проектах.

Обратимся к конкретике основной темы заседания Совета и рассмотрим возможную приложимость общих установок к конкретной теме.

ТЗ написано по форме для Концепции, но по сути – для формального доклада о проделанной работе, поскольку сроки выполнения работ говорят о том, что основные проблемы заказчику понятны.

Выводы.

1. Весь словесный набор понятий, определений, изложения проблем, задач, конкретных результатов, приведенный в ТЗ, формально почти соответствует системно-аналитическим требованиям, за незначительным исключением.

2. Основная проблема: какова будет исходная информация и каковы будут формальные модели и технологии расчетов, как будут учтены все благие пожелания и те высокие планки, которые сформулированы.

Предложение о качестве выполнения работ представляется в форме пояснительной записки. Пояснительная записка должна содержать следующие сведения:

Описание работ по каждому пункту главы 9 (пп. 9.1–9.2.15) Технического задания, с указанием видов работ и описанием этапов. Описание должно основываться на классической методологии разработки стратегии и стратегического анализа.

Опыт работы в сфере исследования, подтвержденный представленными материалами в пояснительной записке:

- разработанными аналогичными концепциями;
- опытом привлечения к экспертизе проектов международных экспертов;
- объемом работ с международными компаниями – разработчиками стратегий развития курортов.

Предложения о качестве выполнения проектных работ должны содержать предварительные принципиальные проектные решения по объектам и их составным частям, в том числе:

- ♦ по архитектурно-строительным, объемно-планировочным, конструктивным и технологическим решениям;
- ♦ инженерному и информационно-телекоммуникационному обеспечению, включая предполагаемое к использованию оборудование;
- ♦ транспортной инфраструктуре;
- ♦ энергоэффективности и энергосбережению.

При разработке архитектурно-строительной концепции пояснительная записка (предложения о качестве выполнения работ) должна содержать ориентировочную оценку эффективности инвестиций ОЭЗ с учетом специализации резидентов по направлениям их деятельности.

Предложения о качестве выполнения работ должны также содержать данные по следующим показателям:

- Наличие действующего сертификата системы качества ИСО-9000;
- Наличие опыта выполнения сопоставимых по видам и объемам работ объектов. Данный опыт должен соответствовать видам и объемам работ, указанных в Техническом задании к настоящей Конкурсной документации. Объем аналогичных работ за 2005–2006 гг. должен быть не менее 50 млн рублей (форма 5.1);
- Наличие сведений об обязательствах по текущим контрактам (форма 5.2);
- Наличие в штате квалифицированных специалистов, имеющих профильное высшее образование; опыт работы по данному профилю не менее 3-х лет, в том числе имеющих дипломы MBA и сертификаты финансовых аналитиков (с приложением копий) (форма 5.3.);
- Наличие собственного (либо возможность привлечения) необходимого оборудования, технологий, лицензированного программного обеспечения, коммерческих источников информации, исследований аналитических отчетов (форма 5.4);
- Репутация (участие в судебных разбирательствах) (форма 5.5);
- Наличие положительных отзывов-рекомендаций о выполненных сопоставимых по видам и объемам работ.

3. Можно сделать замечание, что проявлена склонность к излишней инженерно-строительной конкретике, не обязательной в концептуальных материалах.

4. Делается большой упор на уже достигнутые и подписанные соглашения с региональными предложениями. Что будет принципиально предложено в общей концепции для всех регионов, кроме единой методологии.

5. Не сформулированы позиция по процедурам согласования интересов. Расчет на рынок не гарантирует удовлетворение социальных целей.

6. В выходных результатах должны быть представлены использованные базы данных и технологии расчетов, а также формальные модели расчетов, с тем чтобы не словесно, а численно увидеть, чем проигрыш в одном показателе компенсирован в другом.

7. Желательно было бы видеть прогнозные расчеты, оценки рисков, финансовые потоки, учет социальных проблем.

В заключение отметим, что при полной реализации заявленных целей и установок можно надеяться на успешную реализацию проекта.

ТУРИСТСКИЙ КЛАСТЕР КАК БОЛЕЕ ВЫСОКАЯ СТАДИЯ В РАЗВИТИИ ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННЫХ ОСОБЫХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ЗОН

А. Ю. Александрова, *профессор*
Географический факультет МГУ им. М. В. Ломоносова

Внесение изменений в Федеральный закон от 22 июля 2005 г. № 116 «Об особых экономических зонах в Российской Федерации» в части создания и прекращения функционирования особых экономических зон туристско-рекреационного типа и проведение открытого конкурса по отбору заявок на их создание стали знаковыми событиями в развитии отечественной индустрии туризма в 2006 г.

Уже на начальном этапе ощущается необходимость определить вектор развития этих зон. Представляется, что он направлен в сторону постепенного перерастания туристско-рекреационных зон в туристские кластеры как более высокой стадии в их развитии. Кластер представляет собой особую форму территориальной организации (самоорганизации) производства в условиях рыночной экономики. Это сообщество сконцентрированных по географическому признаку взаимосвязанных фирм и организаций, взаимодополняющих и усиливающих конкурентные преимущества друг друга.

Традиционно кластерный подход использовался применительно к промышленному производству. Между тем кластеры играют решающую роль в формировании туристских центров, привлечении в них посетителей и повышении их конкурентоспособности.

Туристские кластеры представляют собой глобальное явление. Они присущи в первую очередь развитым странам, но также наличествуют в развивающихся странах и странах с переходной экономикой. Вот лишь некоторые примеры успешно работающих и перспективных туристских кластеров в мире. В США, в Долине Напа функционирует кластер винного туризма, в Австралии сформировался экотуристский кластер штата Квинсленд. В ЮАР в 1999 г. была принята национальная стратегия развития туристских кластеров. В Мексике в качестве туристского кластера можно рассматривать курорт Канкун, а в Индонезии – курорт на о. Бали. О создании туристских кластеров объявили Македония и Ямайка, Шри-Ланка и Казахстан. Хорватия и Словения договорились о создании трансграничного туристского кластера.

В индустрии туризма находят подтверждение общие закономерности образования и функционирования кластеров, как и специфика их проявления в этой сфере. Кластеры имеют ряд отличительных признаков.

Во-первых, непременным условием образования кластера является географическая близость хозяйствующих единиц. Географические масштабы кластеров могут варьироваться от одного города или области до страны или даже ряда соседствующих стран.

Во-вторых, сущность кластера раскрывается через взаимосвязи входящих в него фирм: основными компаниями-производителями, вспомогательными (сопутствующими) производствами, а также разными институтами, как то университетами, исследовательскими организациями и государственными структурами. Кластер – значительно более сложное явление, чем простое объединение фирм для совместной маркетинговой деятельности или проведения согласованной политики закупок. Он предполагает более глубокую их технологическую кооперацию на основе участия в цепочках добавленной стоимости.

Добавленная стоимость – это часть стоимости товаров, услуг, приращенная непосредственно на данном предприятии, в данной фирме. Каждый вид производительной деятельности на предприятии создает добавленную стоимость. Выстроенные в определенной последовательности один в продолжение другого, они образуют внутрифирменные цепочки добавленной стоимости. Динамично развивающийся кластер заключает в себе много различных цепочек добавленной стоимости, совокупность которых называется системой накопления стоимости (системой ценностей).

В туристском кластере система накопления стоимости включает четыре типа цепочек добавленной стоимости поставщиков (прежде всего транспортных компаний), средств размещения и развлечений, каналов сбыта туристских продуктов (туроператоры, турагенты), а также самих покупателей-туристов (рис. 1). По данным Всемирной туристской организации, во время семидневного пребывания посетителя в отдаленном туристском центре работает от 10 до 20 цепочек. В них задействовано 30–50 разных фирм, начиная с экскурсионного бюро, специа-



Рис. 1. Система накопления стоимости в туристском кластере.
Источник: Pudlic-Private Sector Cooperation: Enhancing Tourism Competitiveness / WTO Business Council. – Madrid: WTO, 2000. – P. 88

лизированных магазинов туристской литературы и страховых компаний до сувенирных лавок, пунктов обмена валюты, такси и др. (Pudlic-Private Sector…, 2000, p. 71).

Особые экономические зоны создают инфраструктуру для возникновения кластера. В них могут сосредоточиваться разнопрофильные компании, часто вообще никак не связанные друг с другом, кроме как географической (территориальной) близостью. Задача состоит в том, чтобы между ними сложились прочные технологические, экономические и прочие связи.

В-третьих, сущностная черта кластера состоит в сочетании кооперации и конкуренции. Несмотря на кажущуюся противоречивость утверждения, исследования подтверждают его справедливость. Компании, производящие одинаковые или сходные продукты и относящиеся к одному и тому же звену в цепочке добавленной стоимости, являются прямыми конкурентами в определенных областях, но в то же время они часто образуют совместные стратегические альянсы. Такое конкурентное соседство является движущей силой постоянных продуктового и технологического обновлений, направленных на рост производительности всех факторов производства, и обеспечивает быстрое распространение новшеств. Подтверждением тому служит развитие экотуристского кластера Тропический северный Квинсленд, шт. Квинсленд, Австралия (см. таблицу).

История развития австралийского туристского кластера убеждает в том, что коллективный подход необходим для достижения устойчивого роста и поддержания конкуренции.

Конкурентные отношения складываются как внутри туристского кластера, между входящими в него фирмами, так и во вне его, с другими кластерами. Рис. 2 показывает, как кластеры соперничают на однородных сегментах туристских продуктовых рынков.

В-четвертых, кластеры отличает высокая конкурентоспособность. Она достигается благодаря тому, что на ограниченной территории сосредоточивается критическая масса фирм родственных и поддерживающих отраслей, организаций, обеспечивающая экономию на масштабах производства и экономию на разнообразии, а также экономических ресурсов, информации, создается «сгусток» отношений. В кластере формируется особая инновационная среда, способствующая повышению конкурентоспособности входящих в него фирм и процветанию региона.

Например, в США, в Долине Напа (штат Калифорния) – главном винодельческом районе страны – после создания кластера винного туризма развитие индустрии туризма настолько ускорилось, что в скором времени туризм оттеснил виноделие и превратился в главную отрасль местной экономики. После создания туристского кластера Канкун в Мексике этот курорт стал приносить треть всего ВВП, создаваемого в индустрии туризма страны, ежегодно его посещают около 2,5 млн человек, а среднегодовая загрузка гостиничной базы составляет 81 % (в сезон-пик – 90 %).

Конкурентоспособность кластеров зависит от экономической обстановки (среды), в которой они функционируют. Влияние экономической обстановки обусловлено действием четырех сил:

1) наличием и качеством факторов производства. Обеспеченность природными и культурными туристскими ресурсами, планирование устойчивого их использования, уровень развития туристской инфраструктуры, доступ к современным технологиям, а также капитальным и качественным трудовым ресурсам и пр.;

2) состоянием спроса. Объем и сезонность туристских потоков, демографические и социально-экономические характеристики туристов, страны (районы) их происхождения, туристские мотивации и поведение, степень удовлетворенности предложенным туристским продуктом, изначальная информация о туристском центре, образ туристской территории у посетителей и др.;

Основные этапы развития туристского кластера Тропического северного Квинсленда (по Т. Гайбергу, Дж. Беннетту, 2000)

Годы	Характер отношений	Предпосылки развития
Начало 1980-х гг.	Глубокая кооперация	Небольшое число туристских предприятий, узкие потоки туристов-первооткрывателей
Конец 1980-х гг.	Конкуренция и противостояние	Начало туристского бума
1989–1990 гг.	Кооперация	Забастовка работников воздушного транспорта
1990-е гг.	Ослабление кооперации	Туристский бум
Конец 1990-х гг.	Расширение партнерских отношений	Спад деловой и туристской активности

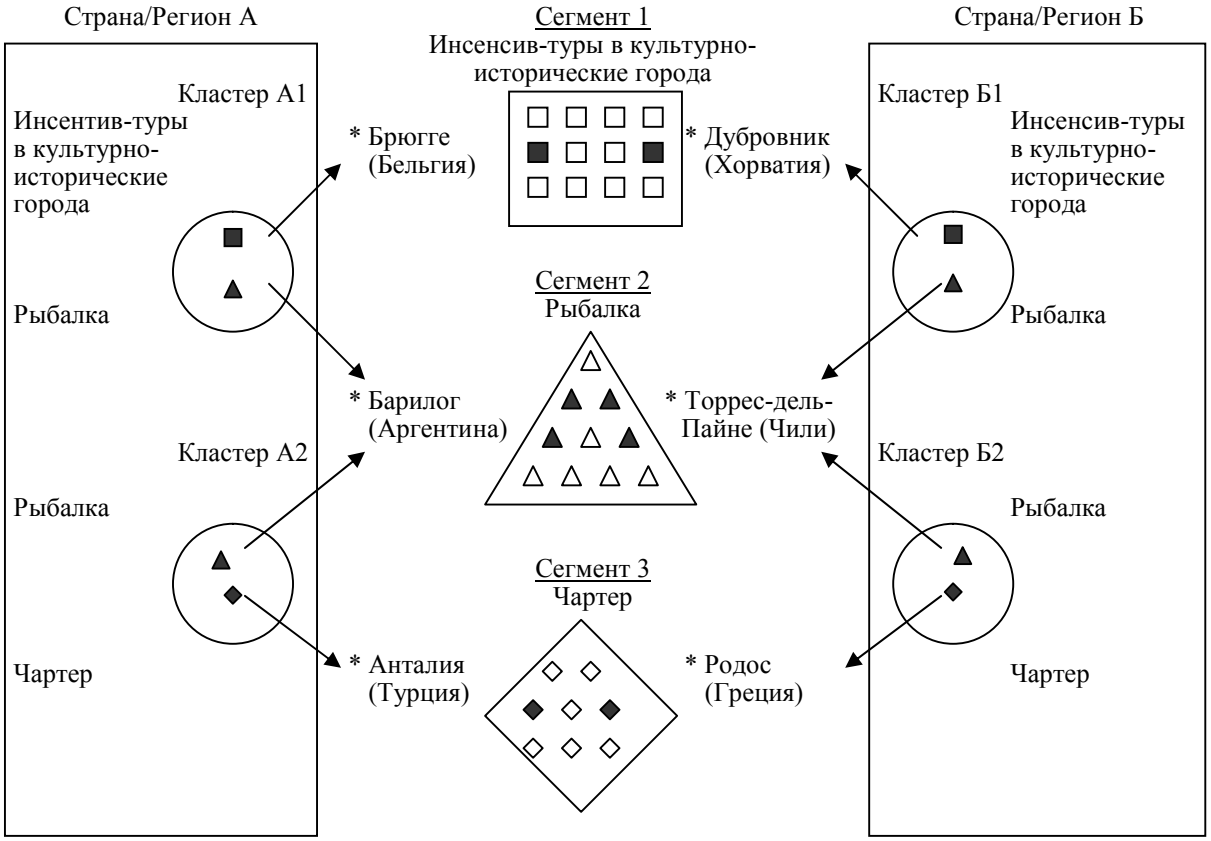


Рис. 2. Конкуренция между туристскими кластерами
Источник: Public-Private Sector Cooperation: Enhancing Tourism Competitiveness / World Tourism Organization Business Council. – Madrid: WTO, 2000. – P. 70

3) общеэкономическим контекстом, в котором работают компании. Это условия входа на рынок и выхода из него, острота конкурентной борьбы и наличие у компаний согласованной стратегии ее ведения, экономическая политика, система налогообложения и др.;

4) наличием (отсутствием) конкурентоспособных поставщиков и родственных отраслей.

Эти четыре силы образуют ромб конкурентных преимуществ М. Портера (рис. 3). На эти детерминанты конкурентоспособности влияют две независимые силы: правительство и случай.

В-пятых, кластеры образуются и функционируют на принципах государственно-частного партнерства. Государство играет важную роль в процессе формирования туристского кластера

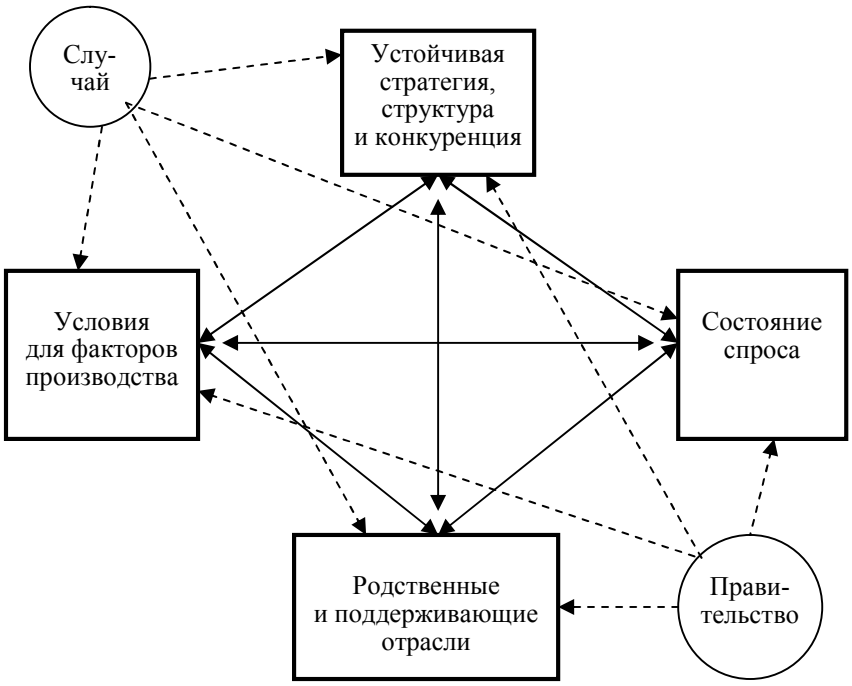


Рис. 3. Ромб конкурентных преимуществ М. Портера (Пилипенко, 2005, с. 72)

и его развития, особенно на начальном этапе, но делает это в тесном, более того, стратегическом альянсе с туристским бизнесом. Существуют разные формы, модели и механизмы взаимодействия государственного и частного секторов.

Так, при формировании туристского кластера в Долине Напа (США) государственный и частный секторы плотно взаимодействовали при создании бренда региона и его продвижении на американском рынке одновременно в двух качествах: как центра виноделия и как района туризма. Это был сильный маркетинговый ход. В ЮАР государство помогало развитию кластерных инициатив на местах (в районе Кейлича) путем создания платформы для диалога между разными участниками туристского кластера. В Мексике при создании туристского кластера Канкун государство выступало в роли разработчика проекта, менеджера и инвестора.

Зарубежный опыт создания и функционирования туристских кластеров заслуживает внимания, обобщения и творческого применения в российских условиях.

Литература

1. Пилипенко И. В. Конкурентоспособность стран и регионов в мировом хозяйстве: теория, опыт малых стран Западной и Северной Европы. – М.–Смоленск: Ойкумена, 2005.

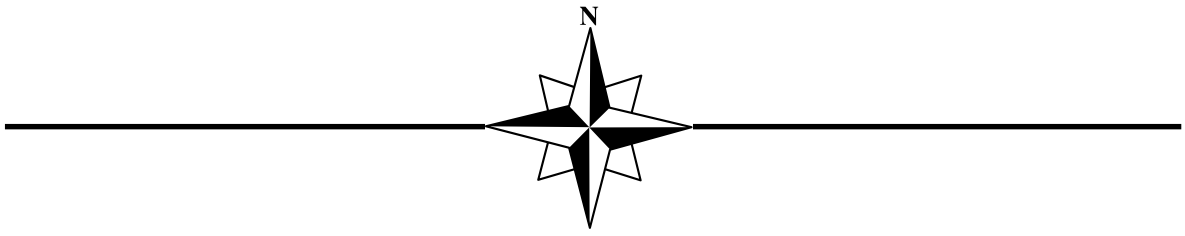
2. Портер М. Конкуренция. – М.: Издат. дом «Вильямс», 2001.

3. Райзберг Б. А., Лозовский Л. Ш., Стародубцева Е. Б. Современный экономический словарь. 4-е изд-е. – М.: ИНФРА-М, 2005.

4. Pudlic-Private Sector Cooperation: Enhancing Tourism Competitiveness / WTO Business Council. – Madrid: WTO, 2000.

5. South African Tourism Collaborative Action Process. Strategy in Action Report / The Cluster Consortium. – Johannesburg, 1998.

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИССЛЕДОВАНИЙ ТУРИЗМА И РЕКРЕАЦИИ



ИСТОКИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ТУРИСТСКОЙ ТЕРМИНОЛОГИИ

В. В. Абрамов
Харьковская национальная академия городского хозяйства, г. Харьков, Украина

> «С рекламной целью в XVIII в. были организованы две акции, которые стали толчком отчета истории двух видов туризма, альпинизма и путешествий на воздушных шарах: в 1786 г. была организована первая массовая экскурсия на гору Монблан в Альпах, а в 1783 г. в Париже братьями Монгольфье был сконструирован первый воздушный шар». (Эпиграф дан в русском переводе. *Авт.*)
>
> История туризма: учебное пособие. – Киев: Альтер-прес, 2005. – 320 с.: ил.

Мы сознательно не упоминаем авторов этого учебного пособия для вузов культуры и искусства из уважения к качественному материалу, который они предоставили в области гостиничного и ресторанного бизнеса. И, несмотря на то, что это пособие идет под рубрикой серии «Библиотека профессионального менеджера», хотелось, чтобы вопросы, касающиеся развития национального и мирового туризма, преподносились без искажения исторических фактов.

Многие корифеи в области теории туризма считают, что современная эпоха туризма связана с английским пастором баптистской общины, бывшим краснодеревщиком, Томасом Куком (1808–1892 гг.), организовавшим 5 июля 1841 г. массовую железнодорожную прогулочную поездку протяженностью в 32 км для 570 прихожан своей общины, которые также являлись членами общества «Друзей трезвости». В этой посылке есть доля правды, если рассматривать этот вопрос с точки зрения зарождения планового, организованного, коммерческого туристского оперейтинга. Британец впервые применил в своей деятельности системный подход. Но ради справедливости надо отметить, что еще до Т. Кука велась эпизодическая туроператорская деятельность: так, в декабре 1777 г. идею организации комплексного группового путешествия выдвинул содержатель благородного пансиона в России Вениамин Генш, который в приложении к газете «Московские ведомости» опубликовал «План предприемлемого путешествия в чужие края», предусматривавший знакомство молодых дворян с европейскими университетами и достопримечательностями посещаемых стран. В 1815 г. путешественник и писатель Дж. Галиньяни организовал в Париже первое коллективное путешествие.

Однако, если рассматривать туризм как массовое социально-экономическое явление, было бы справедливо вести отсчет современной эпохи туризма с 1786 г. Как известно, в 1741 г. английский исследователь и литератор Ричард Покок и 24-летний профессиональный военный Виндхам посетили Шамони (район французских Альп), где обратили внимание на гордо возвышавшийся Монблан. Интерес к этой вершине не прошел незамеченным. Швейцарский естествоиспытатель Орас Бенедикт де Соссюр (1740–1799 гг.), очарованный в 1760 г. горным массивом Монблана, пообещал крупное вознаграждение тому, кто сможет открыть путь на вершину. Однако реализовать мечту женевского натуралиста Соссюра смогли только через 26 лет. Общество не без интереса наблюдало за многочисленными попытками взойти на вершину, которые долго оканчивались неудачами, и это еще больше подогревало и интриговало как любителей горных восхождений, так и простых обывателей, в результате чего накапливалась социальная энергетика, впоследствии материализовавшаяся массовым увлечением отдыхать в горных регионах. И только 8 августа 1786 г. в 18 часов 23 минуты два человека – сын крестьянина-охотника, хрустальных дел мастер, с детства имевший талант проводника 24-летний Жак Бальма и 29-летний врач из Шамони Мишель-Габриель Паккар благополучно достигли вершины Монблана, положив тем самым начало не только туризму, но и альпинизму. 3 августа 1787 г. Соссюр вместе с 18 проводниками достиг вершины и провел на ней более 4-х часов, проведя научные наблюдения и впервые определив ее высоту – 4807 м. Это восхождение комментировалось во многих газетах Европы как необычно смелое мероприятие всех времен. Слава первовосходителей многим не давала покоя.

К слову, горы покорить невозможно. История альпинизма и горного туризма знает множество случаев, когда после успешного достижения вершин Монблана, Эльбруса, Хан-Тенгри, Ушбы, Аннапурны, Канченджанги, Эвереста и многих других вершин спуск вниз заканчивался гибелью кого-то из участников. Многие альпинисты перед восхождением на вершину обращаются к ней со словами: «Пусти и отпусти».

К 1802 г. в районе массива Монблана путешествующих обслуживали 300 профессиональных проводников и 200 владельцев мулов. Человеческое тщеславие, подталкиваемое стремлением быть около самой высокой вершины Европы, сработало на руку предпринимателям. В это время Кавказ был еще слабо посещаем любителями горного туризма, а об Эльбрусе (вост. вершина – 5621 м, зап. вершина – 5642 м) мало кто знал вообще. Для обустройства и приема нахлынувших путешественников в пределах Альп активно начали строиться дороги, гостиницы, хижины, рестораны. И хотя генератором современного туризма, по нашему убеждению, был естествоиспытатель, для которого познание было выше прибыли, многие авторы научных трудов по истории туризма пальму первенства отдают ловкому английскому пастору-предпринимателю, который также сделал немало на пути человеческого прогресса.

Неиссякаемый поток путешественников еще больше увеличился, когда в 1809 г. на вершине Монблан побывала первая женщина – француженка из Шамони Мари Парадиз, а еще через 30 лет триумф повторила Анриетта д'Анжевиль, прозванная впоследствии «невестой Монблана».

В 1860 г. французский городок Шамони посетил император Наполеон III с супругой Евгенией, и это в дальнейшем существенно повлияло на последующее развитие данного региона. Впоследствии Олимпийский комитет в знак уважения к родине современного горного туризма, альпинизма и горно-лыжного спорта провел первые современные зимние Олимпийские игры именно в Шамони.

Столь массовое увлечение горными путешествиями породило создание не только альпийской индустрии (а в Южной Америке она бы, возможно, называлась андистской – по названию горной системы Анд) как коммерческого направления с сопутствующими системами (горно-спасательной, учебной, исследовательской в области разработки горного, горно-лыжного и спортивного инвентаря), но и созданием общественных спортивно-специализированных культурно-просветительских учреждений – альпийских клубов. В 1857 г. в Лондоне создается первое в мире объединение любителей путешествий в горах – Английский альпийский клуб, 1862 г. – дата рождения Австрийского альпийского клуба (Вена) и Итальянского (Турин), 1863 г. – Швейцарского, 1869 г. – Немецкого (Мюнхен), 1875 г. – Французского (Париж). В 1875 г. в Лозанне (Швейцария) создается первый альпинистский клуб.

Увлечение горами не обошло и Российскую империю. В 1877 г. в Тифлисе (Тбилиси) при Кавказском отделении Русского географического общества было создано «Общество любителей естествознания и альпийского кавказского клуба». Исторически сложилось так, что понятие «путешественник» относилось как к людям, «гуляющим» у подножья вершин, так и к тем, кто восходил на них. Это продолжалось до середины XIX в., пока коммерческая деятельность и технический прогресс не дифференцировали любителей странствий на путешественников – людей, перемещающихся во времени и пространстве, т. е. не имеющих по этим параметрам ограничений (в конце XX в. и в начале XXI в. быть путешественником становится профессией, как, например, у Федора Филипповича Конюхова и др.), и на туристов – как представителей частного случая от путешествия, ограниченных по времени от 24 часов до 12 месяцев, удовлетворяющих свои цели путешествия за пределами региона своего постоянного места жительства и не получая при этом денежное вознаграждение из источников посещаемых мест.

Одним из первых, кто внес различия в понятия «путешественник» и «турист», по мнению специалистов, был французский писатель Проспер Мериме (1803–1870 гг.), который в 1840 г. написал произведение «Коломбо». Можно высказать предположение, что появление термина «турист» в литературном произведении связано с созданием в середине XIX в. судовладельцами трансатлантических линий и круизов по Средиземному морю. В это время под «туристом» подразумевался «англичанин, путешествующий вокруг света». Как утверждает Черных П. Я., родиной слова «tourist» является Англия, и оно означает «совершать кругосветное путешествие, турне, объезд и т. п.». Само же это английское слово заимствовано из старофранцузского языка. И это не удивительно, если вспомнить историю, а именно битву при Гастингсе 14 октября 1066 г. между войсками герцога Нормандского Вильгельма и англо-саксонского короля Гарольда II, после которой Вильгельм I Завоеватель (ок. 1028–1087 гг.) принял в Вестминстере корону. Из исторических источников известно, что все монархи Англии, в т. ч. и Генрих II Плантагенет (1133–1189 гг.), вплоть до XIV в. не знали английского языка и говорили только на французском.

В результате полного слияния местного населения туманного Альбиона с «француженными» норманнами к XIV в. сформировалась английская нация, у которой язык стал странной смесью англо-саксонских диалектов с французским.

Автор Этимологического словаря русского языка Г. П. Цыганенко пишет: «франц. tour является родственным глаголу tourner "вертеть, обходить кругом, поворачивать", восходящему

к латинскому tournare “круглить, обтачивать”. От французского tour “движение с возвратом на место отправления”, “прогулка, поездка” образовано с суффиксом -ism существительное tourisme > туризм “путешествие, сочетающее отдых с познавательными задачами”, а с суффиксом -ist-е существительное tourist > турист “тот, кто занимается туризмом”, заимствованные русским языком в XIX в.».

Определившись с понятиями «путешественник» и «турист», обратимся еще раз к эпиграфу, в котором фигурируют термины «альпинизм» и «экскурсия». По общему мнению специалистов, альпинизм является разновидностью горного туризма и относится к экстремальным формам отдыха. Заметим, что если быстро подниматься в горы (т. е. резко набирать высоту) без правил акклиматизации, то уже на высоте 2500 м может наступить горная болезнь, а при 3500 м – наступить отек легких. Кроме того, альпинизм как вид спорта требует от горновосходителей хорошей физической и моральной подготовки, а также наличия технической и тактической подготовки. Так что называть восхождение на Монблан (4807 м) экскурсией по крайней мере нонсенс, а тем более массовой.

А что же тогда экскурсия с точки зрения профессионалов туристско-экскурсионной деятельности. Корифей теории современного экскурсионного дела и основоположник советского экскурсоведения Емельянов Б. К. (1918–2001 гг.) подсчитал до 10 определений этого слова, данных словарями и учебниками за период с 1923 по 1978 г. Здесь мы не берем в расчет определение В. Даля, данное им в 1882 г.: «экскурсия – проходка, прогулка, выход на поиск чего-то для собирания трав и пр.» и определение из IV тома Толкового словаря русского языка, изданного в 1940 г. под руководством Ушакова Д. Н., где говорится, что экскурсия – «это коллективная поездка или прогулка куда-нибудь с научно-образовательной или увеселительной целью».

Чтобы не застрять в многочисленных определениях экскурсии в энциклопедиях, словарях-справочниках, выберем определение, данное в Туристском терминологическом словаре авторитетными авторами-составителями И. В. Зориным и В. А. Квартальновым: «экскурсия – коллективное посещение под руководством экскурсовода достопримечательных мест, музеев и пр. с учебными или культурно-просветительскими целями». Кстати, никто из авторов-специалистов, начиная с 1920-х годов до наших дней, не упомянул, что экскурсия делается с рекламной целью.

В заключение хотелось бы отметить, что зарождение спортивного туризма, как отмечают некоторые авторы, ни в коей мере нельзя сравнивать с гладиаторскими боями в Древнем Риме, как и утверждение других авторов, что предтечей религиозного туризма были крестовые походы. Это, мягко говоря, аморально хотя бы потому, что в первом случае люди получали удовольствие от убийства человека, а во втором – сами участники походов были убийцами, что по сути противоречит понятию «туризм». Хотя в наше время находятся дельцы от туризма, которые считают, что полет над 4-м блоком Чернобыльской АЭС за 500–650 долл. США можно назвать экстремальным туризмом. В этом случае они далеко не ушли от зрителей гладиаторских боев или участников крестовых походов.

Литература

1. Абрамов В. В., Тонкошкур М. В. История туризма: учеб. пособие. – Харьков: ХНАГХ, 2005. – 312 с.: ил.

2. Биржаков М. Б. Введение в туризм: учебник. – СПб.: ИД «Герда». – 2004. – 448 с.

3. Соколова М. В. История туризма: уч. пособие для студентов высших учебных заведений. – 2-е изд., перераб. – М.: ИЦ «Академия». – 2004. – 352 с.

ОБ ОТРАСЛЕВОЙ ТЕРМИНОЛОГИИ В ТУРИЗМЕ

В. В. Абрамов

Харьковская национальная академия городского хозяйства, г. Харьков, Украина

В последнее время (2002–2006 гг.) на дилетантские статьи журналистов с их умопомрачительными резюме по вопросам политического, экономического и культурного развития украинского общества рядовой потребитель информации стал реже обращать внимание. Но простим амбициозным журналистам их всезнание в кажущейся свободе мысли и слова – такова их планида, ибо, как писал В. И. Ульянов (Ленин): «жить в обществе и быть свободным от общества нельзя», – так что говорить о независимой журналистике проблематично.

Современному обывателю многое стало безразличным, а тем более, когда возникает вопрос о том, кто сказал, что «жизнь прекрасна еще и потому, что можно путешествовать»: Пржевальский Н. М. (1839–1888 гг.), Жюль Верн (1828–1905 гг.) или кто-то из сотрудников Харьковского городского бюро путешествий и экскурсий? Наш уважаемый обыватель по своей будничной занятости, конечно, не читал цикл очерков о морской экспедиции, в которой принял участие русский писатель Иван Александрович Гончаров (1812–1891 гг.) и где 15 января 1853 г. он воскликнул: «Как прекрасна жизнь, между прочим и потому, что человек может путешествовать!»

Естественно, что ослабевающий интерес к прочтению произведений русских классиков порождает привычку использовать в разговорной речи суррогатный лексикон и суржик. История знает много случаев, когда в период всемирных потрясений рождались новые термины и словосочетания. Так было в период Английской буржуазной революции (1640–1660 гг.), и в период Великой французской революции (1789–1794 гг.), и в период Великой октябрьской социалистической революции 7–8 ноября 1917 г. по новому стилю (до 1927 г. именовавшейся Октябрьским переворотом).

Распад СССР в декабре 1991 г. также явился вехой в словесно-творческом процессе народных масс, хотя первый звонок прозвучал еще в период предтечи распада – «перестройки», инициированной «великим реформатором русского языка» Горбачевым М. С. А то, что этот звонок превратился в колокольный перезвон, во многом заслуга СМИ.

Появление таких понятий, как «ближнее» и «дальнее» зарубежье больше устраивает политиков, чем географов. Одновременно идет и процесс упрощения понятий. Так, вместо словосочетания «государств – участников СНГ» многие публицисты и журналисты употребляют «стран СНГ» или вместо Великой Отечественной войны 1941–1945 гг. пользуют ВОВ.

Наша многострадальная интеллигенция пошла дальше, принявшись за реформацию профессиональной терминологии. Это священнодействие не обошло украинских чиновников от туризма. Авторский коллектив, состоящий из 10 человек (4 юриста-профессионала и 6 функционеров от туризма) произвел на свет проект первого в истории Украины Закона «О туризме». Сам факт его появления – факт исторический, эпохальный, так как во времена Советского Союза такой законодательный акт отсутствовал. Термин «туризм» функционировал только в Конституции СССР в статье 41 «Граждане СССР имеют право на отдых» и говорил о том, что предусматривается «расширение сети культурно-просветительных и оздоровительных учреждений, развитие массового спорта, физической культуры и туризма…» (редакция 1977 г.).

Однако бочка меда была испорчена ложкой дегтя, так как в проекте Закона Украины появился чуждый для профессионалов термин – «туристический». Если рассматривать вопрос о применении терминов «туристский» и «туристический» в правовом поле, то обратимся к истории.

После распада СССР возник вопрос о формировании единого туристского пространства в рамках государств – участников Содружества Независимых Государств. 23 декабря 1993 г. в г. Ашхабаде было принято межправительственное соглашение «О сотрудничестве в области туризма». Учитывая тот факт, что в Советском Союзе не было закона о туризме, Постоянная комиссия Межпарламентской ассамблеи по вопросам культуры, науки, образования и информации разработала проект рекомендательного законодательного акта «Об основных принципах сотрудничества государств – участников СНГ в области туризма», который должен был способствовать согласованному подходу в вопросах формирования общего туристского пространства и сближению нормативно-правовых документов при разработке национального законодательства государствами – участниками СНГ в области туризма.

25 апреля 1995 г. Межгосударственный совет по стандартизации, метрологии и сертификации принял (протокол № 7-95) межгосударственные стандарты по туристско-экскурсионному обслуживанию (ГОСТ 28681.1-95 «Проектирование туристских маршрутов», ГОСТ 28681.2-95 «Туристские услуги», ГОСТ 28681.3-95 «Требования по обеспечению безопасности туристов и экскурсантов», ГОСТ 28681.4-95 «Классификация гостиниц»). Стандарты были изданы на основании «Соглашения о проведении согласованной политики в области стандартизации, метрологии и сертификации» от 12 марта 1992 г. За принятие этих стандартов проголосовали Азербайджанская Республика, Республики Армения, Беларусь, Казахстан, Молдова, Таджикистан, Киргизская Республика, Российская Федерация, Туркменистан, Украина.

В качестве государственного стандарта Украины они были введены в действие приказом Госстандарта Украины от 4 марта 1996 г. № 99 с 1 января 1997 г. Необходимо заметить, что ни в одном вышеуказанном документе и стандартах термин «туристическое» не используется. Казалось бы, зачем копья ломать вокруг этого суррогатного «туристического» словца?

10 ноября 1992 г. Кабинет министров Украины своим постановлением за № 616 создает новую государственную туристскую структуру в лице Государственного комитета Украины по туризму. А 12 августа 1993 г. тот же Кабмин Украины своим постановлением № 625 утверждает «Положение о Государственном комитете Украины по туризму», одновременно аннулировав постановление Совмина УССР № 161 от 5 апреля 1984 г. «Об утверждении Положения о Главном управлении Украинской ССР по иностранному туризму», тем самым передав Госкомтуру полную монополию на развитие как внутреннего, так и международного туризма.

С созданием Госкомтура «Укрпрофтур» был отстранен от государственного руководства туристской отраслью. Необходимо отметить, что с 1991 г. Украинское акционерное общество по туризму и экскурсиям «Укрпрофтур» являлось правопреемником Украинского республиканского совета по туризму и экскурсиям, который был монополистом социального туризма и отвечал перед государством за развитие туризма в Советской Украине. Соответственно поменяв свой статус, этот представитель Украинского совета профсоюзов не мог уже существенно влиять на законотворческий процесс. Итак, впервые с послевоенных лет в 1992 г. в официальном документе, т. е. в Уставе Госкомтура Украины (надо заметить, не для всеобщего обозрения), появился упрощенный «туристический» говорок, который потом вылился в мощный рев в тексте Закона Украины «О туризме», принятом 15 сентября 1995 г. Вслед за Украиной 24 ноября 1995 г. принимается Закон Туркменистана «О туризме». Восток – дело тонкое, и его восприятие «туристического развития» оставим на совести Государственного комитета Туркменистана по туризму и спорту и Главгосинспекции этого государства.

Законотворческий процесс – дело сложное, и во многом зависит от того, кем подбирается состав авторского коллектива и кто в него входит при подготовке проекта закона. Здесь одних высоких юридических и филологических регалий не достаточно. При принятии Федерального закона «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» (от 24 ноября 1996 г., № 132-ФЗ) победили профессионалы, отдавшие туризму многие годы жизни и понимающие толк в терминологии туризма. Своих российских коллег поддержали профессионалы из Республики Беларусь, приняв 25 ноября 1999 г. Закон Республики Беларусь «О туризме».

Разночтение в эксплуатации профессионального термина в законодательной базе Украины и Российской Федерации привело к мысли провести социологический опрос среди работников туризма новой волны, остепененных экономистов, пописывающих научные статьи по проблемам современного туризма, и журналистов, считающих себя демократической пишущей братией. Опрос проводился в течение двух лет (1996–1997 гг.). Центральный вопрос в нем звучал так: «Почему надо писать “туристический”, а не “туристский”»? Ответы поразили своим «интеллектуальным разнообразием», а именно:

1. «Туристский» – это совдеповское произношение, а «туристическое» – это «наше, незалежне, самостійне» (по-рус. – независимое, самостоятельное). Само применение термина «совдеповское» в разговорной речи показывает интеллектуальную импотенцию некоторых наших граждан.

2. «Туристский» – это по-москальски, а «туристическое» – это по-украински. Хотя по-украински это звучит так: «туристський».

3. «Туристский» – так говорят спортсмены туристы, а «туристический» больше подходит к бизнесу.

4. «Туристский» – это все то, что связано с внутренним туризмом, а «туристический» – это термин, который больше всего применяют работники, связанные с иностранным туризмом.

5. «Туристское» – это когда говорят о предмете в единственном числе (туристский рюкзак или костер), а «туристическое» – это когда имеют в виду фирму, где работает много людей, когда вопрос касается отрасли. Или если говорим о туристе, то применяем термин «туристский», а если говорим о туризме, то «туристический».

6. «Туристское» – это как-то трудно произносимое, язык заплетается, а «туристическое» – это такое ласковое (по-укр. лагідне), певучее, упрощенное.

7. Единичные три ответа: а) не знаю, так в законе написано; б) какая разница, лишь бы зеленькие были; в) вам что, делать нечего?

Самый высокий рейтинг был у первого ответа. Это и понятно, ведь до декабря 1991 г. термин «туристический» не применялся ни в постановлениях ЦК КПСС, Совмина СССР, ВЦСПС, ЦК ВЛКСМ, Минобороны, Министерства образования, ни в научных и учебных изданиях, ни в прессе, ни в директивных материалах Центрального совета по туризму и экскурсиям, а тем более в специальных издательствах «Профиздат», «Физкультура и спорт», «Просвещение», а также в журнале «Турист», и в специализированных газетах «Украина туристская» (1988–1991 гг.), «Туристские новости» (1990–1991 гг.) и др. Желание многих эксплуататоров «тури-

стического» бизнеса отмежеваться от прошлого (но чтобы было красиво, «по-научному») просматривается в основном в третьей и пятой позициях. По этому поводу один из респондентов пошутил так: «Если турист совершает морское путешествие на круизном лайнере, то это туристическое путешествие, а если турист совершает водный поход на байдарке, то это туристское путешествие». Опытный турист, стоя на причале, будет определять стороны света по компасу, но стоит только ему подняться по трапу на борт боевого корабля или какого-нибудь морского судна и зайти в рулевую рубку, он, как культурный человек, из уважения к морским традициям, компас будет называть компáсом (с ударением на втором слоге).

Новое поколение практиков-бизнесменов, пришедших в туризм после 1995 г. и употребляющих, как они считают, более демократическую лексику, типа «туристический», часто ссылаются на словари, которые преподносят значения профессиональных терминов в фривольной трактовке. Возникает резонный вопрос: почему мы должны употреблять специальный термин не так, как его употребляют профессионалы, а так, как нам советуют публицисты и творцы эпистолярного жанра?

Объяснения к четвертой позиции можно понять, исходя из того, что на третьей сессии Генеральной ассамблеи Всемирной туристской организации (ВТО), которая проходила в сентябре 1979 г. в г. Торремолиносе (Испания), было принято постановление учредить, начиная с 1980 г., Всемирный день туризма, который должен отмечаться ежегодно 27 сентября путем проведения надлежащих мероприятий по темам, отобранным Генеральной ассамблеей по рекомендации Исполнительного совета. В СССР эту дату, в основном, активно отмечали сотрудники ВАО «Интурист», БММТ «Спутник». В системе ЦСТЭ этот день отмечали работники, которые были связаны с международным туризмом, хотя директива была спущена во все подразделения.

Выбранное число совпадает с важной вехой в истории мирового туризма, а именно с годовщиной принятия в г. Мехико (Мексика) 27 сентября 1970 г. Устава ВТО.

Теперь несколько слов о шестой позиции, которая касается легкого произношения. У литературоведов есть термин «классицистский», образованный от классицизма, и, не обращая внимания на архисложность его произношения, ни один литературовед не позволит себе пойти путем его упрощения. По пути упрощения профессиональной терминологии часто идут именно непрофессионалы, зарабатывая себе имидж на переводе иностранных трудов. К примеру, зарождение синдрома «туристической» мимикрии можно отнести к 1993 г., когда коллектив специалистов экономического факультета МГУ им. М. В. Ломоносова осуществил перевод книги «Академия рынка: маркетинг», написанной группой французских авторов, где впервые в научной экономической литературе появилось прилагательное «туристический». Естественно, что авторы перевода не проконсультировались с ведущими специалистами в области туризма, такими как Квартальнов В. А., Зорин И. В., Сенин В. Г., Гуляев В. Г., Азар В. И., Абуков А. Х., и перевели это слово, как им казалось, удобнее, т. е. «туристический». Авторы не потрудились даже посмотреть уже имеющуюся основополагающую отечественную литературу: справочник «Международные туристские организации» (В. Д. Уваров и К. Г. Борисов. М., «Международные отношения», 1990), «Международный туризм: вчера, сегодня, завтра» (М. Э. Немоляева, Л. Ф. Ходорков. М., «Международные отношения», 1985), «Туризм социальный: история и современность» (В. А. Квартальнов, В. К. Федорченко. Киев, «Вища школа», 1989), «Экономика и организация туризма» (В. И. Азар. М., «Экономика», 1972) и «Международный туризм» (М. А. Ананьев. М., «Международные отношения», 1968).

Для любителей ссылаться на паронимы можно рекомендовать заглянуть на стр. 332–338 в 26-м томе Большой советской энциклопедии (Изд. 3-е. М., «Советская энциклопедия», 1977), журнала «Турист» № 12, 1987 г. и газеты «Туристские новости» № 19–20, 14–17 мая 1991 г., а если не нравится советское издание, то тогда в «Энциклопедию туриста» (Редкол.: Е. И. Тамм (гл. ред.), А. Х. Абуков, Ю. Н. Александров и др. М., «Большая Российская энциклопедия», 1993) или в «Международную научную классификацию товаров и услуг для регистрации знаков» (VII редакция, Женева, октябрь 1996 г.), где черным по белому записано: «туристские экскурсии», «туристские базы», «туристские агентства».

Анализируя итоги опроса, можно констатировать тот факт, что термин «туристический» имеет больше политическую, чем лексикологическую трактовку. Для тех, кто ссылается на языковедов Ушакова Д. Н. (1873–1942 гг.) и Ожегова С. И. (1900–1964 гг.), как это часто делают некоторые журналисты, надо, прежде всего, обратиться к истории написания ими замечательных трудов («Толковый словарь русского языка», 1935–1940 гг. и «Словарь русского языка», 1949–1960 гг.), которая тесно связана как с историей нашего государства, так и с историей развития отечественного туризма.

Недоразумение появления в словарях термина «туристический» объясняется роковым стечением обстоятельств. Ушаков Д. Н. писал свой 4-томный классический труд в период с 1935 по 1940 гг., т. е. в то время, когда было репрессировано все руководство и актив Всесоюзного добровольного общества пролетарского туризма и экскурсий (ОПТЭ с 1930 по 1936 гг.) во главе с его председателем Крыленко Н. В. (1885–1938 гг.) – заслуженным мастером альпинизма с 1934 г., Наркомом юстиции СССР. Здесь нужно заметить, что у многих партийных работников высокого ранга альпинизм был вторым призванием. Например, Горбунов Н. П. (1892–1937 гг.) – управделами СНК СССР и СТО, постоянный секретарь АН СССР; Киров С. М. (1886–1934 гг.) – секретарь и член Оргбюро ЦК ВКП(б), член Президиума ЦИК СССР; Семеновский В. Л. (1884–1944 гг.) – дипломатический работник и др.

Можно высказать предположение, что Ушаков Д. Н. при создании четвертого тома (1940) ориентировался на статью одного из ведущих московских теоретиков российского экскурсионного дела первой четверти XX века Гейнике Н. А., которую тот написал для Энциклопедического словаря Русского библиографического института Гранат в 1933 г. (Том 51). Как свидетельствует литература 30-х годов, у экскурсионщиков, в отличие от работников ОПТЭ, не был выработан четкий подход к профессиональной терминологии в области туризма, а тем более – горного. Они порой договаривались до того, что восхождение на двухглавый Эльбрус (вост. верш. 5621 м; зап. верш. 5642 м) у них считалось альпийской экскурсией, а горный туризм и альпинизм – типами экскурсии. К тому времени основоположник теории советского туризма и альпинизма Крыленко Н. В. был мертв. Последователь Ушакова Ожегов С. И. создавал свой словарь (1, 2, 3-е издания) в период послевоенных репрессий, так что говорить о каких-либо новациях не приходилось, а значит термин «туристический» спокойно перекочевал в послевоенные издания, хотя и разместился рядом с профессиональным термином «туристский».

Но простим великим их сомнения и колебания – таково было время и не нам их судить. Беда в другом. 20 июля 1962 г. Президиум ВЦСПС реорганизовал систему управления туризмом. Вместо Туристско-экскурсионного управления (ТЭУ) был создан Центральный совет по туризму (ЦСТ), впоследствии (30.05.1969) реорганизованный в Центральный совет по туризму и экскурсиям (ЦСТЭ). Автор этих строк пришел в спортивный туризм в 1965 г., а в систему Совета по туризму и экскурсиям в 1971 г. и, проработав в ней 25 лет, может засвидетельствовать, что в то время термин «туристический» нигде ни на каких уровнях не упоминался, так как к этому времени окончательно сформировалось профессиональное туристское арго. В 1969 г. были созданы Центральные туристские курсы, реорганизованные 30 ноября 1981 г. в Институт повышения квалификации работников туристско-экскурсионных организаций профсоюзов ЦСТЭ ВЦСПС (в настоящее время Российская международная академия туризма, воспитавшая корифеев теории туризма: Ильину Е. Н., Козырева В. М., Виноградова П. А. и др.). Думается, что те господа, которые были ответственны за редактирование стереотипных изданий, даже если они имели ученые степени и звания, вплоть до член-корреспондента АН СССР, могли бы проконсультироваться у профессионалов по данному вопросу – к примеру, у Биржакова М. Б., Усыскина Г. С., Константинова Ю. С. Ан нет! Гордость не позволила! А ведь в письме, направленном в издательство «Советская Энциклопедия» в марте 1964 г., С. И. Ожегов писал: «Я предполагаю внести ряд усовершенствований в словарь, включить новую лексику, вошедшую в последние годы в русский язык, расширить фразеологию, пересмотреть определения слов, получивших новые оттенки значения, пересмотреть определения терминов для приведения их в соответствие с современными понятиями науки и техники, пересмотреть стилистическую характеристику слов, усилить нормативную сторону словаря». Этот замысел Ожегова С. И. остался неосуществленным.

Когда создавали Закон Украины «О туризме», один из опытных работников бывшего аппарата Украинского республиканского совета по туризму и экскурсиям высказался о чужеродности термина «туристический», на что высокопоставленный чиновник из руководства Госкомтура заявил: «Я сказав, що це буде так, і так воно буде!». При чтении закона в Верховном совете Украины депутат от Харьковской области В. Алексеев несколько раз обращал внимание на замечания Харьковского областного туристско-спортивного союза по терминологии, однако депутаты больше доверяли клеркам. К слову, в Законе Украины «О внесении изменений в Закон Украины “О туризме”» от 18 ноября 2003 г. (№ 1282-IV) термин «туристический» остался на своем месте.

Вот и получается, что окрик чиновника и нежелание современных редакторов словарей и издательств выше профессионализма, который в наше время и так не очень-то ценится. А что народ! Народ это устраивает – ведь слово-то какое – лагидное, без нагромождения согласных. Так зачем же копья ломать? Зачем шуметь?

Литература

1. Азаров В. И., Акишин В. Н., Биржаков М. Б. и др. Туристские дефиниции. «Туристские фирмы». Адресный справочник. – СПб.: ТОО «ОЛБИС». – 1996. – Вып. 11. – С. 9–35.
2. Акишин В. Н., Байназаров Ю. К., Биржаков М. Б. и др. К вопросу употребления терминов «туристский» и «туристический» в практике туристской деятельности. «Туристские фирмы». Адресный справочник. – СПб.: ТОО «ОЛБИС». – 1998. – Вып. 15. – С. 215–221.
3. Маринин М. М. Как мы будем писать и говорить – «туристический» или «туристский», а может быть «туризмический»? «Туристские фирмы». Адресный справочник. – СПб.: «Невский фонд». – 2002. – Вып. 26. – С. 217–219.
4. «Туристический»? «Туристский»! Турист. – М.: ЦРИБ «Турист». – 1987. – № 12. – С. 33.
5. Туризм. БСЭ. – Изд. 3-е. – М.: Советская Энциклопедия. – 1977. – Т. 26. – С. 332–335.
6. Туристские – Туристский. БСЭ. – Изд. 3-е. – М.: Советская Энциклопедия. – 1977. – Т. 26. – С. 336–338.
7. Эппель Д. Правильно – «туристский» или «туристический» // Газета «Туристские новости». – № 19–20. – 14–27.05.1991.

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ КОСМИЧЕСКОЙ ИНФОРМАЦИИ ДЛЯ ЦЕЛЕЙ РЕКРЕАЦИИ И ТУРИЗМА НА ПРИМЕРЕ БАЙКАЛЬСКОГО РЕГИОНА

Т. В. Амелина, *научный сотрудник ИГРАН, Москва*

В многочисленных исследованиях отечественных ученых космические фотоснимки рассматриваются как специфические модели местности, отражающие все находящиеся на поверхности Земли природные и антропогенные объекты и явления. Космическая информация обладает рядом особенностей, которые предопределили ее использование для целей туризма и отдыха. К таким особенностям, в первую очередь, относятся обзорность территории, зафиксированной практически на единый момент времени; оптическая генерализация сфотографированных объектов при сохранении высокого разрешения на местности; возможность увеличения в несколько раз без потери информации; оперативность, возможность получения повторной космической информации на одну и ту же территорию через заданные промежутки времени.

Процесс тематической интерпретации фотоизображений, полученных при съемке из космоса, называется дешифрированием снимков и включает в себя распознавание объектов местности, определение их качественных и количественных характеристик по особенности их изображения и изучение взаимных связей объектов по их соотношению друг с другом.

При дешифрировании космической информации объекты опознают по комплексу прямых и косвенных дешифровочных признаков. К прямым дешифровочным признакам относят такие, которые непосредственно отображаются на снимках и непосредственно воспринимаются дешифровщиком – тон (цвет), форма, размер, рисунок (текстура, структура). Под структурой фотоизображения понимается характер сочетания отдельных элементов изображения, их размеры и геометрическая форма. Под текстурой – расположение и взаимное сочетание отдельных структур, их соседство и характер границ.

На рисунок снимка существенное влияние оказывает хозяйственная деятельность. Так, например, сплошная и выборочная рубка леса, гидролесомелиоративные мероприятия специфически изменяют характер изображения, его рисунок. Косвенным дешифровочным признаком объекта является фотоизображение его индикатора, который опознается на снимках по рисунку фотоизображения. В основе использования косвенных дешифровочных признаков лежат объективно существующие и выявленные внутри- и межландшафтные взаимосвязи между компонентами ландшафта. К косвенным признакам относят местоположение (размещение) объектов, их взаимосвязь, признаки хозяйственной деятельности человека.

По фототону (цвету) и рисунку изображения, т. е. по прямым дешифровочным признакам, однозначно опознаются некоторые антропогенные объекты: средние и крупные населенные пункты, дорожная сеть (железные, автодороги, грунтовые и др.), участки нарушенных экосистем. К основным косвенным дешифровочным признакам, например леса, относят ландшафтные (приуроченность к определенным условиям произрастания).

Нами анализировалась космическая информация, получаемая с Международной космической станции (МКС), а также ставшие в последнее время доступными цветные космические снимки, представленные на сайте maps.google.com.

Экспедициями МКС проводится съемка земной поверхности с помощью цифровых фотоаппаратов. Обычно используется камера со сменными объективами, размер кадра 3012×2048 пикселов. Орбита МКС проходит над Землей на высоте около 380–390 км, и качество получаемых снимков зависит от фокусного расстояния объектива и от отклонения оси съемочной камеры от вертикали. При съемке с высоты 380 км объективом с фокусным расстоянием 800 мм фотографируется площадь 16×11 км с разрешением на местности около 5 м. Иногда выполняется перспективная съемка вплоть до захвата горизонта Земли.

Цифровая съемка производится в натуральных цветах, изображения записываются в форматах DSR, TIFF и JPEG. С учетом реальных ограничений по наклонению орбиты МКС к плоскости экватора (51.6°) возможно получение высококачественных изображений территорий, расположенных в пределах 56° северной и южных широт. Снимки характеризуются пространственным разрешением 5–20 м. Для получения снимков, представленных на сайте maps.google.com, использовались мультиспектральные снимки со спутника Quick Bird компании Digital Globe. Космические снимки представлены в единой системе координат, характеризуются высоким разрешением (1–2 м), могут выдерживать увеличение в несколько раз без потери информации.

Территория Байкальского региона полностью покрывается съемками с МКС и зарубежных спутников. Байкальский регион, общей площадью 800 тыс. кв. км, находится в центре Азии на территории двух государств – России и Монголии. Территориально границы региона определяются водосборным бассейном оз. Байкал (юго-восток Сибири и северная часть Монголии). Также в границы Байкальского региона включается часть территории Иркутской области, которая примыкает к северо-западной границе водосборного бассейна Байкала, шириной до 200 м. Для Байкальского региона характерно уникальное разнообразие ландшафтов – от горно-тундровых и горно-таежных до степных и полупустынных в совокупности с крупнейшим в мире пресноводным озером Байкал.

Именно наличие уникального разнообразия природной среды позволяет говорить о богатом рекреационном потенциале региона. Рекреационные ресурсы Байкальского региона имеют высокую социальную значимость и используются для удовлетворения потребностей в отдыхе, восстановлении и укреплении здоровья, получении дополнительных знаний в области культуры, истории, окружающей природы.

В Байкальском регионе наиболее развит экскурсионно-познавательный и научный туризм. Широкую известность приобрели природные комплексы побережья Байкала, его полуостровов и заливов, острова Ольхон, Баргузинского хребта, Хамар-Дабана. Наиболее популярны пешие, конные, водные туристские походы, путешествия на судах по Байкалу. Для научного туризма большой интерес представляет мировой водораздел, проходящий по гребню хр. Хангая и Хэнтэя и разделяющий бассейны Северного Ледовитого океана, Центральной Азии и Тихого океана. В регионе много памятников природы, археологических памятников (стоянки и поселения времен неолита). Памятники истории связаны с местами пребывания в ссылке декабристов, с историческими событиями времен революции и гражданской войны. Проживание на территории региона групп населения с различными религиозными взглядами в прошлом и настоящем времени (православные, староверы, ламаисты, шаманисты и др.), наличие культовых памятников и мест религиозного поклонения позволяет говорить о возможности развития религиозного туризма. Богатство животного мира региона (свыше 30 видов млекопитающих, большое число видов птиц) открывает возможность для организации отечественного и международного охотничьего туризма с лицензированной охотой на крупных промысловых животных.

Обзорность снимков, полученных цифровой фотокамерой, их высокое разрешение позволяют применять данную информацию при выборе и уточнении туристских маршрутов (лечебно-оздоровительно-спортивно-познавательные). На снимках достаточно достоверно дешифрируются дорожная сеть, города и поселения сельского типа, береговая линия оз. Байкал. На снимке Баргузинской котловины хорошо опознаются распаханные с фрагментами степной растительности и развеянных песков Средний и Нижний куйтуны, почти полностью вырубленный Лесной куйтун. От днища Баргузинской котловины до вершин Баргузинского хребта достоверно распознаются степи, сменяющиеся лесными, подгольцовыми и гольцовыми природными комплексами. Наряду с мировым водоразделом данный район представляет большой интерес для научного и экологического туризма.

На снимках Тункинской котловины также хорошо видны степные, таежные, гольцовые природные комплексы, дороги, поселки. Территория перспективна для развития научного, экологического туризма, санаторно-курортного лечения. В Тункинской котловине находится Тункинский природный национальный парк.

Современные космические цифровые снимки могут использоваться как источник достоверной качественной и количественной информации при решении проблем рекреации и туризма. Космические снимки могут также быть использованы как основа для картографического сопровождения организации туристских маршрутов и баз отдыха. Роль космической информации возрастает для труднодоступных на большей своей территории регионов с недостаточно развитой инфраструктурой, каким является Байкальский регион.

ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННЫЕ ЗОНЫ И ИХ ИНФОРМАЦИОННО-КАРТОГРАФИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

В. Н. Баюра, *канд. геогр. наук, завлабораторией рекреационных исследований*
М. С. Мотовилова, *научный сотрудник*
Географический факультет МГУ им. М. В. Ломоносова

Туризм является одним из важнейших социально-экономических факторов развития не только отдельных территорий и регионов, но и многих стран, включая Россию. Туризм и рекреационная деятельность – это одна из наиболее высокодоходных и динамичных отраслей экономики. По мнению ряда специалистов, XXI в. станет веком туризма [1]. Помимо важного экономического значения, туризм и рекреация позволяют населению восстанавливать трудоспособность и здоровье. Ведь рекреация – это и есть «отдых, восстановление сил человека, израсходованных в процессе определенной деятельности (производственной, творческой, физкультурно-спортивной и пр.), а содержанием рекреации является активный отдых, развлечения, способствующие развитию личности человека» [4].

При выборе предполагаемого места своего отдыха туристы, как правило, анализируют ряд характеристик туристско-рекреационного региона. Их совокупность можно разбить на следующие укрупненные группы:

- природные особенности территории (включая погодно-климатические, ландшафтно-экологические, курортно-бальнеологические и др.);
- культурно-исторические памятники и достопримечательности;
- наличие и степень развития туристской инфраструктуры, в том числе для организации досуга (наличие и качество дорог, мест размещения и питания, наличие спортивных площадок, концертных залов и др.);
- уровень личной безопасности и культурно-историческая атмосфера;
- престижность и туристская популярность выбранного места отдыха.

В настоящее время в нашей стране развитию туризма уделяется повышенное внимание на государственном уровне. Закон о создании и функционировании особых экономических зон туристско-рекреационного типа, принятый в мае Государственной думой РФ и подписанный 3 июня 2006 г. президентом России В. В. Путиным, направлен на развитие и эффективное использование туристско-рекреационных ресурсов нашей страны. Обоснованное принятие решений о создании туристско-рекреационных зон (ТРЗ) требует соответствующего информационного обеспечения и инвентаризации имеющегося туристско-рекреационного потенциала России в целом и отдельных ее регионов.

Можно выделить ТРЗ различного иерархического уровня: федерального, регионального, локального.

ТРЗ федерального уровня создаются для достижения значительного инвестиционного эффекта и образуют особые экономические зоны, о которых и идет речь в упомянутом выше законе. Цель проекта – концентрация финансовых, природных, культурных, интеллектуальных ресурсов территорий для получения максимального экономического эффекта на основе наиболее полного удовлетворения рекреационных потребностей туристов и местных жителей. Создание особой экономической зоны туристско-рекреационного типа включает строительство туристских объектов, инженерной и транспортной инфраструктуры, создание и развитие производства новых видов продукции и услуг, совершенствование санаторно-курортной сферы. Объединение различных видов отдыха на достаточно ограниченной территории является рациональным решением, позволяющим создать удобную многофункциональную рекреационную систему, обеспечивающую, с одной стороны, полноценный современный отдых, с другой стороны, создающую новые рабочие места. Реализация подобных проектов позволит субъектам

РФ в перспективе иметь конкурентоспособные туристские объекты, использование которых приведет к росту налоговых поступлений в бюджеты всех уровней.

В настоящее время на конкурсной основе было принято решение о создании на территории РФ семи особых экономических зон туристско-рекреационного типа в Иркутской области и Бурятии, Алтайском крае, Республике Алтай, Калининградской области, Краснодарском и Ставропольском краях. Критерии, по которым отбирались кандидаты, были следующими: наличие уникального природного комплекса, имеющего мировое значение, востребованность у российских туристов, высокий потенциал привлекательности отдыха для иностранцев.

Туристско-рекреационные зоны регионального уровня, не являясь особыми экономическими зонами, занимают значительные по площади территории, имеют достаточно развитую рекреационную инфраструктуру, уже используются рекреантами в течение всего года и обладают значительным потенциалом для развития различных видов туризма и рекреации. В перспективе они могут стать ядрами вновь создаваемых особых экономических зон туристско-рекреационного типа.

Примером такой зоны регионального уровня в Калужской области является территория охотохозяйства «Озерное», имеющая общую площадь 82 тыс. га и расположенная в зоне хвойно-широколиственных лесов (с елью, березой, осиной, дубом, липой и другими породами). По территории протекают реки Лужа, Шаня, Трубенка, Бычек, Руть, Межиха. Здесь находится естественное реликтовое озеро Сосновец, а также значительное количество больших и малых водоемов искусственного происхождения. Эта туристско-рекреационная зона имеет многопрофильный характер, что позволяет развивать здесь различные виды туризма и рекреации.

Охотохозяйство предоставляет егерское обслуживание. В лесах парка обитает кабан, косуля, лось, лиса, заяц, белка, енот, хорь, а также дичь: утка, перепел, глухарь, гусь, вальдшнеп. Любителей рыбалки ждут уловы форели, белого амура, карпа, карася, щуки. Предлагается любой вид рыбалки: зимняя (подледная) и летняя (на удочку). Для тех кто предпочитает активный отдых, имеются волейбольные и футбольные площадки, вездеходы, снегоходы и пр. Любителям конного спорта предоставляется прокат лошадей, имеются открытый и закрытый манежи, организуются конные экскурсии по лесу. Вдоль прудов разбиты дорожки, с видом на пруд расположены уютные беседки, оборудованы места для разведения костров и приготовления ухи и шашлыка. Приехавшие сюда на отдых ощущают наслаждение от чистоты воздуха, шума деревьев и отсутствия суеты. «Изюминкой» этого места отдыха является возможность полюбоваться овцебыками. 15 самок и 5 самцов в возрасте до одного года были перевезены с территории Таймыра в Калужскую область в рамках Федеральной программы по расселению и акклиматизации этих представителей животного мира.

Туристско-рекреационные зоны локального уровня, как правило, характеризуются небольшой по площади территорией, весьма ограниченным набором возможных видов туризма и отдыха, как правило, сезонным использованием (да и в течение «активного» сезона количество посетителей зависит от погодных условий). Примерами подобных локальных туристско-рекреационных зон могут служить участки рек, использующиеся прежде всего летом для пляжно-купального отдыха и рыбалки.

Такие участки нередко испытывают рекреационную нагрузку, превышающую допустимые пределы: число посетителей на единицу площади зоны отдыха здесь часто выше нормы, при которой обеспечивается сохранение природных компонентов среды. Превышение допустимой нагрузки (рекреационной емкости территории) приводит к деградации природного ландшафта и ухудшению психофизиологического комфорта посетителей. Насущной задачей для туристско-рекреационных зон локального уровня является регулирование рекреационной нагрузки и организация туристской инфраструктуры.

Создание и развитие ТРЗ разного иерархического уровня требует соответствующего информационного обеспечения. Мировой и отечественный опыт показывают, что одним из наиболее действенных подходов к решению этой проблемы является создание специализированных научно-справочных атласов либо серий взаимно согласованных карт [3].

Наиболее универсальным информационно-справочным произведением может стать предлагаемый к разработке фундаментальный «Туристский атлас России», охватывающий все регионы страны и позволяющий получить достаточно подробную информацию о туристско-рекреационном потенциале и условиях его реализации на федеральном уровне. ТРЗ регионального уровня в этом атласе могут быть рассмотрены только для федеральных округов и в виде примеров наиболее известных местностей или объектов.

Фундаментальность Атласа обеспечивается основательно и глубоко проработанным содержанием всех позиций современного рекреационно-туристского использования территории,

а также природных, социальных и экономических условий, определяющих или влияющих на возможность использования территории в рекреационно-туристских целях.

Туристский атлас России может включать, на наш взгляд, следующие основные разделы.

Раздел 1. История туризма и путешествий в России
- Наиболее известные путешествия древних веков и Средневековья
- Зарождение организованного туризма в XIX – начале XX века
- Развитие туризма в XX – начале XXI века

Раздел 2. Природные факторы туристско-рекреационного потенциала России
- Геологическое строение и рельеф
- Водные ресурсы
- Климатические особенности и ресурсы
- Растительный и животный мир
- Ландшафтное разнообразие территории России
- Рекреационная емкость территории
- Курортно-бальнеологические ресурсы
- Наиболее известные природные достопримечательности и памятники природы России
- Особо охраняемые природные территории
- Опасные природные явления и условия безопасности туристской деятельности

Раздел 3. Культурно-исторические факторы туристско-рекреационного потенциала России
- Археологические памятники
- Памятники военной истории и других исторических событий
- Памятники архитектуры и искусства
- Памятники культурно-природного наследия
- Музеи, театры, концертные залы

Раздел 4. Социально-экономические условия реализации туристско-рекреационного потенциала России

4.1. Население России и история освоения территории
- Основные исторические этапы заселения и формирования территории России
- Народы, языки, религии и этнографические особенности
- Особенности расселения и история формирования городов
- Состав и занятость населения

4.2. Социальная сфера и уровень жизни населения
- Доходы населения и уровень его благосостояния
- Обеспеченность населения важнейшими материальными благами
- Личная безопасность населения и криминогенная обстановка в регионах
- Здоровье населения

4.3. Экономика, транспорт и хозяйственное использование территории
- Уровень экономического развития регионов
- Динамика развития ведущих отраслей экономики
- Сельскохозяйственное использование территории
- Транспорт, связь и коммуникации
- Развитие народных промыслов и традиционных занятий населения

4.4. Туристская инфраструктура и туристско-рекреационная емкость территории
- Пассажироемкость основных видов транспорта
- Число гостиниц и мест в них, заполняемость по сезонам
- Организация питания туристов
- Связь и коммуникации
- Организация медицинского обслуживания
- Интегральная (комплексная) оценка туристско-рекреационной емкости территории России

Раздел 5. Развитие туризма в особых туристских экономических зонах
- Алтайский регион (Алтайский край и Республика Алтай)
- Байкальский регион (Иркутская область и Республика Бурятия)
- Краснодарский край
- Ставропольский край
- Калининградская область

Раздел 6. Развитие туризма в Федеральных округах России
- Северо-Западный федеральный округ
- Центральный федеральный округ
- Южный федеральный округ
- Приволжский федеральный округ
- Уральский федеральный округ
- Сибирский федеральный округ
- Дальневосточный федеральный округ

Раздел 7. Основные виды туризма на территории России
- Культурно-познавательный туризм
- Лечебно-оздоровительный туризм
- Религиозный туризм и паломничество
- Спортивный туризм и альпинизм
- Военно-исторический туризм
- Экологический туризм

Раздел 8. Ситуация на туристском рынке в начале XXI века
- Основные районы въездного туризма мира
- Важнейшие туристские потоки в мире
- Наиболее посещаемые туристские районы России
- Основные туристские потоки в России

Для более подробной характеристики ТРЗ регионального и локального уровней предназначены атласы рекреационно-туристского потенциала по регионам РФ, сформировавшимся туристско-рекреационным системам, а также создаваемых особых экономических зон туристско-рекреационного типа. Сохраняя в целом ту же структуру, что и «Туристский атлас России», региональные атласы имеют возможность более детально отразить особенности территории и размещение ТРЗ регионального уровня. Локальный уровень ТРЗ здесь может быть представлен фрагментарно, только для наиболее известных объектов туризма и отдыха.

Картографирование ТРЗ локального уровня может осуществляться в основном в виде серий карт (либо отдельных специализированных туристских карт). В отдельных случаях могут разрабатываться также и атласы – по административным районам субъектов РФ либо наиболее развитым в туристском отношении территориям, нередко не связанным административными границами.

Таким образом, формируется своего рода трехуровенная система туристско-рекреационного картографирования:
- первый, федеральный уровень образуют *туристские атласы* России либо федеральных округов;
- второй, региональный уровень – атласы субъектов РФ либо уже сформировавшихся и формирующихся особых экономических зон туристско-рекреационного типа;
- третий, локальный уровень формирует система карт (иногда – атласов) административных районов.

По особенностям текстового и иллюстрационного материалов туристские атласы относятся к информационно-оценочному типу. Методологической основой разработки атласов является использование принципов системного картографирования, предполагающих создание каждого из разделов атласа и отдельных карт внутри этих разделов как части единого целого. Внутреннее единство атласа отражается как в его содержании, так и в методах и средствах картографического отображения. Важнейшей особенностью туристских атласов является использование интегральных оценочных показателей, таких как специализированная оценка территории для развития различных видов туризма и отдыха, емкость природно-рекреационных комплексов, допустимая туристская нагрузка на природные и культурно-исторические объекты и др. [3].

Литература

1. Александрова А. Ю. Международный туризм. – М.: АСПЕКТ-ПРЕСС, 2004.
2. Кружалин В. И., Баюра В. Н., Мотовилова М. С. Картографическое обеспечение сферы туризма // Туризм и рекреация. Фундаментальные и прикладные исследования: труды международной научно-практической конференции. – М.: РИБ «Турист», 2006. – С. 289–294.
3. Мироненко Н. С., Твердохлебов И. Т. Рекреационная география. – М.: Изд-во МГУ, 1981.
4. Социология: энциклопедия. – М.: Книжный дом, 2003.

КЛАСТЕР РЕГИОНАЛЬНОГО ТУРИЗМА КАК ФАКТОР ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ В СФЕРЕ ТУРИЗМА

И. Л. Буркацкая, *канд. техн. наук,*
доцент кафедры туризма Пермского государственного университета
А. В. Тютык, *менеджер по счетам ЗАО «Райффайзенбанк Австрия», г. Пермь*

Авторы предлагают к рассмотрению модель, которая позволяет, учитывая специфику региона, разработать концепцию развития отрасли регионального туризма как одну из основных составляющих региональной политики социально-экономического развития территории.

Целью предлагаемого проекта является формирование и продвижение регионального туристского продукта, а также привлечение инвестиций для реализации инновационных подходов к развитию территории «нетуристского региона», используя ее природный и культурно-познавательный потенциал.

На примере Пермского края, территории не известной с точки зрения туристской привлекательности, используется кластерный подход для исследования туристского потенциала и разработки привлекательного регионального туристского продукта.

Кластер регионального туризма специализирован на производстве туристских услуг региона, основанном на системе устойчивого корпоративного взаимодействия конкурирующих специализированных предприятий, включая отели, предприятия питания, транспорт, культурно-познавательные учреждения, высшие и профессиональные учебные заведения, научно-исследовательские центры и другие организации, обеспечивающие дополнительный сервис. Кластер включает систему продвижения и продаж регионального туристского продукта как внутри региона, так и экспорте за пределы территории.

Рассматриваются актуальные задачи корпоративного строительства и особенности маркетинговой стратегии кластера регионального туризма.

ЛОКАЛЬНЫЕ НИВАЛЬНО-ГЛЯЦИАЛЬНЫЕ СИСТЕМЫ И ИХ РЕКРЕАЦИОННОЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЕ В ЗИМНЕЕ ВРЕМЯ

Н. А. Володичева, *канд. геогр. наук, доцент*
А. С. Каштанов, *канд. геогр. наук, научный сотрудник*
Географический факультет МГУ им. М. В. Ломоносова, кафедра криолитологии и гляциологии

Участие России в конкурсе на проведение зимних Олимпийских игр в 2014 г. в районе Большого Сочи ставит перед проектировщиками и строителями задачу по подготовке качественных технических спортивных сооружений, которые будут построены совместно с рекреационными объектами для массового зимнего туризма. Спортивные характеристики трасс для скоростного горнолыжного спуска, слалома и фристайла, сноубордических спортивных модулей, трасс для беговых лыж и биатлона зависят во многом от качества снежного покрова на этих участках.

Качество снежного покрова определяется устойчивостью снежной толщи к изменениям температуры воздуха и ее стратиграфическими особенностями с учетом процессов метаморфизма. Для технологических целей приготовления трасс и спортивных модулей используется естественный снежный покров атмосферного генезиса и искусственный снег, произведенный с помощью системы механического оснежения. Этот смешанный снежный покров на склонах гор характеризуется значительной пространственной неоднородностью и изменчивостью. Изначально неоднородность образуется за счет первичной седиментации твердых атмосферных осадков и механического напыления искусственного снега, затем неоднородность усиливается за счет процессов перекристаллизации, уплотнения и динамометаморфизма снега, а также формирования новых слоев снежного покрова. На основе полевых исследований в Красной Поляне были применены теплофизические расчеты устойчивости снежного покрова и статистическое моделирование стратиграфии снежной толщи для создания технологии приготовления качественных трасс и спортивных модулей.

ЗНАЧИМОСТЬ ИЗУЧЕНИЯ ЛЕКСИКИ ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА В АНГЛИЙСКОМ И ТАТАРСКОМ ЯЗЫКАХ КАК ФАКТОР РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В ТАТАРСТАНЕ

Л. А. Гарифуллина, *преподаватель Казанского филиала РМАТ*

В настоящее время создание благоприятных условий для развития туризма выдвигается как одна из главных целей для нормального функционирования туристского дела в Республике Татарстан. Для развития выездного туризма в Татарстане существуют объективные предпосылки: открытость для массового туризма, большой природный и культурный потенциал, привлекательный, окончательно не поделенный и очень перспективный рынок. Одной из современных тенденций развития российского туризма является перенесение основной зоны туристского освоения в центральные регионы России, к которым относится и Татарстан. Подробнее ознакомиться с имеющимися ресурсами для развития в целом туризма можно в приведенных в ссылках источниках [3, 5].

Положительным является тот факт, что туризму в Татарстане стали уделять большее внимание. Концепцией развития туризма в Республике Татарстан до 2005 года, утвержденной постановлением Кабинета министров Республики Татарстан от 15.09.98 г. № 545, установлено, что приоритетными направлениями развития туризма в республике являются внутренний, въездной и социальный туризм. Во исполнение данного постановления органом государственного управления туризмом предпринимаются меры, направленные на создание туристского комплекса в республике, совершенствование нормативно-правовой базы туризма, продвижение республиканского турпродукта на внутреннем и международном туристских рынках, формирование системы подготовки и переподготовки кадров для туриндустрии, информационной системы, а также выработку мер государственной поддержки внутреннего, въездного и социального туризма.

Программа развития туризма в Республике Татарстан на 2005–2010 гг. предусматривает дальнейшее развитие туристской индустрии, взаимоувязку программных мероприятий с развитием сопряженных отраслей хозяйства и сфер деятельности, а также интеграцию туристского комплекса республики в единое рыночное пространство Российской Федерации [6]. Проводятся различные исследования в области туризма как перспективной сферы экономики. В связи с этим возникла потребность в высококвалифицированных кадрах с новым типом мышления и поведения. Отвечая на запросы времени, многие образовательные учреждения приступили к подготовке кадров для туристского бизнеса. В частности, в Казани в этом направлении работают Казанский филиал РМАТ, ТИСБИ, КГУ, ИУЭП, Казанский речной техникум. Обозначился определенный прорыв в разработке учебных и методических пособий. В Татарстане имеется цикл статей по этому направлению. Ежегодно проводятся выставки, конференции-ярмарки, «круглые столы».

Рассмотрим аспект о функционировании государственных языков в области туризма. На сегодняшний день равенство двух языков в нашей республике на основе «Закона о языках народов Республики Татарстан» от 1992 г. предполагает наличие двуязычных специалистов [2]. Автором данной статьи был проведен опрос среди руководителей основных действующих и развивающихся гостиниц, ресторанов, туристских агентств и других предприятий сферы туризма по выявлению функционирования татарского языка в этой области. К сожалению, обнаружена острая нехватка квалифицированных кадров со знанием профессиональной лексики туризма на татарском языке и, как следствие, невозможность проведения качественных экскурсий на татарском языке. Также выявлено отсутствие научной и справочной литературы на татарском языке. На сегодняшний день не осуществляется работа по следующим основным направлениям рекламно-информационной деятельности на татарском языке, в частности, издание бюллетеней туристской информации, каталогов туристских фирм и маршрутов, объектов гостиничного хозяйства, туристских карт. Прибывающие в республику туристы, как и ее жители, не имеют возможности получить необходимую информацию о средствах размещения, о туристских и экскурсионных маршрутах, о достопримечательностях, об объектах развлечения, различных мероприятиях и т. д. даже на русском языке. К сожалению, в нашей республике такое поле обслуживания туристов, гостей и ее жителей еще не совсем разработано. По этой причине, следовательно, много работы в данном направлении в области лингвистики. Все принятые нормативные документы должны существовать на обоих государственных языках. Пока они

имеются только на русском языке. Таким образом, нормативно-правовая лексика в области туризма на татарском языке отсутствует. В связи с этим появилась необходимость изучения лексики индустрии гостеприимства.

Почему предметом нашего исследования стали именно английский и татарский языки? Сопоставительные исследования в области тюркских и индоевропейских языков являются теперь уже одним из утвердившихся направлений современной тюркологии и общего языкознания. И это закономерно: бурный процесс осознания своей уникальности, своеобразия, специфичности и желания сохранить свою самобытность, охвативший большие и малые народы нашей планеты в конце прошлого столетия, продолжается и по сей день, оказывая большое влияние на развитие гуманитарных наук. Внимание общественного сознания сосредоточилось на тех направлениях и отраслях, которые позволяют, с одной стороны, дополнить и развить представление каждого народа о специфике национального пути в рамках общего хода цивилизации, определить ценность своей культуры, своеобразие языка и, с дрогой стороны, продолжить укреплять межнациональные и межкультурные связи, выявляя общее и всеобщее.

Во-первых, как известно, английский язык традиционно относят к языкам с аналитическим строем, а татарский – к языкам с синтетическим строем. В понятие «аналитический строй» в противоположность строю синтетическому включаются обычно два различных явления: так определяют язык, мало использующий аффиксальные морфемы, а также язык, в котором широко представлены аналитические формы передачи грамматических значений, специфика которых заключается в тенденции выражать грамматические значения дифференцированно и однозначно. В теоретическом языкознании бытовала концепция, согласно которой общим путем языкового развития считался путь от флексии к анализу, т. е. процесс замещения синтетических форм аналитическими. Однако формула «от синтетического к аналитическому» не является единственно возможной для характеристики процессов развития языка. Отличие аналитического строя от синтетического не исчерпывает реальных различий между конкретными формами грамматического построения различных языков. Как аналитические, так и синтетические формы являются оформлением способов, характеризующих проявление в различных сочетаниях более общих принципов структурной организации речи, присущих для данного языка (В. Г. Адмони).

Несмотря на то, что для строя современного английского языка характерно использование аналитических средств связи, а для строя современного татарского языка – синтетических средств, элементы как аналитизма, так и синтетизма варьируют по своему удельному весу в изучаемой микросистеме в английском языке и в комплексе их функциональных эквивалентов в татарском языке. «Сама проблема установления типа языка как некоторой совокупности разных типологических черт, но все же типа “чистого” остается пока нерешенной, а традиционное противопоставление языков аналитического строя языкам синтетического строя не может быть признано состоятельным ни с конкретно-лингвистической, ни с абстрактно-логической точек зрения» [4].

Во-вторых, решение исследовать лексику гостеприимства на фоне и в сопоставлении с английским продиктовано тем, что исследуемая зона в английском языке является детально разработанной и служит на сегодняшний день источником обильных заимствований для русского языка, а из русского в татарский язык. В силу исторических истоков туризма наиболее употребительным в большинстве туристских регионов и стран для межнационального общения в профессиональной сфере признается именно английский язык. С каждым днем все большее количество людей говорит на английском языке и понимает английскую речь. Английский – это язык межкультурного общения. На сегодняшний день работа по основным направлениям рекламно-информационной деятельности, в частности издание бюллетеней туристской информации, каталогов туристских фирм и маршрутов, объектов гостиничного хозяйства, туристских карт, ведется на английском языке.

В-третьих, наука о туризме, а вместе с этим и о гостеприимстве постоянно и интенсивно развивается. Идет естественный для каждой отрасли научного знания процесс уточнения, конкретизации ее понятийного аппарата. В настоящее время вокруг толкования туристских терминов все еще продолжаются дискуссии и споры. По мнению Ефремовой М. В., основными причинами разногласий в терминологии туризма являются:

- недостаточная изученность туризма, поскольку объектом научных исследований он стал сравнительно недавно;
- широта туризма и его многосторонняя связь с другими отраслями и категориями, в том числе международными;

• примитивный подход к теории и практике туризма в силу доступности и открытости отрасли как для поступающих туда трудовых ресурсов, так и большинства потенциальных пользователей туристскими услугами;

• сложившаяся в отечественном туризме практика механического перенесения иностранных слов без их точного перевода на русский язык;

• амбиции и «всезнание» некоторых российских специалистов, желающих внести «свой вклад» в науку путем искажения общепринятых дефиниций и придумывания новых, часто не согласованных даже с правилами русского языка [1].

Изучение лексики индустрии гостеприимства в татарском языкознании представляет интерес как для специалистов сферы туризма, так и для лингвистов. Сформировавшись как отдельный тематический пласт, до настоящего времени, когда в связи с усилением внимания к национальным языкам в государственной политике и растущей необходимостью преподавания отраслевых предметов на родном языке обучающихся в учебных заведениях особую важность, актуальность и остроту приобрело исследование различных аспектов терминологии, лексика индустрии гостеприимства продолжает оставаться малоисследованной. Данная лексика в татарском языке до настоящего времени не подвергалась системному анализу. Специальная лексика языка индустрии гостеприимства не представляет собой упорядоченной системы, которая соответствовала бы современному уровню науки и запросам практики. Отсутствие научной, справочной литературы представляет в этой связи глубокую лакуну в татарском языкознании.

Итак, с точки зрения автора данной статьи значимость изучения лексики индустрии гостеприимства в разноструктурных языках (в английском и татарском) не должна вызывать сомнений. Разработка данной темы восполнит имеющийся пробел в татарском языкознании, в современной тюркологии, в сопоставительной лингвистике и общем языкознании.

Литература

1. Ефремова М. В. Эффективность коммуникационных процессов в сфере туризма (семантика, дефиниции в терминологическом аппарате) // Маркетинг. – 2004. – № 2. – С. 88–102.

2. Закон Республики Татарстан от 8 июля 1992 г. № 150 «О языках народов Республики Татарстан» // Ведомости Верховного Совета Татарстана. – 1992. – № 6.

3. Ибрагимов А. Л. Туристский потенциал Татарстана и пути совершенствования развития туризма в регионах // Актуальные проблемы в сфере туристического бизнеса: материалы VI научно-практ. конф. студентов и аспирантов. – Казань, ТИСБИ. – 2001. – С. 12.

4. Ковальчук Н. Г. Сравнительная типология словосочетаний английского и татарского языков: курс лекций. – Казань, КГПИ, 1984. – 44 с.

5. Мингазова Н. М. Природное наследие Татарстана. – Казань: Изд-во Казанского ун-та, 2006. – 304 с.

6. Программа развития туризма в Республике Татарстан на 2005–2010 гг. – http://mdmst.tatar.ru/rus/info.php?id=7642.

СОКРАЩЕНИЯ В ЛЕКСИКЕ ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА АНГЛИЙСКОГО И ТАТАРСКОГО ЯЗЫКОВ

Л. А. Гарифуллина, *преподаватель Казанского филиала РМАТ*

Сопоставительное изучение разноструктурных языков и в научном, и в практическом плане представляет собой одну из актуальных проблем языкознания. Решение исследовать лексику гостеприимства на фоне и в сопоставлении с английским продиктовано тем, что исследуемая зона в английском языке является детально разработанной и служит на сегодняшний день источником обильных заимствований для русского языка, а из русского в татарский язык.

Автор статьи, сопоставляя сокращения как способ словообразования в двух языках, приходит к выводу, что в английском языке это закономерно установленный процесс, а в татарском этот процесс только зарождается. Таким образом, аббревиация – одна из областей, которая показывает опережение лексики индустрии английского языка в развитии на несколько этапов. В статье дается несколько подходов к определению сокращений, подробная классификация аббревиатур. Данное исследование представляет интерес и для практического пользователя, так как облегчит его работу, делопроизводство, потому что аббревиация заключается в обеспечении передачи максимального количества информации при минимальном использовании материальной оболочки языка, т. е. в повышении эффективности коммуникативной функции языка.

О ФОРМИРОВАНИИ НАЦИОНАЛЬНОЙ МОДЕЛИ РОССИЙСКОГО ТУРИЗМА

Ю. Н. Голубчиков, *канд. геогр. наук,* **А. С. Сербенюк, Е. Б. Магин**
Географический факультет МГУ им. М. В. Ломоносова

Надежной статистики в сфере туризма нет. Одни данные утверждают, что ежегодно страны дальнего зарубежья посещает 4 млн человек, другие говорят о 10 млн выезжающих, приводятся цифры и в 25 млн. С ростом курса рубля по отношению к доллару выездной туризм все более растет. Уже в следующем году число россиян, совершающих зарубежные поездки, вероятно, достигнет самого высокого значения в истории отечественного туризма.

Зато все единогласны в том, что Россию посещает куда меньше туристов из-за рубежа. Хотя иногда говорится о 20 млн интуристов, ежегодно посещающих Россию, большинство цифр все-таки останавливается на 2,7–4,5 млн интуристов из дальнего зарубежья. Ситуация будет еще более разительной, если станем оценивать донорскую роль России на международном туристическом рынке в денежном эквиваленте. Тут точных цифр тоже нет. По одним данным, россияне ежегодно оставляют за рубежом 11 млрд долл., по другим оценкам, с туризмом ежегодно вывозится из страны 30 млрд долл. Привозится же интуристами в Россию всего лишь 3–4 млрд долл. в год. Тут оценки сильно не расходятся. Это в несколько раз меньше, чем вывозится. Даже Украина имеет прибыль от туризма больше, чем Россия. Если валютные поступления в расчете на одно прибытие в США превышают 1600 долл., в Германию – 1250 долл., Италию и Испанию – по 790 долл., Австрию – 700 долл., Китай – 520 долл., то средние расходы, произведенные нерезидентом во время пребывания на территории Российской Федерации, составили всего 200 долл.

Что надо сделать, чтобы Россия перестала быть донором на мировом туристическом рынке и направила финансовые потоки, идущие с туристами, на себя? Привлечь иностранных туристов в Россию, считают многие, смогут хорошие гостиницы, разветвленная сеть услуг, сервис на уровне международных стандартов. Но при хорошем потоке интуристов все это бы уже давно появилось, на любой вкус и запрос.

Гораздо меньше говорится о том, что потока туристов к нам нет из-за преобладания негативной информации о России в зарубежных СМИ. По накалу он превышает даже тот, что был в годы холодной войны. Мировой общественности рисуется образ криминальной агрессивной страны. Постоянно указывается на нерадивость и бесхозяйственность в использовании российских пространств. Приводятся цифры низкого интеллектуального потенциала россиян.

По некоторым международным рейтингам, Россия попадает в десятку стран, столь же неблагоприятных для туризма, как Бурунди, Новая Гвинея, Нигерия, Ботсвана и Зимбабве, следуя сразу же за Ираком и Афганистаном. Даже Грузия, Таджикистан и Узбекистан оказались менее опасными для путешествий, чем Россия. В результате доля России в мировом туристском продукте, по данным Всемирной туристской организации, составляет лишь около 1 %.

Однажды сложившуюся отрицательную репутацию преодолеть трудно. Раз уж мы попали в число стран, неблагоприятных для туризма, то надо из этого делать выводы и искать свои выгоды, выявлять то, что отличает наш российский туризм от туризма других стран.

География туристских потоков показывает, что люди в основном путешествуют внутри своего культурно-исторического поля. Когда житель Нью-Йорка или Дели посещает Лондон, индонезиец – Амстердам, а чилиец – Мадрид, то это сопоставимо с посещением Москвы жителем Киева или Бишкека. С различными целями из бывших союзных республик ежегодно прибывает в Россию 14 млн человек.

Конечно, далеко не все они фиксируются как туризм, но тот или иной элемент туристического восприятия России присутствует в них почти всегда. Важно как можно интенсивнее переориентировать туристские потоки с постсоветского пространства на внутренний российский рынок туризма.

России есть, что предложить мировому туристическому рынку. Ни одна из стран мира не сохранила такого огромного пространства со столь еще неразрушенной и богатой природной средой, как Россия.

Почти половина российских пространств не отягощена антропогенной и техногенной нагрузкой. Это значит, что, пролетая над ними на самолете или рассматривая их аэрокосмические снимки, невозможно обнаружить никаких следов человеческой деятельности – населенных пунктов, дорог, водохранилищ, линий электропередач, возделанных полей. В Европе таких площадей эколог Н. Н. Клюев насчитывает всего 2,8 %.

Но самое большое богатство, которое Россия может предложить миру, это ее духовное богатство. У России есть и тут чем заявить о себе. Это православие, и почему бы, действительно, Москву не превратить в Мекку православного паломничества. Многими в мире Русская православная церковь воспринимается последним оплотом христианского традиционализма и консерватизма. В мае этого года состоялось грандиозное событие в истории России и православного мира вообще – воссоединение Русской православной церкви Московской патриархии и Русской зарубежной православной церкви. Это еще более усиливает планетарное влияние Москвы.

Как отмечает ректор Российской международной академии туризма И. В. Зорин, нам есть чем гордиться. Это наши имперские атрибуты, которых мы как бы стесняемся, наше положение на перекрестке цивилизаций, великий русский язык, русская культура. До сих пор еще закрыты для туризма наши закрытые города. Подобные поселения в США, созданные в рамках «манхэттенского проекта» (Лос-Аламос, Ок-Ридж) уже несколько десятилетий зазывают к себе туристов.

Туризм становится одним из плацдармов борьбы за Россию. К сожалению, наши конкуренты в ней вооружены лучше нас. Специальность «Россиеведение» есть во многих западноевропейских и японских университетах, даже в польских университетах она есть. У нас ничего подобного нет.

Раз есть технологии уничижения России, то должны быть и меры противостояния им. Возможно, отыскать их можно в методах психологической обработки противника, преподаваемых в наших военных вузах, у них есть чему поучиться. Достойное место в отечественном образовательном процессе должна занять такая холистическая дисциплина, как отечествоведение, понимаемая не как смесь физической и экономической географий, а как интердисциплинарное рекламное, информационное и имиджевое продвижение России на мировом туристическом рынке. Главным ее содержанием должно стать освещение России взглядом японца, китайца, поляка, немца, американца, составление рассчитанных на них рекламно-информационных материалов, обучение неназойливому преодолению содержащегося в нем негатива, обращению его в позитив. На цели рекламирования России выделяется 3 млн долл. в год, в несколько раз меньше, чем рекламный бюджет Словении.

Видное место в западных моделях туристического образования занимает гуманитарная география, или Human Geography, посвященная во многом изучению пространственного поведения людей. Там считается, что без понимания этого нечего и делать на рынке туристических услуг. У нас же география человека отнесена к классу маргинальных дисциплин, зато основной дисциплиной стало страноведение, которое в том виде, как оно подается, правильнее было бы именовать государствоведением. Туристические характеристики стран насыщены в учебных пособиях по этому курсу таким объемом количественных данных, что полезнее было бы выучить телефонный справочник. СМИ также в основном направлены на рекламу туристических объектов мира, а не России. Это состояние вполне устраивает глобальный туристский рынок, на котором Россия занимает одно из ведущих донорских мест, но не может устраивать нас.

Лучшее, что мы можем сделать для развития туризма в нашей стране, – это лелеять любовь к ней. Чем больше будет стремление показать миру Россию, тем сильнее станет ее туристская сфера.

ПРИНЦИПЫ, МЕТОДИКА И РЕЗУЛЬТАТЫ ОПРЕДЕЛЕНИЯ РЕКРЕАЦИОННОЙ ЕМКОСТИ СЕЛИГЕРСКОГО КРАЯ

А. А. Дорофеев, *канд. геогр. наук, доцент*
Тверской государственный университет

Подробно рассмотрена история рекреационного освоения района озера Селигер в Тверской области. Приведены количественные данные об оценках туристских потоков и рекреационной емкости, сделанных в разные годы в ходе проектных изысканий.

На основе результатов современных полевых исследований рассчитаны: инфраструктурный рекреационный потенциал, экологическая рекреационная емкость, потоки организованных и самодеятельных туристов в одном из главных туристских регионов Центрального федерального округа.

ЛИНГВОКУЛЬТУРОЛОГИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ РУССКОЙ И АНГЛИЙСКОЙ КУХНИ

К. М. Дуллиева, *ассистент кафедры Казанского филиала РМАТ*

Богатство культуры народа, его обычаи и традиции, история тесно связаны с его кухней, которая является неотъемлемой частью культуры любого народа. Используемые продукты, способы приготовления (русская печь), названия блюд и приемов пищи взаимообусловлены климатом, образом жизни, историей народа и находят свое отражение в языке. Многие блюда, такие как английские ростбиф, пудинг или русские каша, квас без перевода понятны во многих языках. Туриста, въезжающего в страну, наряду с осмотром достопримечательностей также интересует местная национальная кухня, которая передает дополнительные оттенки и помогает воссоздать в сознании полную картину культуры, быта и образа жизни народа. При этом национальные особенности местной кухни проявляются во всем спектре лексических и фразеологических единиц, которые в процессе изменения и развития выходят за рамки своих главных значений и проникают во все сферы жизни, становясь уже не понятиями, а концептами, понимаемыми как условные ментальные единицы лингвокультурологии.

Русская кухня имеет глубокие корни. Раньше на Руси преобладало большое количество блюд, рецепт приготовления которых был довольно прост. Из методов приготовления в основном использовались варка в кипящей воде и запекание в русской печи, тем не менее в русской национальной кухне существовало огромное количество рецептов, отличавшихся друг от друга незначительно, порой лишь несколькими компонентами. До XIX в. русская кухня считалась грубой и варварской, значительное распространение получила французская кухня, которая считалась тонкой и изысканной, предназначенной для гурманов. Многие французские блюда вытеснили русские. С появлением заморских рецептов вошли и новые способы приготовления – бланшировать, брезировать, пассеровать. Такой термин, как «фламбировать», означает довольно сложную процедуру опаливания на открытом огне в коньяке или в другом спирту, поэтому до сих пор он не стал «народным», и только искусные повара пользуются им для приготовления своих блюд.

На русскую кухню большое влияние оказало христианство, согласно которому стол разделяется на постный (рыбно-растительно-грибной) и скоромный (яично-молочно-мясной). Компонентов в блюдах было немного, они не измельчались и не смешивались. Даже в пирогах рубу не измельчали, а пластовали. Таким образом получалась рыба в тесте, сродни английским Toad-in-the-hole или Dachshund sausage, а не привычный нам рыбный пирог.

Моду на салаты, даже такие знаменитые, как оливье или винегрет, известный во всем мире как русский салат, привнесла французская кухня. Русская кухня характеризовалась цельными продуктами: не существовало таких методов приготовления, как измельчение, дробление, перемалывание, смешение, так как к измельченной массе можно было подмешать недоброкачественное сырье. Так, по традиции исконно русскими не стали французские котлеты, паштеты, английские пудинги. Напротив, в России было принято готовить из цельного куска: всевозможные отбивные, цельные рыба и тушки. До XVII в. не допускалось комбинирование продуктов, поэтому появившиеся салаты были однокомпонентными и назывались по входившему в их состав продукту: огуречный или свекольный.

В Англии пудинги всегда были национальным блюдом, и их имеется большое разнообразие. Они могут быть мясными, крупяными и даже сладкими и подаваться на десерт. По способу приготовления пудинги бывают вареными или печеными. Они могут напоминать нашу густую кашу – rice pudding (как молочная рисовая каша или кулеш) или pease pudding (гороховая каша, популярная на севере Англии, которая подается как гарнир к свинине). Black pudding, или кровяная колбаса, также называется хлебом. В русской культуре хлебу всегда отводилось первостепенное место – «Хлеб – всему голова». Мучные изделия создавались на основе кислого ржаного теста, под воздействием грибковых культур, позднее появилась сначала привозная, затем и местная пшеничная мука, и на ее основе пеклись такие национальные хлебные изделия, как оладьи, шаньги, пышки, баранки, бублики, калачи, белый хлеб.

Пожалуй, самое большое место в русской кухне всегда занимали каши и супы. «Щи да каша – пища наша» – гласит русская народная мудрость. Слово «суп», так же как и «бульон», заимствовано из французского языка, а супы раньше назывались хлебовами, которые подразделялись на всем ныне известные национальные русские супы – щи (с капустой, щавелем, крапи-

вой), борщи (со свеклой), рассольники (с солеными огурцами), солянки (острые супы с различными видами мяса) и ухи (с рыбой).

Долгое время до XVII в. русские блюда были невкусными, так как местные повара были не знакомы с технологией жарения, заимствованной на Востоке. Русские долго предпочитали вареные, квашеные и соленые блюда.

Значительное место в русской кухне также занимает каша. В России произрастает много зерновых культур, из которых делается по несколько видов круп. В связи с этим существует большое количество наименований и рецептов каш. Так, в Англии есть одно национальное блюдо, напоминающее русскую овсяную кашу – это porridge, без которой немыслим традиционный английский завтрак. Все остальные каши – гречневая, манная, ячменная – понимаются англичанами по названию крупы, из которой они приготовлены – buckwheat (porridge), semolina, pearl-barley.

Чай и устраиваемые чаепития не всегда были распространены в России. Раньше пили взвары, отвары, настои, кисели из лесных ягод и трав, которые в изобилии произрастали в лесах, на лугах и полях. Насажденный в русской культуре чай прижился и получил широкое распространение, что также нашло отражение в пословицах и поговорках: «чай не пить – откуда сила», «выпей чайку, забудешь тоску». Более того, радушный хозяин должен гостей напоить чаем.

В Англии чай является не только любимым национальным напитком, но существуют даже приемы пищи, приходящиеся на пять часов вечера и примерно на восемь часов вечера, называемые five-o'clock tea и Большой чай, или High-tea, соответственно. Чай является и непременным атрибутом английского завтрака и ланча.

Так, в английской и русской культурах есть много схожих черт, но одновременно много притягательных для изучения нюансов.

МОНАСТЫРИ РОССИИ: НОВЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ РАЗВИТИЯ ТЕРРИТОРИИ В СФЕРЕ РЕЛИГИОЗНОГО ТУРИЗМА И ПАЛОМНИЧЕСТВА

А. С. Емельянов, *канд. геогр. наук, доцент,*
доцент кафедры Ярославского государственного педагогического университета им. К. Д. Ушинского,
профессор Ярославского филиала РМАТ

Возрождение монастырей на рубеже XX–XXI вв. – заметное явление в Русской православной церкви. Если в середине 80-х годов XX в. на территории России действовали 2 обители, то в 2006 г. их насчитывалось уже 402. Все более широкая география монастырей, их заметное смещение в сторону сельской местности, малых и средних городов создают определенные условия для развития религиозного туризма и паломничества. Богатство духовных традиций и святынь в сочетании с высоким уровнем транспортной инфраструктуры, плотностью городских и сельских поселений благоприятствуют созданию новых туров в системе «Золотое наследие Руси», «Золотое кольцо России» [1].

Однако развитие монастырей Русского Севера, Северо-Запада, Урала, Сибири и Дальнего Востока сдерживается особенностями транспортно-географического положения, размещением населения, отсутствием совместных программ у Русской православной церкви, государственных и частных структур.

Современные монастыри – это не только своеобразные локусы духовной жизни, но и организации территории, включая сохранение сети сельского расселения и реконструкцию окружающего ландшафта. На основе изучения материалов Русской православной церкви нами отмечена особая роль монастырей в формировании разнообразных видов деятельности среди местного населения: пчеловодство, ткачество, ремесла, лесовосстановление, огородничество, возрождение православной русской кухни. Но на данном этапе меняющихся отношений между светской и духовной властями это явление еще не получило широкого распространения как в сельской, так и городской среде [4].

Проведенный нами анализ имеющихся картографических произведений и их наложение позволяют сделать вывод об особой роли монастырей в формировании новой сети сельского расселения населения. Так, в Костромской, Ярославской, Ивановской областях Центральной Рос-

сии вынужденные переселенцы и беженцы осваивают сельское пространство, которое объединяет мужская или женская монастырская обитель, сельский храм. Здесь происходит своеобразное движение навстречу друг другу. В результате подобного «соработничества» территория оживает, возрождается. Путешествия по Центральной России и Русскому Северу подтверждают вышесказанное [2].

Определенная часть монастырей продолжает выполнять градообразующую функцию (в частности, Свято-Николаевский монастырь – г. Верхотурье Свердловской области, Николо-Угрешский монастырь – г. Дзержинский, Свято-Покровский монастырь – г. Хотьково Московской области, Кирилло-Белозерский монастырь – г. Кириллов Вологодской области и др.) Торговля и ярмарки, которые до начала XIX в. проходили под стенами монастырей, вновь возрождаются во время проведения каких-либо знаменательных событий (Свенский монастырь под Брянском, Макарьев Желтоводский монастырь под Нижним Новгородом и др.).

Новая роль монастырей наметилась и на территории республик России с титульным исламским населением. К примеру, монастыри Свияжска, Раифский монастырь под Казанью удерживают местное православное население от миграции к духовным центрам Подмосковья [5].

По мнению отечественных ученых, монастыри по-прежнему сочетают в себе два противоположных направления: гибкость и консервативность. Это проявляется и в сфере религиозного туризма. Приток туристов, как российских, так и зарубежных, в монастыри оказывает заметное влияние на их финансовое состояние. По опубликованным данным, ежегодно около 2 млн человек совершают паломничество внутри России. Приток паломников из-за рубежа не превышает 15–20 тыс. человек. К сожалению, нет точной статистики о количестве посещающих монастырские комплексы в качестве паломников и туристов, но «дорога к храму» стала занимать все большее число путешествующих. Несомненно, дальнейшему росту иностранных паломников будет способствовать происшедшее в мае 2007 г. историческое событие – объединение Русской православной церкви за границей и Русской православной церкви [3].

Открытость обителей для прихожан независимо от их религиозных убеждений, полового, возрастного и национального состава свидетельствует о гибкости монастырской системы. С другой стороны, служение высшим духовным ценностям оказывает сдерживающее влияние на рост религиозного туризма, направленного в сторону монастырей. Думается, в этом смысле руководство Русской православной церкви могло бы обратиться к религиозному опыту Болгарии. Обращает на себя внимание высокая культура взаимоотношений государства и церкви по совместному использованию духовных центров. При желании и туристы, и паломники могут совершать сообща молитвы, слушать церковные песнопения, освящать жертвоприношения в православных обителях.

Современный этап возрождения монастырей в нашей стране начался в канун празднования 1000-летия Крещения Руси. С 1988 по 1994 г. отмечается наибольший подъем монастырского учредительства. Особенно это проявилось в Санкт-Петербургской, Нижегородской, Ярославской, Костромской, Волгоградской, Воронежской, Екатеринбургской, Волгоградской епархиях. На территории Читинской, Якутской, Благовещенской, Магаданской, Ставропольской, Оренбургской, Уфимской епархий обители появились во второй половине 1990-х гг. [6].

Являясь центрами русского православия, монастыри определяют эстетическое лицо как крупных, так и малых российских городов. Возрождение паломнических традиций по линии Московского патриархата и организация религиозных туров турфирмами благотворно сказывается на развитии монастырей России, переживающей «духовный Ренессанс».

Литература

1. Емельянов А. С. Особенности использования культурно-исторического и природного потенциала Центральной России (на примере Ярославской области) // Культурный туризм для мира и развития: сб. докл. и тез. сообщ. Межд. научн. конф. ЮНЕСКО. – М., 2000.

2. Емельянов А. С. Этнокультурные аспекты изучения территории. – Ярославль, 2003.

3. Православный паломник // Паломнический центр Московского Патриархата Русской Православной Церкви. – № 5. – 2006.

4. Проблемы развития внутреннего туризма в Центральной России: образование, менеджмент, планирование. – Ярославль, 2005.

5. Русские монастыри. – М.: Очарованный странник, 1995.

6. Сафронов С. Г. Русские православные монастыри: на полпути из села в город // Россия и ее регионы в XX веке: территория – расселение – миграции. – М., ОГИ, 2005.

ИСТОРИКО-ЛИТЕРАТУРНАЯ ТРАДИЦИЯ СТРАНСТВИЙ В КОНТЕКСТЕ СОВРЕМЕННОГО ТУРИЗМА

Д. В. Ермилова, *канд. пед. наук, доцент, завкафедрой РМАТ*

Существует тесная и давняя связь между туризмом, философией и религией, филологией, частным проявлением которой выступают история и литература, искусством, в основном архитектурными памятниками, и географией как глобальным распределением массово посещаемых туристских объектов: паломнических центров, музейных коллекций, древних развалин и архитектурных шедевров [5–7]. Традиция литературных произведений, описывающих странствия, далекие загадочные земли и народы, насчитывает много столетий. Исстари туризмом занимались сами путешественники, оставляя записи о своих поездках, встречах и приключениях. Так, труды Геродота и Марко Поло составляют значительное письменное наследие о «древнем и средневековом туризме». Массовый характер международного туризма образно и ярко описан Марком Твеном в «Протоках за границей» в 1869 г.

Важной проблемой профессиональной подготовки специалистов туризма все еще выступает формирование содержания туристского образования [5]. Еще в 1999 г. экс-президент Боннской школы профессионального образования Герман Шмидт подчеркнул, что работник индустрии туризма помимо хорошего образования и глубокой подготовки в своей области «должен обладать широкими познаниями в области культуры и навыками общения» [5]. По мнению И. В. Зорина, среди специфических принципов, влияющих на отбор и формирование содержания профессионального туристского образования, первое место занимает аксиологический принцип, который предполагает осознание «учащимися основной задачи туристской деятельности как проблемы обеспечения доступности к ценностям культурного и природного наследия» [5].

Культурные ценности и места их сосредоточения, описанные в произведениях художественной литературы, показанные в телевизионных программах и увиденные в кинофильмах, формируют общественное мнение не только потенциальных туристов, но и специалистов туристского бизнеса. Так, в результате опроса, проведенного Международным центром изучения общественного мнения «Anholt Nation Brands», Австралия признана наиболее привлекательной страной мира для среднестатистического туриста [2]. При этом подчеркивается, что подавляющее большинство опрошенных никогда не были в Австралии и в своих предпочтениях опирались на сведения из литературы, телепрограмм и кинофильмов. Примечательно, что немногим стране-континенту уступают Великобритания, Германия, Италия, Канада и Швейцария. Из азиатских стран в первую десятку попала Япония. Помимо прочих критериями отбора выступали культурно-историческое наследие и туристские достопримечательности. Важно, что, несмотря на кажущееся забвение культурных, духовных и вообще общечеловеческих ценностей, для большинства они, тем не менее, остаются определяющими при выборе, куда отправиться в поездку и что увидеть в первую очередь [2].

Считается, что с XII в. паломники в широкополой шляпе, с тыквой для воды и с посохом, увенчанным раковиной пектена, подражая образу Святого Иакова, должны были посетить Рим, Иерусалим и Сантьяго-де-Компостела. В те времена было два маршрута: Дорога святого Иакова и Французская дорога. 1555 км проходили пешком за 3–4 месяца. Чтобы облегчить тяготы путешествия, священник Э. Пико составляет «Путеводитель пилигрима», получивший широкое хождение. Затем для защиты дорог и строительства монастырских гостиниц для паломников основывается Орден святого Иакова Компостельского. Первый Магистр Ордена Педро Фернандес де Фуэнте Эскалада по праву может считаться первым организатором доходного туризма [4].

Несомненно, что произведения художественной литературы, будь то литературные памятники Средневековья или Возрождения, романы Дэна Брауна или Джека Лондона, влияют на туристский спрос и стимулируют предложение в туризме и путешествиях. В случае с книгами Дэна Брауна – «Ангелами и демонами» и особенно после нашумевшего «Кода да Винчи» – невозможно не заметить, что именно эти литературные произведения повлияли на формирование новых туристских направлений. «Ангелы и демоны» способствовали разработке экскурсионного маршрута по Риму. Осмотр достопримечательностей, упоминаемых в книге, сопровождается цитированием Дэна Брауна. Кстати отметим, что приведенные им сведения чрезвычайно интересны, содержат провокационные малознакомые факты и будоражат воображение тури-

стов. «Код да Винчи» помимо общественно-политического резонанса вызвал мощный поток туристов в Лувр, желающих по-другому взглянуть на Мону Лизу и спровоцировал создание международных европейских маршрутов с посещением тех примечательных мест во Франции и Великобритании, куда попадают герои романа.

Киноверсия романа «Код да Винчи» стала одним из самых ярких событий 2006 г. Многие поклонники этого фильма, отправляющиеся в Великобританию, непременно хотят посмотреть те места, где проходили съемки. Сделать это возможно, поскольку Британским управлением по туризму VisitBritain уже составлен и отпечатан на нескольких языках, в том числе и на русском, путеводитель по знаковым местам съемок: храм тамплиеров в Лондоне (Темпл-чёрч) и часовня Росслин в Шотландии [3]. Посмотрев «Код да Винчи», толпы туристов, потрясенных романом и фильмом, стимулировали превращение туров по Британии в путешествия по следам Святого Грааля: Темпл-чёрч, соборы Уинчестера и Линкольна, а также поразительная и загадочная часовня Росслин. Все эти места, сыграв главные роли в киноверсии блокбастера Дэна Брауна, надолго стали объектами туристского паломничества [9].

Необычайные туристские бумы возникали и в прошлом. Так, в последнем десятилетии XIX в. была искусственно создана «Золотая лихорадка» на Аляске. Так как золота на Аляске было мало, то второй Калифорнии не возникло, и обогатились единицы, в основном, организаторы и писатель Джек Лондон. Всего три месяца провел он на Аляске, но заработал на теме свыше двух миллионов долларов. Люди читали его книги и ехали. Шли через Чилкутский перевал, спускались к Юкону, сплавлялись на лодках до Доусона, многие погибали, тысячи, проев все, без денег и золота возвращались домой. А ведь за четверть века до этого русские знали, что золота на полуострове мало. Тиражи книг и статей Джека Лондона организовывались банками США. Они подогревали интерес и помогли вовлечь в игру полтора миллиона человек [4].

В 1989 г. Кен Фоллетт, современный английский романист, опубликовал «The Pillars of the Earth», книгу, которая немедленно завладела умами широкой читательской аудитории, открыв глаза на окружающие здания в общем смысле и на церкви и соборы в частности. Вдохновенно-восторженное описание готических соборов в повествовании Кена Фоллетта не может не захватить читателя [1]. После оглушительного успеха романа осмотр памятников церковной архитектуры из увлечения одного человека превратился в национальное хобби. Страстный и волнующий рассказ о средневековых соборах Англии, принципах их возведения и самих часто анонимных строителях, стимулировав общественный интерес к этой сложной теме, положил начало популярному сегодня виду туризма – посещению соборов и знакомству с историей их создания. Не удивительно, что практически сразу же британские туроператоры стали разрабатывать маршрут осмотра средневековых готических соборов, вдохновивших автора романа.

Маршрут называется «Pillars of the Earth Holiday» и включает все центры готического строительства средневековой Англии, упомянутые Фоллеттом [1]. Из Лондона любители и ценители готической церковной архитектуры отправляются в один их старинных английских городков, главной достопримечательностью и сосредоточением жизни которых уже много веков остается величественный собор. Остановившись в гостинице, путешественники приступают к неспешному вдумчивому осмотру архитектурного памятника. Тур предусматривает посещение таких значительных культурно-исторических центров средневекового соборного строительства как Питерсборо, Кентербери, Солсбери, Винчестер, Глочестер и Линкольн.

Само собой разумеется, что организация и проведение подобного тура не возможны без глубоких знаний по истории архитектуры, религии, философии и символизма. Так же требуются детальное знакомство со средневековой историей Англии, владение иностранными источниками по этим темам. В основе тура, несомненно, лежит всесторонняя подготовка персонала. Знание произведений художественной, мировой и национальных литератур на иностранных языках, совершенное владение иностранными языками и способность к общению в полном объеме по самому широкому спектру тем – актуальное требование и условие обучения специалиста турбизнеса.

Не вызывает сомнения наличие мощного аксиологического аспекта в создании и потреблении подобных туристских продуктов. В самом широком контексте восприятие такого вида турпродукта немыслимо без приобщения к всемирным общечеловеческим ценностям, не только материальным, но и духовным. Другими словами, туризм не мыслим без аксиологии, и ее знание должно являться органическим компонентом образования в сфере туризма и путешествий. Аксиология туризма как активное приобщение к вечным человеческим

ценностям, как чувственное, а не только философское, познание, осмысление и освоение духовных, моральных, эстетических, культурных, исторических и других ценностей посредством посещения туристских объектов возможно через комплексное усвоение географии, истории, литературных памятников, языка, культуры сквозь призму туристских дисциплин [2].

Рассматривая незыблемость и вечность аксиологии в контексте туризма и путешествий, нельзя не отметить, что художественные ценности покидают пределы Земли и осваивают космос. Уроженец Венгрии миллиардер Чарльз Симонии, который руководил разработкой программ Word и Excell в компании Microsoft, присоединится к эксклюзивному клубу космических туристов. Сам Симонии заявил, что «станет первым "знайкой" в космосе» [8]. Более того, самым необычным решением Симонии стало создание на МКС настоящей библиотеки. С этой целью он берет с собой две книги, которые оставит там, – фантастический роман Роберта Хенлейна «Луна – строгая любовница» и «Фауст» Гёте [8].

Этот пример служит доказательством того, что знание как вечная ценностная категория все еще востребовано и работа по просвещению человечества и приобщению его к высокой духовности еще не закончена. Самое главное, что подтверждают опросы, это то, что людям, в том числе и путешествующим, все еще интересны культурно-исторические и художественные памятники. Следовательно, целью современного качественного образования в туризме должно стать привитие хорошего вкуса к культурно-историческому наследию, его сохранению и пропаганде. В основе хорошего вкуса лежат прочные знания не только туристских дисциплин, но и турпродукта. Однако знание турпродукта невозможно без овладения сопутствующими дисциплинами: историей, географией, литературой, философией, культурологией, этнографией и, наконец, иностранными языками [5–7].

Так, художественные произведения американской литературы девятнадцатого и первой половины двадцатого столетий открыли миру Испанию как страну, привлекательную для посещения, край древних памятников, уходящих в глубь времен самобытных культур и уникальных традиций. Туристская «реконкиста»[1] Испании, обретение страны как одного из крупнейших мировых культурных центров и осознание ее как значимой европейской турдестинации стало возможным благодаря литературной деятельности двух выдающихся американцев. Вклад этих людей в развитие туристской привлекательности Испании поистине неоценим.

Оба американца были писателями и прожили какое-то время в Испании. Один, по-видимому, уже мало известный широкой публике, а когда-то знаменитый Вашингтон Ирвинг (1783–1856) стал первым из американских литераторов, получившим международное признание [11]. В 1826 г., будучи с дипломатической миссией в Испании, он приступил к художественному осмыслению и обработке испанских сюжетов и тем. Его перу принадлежат «История жизни и путешествий Христофора Колумба», «Завоевание Гранады» и «Альгамбра»[2].

В Гранаде окруженная тайнами и легендами Альгамбра – одно из впечатляющих мест на земле. Крепость построена арабами 700 лет назад, когда они правили городом. Именно здесь в глубине Андалусии зародились музыка и танец фламенко. Пришедший вместе с цыганами этот ритм стал популярным повсюду. Самое первое место для посещения в Испании хранит обычаи цыган, овеяно легендами о султанах и указывает на странную связь между Альгамброй и Америкой. В XV в. началось возвращение Гранады испанской короне. Гранада оставалась последним оплотом мавров и сдалась католическому королю Фердинанду и его супруге Изабелле в 1492 г. И в этом же году в Альгамбру пришел человек, которому было суждено открыть Америку.

Прошло двести лет после изгнания арабов, и христиане решили, что Альгамбра больше не королевский дворец. И выдающийся шедевр средневековой мавританской архитектуры начал разрушаться, пока не пришел сюда один североамериканец. Произведения Вашингтона Ирвинга перевернули представления современников об Испании и мире. В Гранаде сохранилась комната, где знаменитый американский романист В. Ирвинг написал увлекательную и завораживающую книгу сказок Альгамбры. В этой комнате в 1829 году писатель прожил около четырех месяцев. Потом В. Ирвинг станет первым послом в Испании, но в 1829 г. Альгамбра была забыта, там никто не жил, за исключением цыган и бездомных. Однако после издания «Сказок

[1] Отвоевание народами Пиренейского полуострова в VIII–XV вв. территорий, захваченных арабами.

[2] History of the Life and Voyages of Christopher Columbus, 1828; The Conquest of Granada, 1829; The Alhambra, 1832.

Альгамбры» в Штатах и Англии начался настоящий испанский бум, так много было желающих увидеть Альгамбру своими глазами. Страна переживала наплыв туристов со всего света. И настал момент, когда испанские женщины решили, что в Альгамбре нужно привести все в полный порядок. Так что можно утверждать, что дворец был открыт современному миру американским писателем Вашингтоном Ирвингом. Альгамбра объявлена ЮНЕСКО памятником всемирной архитектуры. Сегодня каждый турист будет покорен величием и сложностью этой постройки.

Другой «первооткрыватель» Испании – Эрнест Хемингуэй. С его именем в стране связано много мест. В его честь названы площади, улицы и ресторанчики, где до сих пор рассказывают истории о великом интернационалисте, американце, сражавшимся против фашизма в Испании, и толпятся туристы, среди которых выделяются шумные соотечественники писателя-публициста. В республиканской Испании потрясенный возникшей угрозой распространения фашизма на новые страны Хемингуэй, по мнению А. Платонова, «поднял оружие против фашизма, он как бы заявил, что не надо было прощаться с оружием, надо только его хорошо и по адресу употреблять» [10].

Через испанские произведения американца Хемингуэя, через реалистическое и одновременно романтическое описание древней страны, ее народа, языка и культуры, земли, вскормившей этих сильных духом людей, в которых лейтмотивом звучит гордое утверждение, что человека нельзя победить, что он создан не для поражений, Новый Свет и Старая Европа открывали для себя Испанию. Глубоко почитаемый в Испании американский прозаик не только увидел и изобразил с художественной силой реальных людей и события, но и рассказал об исключительных по красоте и культурной своеобразности местах, в которых побывал со своими друзьями-испанцами. Простым упоминанием или краткими зарисовками испанских городов и местечек Хемингуэй привлек внимание мира к необычности и уникальности этой древней страны Европы.

Одним из таких мест, заново открытых миру Эрнестом Хемингуэем, была Памплона, полный очарования, сохранивший средневековый колорит захолустный городок старинной провинции Наварра у подножия Пиренейских гор. Здесь, в испанской глуши, американский писатель столкнулся с примечательным явлением и яростным проявлением испанского национального характера и духа – бегстве от быков, и сделал его знаменитым на весь мир, задев за живое современников и поразив их души ярким описанием безудержной отваги, неуемной бравады и красочной жестокости. До Хемингуэя о «животной» части старинного праздника знали лишь участвовавшие в нем сами жители Памплоны и ее окрестностей. До рассказа американского репортера многие испанцы даже и не подозревали о существовании этого уникального обычая: бегах с быками или от быков, происходящих на узких улочках застрявшей в средневековье Памплоны.

Большую часть года расположенный в Северной Наварре город, где хозяйничают быки, тих и малолюден. Однако 6 июля древняя Памплона взрывается многоцветными красками фестиваля Святого Пермина, городского покровителя и главного святого. Этому фестивалю уже более 400 лет. Он длится девять дней и девять ночей. Для многих поколений бега с быками – секрет, известный лишь немногим местным жителям. Так было до тех пор, пока с традицией не познакомился американец. Великий писатель Эрнест Хемингуэй передал трепет и страсть этого фестиваля на страницах своего романа «Солнце еще взойдет».

Местные мужчины начали бегать от разъяренных быков более ста лет назад, стараясь показать свою храбрость. С тех времен эти забеги превратились в праздничный аттракцион для туристов с более чем миллионом зрителей и тысячами толпящихся на узких городских улочках, чтобы принять участие в бегах. Карнавальная атмосфера, еле сдерживаемое нетерпение и предчувствие смертельной опасности – это то, чего ждут туристы. Сигнальная ракета предупреждает бегунов, что шесть быков выпущено и улицы свободны. Путь длиной один километр преодолевается за несколько минут. Это самые быстрые и самые захватывающие и волнующие бега в Испании. Каждое утро фиесты насчитывает около дюжины поднятых на рога. Примерно триста человек в год оказываются под копытами, но в основном травмы не от быков, а от давки и падений.

Эрнест Хемингуэй описал захватившую его страсть к боям с быками в романах «Смерть в полдень» и «По ком звонит колокол». И сегодня над Памплоной несется эхо Хемингуэя. На Plaça Castilia писатель останавливался в гостинице La Perla, рядом сохранилось и радушно встречает посетителей его любимое кафе Bar Txoko. Оба места расположены в центре фиесты. Здесь неподалеку от арены для боя быков есть улица Paseo de Hemingway, названная в его честь.

Древние улочки Памплоны, ее старинные площадь и арена для боя быков, содержатели уютных ресторанчиков помнят Хемингуэя. Старинный испанский городок Памплона бережно хранит память о человеке, сделавшим его знаменитым, вырвавшим его из забвения времен, наполнившим его яркими эмоциями и познакомившим его со всем остальным миром.

Литература

1. Follett K. The Pillars of the Earth/Pan Books, 1999.
2. Австралия возглавила список самых привлекательных для туристов стран. – http://travel.mail.ru/news/37810/2006-12-02.
3. Великобритания в лучших традициях 2007. VisitBritain. Travel Media International. – 2007.
4. Давиденко И. В., Кеслер Я. А. Мифы цивилизации. – М.: Неизвестная планета, 2004. – 495 с.
5. Зорин И. В. Теоретические основы профессионального туристского образования: монография. – М.: Советский спорт, 2001. – 264 с.
6. Ермилова Д.В. Профессиональная подготовка в туризме за рубежом и в России: монография. – М.: Советский спорт, 2005. – 148 с.
7. Краткая география туризма и путешествий: учеб.-метод. пособие / Д. В. Ермилова; Российская международная академия туризма. – М.: Советский спорт, 2007. – 248 с.
8. Миллиардер променял Microsoft на космос. – http://www/dni/ru/news/world/2006/10/27.
9. Молодая Британия / VisitBritain. – London, 2006.
10. Платонов А. Размышления писателя // Литературная Россия. – 1964. – № 27. – С. 11.
11. Позднякова Л. Р. История английской и американской литературы. – Ростов н/Д.: Фенист, 2002. – 320 с.

ПРОГНОЗИРОВАНИЕ КОМПЛЕКСНОГО РАЗВИТИЯ ТУРИСТСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ МОСКОВСКОЙ ОБЛАСТИ НА ОСНОВЕ КОНЦЕССИОННЫХ СОГЛАШЕНИЙ

А. Б. Здоров, *канд. экон. наук, доцент кафедры*
А. А. Виноградов, *ст. преподаватель*
Российская международная академия туризма

Культурно-исторические достопримечательности Московской области обладают в настоящее время достаточно высоким потенциалом, исчисляемым сотнями единиц туристских объектов. К ним относятся объекты средств размещения, включая гостиницы и санаторно-курортные учреждения, исторические города, памятники истории культуры, природно-ландшафтные комплексы, объекты инфраструктуры. По экспертным оценкам специалистов, отдача от этих ресурсов находится на уровне 5–7 % от возможного уровня. Более того, многие объекты имеют уровень износа более 70 % и нуждаются в срочной реконструкции и обновлении. В этой связи назрела необходимость повышать коэффициент использования основных фондов туристской отрасли за счет инвестиционных поступлений.

Однако бюджет Московской области не позволяет полностью решить вопрос инвестирования отрасли. Требуемый объем финансирования, по предварительным оценкам, составляет 10,5 млрд у. е. На долю регионального и федерального бюджета приходится лишь 10–15 %. Таким образом, основную долю инвестиционных ресурсов составляет частный и привлеченный капитал.

Ведение предпринимательской деятельности на территории Московской области должно осуществляться под контролем государства. Следовательно, необходимы рычаги, механизмы управления этим процессом. Требуется разработать структуру концессионных соглашений, определить стоимость концессионных отчислений, обосновать условия предпринимательской деятельности.

В свою очередь, спектр предпринимательской деятельности в туризме весьма многообразен. Поэтому необходимо определить направления туристской деятельности, приносящие максимальный доход и максимально высокий уровень социальной обеспеченности граждан. Эти направления образуют систему предпринимательской деятельности в туризме. Для реализации программы туристской деятельности в Московской области требуется провести ряд научно-исследовательских разработок.

Целью предлагаемого проекта является разработка комплекса мероприятий по созданию единого венчурного фонда по управлению и развитию туризма на территории Московской области на основе концессионных соглашений.

Разработка системы и механизмов развития туристской деятельности Московской области включает: инвентаризацию рекреационных ресурсов; экономическую оценку туристского потенциала; определение стоимости концессионных взносов; исследование источников финансирования; изучение условий регулирования предпринимательской деятельности в регионе; организационное оформление регионального туристского фонда для управления концессионными процессами.

В рамках реализации проекта ожидаются следующие результаты:

- определение структуры предпринимательской деятельности в регионе;
- разработка механизма экономических взаимоотношений предпринимателей и государства на основе концессионных соглашений;
- создание проекта организации регионально-туристского фонда Московской области;
- обеспечение непрерывного туристского потока в регионе, прибыли и рентных отчислений в режиме SVP;
- увеличение финансового оборота туристской отрасли до 10 млрд у. е.

ПРОГНОЗИРОВАНИЕ ФИНАНСОВОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ТУРИСТСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В РЕГИОНЕ

А. Б. Здоров, *канд. экон. наук, доцент кафедры,* **М. А. Здоров**
Российская международная академия туризма

К наиболее актуальным направлениям прогнозирования финансовой деятельности в туристском регионе относятся: обоснование предпринимательства в туризме на основе концессионных соглашений, разработка методики полного учета объемов оказания услуг, разработка комплекса мероприятий по созданию единого туристского фонда развития туризма в регионе. Данные направления рассматриваются на примере Московской области.

Спектр предпринимательской деятельности в туризме весьма многообразен. В связи с этим необходимо определить направления туристской деятельности, приносящие максимальный доход и максимально высокий уровень социальной обеспеченности граждан. Однако ускоренного роста данного вида деятельности невозможно добиться, не проанализировав все экономические взаимосвязи, особенно с базовыми отраслями современного регионального хозяйства. Особенность базовых отраслей состоит в том, что они дают мультипликационный, умножающий эффект как в сторону увеличения производства, так и его уменьшения. Например, при всех достоинствах отечественной социально-культурной сферы ее развитие может быть сведено на нет при неудовлетворительном состоянии дорожно-транспортной сети, средств связи, системы питания и проживания туристов.

Направления предпринимательской деятельности, взаимосвязанные между собой, образуют региональный туристский комплекс (РТК). Это многоуровневый экономический механизм, требующий различных методов его оценки, начиная от статистической обработки данных и до экономико-математического моделирования. В конечном итоге устанавливается комплексный объем туристских услуг, позволяющий за счет точечного финансирования в отраслях РТК резко увеличить объем производства, повысить уровень занятности местного населения.

Перспективы развития РТК связаны с прогнозированием его финансового обеспечения, разработкой мероприятий по созданию соответствующего регионального туристского фонда. Наиболее приемлемой формой региональных фондов являются областные фонды, которые могут разукрупняться на районные или местные подразделения или, наоборот, укрупняться в виде организации всероссийского фонда.

Основной момент в создании региональных туристских фондов – определение туризма как ключевой, доминирующей отрасли в регионе. Это связано с наличием устойчивой рекреационной базы, памятников истории и культуры, средств размещения туристов и других инфраструктурных сооружений. Кроме того, экономическая обстановка складывается так, что в условиях кризисной ситуации приходится выбирать в качестве ключевых те отрасли, которые за минимальный промежуток времени дают максимальную отдачу. Развитие туризма как доминирую-

щей отрасли технологически связано почти со всеми отраслями региона: сельским хозяйством и пищевой промышленностью (снабжение продуктами питания); строительным комплексом (обеспечение средствами размещения); промышленностью (восстановление и улучшение экологической обстановки).

Естественно, что последний пример связан с ограничением, оптимизацией объемов промышленного производства. Тогда в главном экономическом показателе – валовом региональном продукте – основная доля должка приходиться на туристский комплекс. Другие отрасли «подстраиваются» под основную деятельность региона, создаются условия для получения совокупной региональной прибыли. Отсюда целью реализации концепции программы развития туризма Московской области является не обеспечение возможности всем, кто хочет (и может) реализовать свои способности и удовлетворить свои потребности, а максимизация прибыли туристской отрасли и занятие ею максимальной доли регионального рынка.

Первоначальное условие создания фонда – акционирование. Выпуск акций и размещение их на взаимосвязанных основных предприятиях обеспечивают необходимую базу для управления и регулирования инвестиционными процессами. Как свидетельствует мировой опыт, за счет акционирования можно собрать 1 % общих инвестиционных ресурсов, чтобы осуществить начало работы фонда. Первоосновой же самого инвестиционного процесса является привлечение инвестиционных ресурсов. Его можно представить в нескольких направлениях:

- традиционные источники финансирования региональных туристских программ;
- государственное финансирование инвестиционных проектов;
- совместное финансовое обеспечение экологической сферы: туристской отраслью и предприятиями-«загрязнителями»;
- рентные отчисления на основе оценки стоимости (аренды) рекреационных ресурсов;
- расширение инвестиционной базы по проекту «Агротурсервис».

Традиционными источниками финансирования региональных программ развития туризма, помимо частного инвестирования и предоставления коммерческих кредитов, можно считать средства местной бюджетной поддержки и муниципальные займы, используемые на восстановление памятников истории и культуры. Первые представляют собой реализацию новой системы налогообложения региона путем «замораживания» платежей на уровне базового периода, чтобы обеспечить прирост инвестиционных ресурсов в последующих периодах. Муниципальные займы (выпуск облигаций), по расчетам специалистов, могут дать до 20 % средств общего объема финансовых поступлений. Однако использование средств граждан, видимо, должно подкрепляться их участием в управлении фондом.

Реконструкция и благоустройство исторических городов и прилегающих к ним зон по объемам финансирования региональных программ составляют 12–15 %. Это оборудование смотровых площадок, ремонт подъездных путей, реконструкция главных улиц. Наиболее приемлемыми источниками финансирования здесь могут быть займы Всемирного банка и Европейского банка реконструкции и развития.

Государственное финансирование инвестиционных проектов связано с участием фонда в конкурсном отборе проектов государственного значения. На территории Московской области это строения усадебного типа, исторические и культовые сооружения, у которых уже есть соответствующий статус или который может быть им предоставлен при наличии необходимой документации через Министерство культуры РФ.

Отбор проектов осуществляется по установленной схеме через соответствующие министерства и ведомства. Основной задачей в этом вопросе является экономическое обоснование проектов объемом до 100 страниц текста. При наличии специальной группы по разработке таких проектов и установлении регулярных контактов с комиссией по отбору проектов объем финансовых поступлений может составить не менее 20 % средств фонда. Стоимость одного проекта оценивается до 30 млн рублей.

Финансовое обеспечение экологической сферы может идти двумя путями: через уже существующую систему штрафов «загрязнителей» окружающей среды и обеспечение соответствующих поступлений в региональные турфонды, а также на основе распределения прав собственности (туристско-рекреационной и производственной) и совместного финансирования рекреационной сферы.

Для промышленных, транспортных, сельскохозяйственных и других предприятий это выгодно, так как во избежание уплаты штрафов они направляют свои финансовые ресурсы на восстановление окружающей среды, т. е. создают нормальные условия своим работникам для труда и отдыха. Кроме того, средства, поступающие в распоряжение фонда, с учетом мировой практики не облагаются налогом, а значит, могут быть использованы в большей мере на разви-

тие социальной сферы. Методически объемы финансовых поступлений регламентируются объемами загрязняющих веществ, выбрасываемых в атмосферу, водоемы и на земельные угодья. Средства эти в большей мере возвращаются на восстановление рекреационных объектов, причем при обоюдном финансировании с туристской сферой в двойном объеме. Являясь учредителями фонда и основными акционерами, представители производственных предприятий могут контролировать использование своих финансовых поступлений.

Рентные отчисления – теоретически наиболее отработанная часть туристского фонда. 10 % средств фонда можно получить только за счет поступлений от туристской ренты. Практически нереализованными остаются вопросы бонитировки туристских угодий и стоимости (аренды) единицы туристской площади. Оценка качества угодий не является камнем преткновения, так как при наличии стоимостной оценки «худшей» туристской площади через поправочные коэффициенты (по 5- или 10-балльной шкале) вычисляется фактическая стоимость конкретного участка туристских ресурсов.

Исчисление минимальной стоимости участка в пределах Московской области связано с численностью туристов, пребывающих на нем в течение года (или сезона), и стоимостью арендной платы. Как показывают расчеты, стоимость пребывания туристов в рекреационной зоне (без проживания) на сегодняшний день составляет примерно 300 руб. на 1 туродень. Следовательно, выручка за сезон может составить с учетом группы в 20 человек немногим более 1500 тыс. руб. на участке 20 км^2. Отсюда минимальная стоимость аренды должна составить не более 3 тыс. руб. в год за 1 км^2 при уровне рентабельности использования рекреационных ресурсов 30 %.

При данном уровне арендной платы и 20-летнем сроке эксплуатации туругодий цена названного участка (в 20 км^2) составит от 800 тыс. до 1600 тыс. руб., а нормативный срок окупаемости капитальных вложений в рекреационные ресурсы – 2,5 года. Естественно, что от «худших» до «лучших» рекреационных ресурсов арендная плата (стоимость земли) может быть увеличена согласно балльной оценке в 5–10 раз.

Арендная плата и выкуп земли, дифференциация туристской ренты по удаленности рекреационных ресурсов или состоянию развития инфраструктуры создают условия для функционирования фонда. При этом важно отметить, что владение туристскими участками должно осуществляться на конкурсной основе при наличии соответствующей подготовки специалистов. По существу, в региональных турфондах закладываются новые условия для развития внутреннего, въездного и социального туризма, а значит, и новый уровень мышления, новый взгляд на национальную экономику.

Учитывая, что большая часть рекреационных ресурсов принадлежит сельскохозяйственным предприятиям, целесообразно расширение инвестиционной базы по проекту «Агротурсервис». Проект базируется на использовании системы отпускных чеков (на современном языке – кредитных карт), зародившейся после войны в Швейцарии и Франции как условие развития социального туризма. Субъектами системы выступают: Агентство (в нашем случае Фонд), осуществляющее эмиссию чеков или кредитных карт; оптовый покупатель (ими могут быть предприятия Москвы и области); носители чеков (работники предприятий) и организации туристского обслуживания (дома отдыха, пансионаты, а также базы размещения сельскохозяйственных предприятий).

Введение чековой, кредитной системы обеспечивает Фонду поступление средств в виде скидок от оптовых покупателей за предоставление базы отдыха граждан, а также скидок от предприятий туристского обслуживания за создание ритмичного поступления контингента отдыхающих. В целом объем поступлений составляет 10–15 % системы чековых оборотов. Для начала введения системы в деятельность Фонда правительство Москвы могло бы, учитывал опыт Франции, обеспечить финансовую поддержку в осуществлении эмиссии чеков и создании условий развития социального туризма для граждан, проживающих на территории города и области.

Таким образом, мы рассмотрели основные звенья инвестиционных поступлений в региональный туристский фонд. Распределение финансовых ресурсов должно осуществляться по известному принципу: максимальной потребительной ценности инвестируемых объектов и их минимальной стоимости. Действуя по этому принципу, можно добиться введения в строй новых и реконструируемых объектов и получить запланированный размер прибыли, которая реинвестируется далее в другие объекты. Региональные туристские фонды, задуманные как коммерческие организации, в состоянии осуществлять контроль за развитием всех предприятий региона и создавать условия для восстановления национальной культуры и экономики.

НАУЧНО-ЭКСПЕДИЦИОННЫЙ ТУРИЗМ КАК СОЦИОКУЛЬТУРНЫЙ И ИСТОРИЧЕСКИЙ ФЕНОМЕН: СОВРЕМЕННОСТЬ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

А. И. Зорин, *канд. пед. наук, завкафедрой РМАТ*
В. С. Капустин, *канд. филос. наук, доцент, завотделом планирования и координации НИР РМАТ*
В. П. Березин, *канд. пед. наук, зам. завкафедрой РМАТ*

Актуальность исследования феномена научно-экспедиционного туризма (НЭТ), выяснение его роли, значения и места в структурах туриндустрии, исследование и разработка оптимальных организационных форм туристских структур, удовлетворяющих эвристические и познавательные потребности населения, определяются следующими четырьмя факторами: общественными потребностями; потребностями развития науки; социально-культурной и генетической расположенностью человека к экспедиционной деятельности как индивидуальной потребности; особенностью и спецификой развития самого туризма.

1. *Общественные потребности*

Колоссальные сдвиги в структурах общества, вызванные изменением динамики развития, постоянной аритмией общественной жизни, негативами глобализации, возникновением сетевых структур, виртуализацией многих сфер жизни и т. д., закономерно привели к изменениям в базовых парадигмах восприятия мира, в стилях жизни, сокращению географических пространств, индивидуализации единого времени, к перестройке структур человеческих потребностей, актуализировали новые ценности и приверженности.

Обстоятельствами, разрушающими условия привычной комфортности человеческого существования, являются: напряженность производственных отношений и межличностных коммуникаций, потеря образности восприятия мира, недостаток нового культурного опыта, неопределенность в выборе решений, дефицит свободного времени, кризис идентичности личности и т. д.

Вхождение в эпоху постиндустриального общества требует трудного перехода от культуры стандарта и стереотипа к культуре поиска, творчества и инноваций, когда ценности изменений начнут доминировать над ценностями стабильности. То, что мы будем делать в будущем, будет определяться не столько высоким уровнем развития техники, сколько нашими психосоциентальными конструктами, в особенности творческими возможностями человека, и нахождением им приемлемого в социальном плане консенсуса. Пока же происходит стремительное отставание и дискредитация индивидуального «Я» на фоне стремительно растущего «Мы-общество».

Вследствие этого развитие интеллектуального потенциала общества неизбежно привело к необходимости поиска новой идентичности и к обострению потребности в эвристической деятельности, которая автоматически «включается» вслед за удовлетворенными рекреационными и релаксационными потребностями.

Отличие эвристических потребностей от рекреационных, релаксационных и иных в том, что их удовлетворение не может иметь завершенности. Удовлетворенная эвристическая потребность начинает инициировать процесс, характерный для предшествующей стадии. Именно на удовлетворение эвристических характеристик культурно-познавательных потребностей современного общества ориентирован научно-экспедиционный туризм. Не случайно в турбизнесе этот вид туризма называют «глубоким».

Кроме того, общественная потребность в развитии НЭТ обусловлена и тем, что глобализация, как необратимый процесс интеграции России в мировую экономическую систему, требует борьбы за такое место в политическом, экономическом и технологическом пространствах, которое может обеспечить процветание страны. И если Россия, в условиях грядущего ее вступления в ВТО, не займет достойного места в экономическом, в том числе и в туристском мировом пространстве, то ее будущее будет очень неопределенным. Географическое, этнографическое, экологическое, археологическое, культурно-историческое, палеонтологическое богатство и разнообразие страны – достаточный ресурс для победы в этой борьбе. Территория России в этом плане представляет уникальную модель мира и истории человеческих цивилизаций. По территории России пролегали древнейшие миграционные пути становящегося человечества и зарождались древнейшие цивилизации, о чем свидетельствуют такие археологические открытия Южного Урала, как «Страна городов», получившая название по одному из городов-крепостей –

Аркаим, пещерный город «Сикияз Тамак» и др. Явление Аркаима заставило историков пересмотреть взгляды и на бронзовый век, и на сценарии становления многих цивилизаций. Аркаим как перекресток мировых миграционных дорог старше легендарной Трои на многие и многие века. Южно-Уральская «Страна городов» – ровесница египетским пирамидам Среднего Царства, городской культуре Крита, поздним слоям цивилизаций Хараппы и Мохенджо-Даро в Индии.

Но на данный момент российская система туристского бизнеса не имеет достаточно проработанного обоснования развития этого уникального ресурса и, как следствие, не видит перспектив, не может предложить эффективных стратегий развития и не в состоянии сформулировать необходимые требования и уровни компетенций для специалистов этой сферы.

2. *Потребности развития науки*

Колоссальные сдвиги произошли и в науке. Особенность науки как самоорганизующейся системы в том, что она первой откликается на вызовы истории. Поэтому наиболее крупные исторические бифуркации есть одновременно и научные бифуркации. Базовым отличительным признаком перехода к постиндустриальному обществу является превращение науки в ведущий фактор развития.

Однако логика исторического развития науки не так гладка, как это представляется на первый взгляд. Современная наука действительно расширяет возможности человечества, но она же и вводит современные представления человека в конфликт со знанием о прошлом, заставляя его переосмысливать, переоткрывать былое. Не случайно современная наука именуется как постнеклассическая парадигма, т. е. наука после отрицания классики. Если все предшествующие научные парадигмы строили систематизированные образы реальности в линейном дискурсе, искали способы утверждения детерминированных порядков, то современная наука пытается понять мир как сложную, нелинейную, неравновесную и стохастическую систему, ее больше интересуют закономерности хаоса и возможности зарождения в нем параметров порядка.

Поэтому современная научная революция приводит к обновлению своих философских, методологических оснований, изменению системы миропредставлений и к переинтерпретации прошлых знаний. В настоящее время инвентаризация теоретических арсеналов происходит практически во всех научных сферах. В этом контексте научно-экспедиционная деятельность как во времена великих географических открытий вновь актуализируется, а связка «наука – экспедиция» существенно видоизменяется.

Основные задачи современных научных экспедиций – новые открытия и верификации переформатированных гипотез современного миропонимания.

Существенно видоизменяются и отношения между наукой и туризмом. Бурный рост расходов на науку делает ее развитие дорогостоящим мероприятием для всех стран. Во всем мире происходит последовательное сокращение доли государства на развитие науки. Так, внутренние затраты на исследования и разработки в России составили в 2004 г. 196 млрд руб., а это всего лишь 43 % уровня 1990 г. (в постоянных ценах). Сегодня в России величина затрат в расчете на одного сотрудника, занятого в науке (с учетом ППС вузов), в 8 раз меньше, чем в Южной Корее, и в 12 раз меньше, чем в Германии. Численность российского научного персонала снизилась за период 1990–2004 гг. на 56,8 %, но наибольшему сокращению подверглись непосредственные участники научно-экспедиционных поисков – исследователи-полевики и техники (соответственно, на 59,6 и 70,2 %). В европейских странах и США закономерный уход государств из науки сопровождался ростом научной активности крупных корпораций, но в России инвесторы в науку не идут, а венчурный бизнес не развивается. В этой ситуации в России возник принципиально новый альянс: наука – туризм. Этот альянс становится особенно актуальным в свете грядущих изменений в организационных порядках российской науки. Пример современного взаимодействия науки и туризма красноречиво иллюстрирует начавшийся в стране объективный процесс инкорпорирования фундаментальной науки с иными сферами общественной практики.

Российская наука находит в туризме один из вариантов коммерциализации своих результатов, источник дополнительного финансирования научных мероприятий, дополнительный кадровый резерв, новый способ организации научных экспедиций и эффективное средство популяризации научных знаний.

3. *Социально-культурная и генетическая расположенность человека к экспедиционной деятельности как индивидуальной потребности*

Несмотря на ключевое значение всех трех слов в названии данного вида туристской деятельности, центральную смысловую нагрузку несет понятие *«экспедиция»*. Экспедиция (от лат. expeditio – приведение в порядок, поход) – специально организованный поход группы лиц, от-

ряда с каким-либо конкретным заданием. От путешествия экспедиция отличается более жесткой организационной модальностью и узкоспециализированным заданием. Поэтому для того, чтобы выяснить тенденции и перспективы развития научно-экспедиционного туризма, необходимо выяснить генезис, эволюцию, особенности и современные метаморфозы именно этого явления.

Зависимость настоящего и будущего от характеристик прошлого в теории катастроф называется гистерезисом, или запаздыванием в изменении состояния системы, определяемом не только условиями данного момента, но и обстоятельствами *неведомого* нам прошлого.

Большинство непредвиденных катаклизмов, случайных сбоев, напряжений в современных процессах происходит первоначально из-за ничтожного отклонения, малейшего шума, вызывающего некоторые угрожающие начальные условия, о которых никто не знает и не может подумать, ибо все близкие состояния не таят в себе угрозы. Вообще проблема роли и значения *начала,* волновавшая еще древних греков (так называемый парадокс начала), приобретает особую остроту в наше время – время глобального фазового перехода человечества на новые способы производства и новые технологии жизни.

Начальные условия содержат в себе 100 % неопределенность и 100 % ответственность за принятый выбор и в снятом виде присутствуют в системе, пока она жива. Более того, американский специалист по политической методологии Дж. И. Джексон даже вывел формулу: «Завершение процесса определяется тем, как он был начат»[1]. Подобную структурирующую роль начало приобретает тогда, когда система, приближаясь к своим пороговым значениям, актуализирует свою потенцию, в которой она прежде всего «припоминает» характеристики своего начала.

Генезис экспедиционной практики имеет древнюю эволюционную природу. Скорее всего, истоки экспедиционной деятельности как организованного движения с заданной целью связаны с верхнеашельской «технологической революцией» (ок. 2-х млн лет назад), повысившей эффективность древнего хозяйства, вызвавшей на этой основе демографический взрыв и ускорившей исчерпание локализованной биоты.

Но технологический феномен ашельской культуры, скорее всего, не единственное начало экспедиционной практики. Протолюди, еще до производства каменных орудий труда и открытия огня, позволяющего заготавливать пищу впрок на дальнюю дорогу, по многим причинам уже отправлялись в протоэкспедиции. С протоэкспедиционным движением протолюдей, которое всегда осуществлялось по большому кругу против часовой стрелки (правый фланг более растянут и обращен к угрозам среды), связана функциональная асимметрия головного мозга.

О древности экспедиционной практики говорит и тот факт, что лошади были единственными животными, найденными в древнейших захоронениях наших предков. Вероятно, это были первые доместицируемые животные.

Возможность освоения человеком широких географических пространств непосредственно связана с его особой взаимосвязью с окружающим миром, которая характеризуется открытостью миру. Более того, взаимосвязь человека с окружающей средой повсюду обусловлена его весьма несовершенной биологической конституцией, которая позволила человеку переключаться с одних видов деятельности на другие. Стимулы деятельности человека в высшей мере не специализированы и не направлены, что позволило ему использовать свой конституционально данный аппарат в очень широком и постоянно меняющемся спектре видов деятельности. Можно считать, что несовершенство человеческой инстинктуальной организации создало онтогенетические предпосылки для инновационного развития человеческого рода.

Отправиться в экспедицию на новые территории, если под экспедициями иметь в виду организованные движения каких-либо коллективов, могут многие из высокоразвитых животных, но освоить территорию и вооружиться новым способом хозяйствования, максимально эффективным в данных природных условиях, мог только человек.

Ведь следующей после открытия мира важной задачей протоэкспедиций древних людей было усвоение открытого ими мира, которое возможно только путем его присвоения. Но чтобы присвоить или персонализировать открытый мир, его необходимо организовать по своим собственным правилам. Универсальным и простейшим способом организации нового пространства является «огораживание», которое позволяло осуществлять контроль над присвоенными ресурсами и использовать их в собственных нуждах. Однако территориальность – это не просто контроль над определенным пространством, но и новая форма взаимодействий людей между

[1] Джексон Дж. И. Политическая методология: общие проблемы // Политическая наука: новые направления, – М., 1999. – С. 704.

собой и с окружающей средой. Поэтому открыватели новых ландшафтных сред должны были уметь измерить их биопродуктивность, смоделировать оптимально подходящий способ хозяйствования для этой территории, выработать адекватную способу хозяйствования организационную структуру, тип межличностных отношений и сформулировать свое воззрение данной территории.

На огороженных территориях начиналась монотонная ветвь развития этноса до тех пор, пока их растущая на новом ресурсе численность, по выражению Л. Н. Гумилева, не утомляла биоту. У всех древних способов хозяйствования были естественные ограничители развития. Превышение емкости биоты приводило к бифуркационному скачку и вновь «запускало» экспедиции. Можно сказать, что экспедиционные практики людей были на острие экстенсивных способов хозяйствования. Экспедиционным поводом могли служить и демографические подъемы этносов, когда возникала необходимость отвода излишней социальной энергии. Например, Крестовые походы средневековой Европы, по мнению Ле Гоффа, это прежде всего канализация избыточной энергии «перегретых» после европейской аграрной революции европейских этносов. За многотысячелетнюю историю человечества экспедиционные практики повторялись множество раз. Подобная частота повторяющихся практик (рекурсивных операций), независимо от исходного пункта, приводит к рождению «собственных значений». Простейшим примером является бесконечно повторяемая операция извлечения квадратного корня, приводящая, независимо от числа, с которого она начиналась, к собственному значению, равному единице.

«Собственные значения» экспедиционных практик хабитуализировались (от англ. Habit – привычка, обычай), становились источником институализации этого вида деятельности, закреплялись в генотипе человека, наполнили содержание аллелей (набор вариантов реализации гена) и передаются по генной эстафете поведения до сих пор. Подобно тому как в свое время Н. В. Тимофеев-Ресовский предположил наличие у человека «аварийного гена», можно предположить и наличие у него «экспедиционного гена», побуждающего человека к открытиям и странствиям.

Человек как часть природы и звено ее естественной эволюции подвержен действию фундаментальных, свойственных всем видам материи закономерностям, в первую очередь принципу изменчивости, согласно которому никакая среда не может не меняться, но измененная среда ведет к ослаблению традиций, что делает их неочевидными условиями выживания этноса. В таких ситуациях обязательно будут появляться «еретики», «диссиденты», «инноваторы», предлагающие иную модель развития, но на другой территории. Однако уйти на незнакомую, непривычную, а значит, и опасную, запрещенную традицией территорию согласится не каждый. Поэтому инноватор должен иметь особый авторитет (харизму, по М. Веберу), чтобы склонить часть населения к уходу на новые территории. Как правило, это та часть молодежи, у которой традиции еще не успели закрепиться в процессе личного опыта.

Таким образом, организационным параметром порядка в экспедициях всегда выступал харизматический лидер. На авторитете лидера держится порядок и в современных экспедициях, т. е. наличие только необходимости, цели и материального обеспечения экспедиции – еще не достаточные условия ее успеха. Потом лидеры экспедиций будут возведены на пьедесталы героев, вождей, богов.

Можно с уверенностью утверждать, что именно в протоэкспедициях появлялись первые вожди и первые систематизированные описания языком мифов окружающих сред.

По результатам экспедиций создавались легенды, сказы, притчи, былины (эпос) как доступные для восприятия программы действий для следующих поколений. Китай до сих пор регулирует свои социальные отношения при помощи 36 стратагем, рожденных в прошлые времена. Протоэкспедиции протолюдей создавали одновременно и протонауку, и самих себя как вид Homo sapiens.

У экспедиционного опыта людей есть и другие привлекательные для сегодняшнего дня качества. Эмоционально отношение к экспедициям несколько иное, чем к путешествиям. Экспедиции всегда событие, рубеж, который нужно перешагнуть. К экспедициям готовятся задолго, обстоятельно, и очень серьезно относятся к подбору партнеров. Более того, организация экспедиций всегда штучное, уникальное мероприятие. Переживания, полученные в экспедициях, запоминаются на всю жизнь, а запомнившееся переживание и есть человеческий опыт, которого не хватает современным людям.

Современный дефицит общения и «вынужденная коммуникативность» индивидуалов сопровождаются ностальгией по первичной коллективности, свойственной экспедиционным практикам. Желание пережить командную коллективность часто выступает мотивом ухода в монастыри, экстремальный туризм, экспедиции. Высокая согласованность деятельности лю-

дей в экспедициях объясняется возникновением древнего психологического феномена, который этнограф В. Тэрнер назвал спасительным чудом, или состоянием спонтанной «коммунитас». Люди сбрасывают злобу, агрессию и в едином порыве выбирают харизматического лидера, приветствуют провозглашенные им цели и действуют как единое целое. Так было в примитивных обществах, так практически происходит и сейчас в экспедиционных условиях[1].

Научно-экспедиционный туризм может быть привлекательным и как способ определения границ собственных возможностей. Согласно теории аутопойэсиса лауреатов Нобелевской премии нейрофизиологов Х. Матураны и Ф. Варелы, все живые системы самореферентны, т. е. в процессе функционирования они постоянно воспроизводят различения себя и окружающей среды. Без знания границ своих возможностей нереальны акты самотворения (аутопойэсиса). В отличие от иных экстремальных видов туризма НЭТ связывает решение этих задач с задачами личностного позитивно-познавательного наполнения, т. е. не только с определением границ своих возможностей, но и с содержательной достройкой на новом материале.

4. *Особенность и специфика развития туризма*

Туризм как многозначное явление имеет много определений, множество видов и стратегий. Туризм – это и отдых, и бизнес, и обучение, и организация, и индустрия, и синоним единения действия и мотивов людей, отправляющихся путешествовать, и т. д. В данном случае нас интересует туризм как сфера деятельности по предоставлению разнообразных услуг человеку, связанных с реализацией его потребностей за пределами постоянного места жительства, но без намерения трудоустройства в посещаемом месте.

Структура системы туризма подвижна, имеет свою историю становления и собственные тренды движения – она изменяется под воздействием экономико-политических, нравственно-этических, культурно-экологических и других обстоятельств как локального, так и глобального порядка. Туризм – это ответ человечества на вызовы времени, но за пределами рабочего времени человека. Строго говоря, туризм не столько система, сколько чувствительный самоорганизующийся процесс реагирования на изменения человеческого бытия, позволяющий оптимально организовать свободное время с целью восстановления и развития личности.

Существует определенная взаимосвязь между динамикой социокультурных процессов социума, особенностями распределения энергетических потоков в стране, эмоционально-психологическим самочувствием граждан и доминантными состояниями национального туризма. Неравновесные, неупорядоченные и хаотические состояния социума заставляют расходовать практически весь энергетический потенциал на формирование структур выживания, приводят к минимизации расходов на отдых, образование, развитие. Экономия граждан на релаксации и рекреации, как правило, заканчивается подрывом здоровья, падением рождаемости, расширением девиантного поведения.

Периоды долгих реформирований и модернизаций общественной системы вызывают диссипацию (растрату) социальной энергии, ведут к накоплению критической массы социальной и технической усталости, что может вызвать цепные реакции аварий, сбоев, катастроф. Востребованными в туризме на этом этапе могут быть услуги по восстановлению здоровья, пассивному отдыху в теплом климате.

Социум, находящийся на начальной стадии своего экономического подъема, свою энергетику будет вкладывать в будущее, в расширение своего кругозора, в образование детей и т. д. В системах же, находящихся на стадиях экономического роста и социально-политической стабильности, возникают пассионарные подъемы и энергетика переориентируется на поддержку новых степеней свободы, на защиту и развитие новых ценностей и нового качества жизни. Востребованными окажутся активные формы туризма.

Закономерности развития туризма адекватно могут быть описаны языком нелинейной динамики, имеющей уже опыт исследования стохастических процессов, выявления грядущих параметров порядка, возникновения новых энергетических фокусов (аттракторов-дестинаций), формулирования моделей стабильности для неустойчивых явлений.

Современный российский туризм с 1990 г. прошел ряд этапов. Особенностью становления российского туризма было его бифуркационное рождение (явление, не получившее в наследство опыта, структуры, капитала, а то, что было, оказалось не применимым в новых социально-экономических условиях), наложившее свой отпечаток на его современную эволюцию.

Первый этап (1989–1993 гг.). Дилетантский этап капитализации хаотично становящегося туристского бизнеса. Российский туризм становился не на экономическом подъеме страны, как

[1] См.: Тернер В. Символ и ритуал. – М., 1983. – С. 208–209.

это было в Англии, США, Японии. Наши богатые так же богатели не тогда, когда богатела страна. Поэтому основным видом первоначального туризма был туршопинг, основным клиентом – «челнок».

Второй этап (с 1993 до дефолта 1998 г.). Начало профессионализации и структуризации туристского рынка страны и дальнейшая капитализация туристских предприятий. Удовлетворение отложенного советского туристского спроса и реализация экзотических желаний «новых русских».

Третий этап (1998–2003 гг.). Сегментация рынка и дифференциация туристских услуг, профессионализация туристской деятельности и совершенствование информационных туристских технологий. Выход на рынок туристских маркетинго-информационных систем. Начало становления открытого рынка и туристских инфраструктур, но рынок больше расслаблен, чем напряжен. Инфраструктурная ограниченность туристского бизнеса не позволяет удовлетворять широкий спектр потребностей. Запросы клиентов часто не совпадают с тем, что реально продается. Продолжается борьба за массового клиента. Эксклюзивные туристские предложения – редкость. В основном удовлетворяются стереотипные сезонные ожидания и актуализированные потребности вчерашнего дня.

Четвертый этап (2003–2007 гг.). Рынок заполнен, но не «перегрет». Однако конкуренция уже заставляет операторов готовить турпродукты с опережением. Широкое распространение получают эксклюзивные, индивидуальные и комбинированные предложения. Для туристов открываются новые регионы: Якутия, Камчатка, Северный Урал, Кольский полуостров. Начинается ориентация на удовлетворение базовых, глубинных психологических, культурно-познавательных и эвристических потребностей людей. Флуктуирующий на грани равновесия туристский рынок на этой стадии развития становится особенно чувствительным к нарождающимся актуальностям. Этот этап в развитии российского туризма будет соответствовать и новой стадии в истории нашей страны – стадии стабилизированного политического и социально-экономического развития, когда в полной мере будут востребованы ценности творчества, поиска, инноваций. Это время увеличения спроса на активно-познавательные и научно-экспедиционные туры.

Таким образом:

- актуализация общественной потребности в поисковой и эвристической деятельности населения создает повод для появления общественного феномена научно-экспедиционного туризма как вида профессиональной туристской деятельности;
- социально-культурная и генетическая предрасположенность человека к экспедиционной деятельности как базовая ценность мотивирует и включает его в состав команд научно-экспедиционных туров;
- структуры науки раскрывают и объясняют дестинации, наполняют содержанием организуемые туры, обеспечивают научное сопровождение экспедиций и активируют туристские ресурсы для НЭТ;
- структуры туризма разрабатывают туристское предложение, организуют и реализуют программы НЭТ.

МЕТОДИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ЭКОЛОГО-ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ОЦЕНКИ РЕКРЕАЦИОННЫХ РЕСУРСОВ

И. В. Ланцова, *канд. геогр. наук, доцент Конаковского филиала РМАТ*

Общеизвестно, что основной целью туристско-рекреационной отрасли является восстановление психологических, духовных и физических сил людей, что делает организацию полноценного отдыха населения важнейшей социально-экономической задачей. Повышение эффективности рекреационного природопользования в настоящее время невозможно без оценки экологической ценности ресурса и определения стоимостного выражения этой ценности.

Термин «рекреационные ресурсы» объединяет множество разнородных понятий. К рекреационным ресурсам относятся компоненты, объекты и явления природы (природные рекреационные ресурсы), природно-антропогенные (водохранилища, парковые комплексы, прудовые хозяйства и т. д.), антропогенные объекты (историко-культурные, промышленные, сельскохо-

зяйственные и др.), а также трудовые ресурсы и инфраструктура[1] туристской отрасли. В отечественной и зарубежной литературе имеются многочисленные публикации по методикам проведения всевозможных оценок рекреационных ресурсов, которые в основной своей массе рассматривают либо проблему качественных оценок, либо проблему экономической оценки земельных и биологических ресурсов.

Все виды рекреационных ресурсов могут и должны быть оценены по стоимостным показателям и по экологическому состоянию. Для целей туризма и рекреации важны оба этих направления, причем в промышленно-освоенных регионах страны на первый план выходят экологические оценки. Это объясняется все возрастающим антропогенным прессом на окружающую природную среду, приводящим к загрязнению и деградации компонентов природы, что вызывает резкое снижение их рекреационной ценности вплоть до полного их исключения из реестра рекреационных ресурсов.

Рекреационные ресурсы могут быть оценены по следующим параметрам: уникальности ресурса; рекреационной емкости ресурса; размеру ресурса (площадь, объем, количество и т. д.); востребованности ресурса; доступности ресурса; устойчивости к рекреационным нагрузкам; сезонности использования; экономической целесообразности и перспективам рекреационного освоения ресурса.

Каждый вид отдыха, оказывая специфическое воздействие на компоненты природной среды, в то же время предъявляет определенные требования к качеству компонентов природы и параметрам природных экосистем. Исходя из этого одним из методических подходов к проблеме оценок является то, что любой рекреационный ресурс должен оцениваться не для туризма и рекреации вообще, что является некорректным, а для отдельных видов отдыха или для сочетаний видов отдыха, предъявляющих аналогичные требования к параметрам и качеству используемого ресурса.

На наш взгляд, экологическую ценность рекреационных ресурсов следует определять на основе нормативно-правовых документов, нормирующих качество природных сред. Критериями оценки в данном случае являются принятые предельно-допустимые концентрации (ПДК) для атмосферного воздуха, природных вод, почв, растительности. Экологическая ценность ресурса определяется по шкале, которая характеризует данный ресурс с точки зрения его соответствия или несоответствия принятому критерию и величину этого несоответствия.

Начальным этапом проведения экологической оценки является районирование территории по степени загрязненности природных сред. Районирование проводится на основе анализа характера и интенсивности природопользования в регионе. Для проведения экологической оценки рекреационных ресурсов конкретного региона составляется перечень наиболее распространенных для данной территории загрязняющих веществ (ЗВ). Составление перечня ЗВ возможно на основе результатов собственных исследований, что является наиболее предпочтительным (экологический аудит территории). При этом исследования следует приурочивать к наиболее неблагоприятным с точки зрения загрязнения природных сред условиям, а именно: по атмосфере – в засушливую штилевую погоду, когда отсутствует процесс «промывки атмосферы», для водных объектов – в жаркую сухую погоду на участках водного объекта с высокими антропогенными нагрузками и т. д. Данные можно также получить из ежегодных докладов о состоянии окружающей природной среды по областям РФ, из литературных источников, фондовых материалов и т. д.

Для участков с высокой степенью загрязненности компонентов природной среды оценку природных рекреационных ресурсов можно не проводить, так как они не могут представлять интереса для туристско-рекреационного использования именно в силу неблагоприятной экологической ситуации. Однако следует учитывать, что использование в качестве критерия значений ПДК требует учета фоновых концентраций ЗВ в компонентах природной среды, так как зачастую природный фон значительно выше значений, рекомендуемых нормативными документами. Так, многие малые реки Тверской области, берущие начало в болотах, характеризуются высокими концентрациями железа и т. д.

Анализ полученных данных позволяет оценить состояние компонентов природной среды с целью определения их пригодности для рекреационного использования с точки зрения экологической безопасности для отдыхающих.

Оценка степени загрязнения атмосферного воздуха

Атмосферный воздух является очень динамичным и быстро изменяющимся компонентом природной среды. Оценка состояния этого компонента является необходимой для любых видов

[1] В данной работе не рассматриваются вопросы проведения оценки трудовых ресурсов туристской отрасли, а также оценки инфраструктуры.

туризма и рекреации. Известно, что качество воздушной среды зависит от вида и интенсивности хозяйственной деятельности региона, а также от погодно-климатических условий территории. При проведении оценки экологического состояния территории проводится инвентаризация всех источников загрязнения атмосферы (ИЗА) и составляется реестр загрязняющих веществ, поступающих в атмосферу с указанием степени их токсичности для человека и биоты.

Все источники загрязнения атмосферы в основном делятся на следующие категории: точечные (контролируемые), площадные (неконтролируемые) и передвижные. К точечным относятся все выводы ЗВ в атмосферу из производственных помещений, а к площадным – ИЗА без фиксированного вывода ЗВ в атмосферу. Особую группу составляют передвижные источники загрязнения атмосферного воздуха, к которым относятся все виды транспорта.

Каждый вид хозяйственной деятельности характеризуется специфическим набором ЗВ, поступающими в атмосферу, а также объемами и интенсивностью выброса. Зону потенциального воздействия ИЗА определяют с учетом розы ветров. Концентрации ЗВ в приземном слое атмосферного воздуха зависят от погодно-климатических характеристик: направления и силы ветра, повторяемости ветровых и штилевых погод, от характера атмосферных осадков и частоты их выпадения («промывка» атмосферы), влажности воздуха, температурного режима и др.

Состояние атмосферного воздуха оценивается при установлении наиболее неблагоприятных условий для его очистки (сухая, жаркая, штилевая погода) с тем расчетом, что если при этом его качество соответствует критериям оценки, то при благоприятных условиях концентрации ЗВ будут еще более безопасными. При оценке качества атмосферного воздуха критерием служат значения предельно-допустимых концентраций (ПДК) загрязняющих веществ в воздухе населенных мест [1]. Опробование атмосферного воздуха должно проводиться по всему перечню ЗВ, характерному для данной местности. Затем дается комплексная оценка состояния атмосферного воздуха по следующим градациям:

- благоприятное – концентрации всех ЗВ ниже ПДК;
- относительно благоприятное – отмечены незначительные превышения ПДК (до 1,5) по 1–2 ЗВ 4 класса опасности;
- неблагоприятное – отмечены значительные превышения ПДК (более 1,5) по ЗВ 4 класса опасности или незначительные превышения ПДК по 1 и более ЗВ 1–2 класса опасности.

В табл. 1 приведены данные измерения концентраций некоторых ЗВ, характерных для выбросов автотранспорта (отбор проводился в 100 м от автомобильной дороги).

Как видно из табл. 1, концентрации ЗВ при штилевой и ветровой погодах существенно отличаются при одинаковой автомобильной нагрузке (400–600 машин в час). В данном случае, оценивая состояние атмосферного воздуха по штилевой погоде, можно характеризовать его как неудовлетворительное, так как по диоксиду азота (2 класс опасности) отмечены превышения ПДК в 2 раза, по оксиду углерода (4 класс опасности) – в 1,6 раза, а по диоксиду серы – в 1,2 раза.

Оценка экологического состояния водных объектов

Водные объекты являются ценным рекреационным ресурсом, так как они не только повышают аттрактивность ландшафта, но и позволяют существенно расширить спектр рекреационных занятий. В последнее время все чаще употребляется термин «качественный дефицит» водных ресурсов, т. е. при достаточном количестве ресурса его использование невозможно вследствие неудовлетворительного качества воды. Нагрузка загрязнения складывается из нагрузок, поступающих с водосборной площади и формирующихся непосредственно в самом водном объекте.

Формирование качества природных вод происходит под влиянием природных и антропогенных факторов. Антропогенная нагрузка загрязнения определяется по двум основным типам источников загрязнения: от точечных (контролируемых, фиксированных) источников и от рассредоточенных (неконтролируемых, площадных) источников.

Точечные источники загрязнения, являясь контролируемыми, оказывают локальное загрязняющее воздействие; объемы и интенсивность поступления стоков, как правило, не зависят от сезонов года. Для этой группы ИЗА имеются разработанные и законодательно закрепленные нормативные документы (по отраслям хозяйства и по приоритетным ЗВ).

Неконтролируемые источники имеют, обычно, значительный ареал распространения ЗВ. Объемы и интенсивность поступления загрязнений от этой группы в значительной степени зависят от природных особенностей и погодных условий территории. Поэтому, выработка законодательных и нормативных актов для этой группы затруднительна.

В настоящее время в практической деятельности оценка нагрузки на водный объект в большинстве случаев определяется как суммарная нагрузка в самом водном объекте. Такой подход

Таблица 1

Концентрации загрязняющих веществ в атмосферном воздухе

Загрязняющее вещество	ПДК, мг/м^3	Концентрации ЗВ (С), мг/м^3 при разной ветровой нагрузке		
		Штиль	9 м/с	С/ПДК
Окись углерода	5,0	8,0	3,0	1,6*–0,6
Двуокись азота	0,2	0,4	0,10	2,0–0,5
Сернистый ангидрид	0,5	0,6	0,1	1,2–0,2

* Первая цифра – при штиле, вторая – при ветровой нагрузке.

позволяет оценить лишь результирующую величину загрязнения природных вод. Кроме этого при определении нагрузки на водный объект должны вводиться коэффициенты, учитывающие региональный фактор формирования качества природных вод.

Проведенная балльная оценка воздействия видов отдыха на береговые и аквальные комплексы водных объектов (табл. 2) показала, что наиболее значительное воздействие на качество воды оказывают такие виды отдыха, как стационарный неорганизованный туризм, отдых с использованием маломерного моторного транспорта, рыболовство со льда и массовое купание.

При проведении экологической оценки водных ресурсов следует говорить не о ценности ресурса для рекреации вообще, а для отдельных видов отдыха или их сочетаний, т. е. по видам отдыха, предъявляющим аналогичные требования к качеству вод. Так, для видов отдыха, при которых обязателен контакт человека с водой (купание, подводная охота, водные лыжи и т. д.), критерием оценки следует принимать хозяйственно-питьевые ПДК. Для отдыха с использованием маломерных моторных судов, весельных лодок и парусных судов качество воды водного объекта не имеет существенного значения, за исключением случаев использования для питьевых целей забортной воды. А вот для рыбной ловли и подводной охоты, с точки зрения сохранения и воспроизводства рыбного поголовья, а также пищевых качеств ихтиофауны, критерием оценки должны служить ПДК для водоемов рыбохозяйственного назначения.

После проведения оценки экологического состояния водного объекта по химическим и микробиологическим показателям качества воды дают качественную интегральную оценку для видов отдыха, связанных с непосредственным контактом человека с водой по следующим градациям:

- состояние благоприятное – концентрации всех ЗВ и санитарно-гигиенических показателей ниже ПДК;
- состояние относительно благоприятное – отмечены незначительные превышения ПДК (до 1,5 раз) по нетоксичным веществам, а санитарно-гигиенические показатели – в пределах ПДК;
- состояние неблагоприятное: а) отмечены значительные превышения ПДК (более 1,5 раз) по нетоксичным веществам, б) отмечены превышения ПДК по токсичным веществам, в) отмечены превышения санитарно-гигиенических нормативов.

Наиболее жесткими являются ПДК для водоемов рыбохозяйственного назначения. Причем расхождения достигают в ряде случае нескольких порядков (например, в 41,25 раз по нитритам, в 1000 раз по меди) [2, 3].

Помимо химических показателей качества вод, при развитии видов отдыха, связанных с непосредственным контактом человека с водой, важной характеристикой является оценка качества вод по санитарно-бактериологическим показателям [4].

Опробование поверхностных вод должно проводиться по всему перечню ЗВ, характерному для водных объектов данной местности. Затем ранжируют показатели по их потенциальной опасности для природных вод. На основании полученных покомпонентных оценок составляется интегральная оценка экологического состояния рекреационной территории по видам отдыха.

Комплексная экологическая оценка компонентов природы по видам отдыха

Наиболее притягательными для туризма и рекреации являются водные объекты, так как они повышают живописность и аттрактивность ландшафта и позволяют существенно расширить спектр рекреационных занятий. Все виды туризма и рекреации предъявляют определенные требования к параметрам и качеству воды водных объектов, что позволяет определить к каким компонентам природы будет более избирательным тот или иной вид отдыха (табл. 3). Так, чем

Таблица 2

Оценка воздействия видов отдыха на береговые и аквальные комплексы водных объектов

Вид отдыха	Оценка воздействия в баллах			
	на береговые комплексы	на аквальные комплексы		Сумма баллов
		Гидробиоценозы	Качество воды	
Стационарный неорганизованный туризм**	3*	3	3	9
Отдых с использованием автомототранспорта	3	1	2	6
Пеший туризм	3	1	1	5
Сбор грибов и ягод	3	0	0	3
Рыболовство с берега	1	1	1	3
Охота на водоплавающую дичь	1	2	1	4
Отдых с использованием маломерного моторного флота	2	3	3	8
Купание	1	2	2	5
Парусный спорт и виндсерфинг	0	1	1	2
Байдарочный спорт	0	1	1	2
Рыболовство с лодки	0	1	2	3
Рыболовство со льда	1	1	3	5

* 3 балла – сильное воздействие; 2 балла – существенное; 1 балл – незначительное; 0 баллов – воздействие отсутствует.

** Стационарный туризм включает целый комплекс видов отдыха, но в данном случае он рассматривается как вид, связанный с довольно длительным проживанием отдыхающих на ограниченной площади и с осуществлением ими хозяйственно-бытовой деятельности, отличающейся особым характером, интенсивностью и путями поступления загрязнений.

больше «+», тем менее требовательным к экологическому состоянию территории или акватории он является.

Естественно, что для всех без исключения видов отдыха важнейшим показателем является качество атмосферного воздуха. В то же время отдых с использованием автомототранспорта оказывает существенное влияние на состояние этого компонента. Таким образом, при наличии превышений ПДК по веществам, входящим в автомобильные выбросы, следует ограничивать автомототуризм. Наиболее требовательными из приведенных видов отдыха к экологическому состоянию природных сред являются такие виды отдыха, как самодеятельный (неорганизованный) стационарный отдых, купание и пляжный отдых, а наименее требовательными – катание на катерах и лодках.

Рекомендации к проведению экономической оценки рекреационных ресурсов

Очевидно, что чем более уникален рекреационный ресурс, тем более он будет востребован, а следовательно, тем выше будет его рекреационная стоимость. Сразу же возникает вопрос: каким образом можно экономически оценить живописность, аттрактивность и экологическое состояние рекреационных ресурсов? Очевидно, с экономической точки зрения этот вопрос можно решить путем проведения экспертной оценки компонентов природной среды для конкретных видов отдыха по трехбалльной шкале: 3 балла – ресурс максимально комфортный для данного вида отдыха; 2 балла – относительно комфортный; 1 балл – некомфортный.

Экономическая оценка природных рекреационных ресурсов должна изначально базироваться на величинах кадастровой оценки земель и, в частности, земель особо охраняемых природных территорий (ООПТ) и земель рекреационного назначения. Кадастровая стоимость земель особо охраняемых природных территорий в субъекте РФ определяется путем умножения величины средней кадастровой стоимости земель по Российской Федерации на поправочные коэффициенты, характеризующие ценность экосистем и уникальность биоразнообразия. Если кадастровая стоимость земель в регионе велика, но качество вод водных объектов является неудов-

Таблица 3

Требования отдельных видов отдыха к качеству компонентов природы

Вид отдыха	Компоненты природной среды											
	Атмосферный воздух			Поверхностные воды			Почвы			Растительность		
	3**	2	1	3	2	1	3	2	1	3	2	1
Стационарный неорганизованный отдых*	+***	+/–	–	+	+/–	–	+	+/–	–	+	+/–	–
Отдых с использованием автомототранспорта	+	+/–	–	+	+	+	+	+	+	+	+	+
Пеший туризм	+	+/–	–	+	+	+	+	+	+	+	+	+
Сбор грибов и ягод	+	+/–	–	+	+	+	+	+/–	–	+	–	–
Рыболовство с берега	+	+/–	–	+	–	–	+	+/–	–	+	+/–	–
Рыболовство с лодки	+	+/–	–	+	–	–	+	+	+	+	+	+
Рыболовство со льда	+	+/–	–	+	–	–	+	+	+	+	+	+
Охота на водоплавающую дичь	+	+/–	–	+	+	+/–	+	+	+	+	+	+
Отдых с использованием маломерного моторного флота	+	+/–	–	+	+	+	+	+	+	+	+	+
Купание	+	+/–	–	+	+/–	–	+	+	+	+	+	+
Пляжный отдых	+	+/–	–	+	+	+	+	+/–	–	+	+/–	–
Парусный спорт и виндсерфинг	+	+/–	–	+	+	+	+	+	+	+	+	+
Байдарочный спорт	+	+/–	–	+	+/–	–	+	+	+	+	+	+

* Стационарный неорганизованный (самодеятельный) отдых включает комплекс видов отдыха, которые представляют собой смену рекреационных занятий в течение дня.

** Цифрами обозначены балльные оценки состояния компонентов природной среды: 3 – благоприятная – концентрации всех определяемых ЗВ ниже ПДК; 2 – относительно благоприятная – имеются превышения ПДК (до 1,5) по 1–2 нетоксичным ЗВ; 1 – неблагоприятная – имеются превышения ПДК по нетоксичным ЗВ более 1,5 раз или любое превышение ПДК по токсичному ЗВ.

*** + – вид отдыха может развиваться без ограничений; +/– – вид отдыха может развиваться с ограничениями, – – вид отдыха не может развиваться.

летворительным, естественно, что их стоимость для рекреационного природопользования резко снижается.

В настоящее время проводится экспертная оценка экологического состояния природных рекреационных ресурсов Верхней Волги и разрабатываются поправочные коэффициенты по их стоимости с учетом экологического состояния.

Литература

1. ГН 2.1.6.1338-03 Предельно допустимые концентрации (ПДК) загрязняющих веществ в атмосферном воздухе населенных мест.

2. Перечень рыбохозяйственных нормативов: предельно допустимых концентраций (ПДК) и ориентировочно безопасных уровней воздействия (ОБУВ) вредных веществ для воды водных объектов, имеющих рыбохозяйственное значение. – М., ВНИРО, 1999.

3. ГН 2.1.5.1315-03 Предельно допустимые концентрации (ПДК) химических веществ в воде водных объектов хозяйственно-питьевого и культурно-бытового водопользования.

4. СанПиН 2.1.5.980-00 Гигиенические требования к охране поверхностных вод.

ОБОСНОВАНИЕ ВЫБОРА МЕСТОПОЛОЖЕНИЯ ТУРИСТСКИХ ОБЪЕКТОВ

О. Г. Никонова, *ассистент кафедры*
Санкт-Петербургского государственного политехнического университета

Последние годы актуальным становится вопрос о реорганизации существующих и выделении новых рекреационных территорий для объектов туризма и спорта, оптимизации их использования. При этом делается ставка на их экономическую эффективность, так как данные объекты при грамотном управлении являются прибыльными для владельцев и налогоплательщиков в бюджет. Следовательно, организации, эксплуатирующие рекреационные объекты, стараются максимально использовать выделенные территории.

Разрабатываемая методика предназначена для обоснования выбора и освоения территорий, пригодных для ведения рекреационной деятельности, приведения конкретных рекомендаций по их устройству и использованию, с выработкой схемы зонирования объектов по видам рекреации (до уровня генплана) на основе изучения природно-климатических условий, природно-антропогенных ландшафтов, антропогенной нагрузки, геоэкологической обстановки, развитости инфраструктуры, сезонности и различных сочетаний аттрактивных возможностей конкретных территорий.

Данная методика, реализованная на базе ГИС в виде информационно-аналитической системы, обеспечивает комплексный анализ всего спектра задействованной информации с целью получить качественную и количественную оценки состояния рекреационных ресурсов, выработать рекомендации по их рациональному освоению, выявить основные предпочтения пользователей рекреационных территорий, т. е. многофакторную целостную актуальную ситуационную картину состояния рекреационных территорий с возможностью многовариантного прогноза на перспективу развития и осуществления девелопмента туристской недвижимости.

РОЛЬ РЕЧЕВОГО ЭТИКЕТА В СФЕРЕ ТУРИЗМА

О. В. Ромазанова, *ст. преподаватель кафедры*
Казанского государственного аграрного университета

Постановка проблемы речевого этикета связана с тем, что в последнее время растет интерес к проблемам эффективного и целесообразного межличностного и межкультурного общения. Этот интерес стимулируется все больше расширяющейся сферой туризма, которая приводит к потребностям знания языка и речевого этикета. Частые туристические поездки за границу, а также возможность общаться с иностранными туристами в своей стране зримо увеличивают потребность и желание людей научиться хорошо владеть как родным языком, так и иностранным. При этом люди заинтересованы в том, чтобы научиться общаться на иностранном языке адекватно культурно-речевой традиции, речевым нормам, речевому этикету родного языка.

Общаясь, люди передают друг другу ту или иную информацию, к чему-то побуждают, о чем-то спрашивают, что-то выражают. Однако прежде чем перейти к обмену информацией, необходимо вступить в речевой контакт, т. е. нужно привлечь внимание адресата, обратиться к нему. Обращение совершается по определенным правилам, которые мы почти не замечаем, поскольку они привычны для нас, так как усвоены нами с детства. Но заметными становятся нарушения этих правил, их несоблюдение представителями другой культуры, которое может обернуться обидой, ссорой, а то и конфликтом между коммуникантами. Поэтому особенно важно обратить внимание на правила вступления в речевой контакт, так как без положительного контакта невозможно установление хороших, благоприятных взаимоотношений. Сегодня, когда не существует проблемы выезда за границу, знание речевого этикета особенно важно. Обращение является самым употребительным и самым ярким этикетным признаком, самым необходимым средством вступления в речевой контакт, а также средством демонстрации национальной специфики языка. В данной статье оно рассматривается именно в этом аспекте.

Речевой этикет – важный элемент всякой национальной культуры. В языке, в речевом поведении, в устойчивых формулах общения отложился богатый опыт, неповторимость обычаев и условий жизни каждого народа. По Н. И. Формановской, речевой этикет определяется как национально-специфичные правила речевого поведения, применяемые в ситуациях вступ-

ления собеседников в контакт и поддержания общения в избранной тональности соответственно обстановке общения, социальным признакам коммуникантов и характеру их взаимоотношений [5].

В трудах А. Т. Абрамовой, В. Г. Костомарова, А. А. Акишина, Н. И. Формановской, Н. В. Витт, Н. М. Фирсовой, H. Clark, S. Blum-Kulka, T. Post J. House, A. Wierzbicka рассматриваются различные аспекты речевого этикета – формулам вежливости, согласия, советов, приветствия, приглашений, пожеланий, обращений и т. д. В настоящее время, когда повышен интерес к проблеме языка и культуры, когда невозможность успешной коммуникации без знания культуры стала очевидным фактом, теория речевого этикета представляет большой интерес как для лингвистов, так и для методистов. Проблематика исследований речевой культуры, как отмечает Н. И. Формановская, затрагивает, с одной стороны, совпадение этикетных действий с вежливым речевым поведением, а с другой – многообразие функций, которые выполняют формулы речевого этикета [5]. Речевой этикет охватывает собой все, что выражает доброжелательное отношение к собеседнику, что может создать благоприятный климат общения. Знание речевого этикета, его особенностей необходимо при формировании коммуникативной компетенции у обучаемого и для достижения естественного речевого общения на иностранном языке.

В конце XX в. иностранные лингвисты также заинтересовались проблемой обращения как части речевого этикета: D. Brown, S. Levinson, B. Fraser и др. Изучая работы зарубежных филологов-лингвистов 90-х годов прошлого века, мы находим немало описаний этого термина. Например, в работе Э. Новах отмечается, что среди ситуаций установления контакта, требующих соблюдения правил речевого этикета, обращение к собеседнику как привлечение его внимания должно занимать важное место. Следовательно, данный языковой материал должен получить всестороннее описание, учитывающее специфичность данной формулы с точки зрения других языков [2]. Английский лингвист Д. Мейбин отмечает, что обращения – часть речевого этикета, зависящая от определенных факторов: разницы в статусе собеседников, социальной дистанции между говорящими, степени формальности ситуации, культурного контекста [7].

Наша эпоха с резко возросшей ролью средств массовой информации характеризуется процессами упадка или, по крайней мере, размытостью форм речевого этикета. На сегодняшний день перед лингвистами и исследователями в области речеведческих наук встают задачи восстановления общественной гармонии посредством нормализации речевой культуры общества. В любом обществе с глубокой древности существуют общественные нормы речи, нормы речевого поведения, которые соблюдаются всеми жителями данного общества, данного народа. Этими нормами и основами духовной культуры являются мораль, вежливость, этикет. Коммуникативная ориентация обучения требует не только овладения языковой системой, но и способностью выбрать социально приемлемый вариант высказывания из того языкового фонда, которым изучающий язык владеет, и который уместно использовать в общении, не забывая о соблюдении правил речевого этикета. С данной точки зрения обращение является одной из фундаментальных и интереснейших проблем речевого этикета.

Речевой этикет – явление универсальное, но в то же время каждый народ сложил свою, национально специфическую систему правил речевого поведения. Сравнивая национально-специфические особенности обращения в английском и татарском языках, можно отметить такие отличия, как обращение по имени-отчеству, широкое распространение терминов родства в роли обращения при обращении не только к родственникам, но и к незнакомым людям, наличие форм обращения *син/Сез* в татарском языке и употребление гонорифических форм даже при обращении к близким родственникам в английском языке. Другими словами, можно отметить, что татарский речевой этикет требует некоторой неофициальности, сердечности, индивидуального подхода в общении, который проявляется, в частности, в частом использовании терминов родства при обращении даже к чужим, незнакомым людям. Например, самыми часто используемыми формами обращения к незнакомым людям постарше в татарском языке являются *апа* к женщине и *абый* к мужчине; взрослые обращаются к молодежи формами *сеңлем* к девушке и *энем* к юноше, пожилые люди предпочитают формы *кызым / улым.*

Изучение обращений в составе речевого этикета в типологически разных языках дает возможность определить сходство и различие их использования в татарском и английском языках. Это даст возможность представить «основные составляющие менталитета, национального характера, коммуникативного поведения другого народа» [3], что поможет открыть некоторые причины коммуникативных неудач, эмоционального дискомфорта [1], так как максимум эффективности общения может быть достигнут только при условии понимания культурных особенностей собеседника, ведь «языковое понимание не совпадает с культурным» [4].

Литература

1. Крылова О. А. Можно ли считать церковно-религиозный стиль современного русского языка разновидностью газетно-публистического стиля? // Стереотипность и творчество в тексте: Межвуз. сборник науч. тр. – Пермь, 2001. – С. 185–187.
2. Новак Э. Русский речевой этикет с точки зрения коммуникативного поведения поляков. – М., 1987. – 170 с.
3. Очерк американского коммуникативного поведения / Науч. ред. И. А. Стернин, М. А. Стернина. – Воронеж: Изд-во «Истоки», 2001. – 206 с.
4. Телия В. Н. Русская фразеология. Семантические, прагматические и лингвокультурологические аспекты. – М.: Шк. «Языки русской культуры», 1996. – 284 с.
5. Формановская Н. И. Русский речевой этикет: Лингвистический и методический аспекты. – 2-е изд. – М., 1987. – 94 с.
6. Формановская Н. И. Коммуникативно-прагматические аспекты единиц общения. – М.: ИКАР, 1998. – 290 с.
7. Maybin J. An English Canon? Using English: from conversation to canon / Edit. by J. Maybin and N. Mercer. – London: Routlege, 2001. – P. 5–27.

ЖЕЛЕЗНОДОРОЖНЫЙ ТУРИЗМ В РАННЕВИКТОРИАНСКОЙ АНГЛИИ

А. Б. Соколов

Начало правления королевы Виктории (1837–1901) совпало с глубокими социальными изменениями, произошедшими в Англии в эпоху промышленной революции. Время промышленного переворота рассматривалось в советской историографии довольно односторонне, преимущественно в контексте социальной поляризации и нарастания противоречий между буржуазией и рабочим классом. Такой подход сложился под влиянием трудов основателей марксизма, в частности работы Ф. Энгельса «Положение рабочего класса в Англии». Идею о том, что время промышленного переворота было «черной страницей» в истории капитализма, разделяли все наиболее известные авторы, писавшие об истории рабочего класса, в том числе супруги Уэббы и супруги Хэммонды, Дж. Коул. Единственным крупным экономическим историком межвоенного периода, придерживавшимся иной точки зрения, был Дж. Клэпем, утверждавший, что кризис коснулся только отдельных отраслей промышленности и отдельных местностей. Новейшими исследованиями установлено, что примерно динамика роста реальной заработной планы была следующей: ее рост проявился в 1810–1816 гг., затем последовало некоторое снижение, вызванное экономическим кризисом 1815 г., хотя и не такое значительное, как опасались многие, в 1820-х гг. отмечалось некоторое повышение реальной заработной платы, в 1830-е гг. – некоторое снижение, но уже начиная с 1840-х гг. проявился резкий рост реальной заработной платы, которая в 1850-е гг. была уже на 40 % выше, чем десять лет до этого. Приведенные цифры – это один из аргументов, который можно привести для обоснования тезиса о том, что завершающиеся годы промышленного переворота были временем зарождения в Англии среднего класса. Этот вывод чрезвычайно важен с точки зрения истории туризма, потому что туризм в современном понимании, как явление массового характера, возникает только в индустриальном обществе, в котором формируется так называемый средний класс.

Важной чертой демографического развития Англии был значительный рост населения. В 1751 г. население Англии и Уэльса составляло 5,7 млн человек, в 1801 – 8,7 млн, в 1851 г. – 16,8 млн. За эти же сто лет население Шотландии возросло с 1,25 до 2,89 млн человек. Выросла средняя продолжительность жизни: с 36–37 лет в 1750 г. до 40 лет у мужчин и 42 лет у женщин в 1838–54 гг. Характерной чертой социального развития страны был рост городского населения: в течение всей первой половины XIX в. каждые десять лет оно увеличивалось на 23–29 %. Все эти цифры свидетельствуют о глубоких социальных и демографических сдвигах, с учетом которых становится понятным возникновение массового туризма. Как заметил английский историк Дж. Пимлотт, «промышленная революция произвела многочисленный и процветающий средний класс, а затем и еще более многочисленный и относительно процветающий городской пролетариат; железная дорога сделала путешествия дешевыми, быстрыми и такими простыми, как никогда раньше. Оба эти изменения имели решающее значение для мест отдыха в будущем»[1].

[1] Pimlott J. The Englishman's Holiday. A Social History. Sussex, 1976. – P. 74.

«Туризм» происходит от английского слова «tour», которое начали использовать в литературе XVII в. для обозначения необычных, удивительных поездок. В XVIII в. тур по Европе стал частью образования любого английского джентльмена. Уже в ранние времена туризма «tour» отличали от «excursion» по продолжительности: экскурсия, как правило, предполагала возвращение домой в день отъезда. Хотя не только поездки в Европу, но и регулярное посещение собственных курортов, таких как Бат, или приморских городов, таких как Брайтон, стало обычной практикой в организации отдыха для состоятельных англичан уже в XVIII в., расходы, в том числе высокая стоимость перевозок, были доступны только немногим.

Главный тезис этой статьи состоит в том, что в становлении туризма в современном значении этого слова, как явления массового, революционную роль сыграло появление в Англии железнодорожной системы. Транспортную революцию обычно рассматривают как часть промышленной революции, а ее важнейшим элементом не без основания считают строительство железных дорог. Поезда на рельсах широко использовались для перевозки товаров, а особенно часто для перевозки угля на шахтах уже в XVII–XVIII вв., правда, рельсы были не железными, а деревянными. При этом использовалась мускульная сила лошадей, а иногда, если расстояния были невелики, и людей. В Англии для перевозки людей, кроме системы каналов, существовала развитая коммерциализированная система конных перевозок. Хотя дороги стали в XIX в. лучше, чем раньше, реальных резервов для удешевления поездок, да еще в условиях значительного роста населения, не существовало.

Иное дело: железные дороги. Их строительство и эксплуатация не только стали выгодным коммерческим предприятием, не только в корне изменили транспортную систему (конные экипажи уже к середине 40-х гг. XIX в. были почти полностью вытеснены), но и стали олицетворением прогресса, изменили общественное сознание. Это имело место во всех странах.

Как использовать силу пара для передвижения? Первым попробовал решить эту задачу выдающийся инженер Ричард Тревитик, который в 1804 г. испытал построенный им локомотив для перевозки нескольких вагонов угля. Хотя дороге был нанесен вред, сама возможность использовать силу пара для приведения колес в движение была доказана. Другие инженеры продолжили эксперименты, и особая роль принадлежит Джорджу Стефенсону, с именем которого связано открытие двух первых железных дорог в Англии. В 1825 г. была открыта первая дорога между Стоктоном и Дарлингтоном протяженностью 25 с половиной миль. На ней наряду с паровозом применялась конная тяга. Началом регулярного железнодорожного сообщения можно считать открытие в 1830 г. дороги Ливерпуль – Манчестер, соединившей два крупных промышленных города, первый из которых был и крупным портом.

Почему открытию этой дороги придается особое значение? Во-первых, с самого начала руководство компании и ее служащие контролировали не только предоставление технических возможностей для передвижения, но и взяли в свои руки организацию перевозок. Даже компании, открывшиеся позднее, не сразу перешли к такой системе деятельности. Во-вторых, хотя компания получила право как на перевозку грузов, так и пассажиров, с начала акцент был сделан на пассажирских перевозках: компания быстро доказала, что это может быть организовано в широком масштабе и приносить не меньшие доходы, чем грузы. В-третьих, соединив два промышленных центра, дорога предоставила возможность для коммерческой мобильности в невиданных прежде масштабах. Например, купец или промышленник мог выехать утром, осуществить бизнес днем в другом городе и к ночи вернуться домой[1].

В последующие месяцы и годы создаются новые компании, открывающие новые дороги, разной протяженности и в разных частях страны. Для столицы важное значение имело открытие линии Лондон – Бирмингем в 1837 г. (парламент утвердил ее создание в 1833 г.) В строительстве и организации деятельности этой дороги важную роль сыграл сын Джорджа Стефенсона Роберт. Бум железнодорожного строительства пришелся на 1836–1837 гг. – их современники назвали «железнодорожной манией». Если с 1821 г., когда парламент утвердил создание первой железнодорожной компании (Стоктон – Дарлингтон) до 1836 г. было учреждено 43 компании, то за два последующих года – еще 44[2]. Хотя строительство часто оказывалось более дорогостоящим делом, чем рассчитывали акционеры, размах строительства впечатляет: к 1836 г. общая протяженность построенных дорог составляла 400 миль, к 1840 г. – 1500 миль, к 1844 г. – более 2000[3].

[1] Simmons J. The Railway in England and Wales. 1830–1914. Leicester, 1978. – P. 19–20.
[2] Там же. – P. 24.
[3] Там же. – P. 32.

Одним из амбициозных проектов была «Великая Западная дорога», строившаяся и развивавшаяся по проекту инженера Изамбарда Брунеля. Первоначально она была доведена до Бристоля. С целью безопасности «Великая Западная дорога» была первой оснащена электрическим телеграфом. Новый железнодорожный бум (новая «мания») вел к спекуляциям, банкротствам. Конкуренция подчас заставляла компании объединяться, что вело к созданию целых железнодорожных империй. «Железнодорожным королем» современники называли Джорджа Хадсона, владельца Мидленд Рэйлвэй.

В таких условиях парламент все чаще обращается к вопросам железных дорог, утверждая специальные парламентские комиссии. Эти вопросы активно обсуждались во время сессии 1839 г. В 1840 г. при Комитете по торговле был создан особый железнодорожный отдел, преобразованный позднее в Железнодорожный департамент. Среди других парламентских актов особое значение имел Акт 1844 г., вводивший некоторые правила перевозок пассажиров, оказавшие влияние и на викторианский туризм.

Практика организации специальных «экскурсионных поездов», зародившаяся уже в середине 30-х гг., будет подробно рассмотрена ниже. Целесообразно, однако, начать с определения условий, которые сделали ее возможной. Почему именно Англия стала родиной железнодорожного туризма? Свою роль сыграло географическое положение страны. Относительно небольшая территория, быстро созданная густая сеть железных дорог обеспечивали доступ значительным группам населения к местам отдыха, и прежде всего на побережье. Тем не менее, следует подчеркнуть факторы, определившие соответствующую политику железнодорожных компаний.

Во-первых, сложившаяся в Англии система предполагала, что крупные компании сконцентрировали в своих руках все полномочия, включая состояние путей, использование локомотивов и непосредственно перевозку пассажиров. Первоначально, по примеру конного транспорта или каналов, предполагалось, что поезд может быть частным предприятием, не принадлежащим дороге, его хозяин мог вступить в договорные отношения с железнодорожной компанией. Однако скоро стало ясно, что такая практика неразумна, по меньшей мере, с точки зрения безопасности на дорогах. Не случайно, в 1839 г. специальный парламентский комитет вынес рекомендацию, что «безопасность публики требует, чтобы существовала единая система управления, под единым руководством. Необходимо, чтобы компания полностью контролировала свой участок дороги, хотя она и приобретает в таком случае полную монополию над средствами передвижения»[1].

Во-вторых, вопреки первоначальным предположениям, что основной доход компании получат от перевозки грузов, после 1835 г. многие компании пересмотрели направления своей деятельности, отдав предпочтение перевозке пассажиров и посылок. Показательным был опыт компании «Ливерпуль – Манчестер», которая за первые 4 года своей деятельности получила от перевозок пассажиров в пять раз больше, чем предполагала. Железнодорожные компании довольно быстро преодолели конкуренцию традиционного гужевого транспорта за счет более низких цен и более короткого времени доставки. В 1835–1850 гг. некоторые компании, однако, довольно широко использовали конные экипажи для доставки пассажиров из тех мест, куда еще не были протянуты железнодорожные ветки. В 1842 г., в разгар чартистского движения, по железной дороге были доставлены на север войска, которые предполагалось использовать в случае беспорядков. Сориентировавшись на перевозку пассажиров, компании должны были искать пути их привлечения, помимо регулярных перевозок.

В-третьих, строительство дорог и их ввод в эксплуатацию оказывалось более дорогостоящим делом, чем предполагалось в проектах. Достаточно сложное финансовое положение компаний в первые годы их существования отчасти объяснялось тем, что руководство многими из них принадлежало инженерам, больше интересовавшимся техническими вопросами, чем прибылью. Положение меняется с середины 40-х гг., когда менеджерами стали люди бизнеса. Именно они искали пути привлечения к поездкам людей с ограниченными доходами.

В-четвертых, железнодорожный бизнес в Англии в викторианскую эпоху был частным предпринимательством в большей степени, чем в любой другой стране. В таких странах, как Бельгия или Пруссия, строительство железных дорог шло под государственным контролем. Во Франции их строительство было предметом широких дебатов, и хотя обе тенденции присутствовали, уже с первых лет Июльской монархии при правительстве существовал специальный отдел, занимавшийся железными дорогами. Даже в США, где, как и в Англии, строительство

[1] Gourvish T.R. Mark Huish and the London and North-Western Railway. A Study of Management. – L., 1972. – P. 32.

велось на деньги акционеров, власти штатов обладали гораздо более широкими возможностями для вмешательства в дела железнодорожного бизнеса[1].

Наконец, в-пятых, следует подчеркнуть постоянно возраставшее внимание компаний и парламента к перевозкам пассажиров второго и третьего классов. Само деление на классы в поездах было унаследовано от конных экипажей, хотя надо заметить, что в начале своей деятельности многие компании ориентировались целиком на пассажиров первого класса. Такой подход не мог обеспечить долговременную и стабильную прибыль, тем более с вытеснением конного транспорта во второй половине 30-х – начале 40-х гг. все чаще стали звучать голоса, что железнодорожные компании почти целиком игнорируют интересы бедных пассажиров, стоящих перед необходимостью ехать на дальнее расстояние[2].

Вопрос о перевозке малообеспеченных слоев населения приобрел особое звучание на парламентской сессии 1844 г., когда был принят важный закон о регулировании железнодорожного сообщения. Еще в 1840 г. в докладе специального комитета по железным дорогам говорилось, что поезда должны быть доступны для бедняков, во-первых, чтобы обеспечить им возможность быстро и дешево добраться до такого места, где есть нужда в их труде, а во-вторых, «здоровье и настроение механиков, ремесленников и бедных обитателей больших городов улучшится, если они будут иметь возможность ездить со своими семьями в более здоровые и менее заселенные районы»[3]. Как видим, вопрос о путешествии для удовольствия еще не ставился, хотя второй аргумент имеет к этому косвенное отношение.

Акт 1844 г. требовал, чтобы каждая железнодорожная компания ежедневно предоставляла как минимум один поезд, стоимость проезда на котором не должна была превышать одного пенни за милю, он должен был двигаться со скоростью не меньше 12 миль в час, то есть быстрее, чем конный экипаж, и останавливаться на каждой станции. Пассажиры таких «парламентских поездов» освобождались от налога, входившего в стоимость билета, им должны были предоставляться места для сидения и защита от непогоды. Как указывает Дж. Симмонс, значение этой меры не следует преувеличивать: многие низкоквалифицированные работники получали всего 10 шиллингов в неделю, а то и меньше, значит для них поездка, например, из Ланкашира в Лондон стоила бы десятидневной заработной платы[4]. Правда, каждый пассажир «парламентского поезда» мог бесплатно провозить 56 фунтов, т. е. примерно 25 кг груза.

Таковы были условия, влиявшие на возникновение в Англии железнодорожного туризма. Историки солидарны в оценке важной роли, сыгранной железными дорогами в формировании новых видов отдыха.

Первой формой железнодорожного туризма стало создание «экскурсионных поездов». Она возникла почти одновременно со всей системой перевозки пассажиров. 1 октября 1830 г., меньше чем через две недели после открытия дороги Манчестер – Ливерпуль, ее руководство организовало поезд из Ливерпуля к виадуку в Санкей по цене 5 шиллингов за обратный билет (при обычной цене в 8 шиллингов). Через несколько дней этот же поезд доставил туда и обратно жителей Манчестера, посетивших фестиваль благотворительности в Ливерпуле. Эти поездки были организованы самой компанией, но чаще компании вступали в соглашение с частными предпринимателями.

5 июля 1841 г. мелкий предприниматель из Лейстера Томас Кук, сотрудничавший с Мидленд Коунтиз Рэйлвэй, организовал однодневную поездку для 570 жителей города в Логборо, на праздник трезвости. Так было положено начало, наверное, самой знаменитой туристической компании. Убежденный баптист, Кук придавал организации «правильных» форм отдыха не меньшее значение, чем коммерческому успеху. Несомненно, он обладал интуицией, позволявшей предугадать потенциальный интерес потребителей и способностью идти на коммерческий риск. В 1845 г. им была организована успешная экскурсия в Северный Уэльс (поездом из Лейстера в Ливерпуль, затем пароходом), а с 1846 г. он регулярно в течение многих лет организовывал поездки в Шотландию. Коммерческий успех этого проекта основывался на интересе к Шотландии и ее истории, сложившимся у публики во многом благодаря романам В. Скотта. Позднее, в 1862 г., железнодорожные компании, стремясь к увеличению собственных выгод, вытеснили его с этого маршрута. Когда Кук перешел от экскурсий к организации туров, приоритетом его работы стали даже не перевозки, а обеспечение туристов необходимыми удобст-

[1] См.: Parris H. Government and the Railways in Nineteenth – Century Britain. – L., 1965. – P. 9–12; Simmons J. The Railway in England and Wales. – P. 48.

[2] Gourvish T.R. Op. cit. – P. 35.

[3] Pimlott J. Op. cit. – P. 88.

[4] Simmons J. The Railway in England and Wales. – P. 37.

вами в местах пребывания. Этим занимались создаваемые в пунктах его работы конторы Кука. Известность Кука выросла в 1851 г.: позднее он сам утверждал, что вместе с сыном привез на Всемирную выставку в Лондон 150 тыс. человек.

С именем Кука связано и начало зарубежного туризма. Он организовывал туры во Францию, по Рейну, в Бельгию, Швейцарию и Италию. Везде их успешность в большой мере зависела от железных дорог, с которыми фирма Кука вступала в договорные отношения. После окончания Гражданской войны в США в 1865 г. Кук организовал тур в эту страну. В 1872 г. Кук с группой из 9 человек совершил тур вокруг света, потребовавший более 200 дней. Однако усиливая внимание к зарубежному туризму, фирма «Кук и сын» не оставила внутренний рынок. Она монополизировала или играла главную роль в экскурсионной деятельности шести английских и двух шотландских железнодорожных компаний, имея с ними договоры о перевозке туристов.

Возвращаясь к раннему этапу железнодорожного бизнеса, отметим, что первой компанией, поставившей «экскурсионные поезда» на регулярную основу, была дорога «Лондон – Брайтон». Регулярные экскурсионные поезда предоставлялись ею с 1844 г., причем первый из них отправился на Пасху, 8 апреля. Именно этот эпизод часто рассматривался как начало викторианского железнодорожного туризма, хотя, как можно видеть, отдельные экскурсии проводились намного раньше. Ставший в 1843 г. председателем компании сэр Роулэнд Хилл позднее называл себя автором идеи экскурсионных поездов. Примеру компании «Лондон – Брайтон» немедленно последовали другие компании, действовавшие в южной Англии. В дальнейшем экскурсии проводились и в других регионах страны. В один из дней дорога Манчестер – Уэкфилд предоставила всем школьникам возможность ехать между двумя любыми станциями за шесть пенсов в одну сторону. Не все экскурсии были удачными. Стремясь привлечь как можно больше пассажиров, компании организовывали «исполинские поезда»: один из них, из Лиддса в Гулль, состоял из девяти паровозов, тащивших 240 вагонов, в которых находились 6600 пассажиров. Такие поезда двигались с трудом, опаздывали. Описан случай, когда экскурсионный поезд из Оксфорда в Лондон шел так медленно, что прибыл в столицу только в 4 часа дня и должен был отправиться назад немедленно.

Если парламентские комиссии по железным дорогам специально вопрос об экскурсионных поездах никогда не рассматривали, то Комитет по торговле (что-то вроде министерства экономики) уже в октябре 1844 г., когда его президентом был молодой тогда политик У. Гладстон, обратил внимание на этот вид деятельности железных дорог, заявив о нежелании ограничивать его. В то же время компаниям предлагалось обеспечить безопасность и учитывать интересы пассажиров, так как указанные поезда двигались вне постоянного расписания.

Важным этапом в развитии ранневикторианского туризма стала работа знаменитой Лондонской Великой выставки 1851 г. Впервые в истории она была задумана и осуществлена как международная. Выставка была открыта королевой Викторией 1 мая и завершилась 15 октября. Считается, что за это время ее посетило более шести миллионов человек. Такое беспрецедентное количество посетителей было доставлено в Лондон только благодаря железнодорожному транспорту.

Важным вопросом, связанным со становлением викторианского туризма, является вопрос об «английском воскресенье». Попытки организовывать экскурсии по воскресеньям наталкивались на сопротивление части общества, особенно клерикальных слоев. Существовало мнение, что поездки такого рода лишают людей возможности совершить главное в этот день: посетить церковную службу. Интересно, что если первые экскурсионные поезда организовывались чаще всего именно по воскресеньям, то в дальнейшем компании явно уступали нажиму. Приводимые Дж. Симмонсом данные показывают, что уже в пятидесятые годы происходило снижение интенсивности железнодорожного движения по воскресеньям, но особенно заметными ограничения такого рода стали в 60-е гг. В дальнейшем процент дорог, закрытых по воскресеньям (по отношению к их общей протяженности), хоть и медленно, но продолжал возрастать. Организации, ставившие целью расширять воскресный отдых, имели относительный успех. Одной из них была Национальная воскресная лига (National Sunday League), основанная в 1855 г. в поддержку инициативы об открытии по воскресеньям музеев и парков. Она также выступала за проведение в этот день железнодорожных экскурсий и тесно сотрудничала с компаниями, обеспечивавшими перевозки в Брайтон. С другой стороны, в конце XIX – начале XX в. активно действовал Союз против поездок в воскресенье (Anti-Sunday-Travelling Union).

Воскресенье можно считать одним из факторов, препятствующих развитию викторианского туризма в ту эпоху. Другим фактором был сохранявшийся страх перед поездками, вызванный в том числе и реальной информацией о железнодорожных катастрофах. Они не только уносили человеческие жизни и вели к ранениям, но и немало стоили компаниям, вынужденным нести

выплаты в пользу пострадавших. Некоторые катастрофы произошли и с экскурсионными поездами. Первая крупная из них произошла в 1852 г. на дороге, принадлежавшей компании «Ланкашир – Йоркшир». В ней погибло несколько школьников и учитель. Позднее самые крупные катастрофы с экскурсионными поездами имели место в 1876 и 1887 гг. Насколько опасны были экскурсионные поезда на самом деле? По сведениям Дж. Симмонса, которые он почерпнул из отчетов инспекторов, расследовавших причины катастроф, «количество инцидентов, произошедших с экскурсионными поездами, пропорционально общему числу инцидентов на железной дороге, было самым высоким в 1860-е гг., но существенно более низким в последующие годы, когда их общее количество было самым большим»[1].

Возможно, что более существенным фактором, ограничивавшим ранневикторианский туризм, была неопределенность положения с праздничными, свободными от работы днями, которые и могли стать временем для путешествий. В литературе отмечается, что с переходом к фабричной системе предоставление рабочим дней для отдыха стало более проблематичным с точки зрения организации труда. Более того, в идее, что рабочие могут получать плату за дни, когда они не работают, была в целом чужда экономическим представлениям той эпохи. Общее количество выходных дней не регламентировалось законодательно, а определялось более всего местными традициями (очень различавшимися в разных графствах и местностях), а также конкретной ситуацией. Закон 1833 г., регламентировавший детский труд, косвенным образом влиял на ситуацию с выходными днями, поскольку во многих случаях в производственном процессе были задействованы и взрослые, и дети[2]. Тем не менее, понимание того, что рабочие нуждаются в праздничных днях, разделяли многие предприниматели. Ряд ранних железнодорожных экскурсий организовывались именно как корпоративные мероприятия.

Итак, железная дорога стала важнейшим условием становления индустрии туризма в ранневикторианской Англии. В свою очередь железнодорожный туризм стал фактором громадного социального значения. Поезд превратился в великого уравнителя – он снимал социальные и географические границы. Высокий уровень мобильности, обеспеченный железными дорогами, стал важнейшим фактором социального общения между людьми разного социального достатка, между теми, кто проживал в разных частях страны. Говорят даже о возникновении особого «железнодорожного языка», «ломавшего» сословные и социальные перегородки. Появление железнодорожного туризма предопределило серьезные изменения в сфере отдыха и развлечений.

СИСТЕМНЫЙ АНАЛИЗ КАК МЕТОДОЛОГИЯ КОМПЛЕКСНОГО ИССЛЕДОВАНИЯ ПРОБЛЕМ РАЗВИТИЯ РЕКРЕАЦИОННОЙ СИСТЕМЫ РЕГИОНА

С. С. Солохин, *канд. экон. наук, доцент*
Технологический институт ФГОУ ВПО «Южный федеральный университет», г. Таганрог

В настоящее время нельзя назвать область человеческой деятельности, в которой в той или иной степени не использовались бы методы моделирования. Особенно это относиться к сфере управления различными социально-экономическими системами, где основными являются процессы принятия решений, так как в современных условиях развития экономики качество решений, принимаемых в процессах управления, прямо зависит от исследовательского подхода к управлению, от умения выявлять особенности и изучать проблемы, определять их истоки и последствия.

Выявление особенностей рекреационной системы невозможно без понимания особенностей и законов сложных систем. Для того чтобы облегчить выбор методов в реальных условиях, необходимо разделить их на группы (классы) и разработать рекомендации по их использованию в системах различных классов.

Поэтому в данной статье рассматривается методология исследования такой сложной социально-экономической системы, как рекреационная система, дается представление о проблеме принятия решений и о роли системного анализа в выборе методов моделирования рекреационной системы.

[1] Simmons J. Victorian Railway. – P. 281.
[2] См.: Pimlott J. Op.cit. – P. 79–87.

Методология любого исследования начинается с выбора объекта и предмета исследования и постановки задачи. Задача исследования рекреационной системы как функционального элемента социально-экономической системы заключается в том, чтобы оценить эффективность влияния рекреационной системы на социально-экономическую среду региона в целом и выявить, какие необходимы при этом управленческие воздействия для повышения этой эффективности.

Эффективность исследования зависит от структурно-логической последовательности его построения (рис. 1), от учета взаимосвязи всех аспектов предстоящего исследования, видения их места и роли в общей структуре знаний.

Любое исследование имеет комплекс характеристик (рис. 2), которые необходимо учитывать при его проведении и организации.

Основными из этих характеристик являются следующие:

1. Методология исследования – совокупность целей, подходов, ориентиров, приоритетов, средств и методов исследования;

2. Организация исследования – распределение функций и ответственности;

3. Ресурсы исследования – комплекс средств и возможностей, обеспечивающих успешное проведение исследования и достижение его результатов;

4. Объект и предмет исследования. Объектом является рекреационная система, относящаяся к классу социально-экономических систем, предметом – конкретная проблема, разрешение которой требует проведения исследования;

5. Тип исследования – принадлежность его к определенному типу, отражающему своеобразие всех характеристик (организованность, ресурсы, время);

6. Потребность в исследовании – степень остроты проблемы, профессионализма в подходах к ее решению;

7. Результат исследования – рекомендации, модель, формула, методика, способствующие успешному разрешению проблемы, пониманию ее содержания, истоков и последствий;

8. Эффективность исследования – соразмерность использованных ресурсов на проведение исследования и результатов, полученных от него.

Основополагающим в любом исследовании является выбор подхода, т. е. ракурса исследования, его отправной точки. В современной теории и практике анализа сложных систем выделяют следующие подходы:

- аспектный подход: предполагает выбор одной из граней проблемы по принципу актуальности либо по принципу выбора ресурсов. Данный подход может рассматривать проблему процесса рекреации населения как социальную, психологическую, экономическую и т. п.;
- концептуальный подход: предполагает предварительную разработку концепции исследования, т. е. подход будет состоять в разработке комплекса ключевых положений, определяющих общую направленность, архитектуру и преемственность исследования рекреационной системы;
- системный подход: максимально возможный учет всех аспектов проблемы в их взаимосвязи и целостности. Применительно к нашему исследованию данный подход будет состоять в выделении главного, существенного, определении характера связи между всеми аспектами, свойствами, характеристиками рекреационной системы.

Кроме того, подход может быть эмпирическим или прагматичным. Первый построен главным образом на опыте и его реализации в исследовании, второй – на решении проблем, дающих сиюминутный успех, непосредственную отдачу.

Но наибольшую ценность имеют исследования, построенные на научно-концептуальном подходе. Это исследования по принципиальным проблемам, преследующие перспективные цели и использующие в полной мере современные методологии и научные достижения. Среди всей совокупности возможных подходов сегодня наиболее практически значимым считается социально-экономический подход, учитывающий человеческий фактор в управлении.

По факторам динамики различают функционально-структурный подход и информационный, отражающий систему обработки информации. Но наиболее эффективным является диахронический, в котором главным фактором исследования выступают изменения, характеризующие функционирование и развитие рекреационной системы, а также фактор времени.

Существуют различные подходы и относительно цели исследования. По этому критерию можно выделить функционально-стоимостной и проблемно-ориентированный подходы. Наибольший эффект, однако, имеет программно-целевой подход, характеризующийся четкостью цели исследования и конкретностью ее отражения в программе исследования.

В основу формирования всех вышеназванных подходов положены принципы диалектики, т. е. диалектический подход, подразумевающий любые явления рассматривать в двойственно-

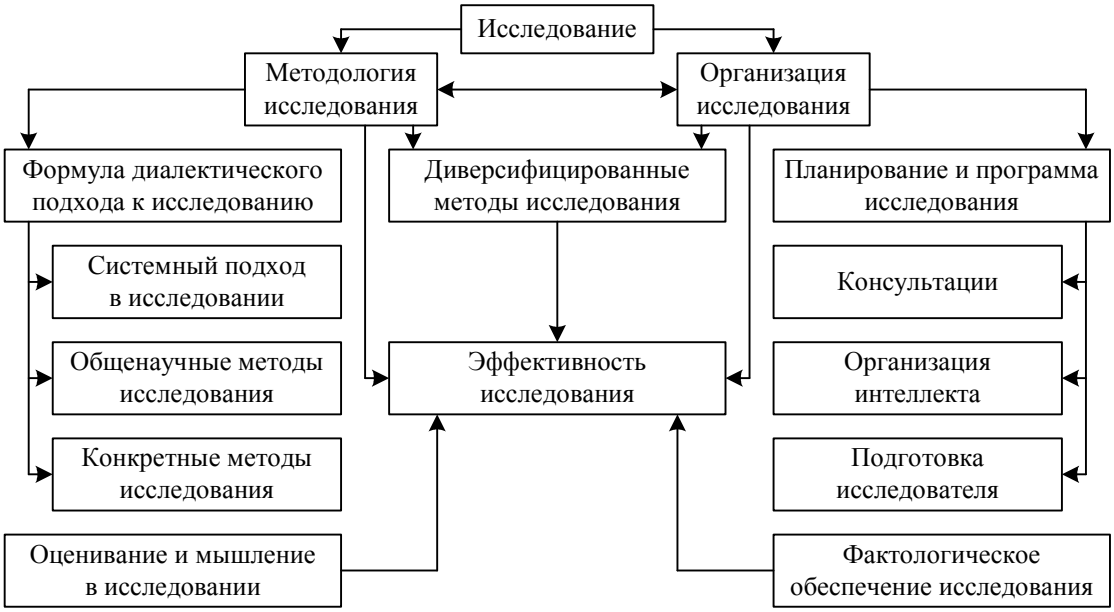


Рис. 1. Схема структурно-логической последовательности исследования

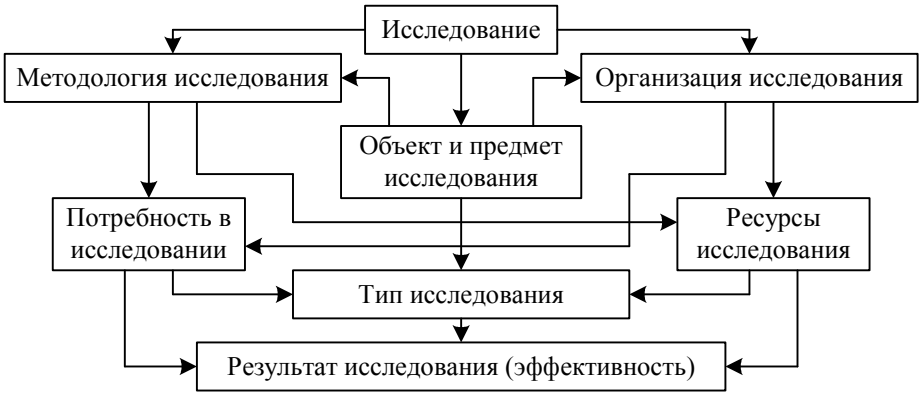


Рис. 2. Схема системы характеристик исследования

сти их свойств и характеристик, находить их противоречия и взаимосвязь (обусловленность, зависимость, единство). Практическая формула диалектического подхода заключается в выборе принципов (рис. 3) и методов его реализации, а также в сочетании с другими подходами, которые он не должен отрицать.

В любом исследовании, как минимум, необходимы следующие принципы диалектического подхода:

- целостность (позволит нам рассматривать одновременно рекреационную систему как единое целое и как подсистему социально-экономической системы региона, т. е. как ее функциональный элемент);
- структурность (позволит нам анализировать элементы исследуемой рекреационной системы и их взаимосвязи в рамках конкретной организационной структуры, поскольку процесс функционирования рекреационной системы обусловлен не столько свойствами ее отдельных элементов, сколько свойствами самой организационной структуры);
- множественность (позволяет нам использовать множество экономических и математических моделей для описания рекреационной системы и ее отдельных элементов в целом);
- иерархичность строения (наличие множества элементов, расположенных на основе подчинения элементов низшего уровня элементам высшего уровня, реализация этого принципа позволит представить исследуемую нами рекреационную систему в виде взаимодействия двух подсистем: управляющей и управляемой (рис. 4), где одна подчиняется другой).

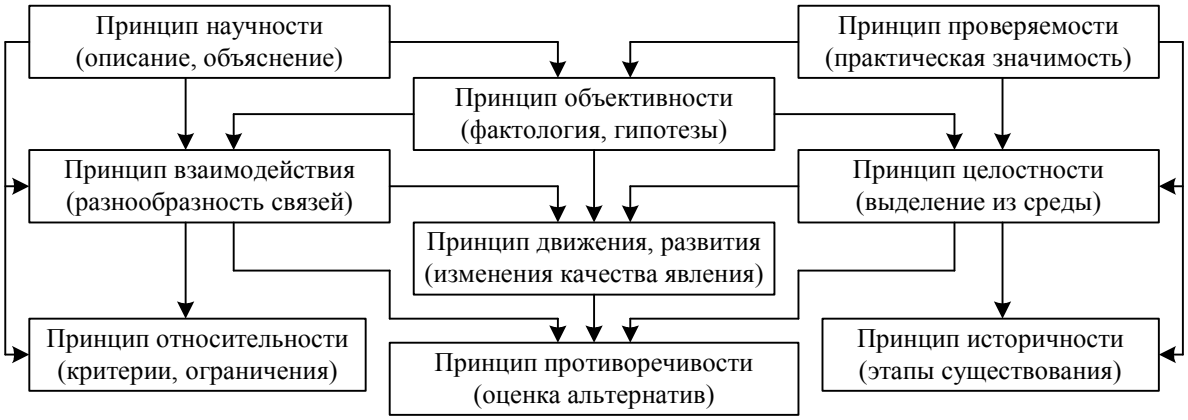


Рис. 3. Схема принципов диалектического подхода к исследованию

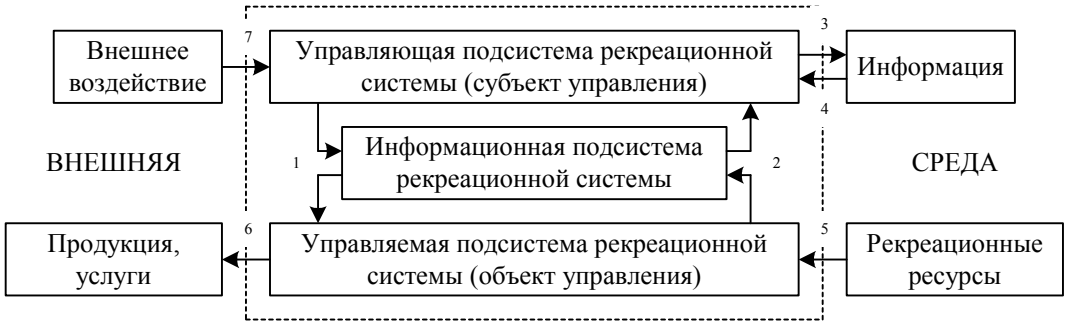


Рис. 4. Простейшая модель управления рекреационной системой:
1 – управляющие воздействия и информация по прямым каналам связи (решения);
2 – информация о состоянии управляемой подсистемы по обратным каналам связи;
3 – исходящая информация и документация (во внешнюю среду);
4 – информация о внешней среде;
5 – рекреационные ресурсы на входе системы;
6 – выход системы (рекреационная продукция и услуги);
7 – внешние задающие воздействия, влияющие на рекреационную систему

Методология исследования должна включать также определения и формулировки ориентиров и ограничений. Они позволяют проводить исследование более последовательно и целенаправленно. Ориентиры могут быть мягкими и жесткими, а ограничения – явными и неявными (рис. 5).

Главную роль в методологии играют средства и методы исследования, которые разделяют на три группы: формально-логические (методы интеллектуальной деятельности человека, составляющие основу исследования); общенаучные (отражающие научный аппарат исследования, определяющие эффективность любого типа) и специфические (методы, которые рождаются спецификой исследуемой системы и отражают особенность исследуемой деятельности).

Современная наука имеет обширный диапазон методов исследования. Но успех исследования в значительной мере зависит от того, каким образом, по каким критериям выбраны методы для проведения конкретного исследования и в какой комбинации они использованы. Выбор методов исследования и их комбинация использования определяются системным представлением обо всей совокупности общенаучных методов исследования (рис. 6).

В современных исследованиях сложных систем очень широко используются методы моделирования. Суть их заключается в том, что реальные объекты исследования, особенно если они не доступны или если нельзя вмешиваться в их функционирование, заменяются соответствующими моделями, пользуясь которыми можно провести эксперимент, изучать их поведение при изменении параметров внешней и внутренней среды. Сегодня системный подход является наиболее продуктивным для исследования социально-экономических явлений.

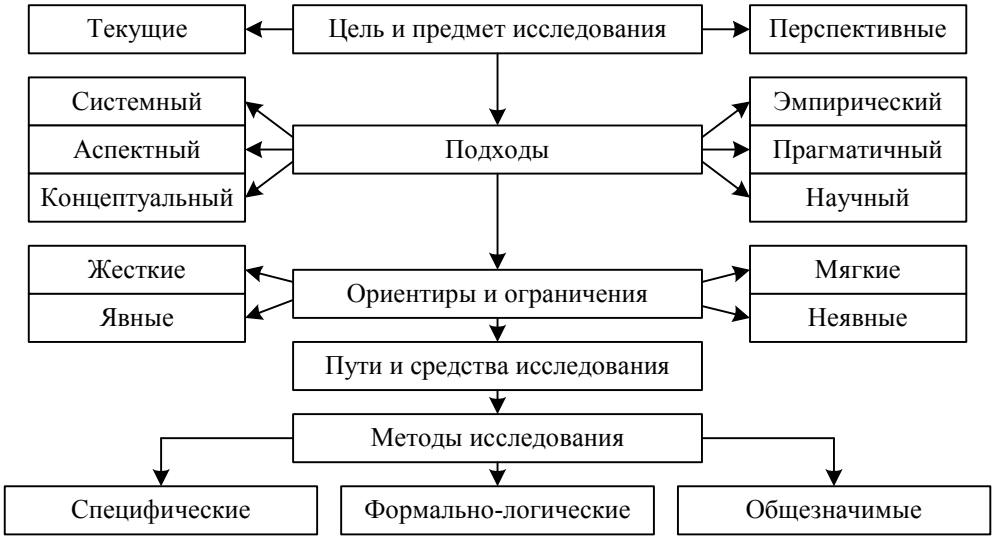


Рис. 5. Содержание методологии исследования

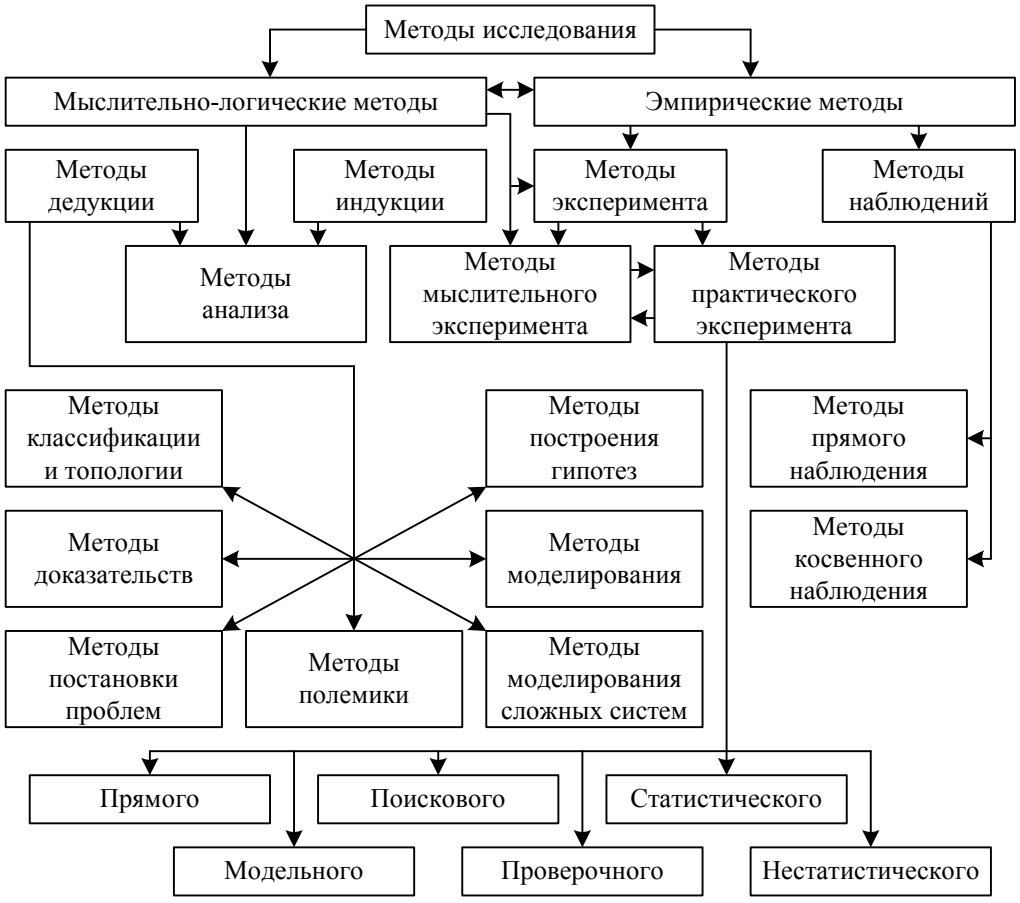


Рис. 6. Классификация методов исследования

С помощью системного анализа можно обеспечить взаимодействие и взаимопонимание между специалистами различных областей знаний, участвующими в постановке и решении задачи, помочь исследователям организовать процесс принятия решения. Для реализации этого процесса нужно выбрать методы системного анализа, а для обеспечения возможности сравнения методов и разработки рекомендаций по их выбору в конкретных условиях нужно принять или сформировать классификацию методов.

Существует много типов классификации моделей и методов системного анализа, основанных на выделении различных признаков, критериев. Поскольку нас интересуют наборы методов, позволяющих решить задачи описания региональной рекреационной системы, диагноза ее состояния, оценки ее вклада в экономику региона, в социальную сферу, т. е. достаточно обширный круг вопросов, возьмем за основу укрупненную классификацию (рис. 7).

Эта классификация позволяет рассмотреть последовательность методов на разных стадиях изучения объекта и разных этапах принятия решений; она достаточно удобна, так как отображает в какой-то мере и историю развития методов, и их взаимосвязь и взаимовлияние.

Для решения задач исследования необходимо выбрать средства и методы анализа и моделирования процессов функционирования и взаимодействия рекреационной системы в социально-экономической среде региона.

Для анализа проблем с развитием экономики, социальной сферы начинает находить применение метод когнитивного анализа, который объединяет в себе и МАИС, и МФПС. Метод основан на теоретико-множественном и графическом описании сложных систем. Таким образом, разрабатывая методологию исследования рекреационной системы, необходимо выстроить логическую последовательность обозначенных выше методов. Для этого возьмем за основу когнитивную методологию, так как ее структура отвечает всем выдвинутым выше общим требованиям и в нее удобно «встраивать» специфические и новые методы, которые порождаются особенностями рекреационной системы. Следует отметить, что когнитивная методология еще не применялась к решению проблем рекреационной системы в полной мере.

При анализе рекреационной системы было выявлено, что это сложное территориальное образование, элементы которого связаны огромным числом прямых и обратных связей: формы обслуживания, управление рекреационными потоками, человек как медико-биологическое и человек как социальное явление, физиология, психология, этика и эстетика отдыха, оценивание, прогнозирование, эффективность функционирования и т. д. Сложную совокупность явлений, связанных с рекреационной деятельностью, можно и нужно рассматривать как рекреационную систему, т. е. как нечто цельное, состоящее из взаимосвязанных и разнородных элементов, как объект исследования, проектирования и прогнозирования. Связи, благодаря которым существуют эти системы, характеризуют сложные и противоречивые отношения между людьми, основанные на их интересах, ценностях, мотивах.

Рекреационная система имеет территориальный характер. Это определяется тем, что человек во время отдыха предъявляет неодинаковые требования к окружающей среде, а также пространственной неравномерностью распределения природно-культурных комплексов, различной устойчивостью их к рекреационным воздействиям, сложным взаимодействием этих систем с территориально-производственными комплексами (выступающими по отношению к рекреационной системе то в качестве районов спроса, то в виде сторон, конкурирующих из-за естественных ресурсов).

Функция рекреационной системы не может быть определена как нечто единое. По отношению к развитию отрасли она может рассматриваться как простое и расширенное воспроизводство трудовых ресурсов; с точки зрения бюджета – как доходная или расходная его статья; с точки зрения личности – удовлетворение потребностей в отдыхе, новых знаниях и т. п.

Цели и задачи исследования рекреационной системы подчинены целям и задачам исследования социально-экономической системы как частное общему. При этом определение целевой функции рекреационной системы представляется особо важным моментом исследования. Функция явления определяется в связи с тем, какую роль оно выполняет по отношению к другим явлениям. Это приводит к тому, что к одному объекту можно применить множество функционально разнотипных моделей. Сами цели исследования заставляют иногда вычленить одну или несколько подсистем рекреационной системы в самостоятельную систему.

Так, известна модель Л. Крампона, рассмотревшего рекреацию как особый вид миграции; модель Р. Вульфа, проанализировавшего ключевые элементы рекреации с позиции роста доходов и роста населения; модель рекреационной системы П. Мариотта, выделяющего локализующие факторы (природные комплексы) и реализующие факторы (инженерные сооружения и системы обслуживания). Но в любом случае основными целевыми установками таких систем и главными критериями, определяющими «работу» модели, будут социальные установки и критерии (общественные и личностные). Соответственно формулирование задач, стоящих перед исследованием, должно опираться на представление о рекреационной системе как специфической социально-экономической системе, специализирующейся на удовлетворении рекреационных потребностей, в ходе рассмотрения которой изучаются:

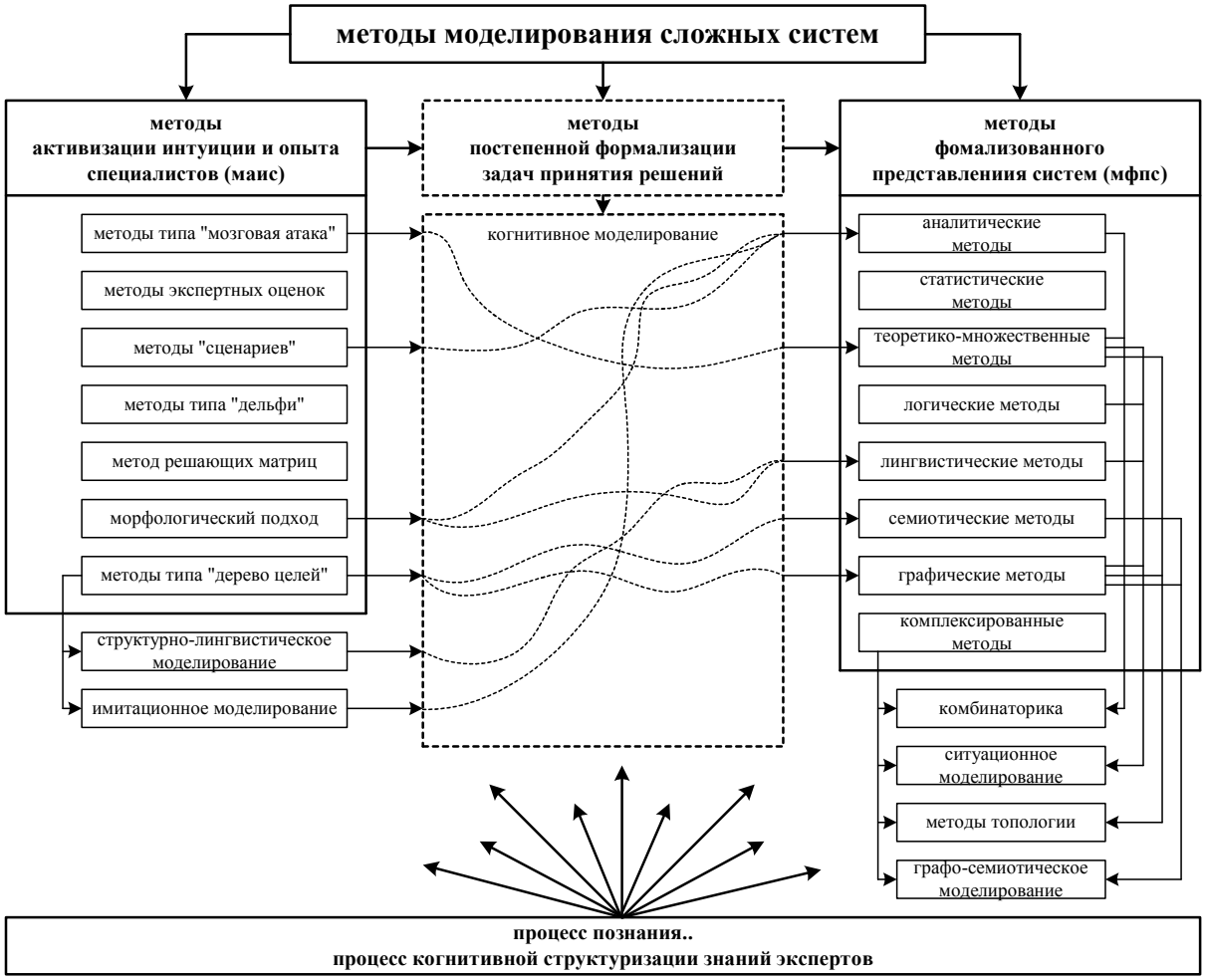


Рис. 7. Классификация методов системного анализа

• при анализе рекреационной системы как целостной системы – характер ее связей с другими территориальными системами; специализация и комплексность рекреационной системы; типология и иерархичность; динамичность, устойчивость и надежность функционирования рекреационной системы и даже ее привлекательность;

• при анализе «группы отдыхающих» – их избирательность к рекреационной системе в целом и ее элементам (природно-культурным комплексам, обслуживающему персоналу, техническим сооружениям и т. д.); типология рекреационной деятельности; формирование территориальных потенциалов спроса, обусловленных неравномерностью распределения населения и влиянием особенностей размещения населенных пунктов; поведение отдыхающих, которое описывается через систему (комплексы и циклы) рекреационных занятий;

• при анализе «природных» и «культурных» комплексов – их емкость и устойчивость против рекреационных воздействий; степень комфортности и надежности, их ценность для рекреационной деятельности; территориальная дифференциация и интеграция рекреационных ресурсов; межотраслевая «конкуренция» в использовании рекреационных ресурсов;

• при анализе «инженерных сооружений» – инженерно-строительная характеристика территории; их влияние на свойства природных комплексов территории; специфичные проявления рекреационной технологии;

• при анализе обслуживающего персонала – неравномерность размещения трудовых ресурсов; миграция и маятниковые трудовые поездки населения; рекреационное обслуживание как отрасль народного хозяйства; региональные закономерности проявления рекреационной специализации; место рекреационного обслуживания в социально-экономических системах.

Рекреационная система подчинена общим закономерностям систем, поскольку она состоит из множества блоков: природно-культурный комплекс (ресурсы природно-климатические, ре-

сурсы культурно-исторические); технические системы (производители рекреационного продукта, хозяйственная инфраструктура); социум (различные группы и классы общества).

Функционирование рекреационной системы как функционального элемента социально-экономической системы, ее взаимодействие с окружающей средой невозможно представить в виде традиционных количественных моделей. Это вызвано главным образом тем, что рекреационная система характеризуется огромным количеством разнородных по своей экономической природе элементов и взаимосвязей между ними, наличием неопределенности и риска, необходимостью описания на качественном уровне, неоднозначностью последствий принимаемых решений. Наличие таких условий позволяет отнести проблемы управления рекреационной системой к слабоструктурированным. Слабоструктурированные проблемы характеризуются наличием как количественно, так и преимущественно качественно выраженных характеристик элементов. Неопределенные, неподдающиеся количественному анализу зависимости, признаки, характеристики имеют тенденцию доминировать в этих системах. Для их решения используют многообразие методов системного анализа.

В настоящее время реализация управления такими сложными системами как рекреационная система привела к необходимости создания систем поддержки принятия управленческих решений.

В последнее время для анализа слабоструктурированных проблем в области экономики, социальной сферы, политики начинает находить применение когнитивный подход. Это особенно актуально, когда объектом управления является рекреационная система как функциональный элемент социально-экономической системы, где множество процессов (социально-экономических, экологических и др.) протекает, существенно влияя друг на друга. Удобным и оперативным способом управления и согласования всех интересов является их моделирование на основе когнитивного подхода. Анализ и прогноз сценариев развития, на его основе, проводится с помощью новейших компьютерных технологий. Это позволяет комплексно решать такие задачи, как:

- мониторинг внутренних и внешних факторов, определяющих текущее состояние рекреационной системы (уровень развития, состояние основных фондов, рекреационные потоки, социально-экономическую и экологическую ситуацию во внешней среде и т. д.);
- оценка реальных и потенциальных перспектив, выработка и обоснование возможных направлений развития рекреационной системы в зависимости от внутренних и внешних социально-экономических, политических и экологических условий, прогноз при долгосрочном прогнозировании и стратегическом планировании;
- определение возможных механизмов взаимодействия с социально-экономической системой для достижения целенаправленного устойчивого развития рекреационной и социально-экономической систем; определение последствий от возможных преобразований в управлении системой;
- стратегический контроль за движением и взаимодействием основных подсистем и элементов рекреационной системы (денежных, производственных, людских и иных ресурсов) при нестандартных и кризисных ситуациях (реструктуризация, реорганизация, стихийные бедствия и т. д.);
- организация проведения исследований природно-экономических, демографических, экологических и других особенностей развития рекреационной системы (природно-ресурсный потенциал, региональная транспортная сеть, уровень безработицы и частичной занятости и т. д.);
- исследование проблематики горизонтальных связей (использование внебюджетных фондов, формирование территориальных рекреационных систем межрегионального значения и т. д.).

Когнитивный подход к исследованию рекреационной системы позволяет описать ее структуру и различные процессы, протекающие в ней, их взаимодействие с внешней средой, выявить влияние внешней среды на управление текущей ситуацией в рекреационной системе и уже на этой основе обосновать необходимые управленческие решения по решению проблем, возникающих в таких слабоструктурированных системах. Эта современная технология анализа больших и сложных систем позволяет непосредственно включать модели и методы теории познания в процесс разработки и принятия решений по управлению рекреационной системой региона, что дает новые возможности для изучения процессов в рекреационной системе при наличии неопределенности и риска, присущих условиям ее функционирования.

Предлагаемая методология включает модели и методы системного анализа, когнитивной (познание) и коннективной (связности) теорий, сценарный анализ, которые и образуют в совокупности предлагаемую технологию когнитивного моделирования сложных систем. Когнитивные технологии существенно расширяют возможности лица, принимающего решения, и могут

быть основой для построения соответствующих блоков в интеллектуальных системах поддержки управленческих решений.

Материалы доклада могут быть полезны как исследователям сложных социально-экономических систем, так и руководителям различного уровня, заинтересованным в предвидении и оценке последствий принимаемых ими решений в индустрии туризма и рекреации.

Литература

1. Солохин С. С. Когнитивное представление функционирования рекреационной системы // Когнитивный анализ и управление развитием ситуаций: материалы 4-й Международной науч.-практ. конф. – М.: ИПУ РАН, 2004.

2. Солохин С. С. Научный подход к исследованию рекреационных систем // Системы управления: материалы 7-й Всерос. науч. конф. – Таганрог, 2004.

3. Солохин С. С. Социальные аспекты изучения рекреационных систем и использование когнитивного подхода для их анализа // Актуальные проблемы экономики: материалы Известий ТРТУ. – Таганрог, 2004. – № 4.

4. Солохин С. С. Применение когнитивного подхода в исследовании рекреационной системы региона // Актуальные проблемы экономики: материалы Известий ТРТУ. – Таганрог, 2005. – № 5.

5. Солохин С. С. Моделирование взаимодействия рекреационной и социально-экономической систем региона на основе когнитивного подхода // Туризм и рекреация: фундаментальные и прикладные исследования: труды Междунар. науч.-практ. конф. – М.: РИБ «Турист», 2006.

ТУРИЗМ И ЕГО ВЛИЯНИЕ НА ВОЗНИКНОВЕНИЕ И ЭВОЛЮЦИЮ ДЕНЕГ

Ю. В. Тёмный, *д-р экон. наук, профессор,*
директор Волжско-Камского филиала РМАТ, г. Набережные Челны

Туризм оказал и продолжает оказывать заметное влияние на возникновение и эволюцию денег. Известно, что туризм (как национальный, так и международный) – продукт длительного исторического развития. Предпосылки его зарождения лежат в глубокой древности и связаны с процессами познания человеком окружающего мира. Однако процесс познания человеком окружающего мира органически связан с путешествиями.

За многовековую историю путешествий, великих географических открытий, хозяйственного освоения новых территорий, расширения мирохозяйственных связей были накоплены многочисленные научные и литературные материалы, отчеты и дневники. Их содержание сыграло неоценимую роль в пополнении человечеством знаний в различных областях науки, культуры, техники, торговле, производстве и т. п. В связи с этим у многих людей, занимающихся различными видами деятельности, по разным причинам (тяга к приключениям и независимости, честолюбие, корысть, поиск куска хлеба, стремление к образованию и пр.) появляется естественная потребность увидеть новые территории и страны, познакомиться с их природой, ресурсами, с жизнью и обычаями различных народов. Изложенное, таким образом, послужило причиной возникновения особой формы путешествий – туризма.

Итак, туризм возникает и развивается на основе путешествий и является особой формой передвижения людей. Путешествия и туризм, увеличивая подвижность населения, вначале вызывают и далее способствуют активизации мирохозяйственных связей, ускоряют интернационализацию хозяйственной и духовной жизни, стимулируют реализацию стремления народов к взаимному общению и обмену. В результате получают развитие национальный и международный туризм, а туристские связи постепенно превращаются в составную часть мировых экономических отношений и международного культурного сотрудничества людей. В свою очередь, мирохозяйственные связи и отношения требуют специфических атрибутов и инструментов, различных форм последних. Важнейшим из таких инструментов, являющимся, по мнению ряда экономистов, продуктом соглашения между людьми, становятся деньги. Именно так трактует происхождение денег рационалистическая их концепция: «Для передвижения стоимостей в обмене товаров необходимы специальные инструменты… – деньги». Идея о деньгах как договоре господствовала до конца XVIII в., хотя подобный подход к происхождению денег присутствует и у многих современных экономистов, например у Пола Самуэльсона и Дж. К. Гэлбрейта.

Таким образом, путешествия и туризм способствуют возникновению денег, что не противоречит рационалистической концепции денег.

Согласно эволюционной концепции происхождения денег, история их возникновения есть результат развития общественного разделения труда, обмена, товарного производства. Изучив исторический процесс развития обмена и формы стоимости, можно понять, как из общей массы товаров выделяется один товар, который выполняет роль денег и специальным назначением которого является выполнение роли всеобщего эквивалента. Однако путешествия и туризм заметно повлияли и на общественное разделение труда, и на развитие обмена, и на развитие товарного производства, и в целом на прогресс общества.

Путешествия, туризм, особенно в эпоху Великих географических открытий, требовали большого количества быстрых, надежных и вместительных судов, что не могло не сказаться на развитии общественного разделения труда, на появлении, например, целой отрасли хозяйства – кораблестроения и целого ряда смежных отраслей.

Путешествия и туризм давали, кроме того, и знания о самом разделении труда, о методах, способах и приемах человеческой деятельности. Путешествия и туризм открывали новые, внешние рынки для перезревшего национального, сначала торгового и денежного, а затем промышленного и финансового капитала, тем самым обусловливали последующее развитие товарного производства и обмена и связанных с ними экономических категорий и их форм. В свою очередь, последующее развитие товарного производства и обмена требует новых перемещений населения и ведет к дальнейшему развитию путешествий и туризма.

Итак, путешествия и туризм становятся одним из факторов, обусловливающих развитие общественного разделения труда, товарного производства и обмена. Более того, путешествия и туризм, обусловливая, укрепляя и усиливая мирохозяйственные связи и интернационализацию экономической жизни, не могут не повлиять и на развитие формы стоимости. Они во многом определяют метаморфозы формы стоимости, особенно превращение последней в денежную форму стоимости.

Изложенное позволяет утверждать, что путешествия и туризм могут рассматриваться как важный фактор возникновения денег.

Современная экономическая наука, с легкой руки английского экономиста Дж. Хикса, утверждает, что сущность денег – в их функциях. И хотя в современной экономической литературе вопрос о функциях денег продолжает оставаться дискуссионным, в большинстве научных и учебных работ отмечается: деньги – общепризнанное средство платежа, которое принимается в обмен на товары и услуги, а также при уплате долгов. Они выполняют четыре функции: деньги служат средством обмена или средством платежа; единицей счета; средством сохранения стоимости, а также используются в качестве меры отложенных платежей.

Экономическая теория, кроме того, утверждает, что эволюция денег – это двуединый процесс. С одной стороны, это видоизменяющаяся связь всей денежной системы с ее металлическим основанием (так называемая демонетизация золота). С другой – разная степень и разные направления развития отдельных функций денег и их конкретных форм. Все это, в конечном счете, обусловливает процесс устранения денег в их традиционной непосредственной форме. Их место занимают кредитные деньги, вырастающие из функции средства платежа. В учебнике «Экономика» (Economics) профессоров Массачусетского технологического института дано следующее определение: «кредитные деньги (IOY money)[1] – это средства обмена, которые представляют собой обязательства частного лица или фирмы».

Однако вернемся к туризму и попытаемся рассмотреть возможность влияния путешествий и туризма на отмеченную эволюцию денег. Даже поверхностное знакомство с самыми первыми и простыми представителями семейства «IOY money» – векселями, банкнотами и чеками, свидетельствует о важной роли путешествий и туризма в их появлении и развитии. Конечно, связывать появление векселя с какими-то конкретными событиями политического, экономического, военного или иного характера вряд ли целесообразно. Представляется, что вексель появляется фактически в процессе формирования рыночных отношений (товарного производства и обмена) и лишь спустя многие столетия закрепляется в законе.

Старинные описания различных денежных операций в Древней Греции, Месопотамии, Иудее дают основание говорить, что там уже были элементы вексельного оборота. Специалисты считают, что наиболее полно его признаки проявлялись в Древней Греции. Развитие ремесел и торговли греческих городов-государств способствовало становлению денежных отношений. Деньги стали выступать уже не только в качестве посредника при заключении торговых сделок, но и сами служили объектом торговли. Разнообразие монет, обращавшихся в античном мире,

[1] IOY (I owe you) – необращающийся документ с надписью «Я вам должен такую-то сумму»; простейшее долговое обязательство. Термин используется для обозначения кредитных денег.

колебания их стоимости вызывали потребность в обмене одних монет на другие. Усложнявшаяся хозяйственная практика породила в конечном счете новый вид деятельности – появились меняльные лавки, владельцы которых получили название трапезитов, со временем из простых менял они превратились в «банкиров», принимавших вклады, производивших расчеты за товары, приобретенные вкладчиком, бравших на себя обязательства по выплате равноценной суммы денег в иной валюте и в ином месте.

Период XII–XIV вв., время постепенного оформления вексельной сделки – это эпоха феодального произвола, «рыцарского» разбоя и постоянных войн, когда торговцы стремились сохранить капиталы во время переездов и переселений, а путешественники пытались защитить себя от разбойничьих нападений в пути. Все это серьезно затрудняло становление новых экономических отношений, но не могло затормозить ход экономического развития. По мере усиления государственных начал и правопорядка, политической стабильности и безопасности на дорогах появились реальные возможности для расширения объемов вексельных оборотов. Принято считать, что в этот период финансовые и коммерческие ресурсы средневековой Европы фактически находились в руках трех могущественных финансовых групп, часто контактирующих между собой.

Центром хозяйственной жизни того времени являлась Италия, которая занимала выгодное географическое положение, находясь на перекрестке торгового пути, связывавшего Западную Европу с Востоком. Через северные итальянские города – Геную, Венецию, Флоренцию – восточные товары устремлялись на европейский континент, а европейские поступали на азиатские рынки. Здесь появились первые промышленные производства мануфактурного типа и связанные с ними раннекапиталистические отношения. Превратившись в крупные европейские центры ремесла, промышленности и торговли, эти города стали пионерами в воссоздании целого ряда экономических новшеств. Именно им, например, принадлежала заслуга в организации банков.

Слово «банк» появилось в Генуе в XII столетии. Менялы, сидевшие на базарной площади за особыми столиками (рапса), получили название «банкиры». Кроме размена и экспертизы монет, менялы принимали деньги на хранение, выдавали ссуды, осуществляли разнообразные денежные операции за своих клиентов. Деятельность итальянских «банкиров» представляла собой зачатки современных банковских операций и получила особенно широкое распространение в период крестовых походов, когда менялы следовали по стопам крестоносцев и в наиболее важных пунктах создавали свои конторы.

Конкурентами-компаньонами итальянских менял-банкиров выступали, прежде всего, могущественные рыцари храма – тамплиеры, которые помимо военной охраны торговых караванов и паломников к святым местам из одной командории в другую имели торговые конторы на всем протяжении пути. Опасности, подстерегавшие путешественников и торговцев, способствовали созданию заменителя денег, каковым становится появившийся здесь же, в Италии, вексель. Известные древнейшие векселя были написаны на итальянском языке, а вексельное право, поддержанное военной силой и безукоризненным делопроизводством рыцарей ордена храмовников, проложило себе путь через итальянских банкиров, приобретя при этом международный характер. До сих пор основу вексельной терминологии составляют понятия и категории, разработанные банкирами Апеннинского полуострова.

Третью финансовую группу составляли евреи, которым в средневековой Европе запрещались вне гетто все виды ремесел и владение землей. Для того чтобы выжить, им приходилось заниматься ростовщичеством, содержать меняльные конторы, организовывать банки. Положение изгоев позволяло власть имущим феодалам периодически изгонять евреев со своих земель с конфискацией их собственности. Естественно, наличие писем-гарантий облегчало вынужденные переезды и переселения и помогало сохранить капитал.

Несмотря на имеющуюся дискуссионность, в настоящее время в специальной литературе существуют три основные версии происхождения векселя, а в истории его становления три периода.

Версия первая. Древние народы использовали письма друг к другу для перевода денежных сумм. Как правило, в качестве примера используются письма Цицерона к Аттику, в которых говорится о поручении выдать сыну Цицерона определенную сумму денег на годовые расходы.

Версия вторая. Изгнанные из Франции иудеи в царствование Дагоберта I в 640 г., Филиппа Августа – в 1181 г. и Филиппа Долгого – в 1316 г. переселились в Ломбардию. Они, чтобы спасти свое имущество и деньги, использовали кратко написанные письма, которые передавали своим друзьям через путешественников, туристов.

Версия третья. Гиббелины, изгнанные из Флоренции гвельфами после поражения их партии (XIII в.), переселились в Амстердам и использовали письма для спасения своих денег.

Первый период называется итальянским и длится до середины XVII в. В это время вексель служит средством размена. Второй период – французский. Теперь вексель становится средством расчета. Третий период – немецкий. В это время вексель становится кредитным инструментом.

Есть ли что-то общее в трех перечисленных версиях? Безусловно, есть. Во-первых, и в первом, и во втором, и в третьем случаях речь идет об одном и том же документе. По-итальянски – это lettera di cambio; по-немецки – Wechseln, по-французски – lettre de change. Все это означает «разменное письмо». Во-вторых, и этого часто не замечают, появление «разменного письма» в семействе «IOY money» неразрывно связано с перемещениями населения, путешествиями и туризмом.

Дело в том, что путешествия и туризм, особенно такие разновидности последнего, как познавательный и особенно деловой туризм, были, да порой остаются и сейчас, делом весьма рискованным. С одной стороны, путешественник, турист, должен был брать с собой достаточно большую сумму денег (прежде всего золотых и серебряных монет). Но хранить и транспортировать их было достаточно сложно, да еще и опасно. Частые набеги пиратов и других разбойников требовали своеобразной страховки, хеджирования средств. Кроме этого, путешествия по некоторым регионам, особенно по Великому шелковому пути, на территории современной Монголии, требовали принудительного обмена золотых и серебряных монет на бумажные деньги, а по возвращении – обмена, такого же принудительного, бумажных денег на серебряные монеты. Все это и ускоряло появление «разменного письма» – векселя.

Итальянский период. Многие экономисты считают, что первоначально вексель появляется в виде атрибута операции по размену монет. Известно, что Италия вела обширную торговлю, а постоянно прибывающим путешественникам, туристам, купцам требовалось обменять привезенные национальные или иностранные монеты на монеты, имевшие хождение в данном месте. В свою очередь уезжающим требовался соответственно обратный обмен. Предоставлением подобного рода услуг занимались менялы (campsores), которые занимали в городском сословии достаточно высокую ступень. От менял требовалось высокое знание всего разнообразия монет, квалифицированные навыки определения их подлинности, наличие средств, которыми они могли свободно распоряжаться. Сделка совершалась простым обменом «из рук в руки» одной монеты на другую по обоюдному согласию сторон. Разница в курсе составляла заработок менялы. Документарного оформления такой сделки еще не было. По истечении определенного времени размен монет превратился в операцию по их переводу из одного места в другое. Купцам, торговцам неудобно стало возить с собой монеты на дальние расстояния из-за их громоздкости, да и опасностей на пути следования. Для совершения подобных операций необходимо было полное доверие, в первую очередь между менялами. Поэтому менялы, как правило, или находились в родстве, или были хорошо знакомы друг другу. В этой ситуации появляется письменное оформление сделки, некий прототип векселя, но еще далекий от современной ему формы. Следует заметить, что к основному документу, представлявшему собой нотариально удостоверенную расписку в получении денег, меняла присоединял дополнительное письмо к плательщику и уведомительное письмо (aviso) о предстоящем платеже. Постепенно письмо плательщику вытеснило нотариально удостоверенную расписку и уведомление и стало принимать форму переводного векселя. Элемент кредита в таких сделках еще отсутствует, хотя у менялы и появляется обязанность выплатить деньги позднее (distantia temporis) в другом месте (distantia loci). Именно в этот период появляется вексель – письменное долговое обязательство строго установленной формы, дающее его владельцу бесспорное право по истечении срока требовать с должника обозначенную денежную сумму.

Участниками вексельной сделки являлись, как известно, векселедатель, плательщик (если векселедатель сам не был намерен оплатить вексель), векселедержатель (приобретатель векселя) и презентант (предъявитель – лицо, которому векселедержатель мог передать вексель для получения платежа).

Многочисленные ярмарки, проводившиеся в различных городах Европы, привлекали большое количество путешественников, туристов, купцов. Это способствовало появлению векселя ярмарочного типа, имевшего товарное наполнение. В период проведения ярмарки купцы выписывали на себя векселя с платежом по окончании ярмарки или на другой ярмарке. Особенность ярмарочного векселя заключалась в том, что он был единственно правильным, признаваемым, в то время как другие векселя считались ошибочными, случайными, неправильными. Именно с ярмарками связано и появление акцепта векселя. Купец, прибыв на ярмарку, приступал к поиску возможных плательщиков по векселям – трассатов. Акцепт представлял собой заявление плательщика при свидетелях о согласии на совершение платежа (впоследствии устная форма

согласия превратилась в письменную). После завершения ярмарки в специальном помещении происходила сконтрация – взаимные расчеты между купцами. Купцы, имея на руках взаимные обязательства, путем многократной передачи векселя погашали основную часть долга. Вексель, таким образом, мог по нескольку раз проходить через руки одного и того же купца, погашая его задолженность перед контрагентами, и наоборот.

Появление простых векселей некоторые специалисты связывают с одной из форм сокрытия долговых обязательств. Известно, что церковь отрицательно относилась к начислению процентов на займы. Зная это, ростовщики, воспользовавшись снисходительным отношением церкви к векселям, стали давать заемным обязательствам наименование векселей (cambia). В результате возникает «вексельная метка». Простой вексель, однако, сохранил функцию по переводу денег из одной местности в другую.

С итальянским периодом связано и появление первого вексельного устава (г. Болонья, 1569 г.). Устав определял строгую защиту векселя, которая выражалась, с одной стороны, в быстром рассмотрении дел, а с другой – в суровости мер, принимаемых по отношению к должнику.

Французский период. Развитие торговых отношений, обусловленных в том числе путешествиями и туризмом, упрочение мирохозяйственных связей требовали новых платежно-расчетных инструментов. Вексель был к этому времени лишен важного качества – передаваемое ™, хотя уже в конце XVI в. и имелись отдельные случаи передачи векселей посредством индоссамента. Только к середине XVII в. индоссамент получает широкое распространение по всей Европе, а в 1673 г. законодательно закреплен во Франции в Ordonnance de Commerce Людовика XIV. С января 1808 г. во Франции начинает действовать новое торговое уложение – Code de Commerce, которое ликвидировало многие пробелы в торговом и вексельном праве. В целом же для французского периода характерны следующие признаки:

- вексель требует обоснованности сделки, поэтому должна быть указана валюта;
- передаваемость векселя вытекает не из его существа, а из полномочия, выраженного в словах «или его приказу»;
- вексель предполагает непременное перемещение денег, поэтому для него существенное значение имеет distantia loci.

Во Франции появляются и бланковые надписи – первичная форма индоссамента: когда ремитент не знал, кому он передает в будущем вексель, он ставил на обороте свою подпись, впоследствии вписывая имя нового держателя.

Постепенно вексель перестал контролироваться исключительно банкирами. Главными участниками вексельных отношений становятся торговцы, в руках которых вексель превращается из средства перевода в средство платежа.

Немецкий период. С принятием 24 ноября 1848 г. Общегерманского вексельного устава Allgemeine Deutsche Wechselordnung устанавливаются новые принципы вексельного права: абстрактность, формальность, безусловность и передаваемость. Кроме того, простые векселя приравниваются к переводным; вексельная дееспособность совпадает с общегражданской; вексель же в руках общества становится орудием кредита. Вскоре многие государства Европы закрепили в своих законах (вексельных уставах) идентичные принципы. Например, Дания, Норвегия, Швеция (Скандинавский устав), Венгрия, Швейцария, Италия, Бельгия.

В Россию вексель пришел значительно позднее, хотя первые упоминания о векселях относятся к концу XVII в. В указах от 31 августа 1697 г. и 29 августа 1698 г. говорится о том, что переводные письма (векселя) не принимаются при платеже таможенных пошлин. Официально же вексельное обращение в России было введено 27 мая 1729 г. в царствование Петра I Вексельным уставом. В этом уставе редко упоминались простые векселя, имевшие в России преимущественное хождение. Положения устава были изложены таким образом, что не делали четкого разграничения между переводным и простым векселем. Выдача векселя не требовала наличия свидетеля.

С развитием мирохозяйственных связей возникла необходимость создания единого вексельного права для всех заинтересованных государств. В 1910 г. в Гааге с этой целью собралась международная конференция, результатом деятельности которой стала выработка единого устава о векселях. Но лишь в 1912 г. на повторной конференции об объединении вексельного законодательства представителями 26 государств, в том числе и России, был составлен и подписан Международный устав вексельный. Однако мировая война 1914 г. не дала реализоваться идее единого вексельного пространства на всей территории Европы. Только в июне 1930 г. в Женеве были приняты вексельные конвенции, устанавливающие Единообразный закон о переводном и простом векселе, а также «О гербовом сборе в отношении переводных и простых векселей», которые вступили в силу с 1 января 1934 г. В ноябре 1936 г. к Женевским конвенци-

ям присоединился и СССР; хотя по Положению о переводном и простом векселе вексель в СССР был восстановлен в своих правах (после нэпа), он все же использовался только в международной торговле. В современной России вексель стал возрождаться во внутреннем торговом обороте с начала 90-х гг., в период проведения в стране экономических реформ.

Постепенно в результате замены частных векселей векселями банка возникает новый член семейства «IOY money» – банкнота. Банкнота, как известно, есть не что иное, как вексель на банкира, по которому предъявитель во всякое время может получить деньги и которым банкир замещает частные векселя. Банкнота выполняет функцию платежа, выпускается центральным эмиссионным банком для нужд товарного обращения и имеет обеспечение золотом и другими ценностями, частными векселями, иностранной валютой, находящимися в распоряжении банка.

Однако если описанное влияние путешествий и туризма на возникновение денег и их эволюцию оставалось в большей степени косвенным, чем прямым, то на возникновение и функционирование третьего представителя семейства «IOY money» – чека путешествия и туризм оказали прямое, непосредственное влияние. Чек – документ, содержащий безусловный приказ владельца текущего счета банку о выплате указанной в нем суммы определенному лицу или предъявителю. Чек – наиболее распространенная сегодня форма погашения долгов всех видов.

Путешествия и туризм вызвали к жизни такую разновидность кредитных денег, как туристский или дорожный чек. Туристские или дорожные чеки используются в настоящее время во многих странах, особенно в США. Они представляют собой долг компании, выпустившей данный чек, обязательный к обмену на деньги (доллары) по первому требованию. Туристские или дорожные чеки являются и средством обмена, так как люди знают (или хотят надеяться), что эти чеки могут быть легко обращены в деньги (доллары). Если вдруг возникают какие-либо сомнения, то туристские чеки перестают приниматься в качестве платежа, точно так же как и долларовые банкноты, если вдруг возникает подозрение, что они фальшивые.

Прямое, непосредственное влияние оказал туризм и на возникновение и развитие такой современной формы кредитных денег, как пластик.

ИНВАРИАНТНОСТЬ ФЕНОМЕНА МАЛЫХ КОЛЬЦЕВЫХ СТРУКТУР ПО ОТНОШЕНИЮ К ФИЗИЧЕСКОЙ СРЕДЕ РЕКРЕАЦИОННОЙ СИСТЕМЫ

Ю. И. Фивенский, *канд. техн. наук, ведущий научный сотрудник географического факультета МГУ им. М. В. Ломоносова, действительный член Российской академии космонавтики им. К. Э. Циолковского*

Туризм как один из видов хозяйствования на территории предъявляет (наряду с общими) свои специфические требования к рациональному использованию ее рекреационных ресурсов в плане их возобновления. Устойчивость природной системы к внешним нагрузкам и восстанавливаемость ее рекреационного потенциала, выраженные в количественной мере, должны быть главными критериями при оценке допустимости развития туризма и организации его инфраструктуры на конкретной территории. К сожалению, какие-либо нормативные документы, регламентирующие данный вид хозяйствования (за редким исключением), сегодня практически отсутствуют по той причине, что их создание требует детального обследования территории, при современном развитии техники значительных капиталовложений, и экологически не безопасны.

Между тем, в первозданной природе веками и тысячелетиями сформировано равновесие всей совокупности действующих эндогенных и экзогенных факторов. Такое состояние предопределяет эволюционный характер развития рекреационной территории, поскольку любое возрастание действия какого-либо фактора до некоторого порогового уровня компенсируется мобилизацией рекреационных ресурсов (например, по линии утилизации природных загрязнений) и не меняет характер развития системы. При этом эндогенные факторы по общему признанию являются определяющими и потому детальное изучение эндогенной основы рекреационных систем является первостепенным.

В докладе предлагается новый (по сравнению с традиционными) экологически безопасный метод оценки и прогнозирования рекреационных свойств территорий по материалам аэро- и космических съемок Земли на основе открытого автором класса малых кольцевых структур (МКС) рыхлых отложений земной коры – самых молодых в геолого-географическом отношении (множественных, со сплошным покрытием земной поверхности) природных образований

(Ю. И. Фивенский, журнал «Геодезия и картография», № 1, 2, 2006). С помощью структурометрического анализа изображения по аэрокосмическим снимкам (в зависимости от их пространственного разрешения) на площади 1 км^2 суши обнаруживают 6–10 тыс. (и более) МКС с размерами единицы – сотни метров.

Реальность МКС как географических объектов подтверждена полевым обследованием некоторых из них на территории Сатинского полигона МГУ. Отмечено многообразие видов их природного проявления под действием различных экзогенных факторов: био-, зоо-, крио-, антропогенных и т. п. Например, в кольцевой полосе изменяется характер произрастания низкорослой разнотравно-злаковой растительности на сухих почвах пойм: визуально слабо заметный фоновый пятнистый рисунок приобретает вид сплошно покрытого.

Структурометрически выявлены 4 значимые типа МКС (рис. 1): I – однокольцевые формы (как правило, наименьшего размера) с хорошо выраженным центральным пятном; II – концентрические формы, радиус которых возрастает в порядке арифметической прогрессии (самый распространенный тип); III – одиночные кольцевые формы (как правило, наибольшего размера) со сложно представленной центральной областью, индицирующие очаги дробления коренного субстрата; визуально практически не дешифрируются; IV – концентрические формы, радиус которых возрастает в порядке геометрической прогрессии с основанием разных значений степени 2.

Идеально кольцевые МКС в природе практически не встречаются из-за осложняющих их рисунок всегда присутствующих колец младшего ранга, которые не позволяют воспринимать старшие по рангу как полностью кольцевые (правые части рис. 1).

Установлено, что МКС имеют сейсмоакустическую природу и создаются на рыхлой оболочке Земли в результате просвечивания земной коры источником(ми) излучения в акустическом диапазоне, находящимся и связанным с происходящими в недрах планеты тектоническими процессами. Из общей геофизики известно, что подобное воздействие оказывают так называемые микросейсмические излучения, которые приводят к весьма малым (несколько мкм) колебаниям частиц рыхлых отложений земной коры. Однако микросейсмы действуют постоянно и непрерывно на протяжении всей истории жизни планеты Земля. Поэтому за миллионы лет в рыхлой оболочке Земли по закону Вебера-Фехнера оказывается накопленной огромная энергия, преобразующая структуру рыхлых отложений и приводящая в условиях действия других известных геофизических полей к образованию МКС.

В результате экспериментальных исследований разработана физико-математическая модель образования кольцевых структур в рыхлой оболочке земной коры на основе положений геометрической акустики, представленная на рис. 2 на примере МКС II типа. Особенность модели состоит в учете акустически значимого граничного слоя, разделяющего рыхлые и коренные породы.

Геометрия хода акустических лучей в рыхлой среде позволяет установить строгую математическую связь между мощностью рыхлого слоя h и параметром МКС Δr. Отсюда вытекает возможность экстраполирования свойств данной модели на более низкие этажи осадочных пород на том основании, что каждый из них в свое геологическое время был рыхлым. Конечно, следует учитывать рефракцию акустических лучей в земной коре.

МКС и их фрагменты образуют на земной поверхности весьма сложный, напоминающий интерференционную картину рисунок, названный нами кольцевым каркасом (КК) местности. КК получают путем специальной структурометрической компьютерной обработки аэрокосмического изображения. Он представляет собой относительно полную (в зависимости от разрешения снимка) совокупность МКС, уникален для каждой территории, представляя ее своеобразный «паспорт», тесно и сложным образом связан со строением ее литогенной основы, качественно и количественно описывает не только ее особенности, но и характер воздействия экзогенных факторов. В частности он позволяет выявлять разного рода аномалии и глубины (как следует из рис. 2) их залегания в теле осадочных пород.

Пространственная плотность элементов кольцевого каркаса в разных его частях неодинакова и зависит от многих факторов, в том числе и экзогеного плана. Относительно максимальные значения плотности обычно наблюдаются в зонах повышенной раздробленности коренного субстрата и всякого рода разрывных нарушений сплошности земной коры. По этим нарушениям сплошности транспортируются к поверхности и при определенных условиях скапливаются в теле Земли газы и жидкости, в том числе и подземные воды разных горизонтов.

На рис. 3 показаны примеры кольцевого каркаса, полученного по разнотипным аэрокосмическим снимкам двух рекреационных территорий. Следует, однако, заметить, что КК в столь формализованном виде предполагает лишь компьютерный анализ. Визуальная идентификация МКС не может обеспечить полноту выявления КК и нередко приводит к ошибочным выводам.

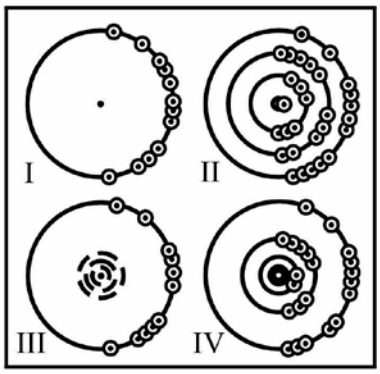


Рис. 1. Основные типы систем МКС

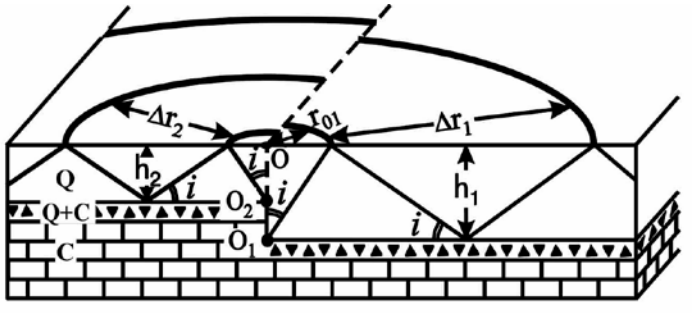


Рис. 2. Схема образования МКС II типа в рыхлых отложениях (Q) от уступа в кровле коренной породы (С): O_1 и O_2 – центры сейсмоакустического возмущения на границе литологических сред; Q+C – граничный слой

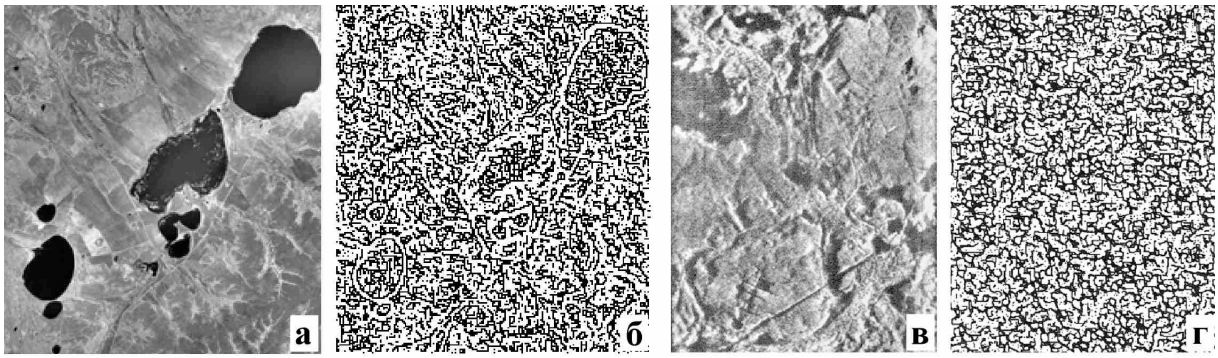


Рис. 3. Примеры кольцевого каркаса местности (б, г), получаемого соответственно по летнему космическому снимку LANDSAT 7 ETM+ (а) на территорию Бурятии (разрешение на местности 28,5 м, красная зона спектра) и по зимнему радиолокационному аэроснимку (в) на территорию Архангельской обл. (разрешение на местности 5 м, длина волны 4 см)

В частности, в процентном отношении чаще всего визуально обнаруживают МКС только I и редко II типов, другие вообще не идентифицируются. Кольцевой каркас присутствует не только на суше, но и на поверхности водоемов, и этот факт никак нельзя объяснить просвечиванием их дна.

Физическая среда рекреационной системы определяется типом оболочки Земли, в которой она расположена, и может быть твердой (суша), жидкой (водная среда – внутренние водоемы, моря, океаны) и газовой (воздушная среда – атмосфера). Пожалуй, единственное вещество на Земле, выступающее одновременно во всех трех ипостасях, – это вода как самое простое в химическом отношении соединение.

На рис. 4 показаны результаты структурометрического анализа космического снимка на одну из прибрежных акваторий Черного моря, полученные не по кольцевому каркасу, а по структурному изображению (рис. 4,б), которое технологически предшествует получению КК и более дружественно зрительному восприятию. Такой прием допустим для выборочного контроля результатов анализа и в иллюстративных целях. В структурном изображении относительно темными тонами кодируются бесструктурные участки исходного снимка, которые визуально четко прослеживаются в его изображении, и это явление требует объяснения.

Вполне закономерен вопрос: можно ли распространить акустическую модель образования МКС в твердой среде (рис. 2) на жидкую и газовую оболочки Земли? Ответ на этот вопрос, по нашему мнению, следует искать в известных положениях общей геофизики.

Рис. 5 иллюстрирует предлагаемую нами физическую модель образования МКС и линейных структур на поверхности водоемов, состоящую в следующем. Химически чистая вода (например, дистиллированная) в природе отсутствует. В ней всегда присутствуют растворенные (в том числе и химически активные) вещества и газы, а также взвешенные в ней различные минеральные и органические частицы, которые приводят к замутнению воды.

Газы, выделяющиеся в жидкую среду из трещин земной коры, в виде пузырьков поднимаются со дна к приповерхностному слою водоема (рис. 5,а). Толщина слоя воды, изображающе-

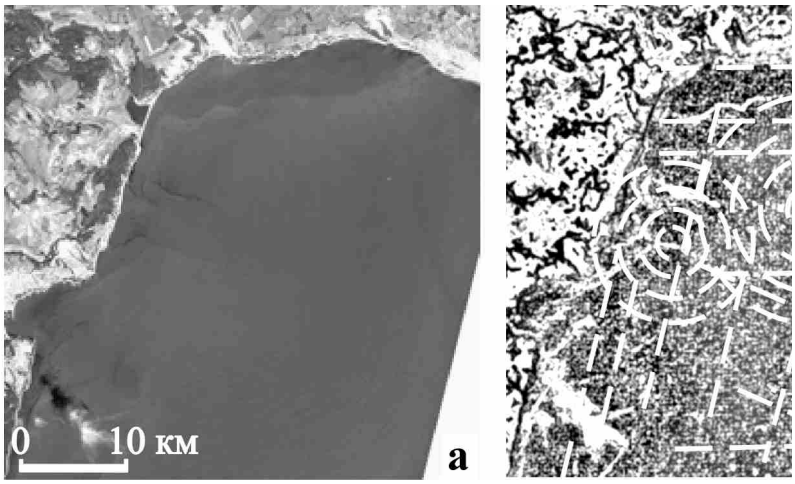


Рис. 4. Кольцевые и линейные структуры на акваториях:
а – космический снимок IRS LISS (спектральная зона 0,62–0,68 мкм) на территорию одной из Балканских стран; б – структурное изображение на прилегающую акваторию (глубина шельфа до 50–60 м) с фрагментарно выявленными линейными структурами и МКС II типа

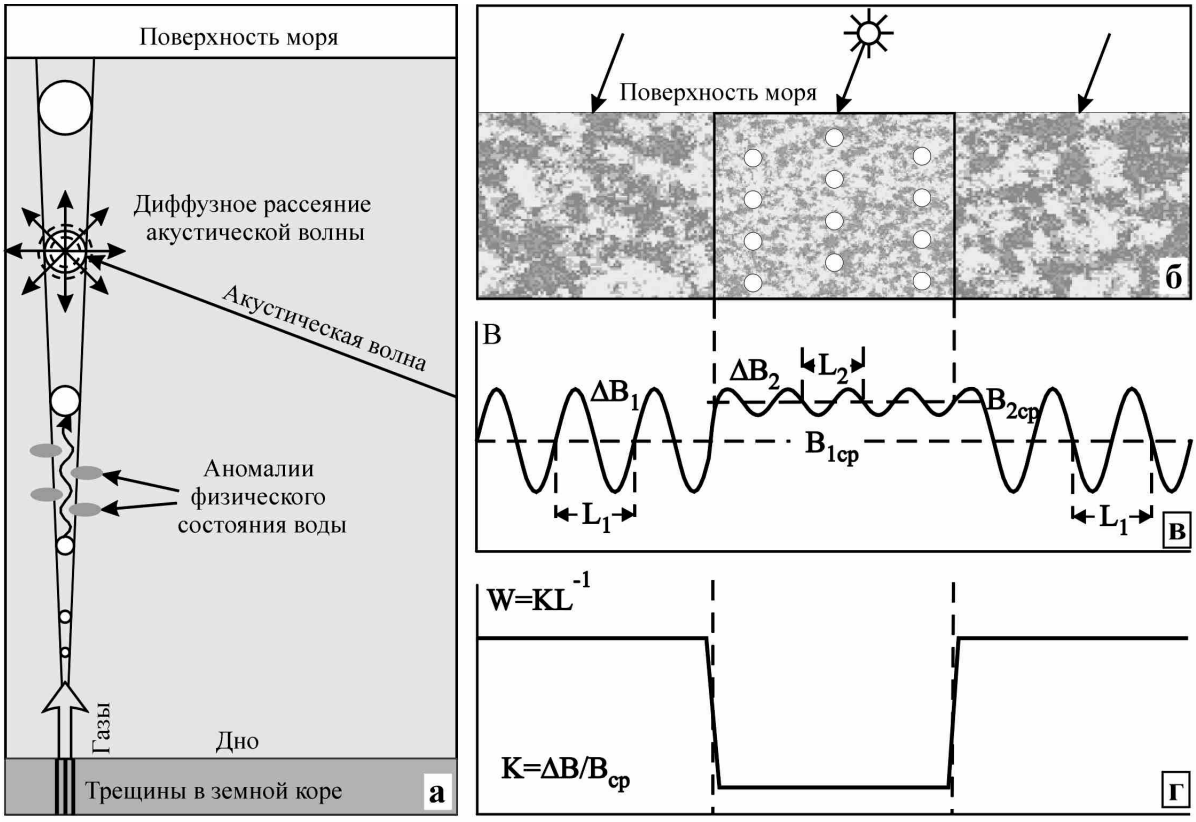


Рис. 5. Образование кольцевых и линейных структур в приповерхностном слое водоемов:
а – газовыделения из трещин земной коры и поведение пузырьков газа в воде;
б – изменение структуры взвеси под действием пузырьков газа;
поля яркости В (в) и интенсивности структуры изображения на аэрокосмическом снимке водоема (г)

гося на аэрокосмическом снимке, зависит от длины волны солнечных лучей (в частности, глубина проникновения красных лучей в толщу воды не превышает 1–2 м). Действие пузырьков газа в приповерхностном слое приводит к перераспределению взаимного пространственного положения частиц взвеси в мутьевом облаке, делая его более дробным и равномерным (рис. 5,б) для данного разрешения снимка. При этом, вероятно, нельзя исключать из внимания

и флотационный процесс как один из факторов изменения структуры мутьевого облака. Однако эти вопросы в современной геофизике мало изучены.

Тем не менее, экспериментальные данные структурометрического анализа исходного поля яркости B изображения акватории (рис. 5,в), будучи формально преобразованными в значения поля пространственной плотности контраста W доминирующей гармонической составляющей сигнала (рис. 5,г), действительно указывают на снижение уровня сруктурности исходного изображения, визуально воспринимаемого на рис. 4,б темными тонами.

Таким образом, МКС в жидкой среде представляют собой вторичные по отношению к донным МКС (твердая среда) природные объекты, которые образуются в результате их ортогонального переноса иными физическими средствами на поверхность водоемов. Предлагаемая физическая модель позволяет объяснить и появление кольцевого каркаса на ледовом покрове водоемов (рис. 3,в, г). Действительно, можно предположить, что в слабопроточных водоемах над местами повышенного газового выделения из донных трещин земной коры образующийся лед приобретает уникальные (по сравнению с соседними участками) физические свойства, которые и регистрируются радиолокационным снимком.

На суше происходит непосредственный контакт твердой оболочки Земли с газовой оболочкой со всеми вытекающими последствиями. Те же самые разогретые в недрах Земли газы (некоторые из которых небезопасны для здоровья человека, например: радон, гелий и др.) напрямую по разломам и трещинам поступают в атмосферу. Такое локальное изменение газового состава вертикального столба, сопровождаемое конвекцией и переносом пылевых частиц приземного слоя, может приводить к образованию особых условий конденсации водяных паров, содержащихся в атмосфере. Например, известно, что к полудню жаркого безоблачного лета на небе в определенных местах вне зависимости от ветровой ситуации постоянно собираются легкие кучевые облака, которые к вечеру рассеиваются, чтобы появиться вновь там же на следующий день. Особенно мощная конвекция, пронизывающая всю толщу тропосферы, развивается в экваториальной зоне Земли.

Кучевая облачность трассирует положение элементов кольцевого каркаса на земной поверхности. Один из примеров такого ортогонального отображения фрагментов КК в атмосфере показан на рис. 6. Время жизни МКС в газовой среде составляет единицы часов из-за относительно малой плотности и массы атмосферы Земли. Можно предполагать, что с увеличением плотности газовой среды время жизни МКС должно увеличиваться.

Данные процессы присущи не только на Земле, но другим планетам земной группы Солнечной системы. Происходят они и на самом Солнце с образованием МКС в его «атмосфере», плотность которой во много раз превосходит земную (рис. 7). Как следует из рисунка, несмотря

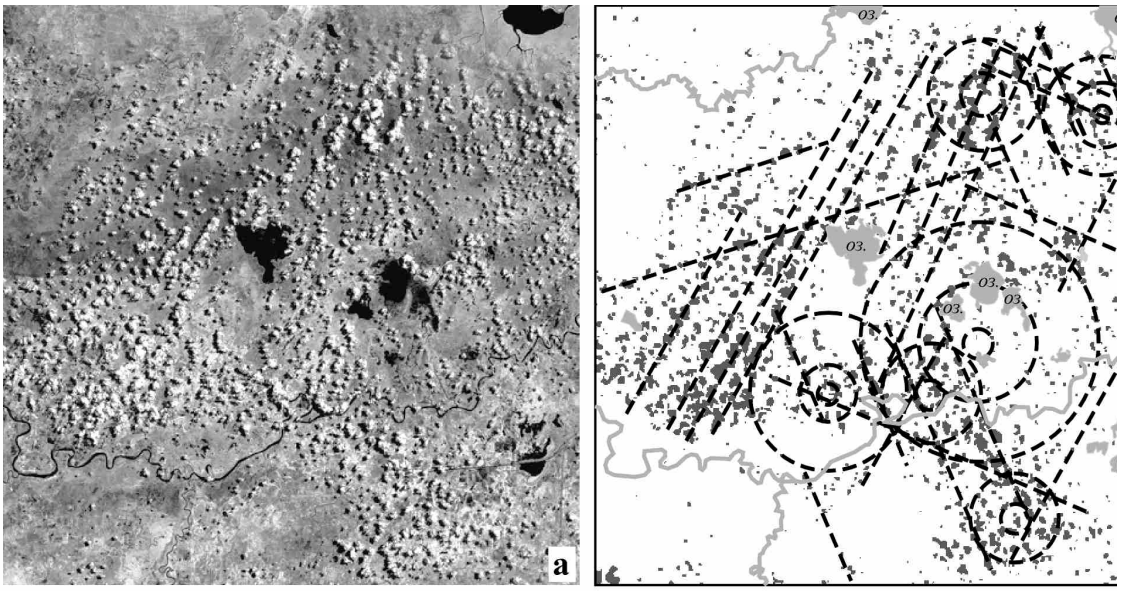


Рис. 6. Отображение кольцевого каркаса местности в атмосфере Земли:
а – фрагмент космического снимка Landsat-7 ETM+ на одну из приэкваториальных территорий Южной Америки; б – рисунок кучевой облачности и фрагментарно идентифицируемые элементы кольцевого каркаса (линейные и кольцевые)

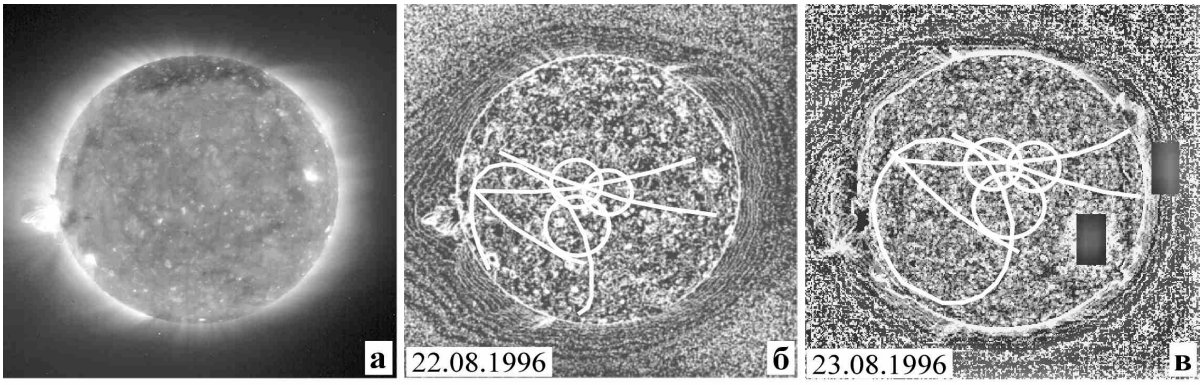


Рис. 7. Снимок атмосферы Солнца со спутника SOHO EIT на длине волны Fe XII 195 Å (а); его структурное изображение с результатами фрагментарного дешифрирования кольцевых и линейных образований (б); структурное изображение с идентификацией тех же образований на снимке, полученном через сутки (в)

на сильные возмущения и ветры в атмосфере, кольцевые и линейные элементы кольцевого каркаса сутками сохраняют свое пространственное положение относительно фигуры Солнца. Одновременно наличие КК указывает на существование в теле Солнца твердой оболочки, осложненной разломами и трещинами.

Таким образом, представленные в настоящем докладе рассуждения по материалам аэрокосмических съемок позволяют сделать вывод о том, что в создании рекреационного потенциала территории определяющую роль играют тектонические процессы в теле Земли, в результате которых на поверхности ее твердой оболочки образуется кольцевой каркас местности, имеющий сейсмоакустическую природу. Кольцевой каркас твердой оболочки в результате газовых выделений из тела Земли ортогонально проецируется на жидкую и газовую среды рекреационной системы.

Поэтому системный подход к оценке рекреационных свойств территорий при проектировании и развитии инфраструктуры туризма по данным аэрокосмических снимков на базе метода аэрокосмической структурометрии представляется весьма перспективным.

ТУРИЗМ КАК ВАЖНЕЙШИЙ МЕХАНИЗМ МЕЖКУЛЬТУРНЫХ ПРОЦЕССОВ

Н. В. Шабалина, *канд. геогр. наук, доцент кафедры, замдекана географического факультета МГУ им. М. В. Ломоносова*

Процесс познания культуры и культурного разнообразия играет очень важную роль в туризме. На Универсальном форуме культур в 2004 г. была подчеркнута роль туризма в том, чтобы «культура могла выразить себя и заявить о себе, достигая, таким образом, формы межкультурного диалога, которая приведет к миру и будет способствовать устойчивому развитию». Туризм рассматривается как важнейший механизм межкультурных процессов, с помощью которого «может быть понято и прочувствовано все культурное разнообразие, которое культурное наследие содержит и выражает».

Туризм обогащает личность, семью, общество и все человечество. Такова основная, простая, но доходчивая идея новой информационной кампании, с помощью которой Всемирная туристская организация (ЮНВТО) стремится поднять уровень информированности о том положительном влиянии, которое способен оказать туризм на жизнь людей, культуру и экономику и в целом на все общество. «Впервые объектом кампании Всемирной туристской организации становится широкая публика», – отметил генеральный секретарь ЮНВТО г-н Франческо Франжиалли.

«В период недавних кризисов правительства стали придавать туризму больше значения», – подчеркнул г-н Франжиалли, пояснив, что это имело следствием признание туризма в качестве наиболее перспективной сферы деятельности, имеющей важное значение для экологического, культурного и социального сознания, укрепления мира и признания международного сотрудничества. То же самое было признано на высшем уровне Генеральной ассамблеей Организации

Объединенных Наций, единодушно признавшей ЮНВТО своим новым специализированным учреждением.

Сегодня мы вступили в период создания и внедрения концепции «устойчивого развития». В этой связи необходимо отметить важность как самого туризма в межкультурных процессах, так и необходимость учета межкультурных подходов в развитии туризма, туристской деятельности, подготовке и переподготовке кадров для индустрии туризма.

В программе развития «устойчивого туризма» Всемирный совет по путешествиям и туризму (WTTC) особо подчеркивает, что «устойчивый туризм» должен приносить блага не только людям, которые путешествуют, но и представителям местных сообществ, принимающих путешественников, способствовать развитию и сохранению природной, культурной и социально-экономической сред.

В связи с этим «планирование устойчивого развития туризма необходимо осуществлять в гармонии с культурами и культурными особенностями территории». На современном этапе развития мирового сообщества межкультурное образование и воспитание стали насущной потребностью и важнейшим фактором устойчивого развития стран Европейского союза, представляющего единое социально-экономическое, геополитическое и туристское пространство.

В настоящее время происходит смена приоритетов и переосмысления концепции отдыха и туризма. Все больше развиваются у туристов культурные мотивы в путешествиях. Это является результатом реакции на потребности времени, желание познавать и получать новый опыт, которые соответствуют современным принципам человека и общества в целом. Результаты опроса путешественников показали, что 90 % путешествующих лиц с целью пассивного отдыха (традиционный пляжный туризм) активно участвуют в экскурсионных программах. Причем содержание программ отражает не только культурно-исторические аспекты развития территории, но и знакомит с культурными ландшафтами, традициями, формами природопользования местного населения.

В этой связи формируется идеология «культурного туризма», т. е. туристских поездок к различным объектам культуры (памятникам архитектуры, объектам паломничества, культурным ландшафтам, событиям и т. д.). Культурный туризм является важнейшим сегментом международного туризма, и его доля на начало XXI столетия, по оценке UNWTO, составляет 37 % туристских прибытий. При этом ежегодный рост составляет около 10–15 %. (Напомним, что на 2006 г. общее число туристских прибытий составило 842 млн, из которых на Европейский регион приходилось 459 млн, т. е. 54 %.)

Велика значимость культурного туризма как для отдельной личности, так и для общества в целом. Территориальная концентрация путешествующих лиц с культурными целями формирует особые образования – культурные туристско-рекреационные комплексы, превращающиеся в точки роста межкультурных коммуникаций.

Несмотря на разные экономические механизмы деятельности участников туристско-рекреационного комплекса, взаимопонимание и координация между ними могут быть осуществлены путем внедрения и использования современных информационных технологий, способных связать всех участников комплекса в единое целое.

Мировой опыт показывает перспективность развития туристско-рекреационных комплексов культурной специализации на основе городских населенных пунктов. Только ресурсы города могут предоставить необходимые ресурсы и условия для формирования комплекса туристских услуг, включая подготовку и переподготовку квалифицированных кадров.

Формирование единого европейского социального, образовательного и туристского пространства требует соблюдения принципа межкультурности как в организации туристской деятельности, так и в профессиональном туристском образовании. Это предполагает соответствующую подготовку и формирование установок на межкультурную коммуникацию:

- во-первых, в самом сообществе (готовность и способность принимающего сообщества к межкультурным контактам, включая государственные институты и службы, бизнес-сообщества, СМИ, общественные организации, население принимающей страны в целом);
- во-вторых, в туристском секторе (адаптация программ и маршрутов под национальные целевые рынки въездного туризма, их информационное обеспечение и сопровождение, межкультурные маркетинговые коммуникации, межкультурный тренинг персонала);
- в-третьих, в туристском профессиональном образовании (межкультурная коммуникация должна лечь в основу построения системы и формирования содержания профессионального образования в туризме).

Туризм – сфера деятельности, которая в настоящее время создает каждое восьмое новое рабочее место в нашей стране. Структура подготовки специалистов для сферы туризма в России складывалась спонтанно, исходя из потребностей отрасли в период перехода экономики страны

на рыночные отношения. До сих пор система подготовки кадров для туристской отрасли в соответствии с потребностями рынка не сформировалась окончательно. В связи с этим вопрос о подготовке специалистов для туристской отрасли приобретает все большую актуальность.

Профессиональное туристское образование включает в себя следующие основные направления, имеющие различные цели и аудиторию:

- Переориентация профессионального туристского образования на всех его уровнях на потребности туристского сектора и выполнение принципов устойчивого развития туризма.
- Обеспечение понимания населением, административными и хозяйственными субъектами приоритетов туристского развития, повышения роли межкультурной составляющей в туристских обменах.
- Включение бизнес-сообщества в развитие туристского образования.
- Развитие системы непрерывного туристского профессионального образования на основе стратегического партнерства государства, бизнес-сообщества и общественности, формирование особых учебных научно-производственных комплексов для подготовки и переподготовки специалистов.

Современное состояние развития профессионального туристского образования не отвечает поставленным целям и задачам устойчивого развития. К числу основных проблем целесообразно отнести следующие:

- несоответствие масштабов, структуры и качества профессионального образования фактическим интересам и требованиям туристской отрасли;
- отсутствие соответствующей системы маркетинга, которая обеспечивала бы всесторонний учет динамично меняющегося туристского спроса и спроса на туристские образовательные услуги в странах и регионах России;
- несоответствие законодательных и исполнительных актов в сфере образования, особенно в видах и формах дополнительного профессионального образования.

В целом сложившаяся ситуация характеризуется отсутствием системности в выполнении важнейшей задачи развития туристкой отрасли – обеспечении ее высококвалифицированными специалистами.

В связи с этим видится целесообразным при формировании системы профессионального туристского образования основываться на следующих принципах: единства федерального образовательного пространства; доступности образования в соответствии с особенностями развития и уровнем подготовки учащихся; системности; непрерывности образования; компетентности; инновационности на основе интеграции образования, науки и бизнеса; качества образования; конкурентоспособности.

Географический факультет МГУ им. М. В. Ломоносова был первым среди образовательных учреждений, где в 2003 г. была открыта специальность «Туризм» и сформирована кафедра рекреационной географии и туризма. В своей деятельности факультет ориентируется на 3-ступенчатое высшее профессиональное туристское образование (бакалавриат, специалитет и магистратура), а также развитие различных форм дополнительного профессионального образования (программы повышения квалификации, MBA в сфере туризма и гостеприимства и т. п.).

Понимая роль межкультурных коммуникаций в туристских обменах, на факультете включены в учебные планы туристских специальностей и специализаций дисциплины межкультурной направленности («Культурная география», «Межкультурные коммуникации», «Практикум по межкультурной коммуникации» и др.), а также соответствующие темы и разделы. Соответственно разрабатываются программы учебных и производственных практик, стажировок, обеспечивающих формирование полноценных практических умений и навыков межкультурного общения в сфере международного туризма.

Соблюдение принципа межкультурности, служащего целям и задачам формирования особых туристско-рекреационных комплексов, должно обеспечиваться комплексно и системно через:

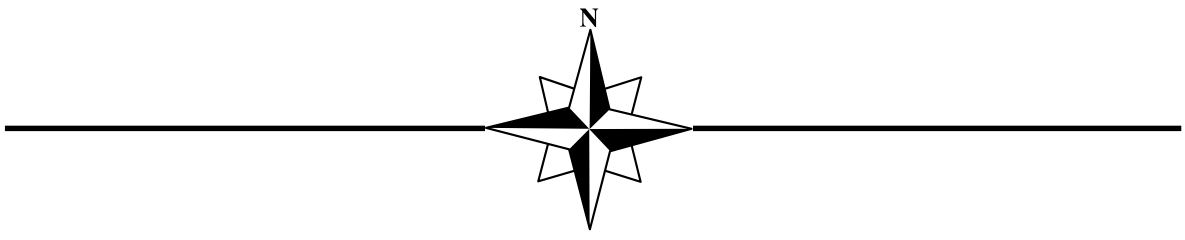
а) разработку нового поколения программ и стандартов;

б) систему практик, стажировок и студенческих обменов, программы которых также построены на основе межкультурного подхода к развитию туризма;

в) создание научно-учебно-производственных комплексов, где совместно обучались бы представители самых разных культур (как это принято в практике многих зарубежных школ), а также привлечение к учебной и учебно-методической деятельности интернационального профессорско-преподавательского состава, включая представителей туриндустрии.

Подобные комплексы особенно актуально создавать на постсоветском пространстве с учетом сложившихся в течение XX столетия устойчивых связей между бывшими советскими республиками, образовательными учреждениями, предприятиями и центрами.

ТУРИСТСКИЙ РЫНОК: ТЕКУЩИЕ ПРОБЛЕМЫ И ПРОГНОЗ РАЗВИТИЯ



ВОПРОСЫ РАЗВИТИЯ ИННОВАЦИОННОЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ ТУРИСТСКОГО РЫНКА

Т. В. Бархатова, *доцент кафедры РМАТ*

Активизация инновационной деятельности в России с целью участия ее в мировом инновационном процессе связана с созданием благоприятного инновационного климата в экономике и инновационной инфраструктуры для проведения научных исследований и разработок, расширения сети служб патентования, стандартизации, статистики, консультационных услуг, аналитических центров по изучению зарубежного опыта развитых стран.

Важная роль в инновационных преобразованиях отводится созданию инновационной инфраструктуры, которая предоставляет организационную, материальную, информационную, финансовую и кредитную базы для создания условий, способствующих эффективному распределению средств и оказанию услуг для развития инновационной деятельности.

Внутрифирменные научные исследования и разработки осуществляются, как правило, интрапренерскими структурами.

Интрапренерами называют предпринимателей, работающих внутри предприятия – структурные подразделения компании, использующие принадлежащие им производственные площади, технику, оборудование. Деятельность интрапренеров получила название «интрапредпринимательство». Его целью является привлечение к решению производственных вопросов на основе новаторского подхода всех категорий работников, что приводит к существенным изменениям в организации производства, кадровой политике и в реализации инновационной деятельности. После успешной реализации инновации интрапренерская структура может получить статус самостоятельной организации.

Традиционные организационные модели инновационного процесса, осуществляемые в крупнейших компаниях или в рамках научно-технических и инновационных проектов, опираются на научно-техническую среду информационных центров, которые в своем составе содержат: технологические парки, технополисы, инкубаторы инноваций. Инновационные центры имеют сложившуюся интегрированную структуру нововведений, включающую университеты и научно-производственные фирмы. Благодаря устойчивым связям внутри инфраструктуры поддерживается обмен информацией и организация каналов сбыта нововведений внутри инновационных центров.

Технопарки построены по иерархическому принципу, куда входят отдельные подразделения для предоставления специализированных услуг:

- дирекция технопарка, экспертный совет;
- исследовательские фирмы, опытные производственные заводы;
- подразделения коллективного пользования;
- консалтинговые фирмы;
- фирмы венчурного финансирования.

Основные задачи, которые решаются в рамках технопарка: превращение знаний, изобретений в технологии; превращение технологий в коммерческий продукт; передача технологий в промышленность с помощью трансфера технологий; формирование наукоемких фирм; подготовка предпринимателей.

Технополисы представляют собой объединения технопарков, инкубаторов.

Инкубаторы занимаются разработкой не определенного товара, а определенного хозяйственного субъекта. В США среди фирм, занимающихся разработкой новых технологий, насчитывается около 15 тыс. предприятий, относящихся к малому бизнесу. Как показала практика, результативность малых фирм по инновациям в расчете на одного сотрудника оказалась в 2 раза выше, чем у крупных фирм.

В мировой практике инкубаторы организуются на базе крупных компаний, органов власти, университетов, частных организаций. В финансировании инкубаторов принимают участие правительство в виде субсидий, различные фонды и малые предприятия в виде платежей за аренду зданий, оплаты различных услуг (телефон, факс, ксерокс, персональные компьютеры, интернет), получаемых в рамках инкубатора на льготных условиях. Основной функцией инкубаторов является поддержка новых инновационных предприятий с целью ускорения коммерческой реализации нововведения.

Инкубаторы оказывают консультационные и экспертные услуги по различным видам деятельности новых фирм, касающиеся финансирования, налогообложения, страхования, получе-

ния кредитов, заключения контрактов, выпуска акций, кроме того, выступают посредниками между инновационными предприятиями и местными и федеральными источниками финансирования. В связи с тем, что руководство инкубатором формируется из специалистов в области менеджмента и маркетинга, инкубаторы способны оказать профессиональные услуги в области управления и маркетинга.

Практика работы инкубаторов показывает, что благодаря им значительно возрастает доля инновационных предприятий, которые, получая венчурное финансирование, переходят к выпуску продукции.

Технопарки имеют в своем составе достаточно большое количество фирм, как принадлежащих технопарку, так и принадлежащих крупным предприятиям, перешедшим в парк из научной области, осваивающим результаты научных исследований. На договорных условиях фирмы могут пользоваться услугами технопарка: маркетинговыми, рекламными, информационными, патентными, лицензионными, лизинговыми, посредническими. Работая в составе парка, предприятия быстрее осваивают новые технологии, методы предпринимательства, что позволят им обеспечить высокую конкурентоспособность своей продукции. В рамках технопарка можно получить научные и консультационные услуги и, кроме того, за счет технопарков осуществляется трансфер (передача) технологий из научно-исследовательских организаций на предприятия производства.

Необходимость технологического трансфера вызвана тем, что технические решения, полученные в результате научно-исследовательских работ, требуют дополнительных затрат для их коммерциализации.

За рубежом трансферу технологий уделяется большое внимание. Как правило, на базе университетов создаются специализированные центры, занимающиеся разработкой и внедрением научных проектов на договорной основе с предпринимателями. Трансфер технологий может быть организован на базе развитой информационной структуры, обслуживающей этот процесс. Она обеспечивает распространение информации о передаваемых технологиях и содержит элементы биржевого (аукционного) характера для торговли технологиями.

Интересен опыт создания на Западе специализированных центров на базе университетов, которые занимаются поиском предпринимателей под идеи. Специалисты, работающие по специальной программе, публикуют в газетах собственные проекты или идеи менеджеров ряда фирм. Желающие могут начать свое дело в университете и найти средства для начала бизнеса. Отклики предпринимателей анализируются, проводится собеседование с ними. В течение инкубационного периода предприниматели сотрудничают с научными группами университета. По статистике в таких компаниях низкий уровень банкротств.

На территории России существует около 5 тыс. организаций, ориентированных на поддержку инновационного предпринимательства. Важные научные центры и технопарки расположены в Зеленограде, Обнинске, Новосибирске, Арзамасе, Красноярске, Протвине, Пущине и т. д.

Однако специальная программа развития инновационной инфраструктуры, предусматривавшая развитие технопарков, оказалась неэффективной из-за большой капиталоемкости.

В связи с низкой эффективностью существующей инфраструктуры (наукограды, технопарки и инкубаторы) продолжается поиск новых эффективных видов инновационной инфраструктуры – особых экономических зон. Первый практический шаг – создание до 2010 г. четырех технопарков – в Дубне, Черноголовке, Санкт-Петербурге и Нижнем Новгороде [1, с. 46].

Ведущую роль в инновационной инфраструктуре, помимо научных и общественных институтов, играют инвестиционные институты, способствующие аккумулированию финансовых, инвестиционных ресурсов, в качестве которых выступают финансовые и инвестиционные компании, венчурные фонды, страховые компании, пенсионные фонды.

Венчурный бизнес подтвердил свою эффективность и широко используется во многих странах мира в отличие от России, где он только начинает развиваться. Венчурное финансирование строится на привлечении значительных денежных средств на длительный период времени. Средства финансовых институтов (пенсионные фонды, страховые компании, банки) аккумулируются в венчурных фондах.

Первый венчурный фонд был создан в США в 1961 г.

Структура источников венчурного капитала в США складывается следующим образом: банки – 25,8 %; реинвестиции – 6,9 %; страховые компании – 16,4 %; пенсионные фонды – 25 %; частные лица – 4 %; прочие источники – 7,7 %; государственные структуры – 2,2 % [2, с. 78].

Отраслевая структура венчурных инвестиций в США выглядит следующим образом: компьютерные технологии – 39 %; коммуникации – 17 %; промышленность/энергетика – 2 %; прочая электроника – 5 %; другие товары и услуги – 10 %; потребительские товары – 7 %; биотехнологии – 6 %.

Первые венчурные фонды в России были созданы в 1994 г. по инициативе Европейского банка реконструкции и развития (ЕБРР). ЕБРР выделил 310 млн долл. на финансирование акционерного капитала, оформленного в виде 11 региональных фондов венчурного капитала (РФВК). В 1997 г. десять управляющих компаний РФВК учредили Российскую ассоциацию венчурного инвестирования (РАВИ). По оценкам РАВИ, на российском рынке присутствуют венчурные и инвестиционные капиталы в размере 3–5 млрд долл. В 2002 г., по данным РАВИ, 45 % инвестированного фондами ЕБРР венчурного капитала было вложено в потребительский рынок, 20 % – в сферу услуг и лишь около 1 % – в инновационные проекты. В российском венчурном бизнесе сложилась ситуация преобладания прямого инвестирования над инвестициями в инновационную деятельность, т. е. венчурный капитал не работает по своему прямому назначению.

Исходя из опыта других стран к важным структурным компонентам инновационного процесса относят консалтинговые организации, занимающиеся изучением спроса и распространения продукции и услуг, и инжиниринговые фирмы, занимающиеся разработкой или усовершенствованием технологий, передачей технической документации.

В связи с отсутствием эффективной отечественной инфраструктуры (инновационные центры, технопарки и инкубаторы), в туриндустрии следует говорить только о структурных компонентах инновационного процесса:

- отраслевые институты, вузы, научно-исследовательские подразделения фирм, производящие интеллектуальный продукт в виде отчетов, изобретений, научных статей и готовящие научные кадры;
- технические организации, которые занимаются разработкой проектов, технической документации, разработкой технических условий;
- консалтинговые организации, занимающиеся изучением спроса и распространения продукции и услуг;
- информационные службы, занимающиеся подготовкой и распространением данных о перспективных разработках.

К структурным компонентам следует отнести также центры сертификации, занимающиеся сертификацией предприятий по международным и российским стандартам.

Отраслевые институты, занимавшиеся научно-исследовательской деятельностью в СССР, в настоящее время перепрофилированы, поэтому не могут оказывать существенного влияния на инновационную деятельность в туриндустрии.

На совещании у вице-президента РАН в апреле 2005 г. при обсуждении вопросов научного обеспечения туристской деятельности было отмечено, что в индустрии туризма пока не сложилась эффективная система рыночных отношений, налицо существенное отставание туристской отрасли от мировых стандартов в сфере управления и законодательного обеспечения туристской деятельности в организации и производственных технологиях.

Решение о создании в РАН направления научных разработок в области туриндустрии и разработке Комплексной программы исследований по стратегическим вопросам становления и развития туриндустрии в России является важным шагом на пути активизации инновационной деятельности.

Особое значение за рубежом в производстве новых знаний уделяется высшей школе. С 80-х годов XX в. в мировой образовательной практике сложилось соотношение государственных и частных вузов как 30 % к 70 %. В результате 60 % всех фундаментальных НИР и подготовка наиболее квалифицированных кадров приходится на негосударственный образовательный сектор. Общемировая тенденция преобладания частного сектора в высшей школе прослеживается и в России.

Следует отметить, что в настоящее время бюджетная вузовская наука поддерживается целевыми государственными программами, дополнительно стимулируется государственной грантовой системой, грантами профильных бизнес-структур.

Важным организационным изменением в сфере науки стала интеграция науки и образования. Министерство образования и науки в 2004 г. объявило о специальной поддержке «национальных университетов», которые получат бюджетное финансирование. Министерство планирует решать задачи в области науки и инновационной деятельности в рамках программы исследования и разработки по приоритетным направлениям науки и техники.

Пока на государственном уровне нет структуры, которая представляла бы интересы научно-инновационного комплекса в целом и могла бы принять на себя главные координирующие функции в этой сфере.

По мнению специалистов, в отношениях между вузами и туристским рынком сложилась аморфная среда, не ориентированная на использование научных наработок. Субъекты туристского рынка в решении своих практических задач не замечают туристские вузы и не предъяв-

ляют высоких требований к качеству специалиста. Причина в том, что на российском рынке большая часть работающих фирм относится к малому бизнесу, многие предприятия туриндустрии убыточны [3, с. 250].

В отличие от предприятий малого бизнеса в туриндустрии уже сейчас ощущается нехватка научных знаний со стороны крупных фирм туристского и гостинично-ресторанного бизнеса.

Тенденция развития инновационной деятельности заключается в развитии корпоративных связей между бизнесом и научными организациями и в формировании бизнесом собственной научной базы. Во всем мире для привлечения дополнительных источников финансирования науки наибольшее значение имеет финансирование со стороны бизнеса. Так, в настоящее время ОАО «РЖД», РАО «ЕС России» и «Газпром» тратят на НИОКР ежегодно 15 млрд руб., что составляет примерно одну треть государственных ассигнований на гражданскую науку [1, с. 45].

Важное значение имеет объединение усилий научных подразделений фирм и коллективов ученых вузов. Например, за последние годы отечественным экономистам удалось разработать развернутые методики по оценке эффективности участия в выставках. Серьезными, проработанными подходами к этому вопросу стали параметры, предложенные в 2003 г. специалистами ЗАО «Мобильные выставочные технологии» и кафедры выставочного бизнеса Международного банковского института (Санкт-Петербург).

Для подготовки и повышения квалификации кадров туристской отрасли и выполнения научно-исследовательских работ служат высшие учебные заведения. Сегодня для рынка туристских услуг подготовку специалистов осуществляют около 300 высших учебных заведений. Кроме того, ведется переподготовка и повышение квалификации персонала предприятий туриндустрии. Крупнейшие учебные центры по подготовке и переподготовке туристских кадров сосредоточены в Москве и Санкт-Петербурге.

В результате недостатка кадров в области инновационного менеджмента в настоящее время не может проводиться активная работа в государственных инфраструктурах, информационных фондах, обслуживающих и содействующих протеканию и интенсификации инновационных процессов. Необходимо открытие специальных учебных инновационных центров для подготовки научных и управляющих кадров в области инновационной деятельности.

Для реализации эффективной инновационной деятельности важна степень развития научно-технической инфраструктуры: службы научно-технической информации, экспертные группы, тематические выставки и конференции.

Службы научно-технической информации должны осуществлять информационный обмен между участниками инновационного процесса, способствовать эффективному взаимодействию, объединять его участников. Обмен информацией идет путем организации информационных фондов, включающих базы данных изобретений, патентов, инноваций, данные об имеющемся спросе на научно-технические разработки, публикации по научным и техническим разработкам, монографии.

В туриндустрии важными источниками информации являются такие печатные издания, как журналы «Турбизнес», «Туризм», «Отель», «Питание и общество». Все большей популярностью в качестве источника обмена информацией пользуется организация обсуждения вопросов на workshop «Турбизнес». На выставках представляются новые технологические и управленческие решения, аналитические доклады о главных тенденциях во всех сферах бизнеса, законодательства, информация о новых разработках, связанных с туризмом.

Одно из авторитетных мероприятий в мировой туриндустрии – выставка ITB, ежегодно проводимая в Берлине. По мнению специалистов, на ней закладываются основы для развития новых идей, глобальных подходов и целевого маркетинга. Вторая по масштабам выставка по туризму – «Мировой рынок путешествий» (WTM), ежегодно проводимая в Лондоне, которая представляет собой еще и образовательное мероприятие. Здесь подробно освещают положение мировой индустрии, вопросы маркетинга, надежности авиаперелетов и состояние окружающей среды в различных районах мира. Выставка EIBTM, проводимая в Барселоне, отличается большим количеством регулярно издаваемых аналитических докладов. Среди них доклад о тенденциях индустрии и изменениях рынка, где дается основательный прогноз дальнейшего развития отрасли, который затрагивает смежные рынки, тенденции по секторам индустрии и ключевые туристские рынки мира. Регулярно издается тематический сборник о развитии рынка на ближайшие пять лет. На выставке проводится анализ новых информационных и коммуникационных технологий, изменений транспортной инфраструктуры, влияния этих изменений на туриндустрию.

Активизация инновационной деятельности связана с качественным проведением маркетинговых исследований при разработке нового продукта или услуги или выходе фирмы на новые рынки. В зарубежной практике фирмы прибегают к услугам консалтинговых компаний. На отечественном рынке существует нехватка подобных профессиональных компаний.

Одной из основных проблем, затрудняющих серьезные маркетинговые исследования, является отсутствие в этой области бизнеса профессиональной, точной и своевременной статистики. Поэтому чаще всего при принятии стратегических решений приходится ориентироваться на интуицию и опыт, а также на сравнение объемов турпотоков – собственных и конкурентов, а не на серьезные научные исследования, как это происходит в крупных западных компаниях. Крупные компании самостоятельно проводят комплексное исследование рынка. Однако проблема заключается в том, что сегодня даже крупный туроператор самостоятельно не в состоянии провести глобальное исследование всего рынка, а компаний, которые занимались бы этим профессионально (за исключением РБК), фактически нет.

В небольших туроператорских компаниях возможности для полномасштабных маркетинговых исследованиях еще скромнее. В структуре отеля обычно имеется отдел, состоящий из менеджеров по продаже и рекламе. Подобная схема не является обязательной. Так, в отеле «Советский» существует Департамент продаж и маркетинга. Квалифицированную помощь отелю оказывает британская консалтинговая компания Pantin Group.

Литература

1. Российская экономика в 2004 году: тенденции и перспективы. Институт экономики переходного периода // Вопросы экономики. – 2005. – № 6. – С. 34–58.

2. Афонин И. В. Инновационный менеджмент: учебное пособие. – М.: Гардарики, 2005.

3. Капустин В. С. Проблемы, идеология и стратегия НИР Российской международной академии туризма // Туристский форум: Квартальновские научные чтения. Москва, 20–22 февраля 2006 г. – М.: Советский спорт, 2006.

МЕЖДУНАРОДНАЯ РЫНОЧНАЯ КОНКУРЕНЦИЯ: ФАКТОРЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ УСПЕХ В ТУРИЗМЕ

А. Витик, *магистр, д-р философии*
Университет Черногории, факультет туризма и гостиничного менеджмента, г. Котор

Существующая точка зрения на международную конкуренцию в сфере туризма, основанная на базовых макроэкономических индикаторах – учетные ставки, курс валют и доходы населения, – не в полной мере отражает роль партнерства государственного и общественного секторов экономики. В статье рассматривается роль таких ключевых факторов международной конкуренции в туризме, как образование в области туризма, устойчивость развития дестинаций, их брендинг и кластеризация. На примере малых предприятий туристской отрасли в развивающейся экономике Черногории исследуется влияние основных индикаторов устойчивого развития в трех аспектах: природной, экономической и социально-культурной среды.

INTERNATIONAL MARKETING COMPETITIVENESS: SPECIFIC FACTORS OF SUCCESS IN TOURISM

Andriela Vitić, *M.Sc, PhD cand.*
University of Montenegro, Faculty of Tourism and Hotel Management, Kotor, Montenegro

ABSTRACT
International marketing competitivness: specific factors of success in tourism

Tourism is one of the most dynamic service industries and increasing generator of income in developed and developing countries. Leaded by different economic, technological, demographic, political, cultural and other influences, tourism is frequently considered as one of the essential industry for global economic prosperity nowadays. However, such a development brings lot of risks. Increasing number of mature and developing tourism destinations, preasure of reaching high profits given by global hotel chains, touroperators, bank and transport sector makes international competitiveness in

that industry being complex phenomenon. At the other side, global economic crisis, safety and sequrity issues bring tourism to be in continous evolution.

There is a frequent opinion that international competitiveness in tourism is based on stable macroeconomic indicators like: interest rates, currency rate and salaries, as well on the comparative advantages like natural resources which represent attractions for tourists. Accordingly, some states consider succeeding international competitiveness in tourism by appropriate tax policy, investments in promotion and education etc. But, these measures do not respond to nowadays global market conditions. Besides, that approach does not explain success of tourism industry in some countries which do not poccess plenty of natural tourist attractions.

There are lot of factors that may influence tourism competitiveness. This paper will suggests specific factors of success that tourism industry has to be focused on in order to reach international competitiveness in global market conditions, but also to reach other social aims like responsible attitude towards environment and local community. The suggestion is based on several methods and techniques: experts' opinion, competitors' analysis, best practises in tourism etc.

Following specific factors of success in tourism will be suggested and evaluated in the paper: new role of state and public-private partnership, changes in tourism education, sustainable development approach, development of clusters and destination branding. In this manner, we desire to encourage ctitical and creative thinking about international marketing competitiveness in tourism, particularly for the small and transition economies like Montenegro.

Key words: tourism, international competitiveness, specific success factors.

INTRODUCTION

Achieving competitiveness in contemporary market environment, from destination point of view is based on offering greater value to the market than its competitive destinations for the same efforts invested by tourists («value for efforts») or the same value for less efforts. Tourists choose those destinations which offer the best tourism experience (value) for less effort. The value of one tourism experience from tourists' viewpoint is the result of many factors, starting from the very selection of the itinerary, travelling to a destination, stay at a destination, experience during a stay and so on[1]. Numerous activities in the function of creation of new tourism product, offering better services and more versatile tourism experiences create a chain of tourism values and act in the direction of sustainable competitive advantage. However, one can say that at certain destination tourism experience is n fact made of a series of various chains of values with scores of participants – member of tourism clusters. This is because consumers usual perception of a «tourism experience of great value» solely if all the participants in value chains maintain appropriate quality of services.

SPECIFIC FACTORS OF SUCCESS

Nowadays approach in defining of strategic framework for tourism destination development have to consider chances and challenges of global marketing environment. Accordingly, strategies that reflect orientation to sustainable competitiveness in tourism are generally definied by key sucess factors. The name given to our application of key success factors in tourism industry will be specific factors of success. New role of state and public-private partnership, changes in tourism education, sustainable development approach, development of clusters and destination branding might be the specific factors of success that can meet the requirements of contemporary tourism environment.

Nowadays, innovations and life long learning approach become the most important approach towards developing human resources that are capable to respond on challenges of highly competitive tourism environment. Accordingly, there are different challenges in tourism and hospitality in the 21st century: economic, demographic, technological, social, cultural, political etc. Decision makers in tourism educations have to follow those issues and respond properly with educational reforms. Stronger partnership approach between University, association of tourism industry and companies in order to create an open model of tourism education, which is still untypical for former socialistic countries. The influence of globalization brough tourism industry to be more responsible for economic, social, cultural and ecologial environment. Destination all over the world orient towards sustainable tourism approach in order to get better competitive position in the world tourism market. However, criteria for reaching sustainability may differ (Case study 1).

[1] Crouch, I.G, Ritchie, J.R: Tourism, Competitiveness and Social Prosperity // Journal of Business Research. – 44. – 1999. – New York. – P. 141.

Case study 1: Ten Key Indicators for Sustainability used in the Villarrica Area – Chile

Physical Environment	Economic Environment	Social/Cultural Environment
Number of road signs showing the way to Villarrica-Pucón, per year	Demand for diverse tourism products.	Number of local artisans
Percentage of exotic plantations per year	Entrepreneurs' satisfaction regarding the tourism product standard	Number of projects for Mapuche communities
Number of high buildings, construction permits and number of annual meters of aerial electric cable	Building permits	Aboriginal projects investments / total investment
Number of hectares with land usage change	Press tourism reports	Polls on satisfaction among local residents
Countryside migration – city and interregional	Tourism reports in Villarrica – Pucón area	Number of students following tourism program education / scholar population
Extraction of m3 of gravel from river-bed by sub-watershed	Index of skilled workers remuneration	Number of accidents involving tourism activities
Number of authorized boats	Price index in peak season	Number of participants in meetings related with tourism programs
Comparison of availability of drinkable water in relation to the peak season demand	Price index in low season	Number of crimes in high / low season
Number of days with deficient air quality	Price change (inflation) and: Increase of price (Room in three stars hotel) in high season	Hotel occupancy
Number of annual complaints at the main town for smell/waste	Increase of jobs in high season	Permanent /not permanent population

Source: WTO – Indicators of Sustainable Development for Tourism Destinations Guidebook[1].

Benefits of sustainable tourism, especially for former mass tourism destination like Montenegro and former Yugoslav countries are:

- Prolonging tourism season;
- Increasing toursim expenditure;
- Attracting higher income guests;
- Increasing local tourism zones.

In recent period, state has been received the new role of stimulator of international business. It means there will be no more place for traditional state support for protecting weak tourism companies, while there will be a stronger orientation to public-private partnership orientation. Competitiveness was transferred from the state level to the enterprise while FDI stocks and technology represented a prerequisite for integration into global market.

Cluster in tourism may be defined as dinamic network of tourism attractions, infrastructure, equipment, business, people etc. In geographical location where some tourism experience is supposed to be developed.

Clusters, although recently applied in tourism, has shown following benefots in tourism industry:

- supporting SME development by joining their limited resources (technologicy, know-how etc);
- higher availability of quality human resources;
- possiblility for more sucessful public-private partnership;
- benefits in destination brending.

Problem in tourism cluster development may apper in management, since clusters consist of different segments.

[1] According to: Ecodestination Durmitor (2006): GWU/UNDP/FTHM/FTHMT, Ministarstvo turizma RCG. – Podgorica. – P. 202–203.

Creating unique competitive advantages, finding a niche and differentiate destination from competitors becomes critical in the world faced with globalization process. New tourism destinations are continuously being developed; therefore the consumers have more and more destinations to choose for traveling. The growing importance of tourism affects intensive competition in attracting tourists. Anyhow, attracting tourists and finding market for its tourism and hospitality services got new assump-
tion – giving importance to destination branding. Former Yugoslavia had an image of cheap and mass tourism destination. Later on, the destination suffred from war and conflict image. Accordingly, effective tourism branding should be done not only for individual former Yugoslav countries, but as a region, having in mind that investors look at the countries mostly as regions. Therefore, Western Balkans region as destination has rich natural, cultural and historical resources. Although small in Montenegro is a destination brand that should get more attention figures, it has unique diversities, while it is close to the regions with the highest tourism intensity in the world.

However, to reach and sustain competitiveness, there is lot of things to be done. Montenegro is late with the implementation of Master Plan for Tourism Development, which is overoptimistic anyway. The investors in tourism infrastructure (particularly roads) are still sitting apart, while cooperation between public and private institutions is still modest. Finally, some programs for tourism development do not meet really sustainable tourism requirements.

CONCLUSION

Tourism, as the world's largest industry, may be generator of progress for many less developed countries. Having in mind long-term orientation of Montenegro towards the development of tourism as a strategic branch of economy, as well as the progress achieved in previous several years, there is a growing need for in the sense of competitive positioning based on global market trends.

To reach and sustain competitiveness, there is lot of things to be done. Stronger orientation towards specific factors of success may lead Montenegro and other small countries focused on tourism, towards attracting both: visitors and FDI, but also towards building competitiveness by positioning as sustainable destination. Montenegrian tourism companies, should try to increase competitivness on a global level with the support of the state which should stimulate a competitive environment based on an open and market economy. The competitivness of our tourism companies and overall destination should not only help to incorporate our economy to into world economy, but also to move international business relations towards a new and more just system.

REFERENCES

1. Airey, D., Tribe, J, (2005): An International Handbook of Tourism Education, Elsevier, Oxford.
2. Beirman, D. (2003): Restoring tourism destinations in crisis: a strategic marketing approach, Oxon, UK.
3. DEG and Ministry of Tourism, Montenegro (2001): Master plan: Strategy of Tourism Development till 2020, Podgorica.
4. Hassan, S. (1999): *Determinants of market competitiveness in an environmentally sustainable tourism industry,* George Washington University, Washington, DC.
5. Kozak, M. (2003): Destination Benchmarking: Concepts, Practices and Operations, Cabi-Publishing, New York.
6. Lockwood, A,. Medlik, S. (2001): Tourism and Hospitality in the 21st Century, Butterworth – Heinemann, Oxford.
7. McKercher, B., Du Cros, H. (2002): Cultural tourism – the partnership between tourism and cultural heritage management, Haworth Hospitality Press, Binghamton, N.Y, 2002.
8. Middleton V., Clarke J. (2001): *Marketing in travel and tourism,* Butterworth-Heinemann, Oxford.
9. Reid, D. (2003): Tourism, Globalization & Development – Responsible Tourism Planning, Pluto Press, Sterling, VA.
10. Williams, A., Balaz, V. (2000): Tourism in Transition – Economic Change in Central Europe, I. B.Tauris & Co. Ltd, London.
11. Ecodestination Durmitor (2006): GWU/UNDP/FTHM/FTHMT, Ministarstvo turizma RCG, Podgorica.
www.clusternavigators.com, 07.07.2005.
www.competitiveness.com, 02.04. 2002.
http://www.csg.org.yu, 03.03.2006.
http://www.hotel-online.com/Trends/Andersen/global.html, 10. 05. 2006.
www.visit-montenegro.com/downloads/ministryoftourism/10-UNWTO-SMJERNICE/smjernice_UNWTO_duze.pdf, 01.07.2006.

РЕКРЕАЦИОННОЕ РАЙОНИРОВАНИЕ КАК ИНСТРУМЕНТ АНАЛИЗА ВНУТРЕННЕГО ТУРИСТСКОГО РЫНКА РОССИИ

Т. А. Ирисова, *профессор РМАТ*
Е. В. Колотова, *канд. пед. наук, доцент кафедры РМАТ*

Знание современного состояния российского туристского рынка и динамики его развития необходимо как для органов управления туризмом, так и для турбизнеса. Невозможно выстроить грамотную государственную и региональную политику в отношении туристской отрасли, не имея достаточно полной информации об уровне развития туристской индустрии и ее тенденциях.

Российские туроператоры, на наш взгляд, работают в основном с одними и теми же традиционными туристскими центрами страны, слабо представляя всю многогранную палитру российского туризма. Потенциальные возможности развития туризма в различных регионах слабо освещаются в туристской прессе и на выставках и носят в основном рекламный характер, не выявляя специфических особенностей развития туризма. Все это приводит к достаточно хаотичному выбору туристских территорий и объектов для нового освоения. Отсутствие научно обоснованных предложений по развитию туризма затрудняет деятельность предпринимателей, готовых инвестировать средства в российский туризм.

В настоящее время существует острая необходимость в серьезном анализе внутреннего туристского рынка России.

Одним из основополагающих инструментов такого анализа является рекреационное районирование России.

Вопросами рекреационного районирования России географы стали заниматься с 60-х годов XX столетия. Первоначальные районирования были узкоспециализированными и касались конкретных туристских направлений (суботраслей туризма): санаторно-курортной отрасли, спортивного туризма и т. д. Отраслевой подход определял выбор районообразующих признаков.

В 70-х годах прошлого века географами школы В. С. Преображенского была сделала попытка первого комплексного районирования туризма в СССР в целом. В качестве районообразующих признаков были приняты: функциональная структура, степень рекреационной освоенности, степень открытости региона и перспективность территории. Эти же районообразующие признаки применялись и при последующих районированиях, сделанных в советский период, необходимость в которых возникала в связи с тем, что только один признак – функциональная структура – был консервативным, а три остальных менялись со временем. Поэтому каждое районирование отражало лишь определенный период в развитии отечественного туризма.

В принятые районообразующие признаки не входил ряд факторов, определяющих условия развития туризма.

Во-первых, районирование этого периода (70–90-х годов) не учитывало учения о рекреационной системе (РС). По сути дела в них отсутствовали все элементы РС, влияющие на развитие туризма:

- Не были учтены рекреационные потребности населения и степень их удовлетворения в регионах (элемент «отдыхающие»), а ведь это главный генерирующий фактор развития туризма. Отсутствовал детальный анализ турпотоков: учитывалось только соотношение приезжих и местных туристов. Кратковременный отдых и рекреация вообще не принимались во внимание.
- Природные и культурные комплексы рассматривались только через функциональную структуру регионов, без указания четких критериев включения их в туристскую практику.
- Технические комплексы (уровень развития инфраструктуры и состояние материально-технической базы туризма) не вошли в число районообразующих признаков.
- Обслуживающий персонал (трудовые ресурсы туризма) вообще «выпал» из рекреационного районирования.
- Органы управления также не вошли ни в один из районообразующих признаков, а ведь именно этот элемент определяет, по сути, значимость туризма в том или ином регионе (какое значение ему придают властные структуры).

Во-вторых, абсолютно проигнорировано было соотношение основных факторов развития туризма – рекреационных потребностей (генерирующего фактора) и рекреационных ресурсов (реализующего фактора), являющееся доминирующим условием развития туризма. А потому выделение некоторых зон и районов во многом носило формальный характер. Поэтому никогда

не выделялась зона «Европейский Центр России» как наиболее перспективная территория, однако именно здесь отмечается оптимальное взаимодействие этих факторов. Были объединены в одну рекреационную зону «Север России» принципиально разные по условиям развития территории – Европейский и Азиатский Север.

В-третьих, во всех признаках выбранные критерии не подкреплялись объективными числовыми показателями, что нарушает один из основных принципов географического районирования – объективность.

В-четвертых, не рассматривался вклад туризма в социально-экономическое развитие регионов.

При переходе к рыночным отношениям несовершенство районообразующих признаков проявилось наиболее отчетливо, и в 1995 г. было сделано новое районирование применительно к территории Российской Федерации с новыми подходами к набору районообразующих признаков.

При новом районировании учитывались как старые районообразующие признаки, так и основные факторы развития туризма. В результате территория РФ была разделена на следующие рекреационные зоны и районы: Европейский Север (районы: Кольско-Карельский и Русский Север), Европейский Центр России (районы: Западный (морской), Северо-Западный (Ленинградский), Западный (континентальный), Верхневолжский, Столичный, Средне-Волжский, Уральский), Европейский Юг России (районы: Южнороссийский, Нижневолжский, Азовский, Кавказско-Черноморский, Северокавказский, Каспийский, Горнокавказский), Азиатский Север (районы: Обско-Путоранский, Якутский, Колымско-Чукотский, Камчатский), Юг Сибири (районы: Обско-Алтайский, Саянский, Байкальский, Амурско-Дальневосточный).

В течение 10 лет проводилось уточнение вхождения тех или иных субъектов РФ в рекреационные районы по мере поступления сведений о развитии туризма в них. Основная сложность заключалась в недостаточной статистической информации по регионам, которая до 2004 г. носила разрозненный характер.

С 2004 г. стали появляться различные статистические сборники, которые касались как состояния туристской индустрии, так и общих экономических и социальных показателей в регионах, что позволяет в настоящее время произвести новое рекреационное районирование на основе объективных показателей.

При обработке статистических данных по 88 субъектам РФ приходилось уточнять ряд признаков, а также включать новые.

Ниже приводятся основные уточнения принятых районообразующих признаков, изменения их и включение новых.

• Функциональная структура. В чистом виде понятия «монофункциональная территория» не существует, так как практически в каждом субъекте РФ в той или иной мере могут быть развиты все основные виды туризма. Требуется установить, с какого момента ту или иную туристскую специализацию можно отнести к ведущей.

• Степень рекреационной освоенности. Это признак, в котором не были установлены предельные нормативы отнесения территорий к развитым, средне- и слаборазвитым районам.

• Степень открытости рекреационных территорий не может применяться в настоящее время, поскольку отсутствуют статистические данные о российских туристах, приезжающих в данный регион из других субъектов РФ. Существует статистика только количества российских и иностранных туристов, посещающих российские регионы. По нашему мнению, этот признак следует заменить на соотношение въездного и внутреннего туризма в регионах.

Толкование «перспективности» территории, которое было при плановом хозяйстве, не соответствует условиям развития туризма в рыночных отношениях. В условиях рынка понятие перспективности территории является комплексным и определяется следующими параметрами:

♦ безопасность территории (политическая стабильность, экологическое благополучие);

♦ богатство и разнообразие рекреационных ресурсов;

♦ уникальность рекреационного потенциала;

♦ степень известности на отечественном и мировом туристских рынках;

♦ соответствие региональных возможностей развития туризма тенденциям мирового туристского рынка;

♦ уровень развития инфраструктуры;

♦ экономическое состояние региона;

♦ заинтересованность в развитии туризма со стороны местной администрации (местное законодательство, поддерживающее туризм, лоббирование развития туризма в регионе на федеральном уровне).

К *новым признакам* следует отнести:

- обеспеченность населения учреждениями отдыха;
- обеспеченность территории туристскими кадрами (степень занятости населения в туристской индустрии, количество учебных заведений туристского профиля и соответствие специализаций в них основным направлениям туризма в регионе).

В настоящее время в Российской международной академии туризма создана инициативная группа по исследованию современного состояния российского туристского рынка, одним из инструментов которого должно явиться новое рекреационное районирование. Данной группой рассчитано множество комплексных характеристик, построены карты по отдельным показателям, однако явно ощущается катастрофическая нехватка сведений экономического характера (по вкладу туризма в валовой региональный продукт; по туристскому потреблению в регионах) и централизованных сведений по туристскому образованию.

Желательно довести изучение российского туристского рынка до математических моделей, которые позволили бы осуществлять мониторинг и составлять объективный прогноз развития туризма.

Приводимое во многих туристских изданиях (туристских каталогах, учебниках, статистических сборниках) рекреационное районирование безнадежно устарело и не отражает реальной картины российского туристского рынка. Поэтому считаем, что поднятые в данной статье вопросы своевременны и затрагивают как теоретические, так и практические аспекты развития туризма в России, и предлагаем сотрудничество в решении этой проблемы.

ПРОБЛЕМА ИССЛЕДОВАНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ УПРАВЛЕНИЯ В ТУРИЗМЕ

А. В. Ключников, *канд. техн. наук, профессор РМАТ*

Эффективность управления – один из основных показателей совершенствования управления, определяемый сопоставлением результатов управления, направленных на достижение разнообразных целей объекта управления (производство продукции) и ресурсов, затраченных на их достижение.

Проблема эффективности управления – составная часть проблемы использования совокупности всех ресурсов системы управления, в том числе и управленческого потенциала. Управленческий потенциал выступает как рабочая сила и как интеллектуальный фактор. Затраты и расходы на управление определяются содержанием, организацией, технологией и объемом работ по реализации соответствующих функций управления; характером управленческого труда; эффективностью управления – эффективностью действий людей в процессе деятельности организации, в процессе реализации интересов, в достижении определенных целей.

На эффективность работы управленческого аппарата влияет ряд факторов: потенциал сотрудника, его способность выполнять определенную работу; средства производства; социальные аспекты персонала и коллектива в целом; культура организации. Кадры управления через выполняемые ими функции структурируют массу работающих, превращая однородную толпу в целенаправленную и управляемую производственную систему. Количество и качество специалистов в системе управления определяют ее способность к организованному развитию и совершенствованию, к повышению эффективности производства, а недостатки в качестве и количестве кадров управления ведут к деградации системы, разрушению сложившегося разделения и кооперации труда и в итоге – к снижению эффективности производства.

Эффективность управления проявляется в эффективности производства и составляет часть эффективности производства. Формируя систему управления в организации, необходимо учитывать специфику и уровень сложности производства. По мере усложнения объекта управления усложняется и система управления. Таким образом, оценивая эффективность управления туроператорской компании, очень важно иметь детальное представление о производстве туристского продукта, чтобы грамотно управлять производственным процессом, формируя соответствующую систему управления и определяя необходимый перечень управленческих задач.

В настоящее время понятие эффективности управления трактуется неоднозначно. Ряд исследователей полагает, что оно практически полностью совпадает с понятием эффективности производственной деятельности организации объекта, т. е. эффективность системы управления определяется через результаты функционирования, а они – по степени достижения поставленной цели. При таких условиях оценка уровня управления производится на основе следующих

объемных и качественных показателей: объема производства, объема продаж, производительности труда, издержек производства и обращения, прибыли, уровня рентабельности.

Можно отметить определенные недостатки такого подхода:

1. Эффективность управления отождествляется с эффективностью производства. Но одинаковые технико-экономические показатели могут быть достигнуты при разных уровнях организации управления. Следовательно, невозможно указанным способом оценить эффективность каждой конкретной системы управления, ее подразделений, отдельных работников. Эффективность управления отражает, в какой мере управляющий орган реализует цели, достигает запланированных результатов.

2. Не выделяется поэтапная эффективность управленческого процесса – разработка и реализация решений. Эффективность управленческих решений не может быть рассмотрена изолировано от их реализации, так как эффективность управленческого решения заключается не только в абсолютной правильности, а в его последовательности и результативности (степени достижения поставленной цели). По нашему мнению, управленческий процесс – это своеобразное производство управленческих решений. Эффективность управленческого решения обусловливается качеством процесса разработки решения и качеством его последующей реализации и является средством измерения эффективности деятельности всего аппарата управления. К сожалению, научно обоснованные проекты решений могут быть по разным причинам проигнорированы практикой. Утвердилось мнение, что к моделированию как методу разработки решений проявляется страх у пользователей, так как порой уровень методов моделирования превосходит уровень знаний лиц, принимающих решение.

3. Не принимается во внимание при таком подходе фактор времени – определенный временной лаг между управляющим воздействием и его результатом. Решение может быть принято одним руководителем, а положительный результат, появившийся через какое-то время, будет использован другим. Динамика хозяйственной деятельности может привносить нюансы в совокупности, искажающие величину ожидаемой результативности решений.

Некоторые из существующих методик [1, 3] предполагают использование ряда специфических количественных и качественных показателей, отражающих деятельность управленческого аппарата, а также специфику производственной деятельности предприятия, другие [2, 4] – создание одного комплексного показателя или нескольких обобщающих показателей эффективности управленческого труда.

Большинство используемых методов страдает существенными недостатками. Предлагаемые показатели не отражают с необходимой точностью и полнотой процессы движения и взаимодействия производственных ресурсов, составляющих суть общественного производства и управления им. Эффективность этих процессов и изменений в них не может обоснованно и достаточно выражаться только величиной получаемого эффекта (прироста прибыли и др.) без сопоставления с размерами ресурсов, обеспечивающих его достижение.

Одним из наиболее распространенных методов определения экономической эффективности управленческого труда является соотношение общего результата деятельности предприятия (объем товарной продукции, рентабельность, прибыль и др.) и численности той или иной части работников аппарата управления. Но такой подход считается упрощенным, не дающим точных результатов, так как целью управляющего воздействия не всегда является прибыль. Оценка эффективности по полученной прибыли скрывает роль управления в достижении конечного результата. Результат управления может быть не только экономическим, но и социальным, социально-экономическим, прибыль же часто выступает как опосредованный результат. Сложность возникает еще в том, что затраты на управление не всегда достаточно четко выделить.

Количественная оценка эффективности управления во многом затруднена из-за специфических особенностей управленческого труда. Они заключаются в следующем:

- управленческий труд, в том числе выработка и принятие решений, преимущественно творческий, трудно поддающийся нормированию и учету из-за отсутствия соответствующей документации;
- фактические результаты, как и затраты на реализацию конкретного решения, далеко не всегда можно учесть количественно из-за отсутствия соответствующей документации;
- реализация решения сопряжена с определенными социально-психологическими результатами, количественное выражение которых более затруднительно, чем экономических;
- результаты реализации решений проявляются опосредованно через деятельность коллектива предприятия в целом, в котором сложно выделить долю затрат управленческого труда. В итоге отождествляются результаты труда разработчиков решений и исполнителей, на которых направлено управленческое воздействие;

• из-за существующих трудностей нередко отсутствует текущий контроль за реализацией решений, в результате деятельность оценивается за прошедший период, устанавливается ориентация на будущее с учетом факторов, оказавших влияние в прошлом, хотя в будущем они могут и не проявиться;

• затруднено и количественное выражение характеристик качества решений как основной предпосылки их эффективности, а также действий и взаимодействия отдельных работников.

Кроме того, многие расчеты экономической эффективности управленческого труда и системы управления в целом проводятся на базе разнопорядковых показателей: в одних случаях главными являются показатели прибыли, реализуемая продукция, в других – рентабельность, трудоемкость функций управления, что не дает возможности сравнивать эффективность деятельности аппарата управления по различным предприятиям даже однородных групп.

Предлагаемые методики не учитывают особого характера специфических видов труда в управлении, а если и учитывают, то лишь экспертным путем и в достаточно примитивной форме, что вызывает определенное недоверие к получаемым результатам.

Целесообразно рассматривать эффективность как результативность функционирования системы и процесса управления как результат взаимодействия управляемой и управляющей систем, т. е. интегрированный результат компонентов управления.

Критерием эффективности функционирования системы управления следует считать степень (меру, вероятность) достижения поставленной конкретной цели.

Оценку эффективности функционирования управляющей подсистемы в целом следует осуществлять дифференцированно, используя при этом соответствующие показатели и методы расчета. Для этого можно использовать два показателя: локальный, характеризующий качество выполняемых кадрами управления своих функций, т. е. надежность их деятельности (показатель надежности), и глобальный (обобщающий), характеризующий систему управления, т. е. результат производства, отнесенный к ресурсам, которые обеспечивают его создание посредством функционирования управляющей подсистемы (показатель ресурсоотдачи).

На практике показатель эффективности управления рассчитать с помощью формулы очень трудно из-за отсутствия в организациях на сегодняшний день объективной для этого информации и, в частности, для определения общего результата управления, выраженного через стоимость его функций. Поэтому для указанных целей может быть использован тот же показатель (ресурсоотдача), но характеризующий эффективность всей системы управления в целом [1]:

$$Э^{су} = \frac{Ц^{пр}}{З} = \frac{Ц(1 + С_б - С)}{З_{об} \times k_1 + З_{оп} \times k_2 + З_{тр}} = \frac{Ц(1 + С_б - С)}{З_{об} \times k_1 + З_{оп} \times k_2 + (З_р + З_{ку})},$$

где $Ц^{пр}$ – обобщающий показатель результата производства на уровне предприятия, руб.; З – затраты на воспроизводство производственных ресурсов на уровне предприятия, руб.; Ц – стоимость собственной продукции предприятия, реализуемой на рынке, руб.; $С_б$, С – текущие затраты (себестоимость продукции) на единицу непосредственно собственной продукции в базисном и анализируемом периодах, руб.; $З_{об}$, $З_{оп}$, $З_{тр}$ – затраты на воспроизводство соответственно вещественных оборотных фондов, основных производственных фондов, трудовых ресурсов, включая кадры управления, руб.; k_1 – уровень кооперирования (доля покупных изделий, полуфабрикатов и материалов в себестоимости продукции); k_2 – уровень технической оснащенности производства; $З_р$, $З_{ку}$ – затраты на воспроизводство соответственно производственных кадров (рабочих) и кадров управления, руб.

Определенный интерес представляет подход ряда авторов [1, 2] к созданию системы показателей, позволяющей определять долю труда управленцев в общей эффективности производства.

Оценка эффективности управляющей подсистемы (системы управления) в целом носит комплексный характер и производится на базе основных и вспомогательных показателей, отражающих отдельные стороны указанной системы.

К ним можно отнести следующие показатели:

• Показатель производственных связей ($П_{св}$), характеризующий внешние и внутренние связи:

$$П_{св} = \sum_{i=1}^{n} K_{oi} + \sum_{j=1}^{n} K_{внj},$$

где K_{oi} – внутренние связи, $K_{внj}$ – внешние связи;

• Уровень централизации функций управления ($П_ц$), характеризующий загрузку аппарата управления:

$$П_ц = \sum_{i=1}^{n} LIa_i / \sum_{i=1}^{n} (l_i - \sum_{i=1}^{n} LIa_i),$$

где LIa_i – количество работников центрального аппарата, занятых на выполнении i-й функции; l_i – то же, занятых в аппарате подчиненных организаций;

• Показатель неопределенности деятельности ($П_{нд}$), характеризующий степень значения для исполнителя конечных целей работы и своих задач по достижению этих целей:

$$П_{нд} = (F_{общ} – F_{пр}) / F_{общ},$$

где $F_{пр}$ – количество нерегулируемых функций; $F_{общ}$ – общее количество функций, выполняемых подразделением;

• Уровень оперативности прохождения информации ($П_о$), характеризующий оперативность работы аппарата управления:

$$П_о = \sum_{i=1}^{n} (S_п + S_р + S_{об}) / \sum_{i=1}^{n} S_{общ},$$

где $S_п$ – время, необходимое для прямой связи; $S_р$ – время принятия решений; $S_{об}$ – время, необходимое для обратной связи; $S_{общ}$ – общие затраты времени;

• Уровень квалификаций кадров управления ($П_{кр}$), характеризующий соответствие образования должности:

$$П_{кр} = К_б / К_{общ},$$

где $К_б$ – численность кадров управления с необходимым базовым образованием; $К_{общ}$ – общее количество кадров управления.

Приведенный выше анализ подтверждает актуальность исследований проблемы оценки степени развития и эффективности системы управления.

Литература

1. Томилов В. В. Менеджмент: учебное пособие. – М., 1998.
2. Беликов К. Ф. Основы менеджмента: учебно-методическое пособие. – Зеленоград, 1998.
3. Воронцова Г. В. Основные направления оценки эффективности управленческих решений // Вестник СевКавГТУ. – 2004. – № 2 (13). – (Серия «Экономика»).
4. Абдулманапов С. Г. Региональный вестник молодых ученых // Экономика – 2004. – № 3.
5. Малин А. С. Исследование систем управления. – М.: ГУ ВШЭ, 1998.

ПРОЕКТНОЕ ФИНАНСИРОВАНИЕ КАК ИНСТРУМЕНТ ПРИВЛЕЧЕНИЯ ИНВЕСТИЦИЙ В ТУРИСТСКУЮ КОНЦЕССИЮ

А. А. Консовский, *аспирант РМАТ*

Темпы развития экономики России создали благоприятные условия для общего роста капиталовложений в частный сектор. Инвестиции становятся более диверсифицированными и не сосредотачиваются только на нефтегазовой отрасли и жилищном строительстве, представляя разные сектора, связанные прежде всего с продолжающимся потребительским бумом (розничная торговля, финансовые услуги, средства массовой информации и автомобилестроение).

Однако туризм сегодня проигрывает в плане финансовой привлекательности вышеперечисленным отраслям: вложения в рекреацию, это прежде всего долгосрочные вклады, без быстрой отдачи средств, что не может полностью устраивать потенциальных инвесторов.

Исходя из этого поиск новых эффективных видов, форм и методов взаимодействия бизнеса и власти является на сегодняшний день одним из ключевых условий для развития туризма в национальном масштабе. Использование *проектного финансирования в концессионных соглашениях* – системе партнерских отношений государства и частного сектора – может стать одним из наиболее эффективных способов привлечения средств в отрасль в условиях все еще общей нестабильности отечественной экономики.

Необходимо напомнить, что одной из важнейших составляющих при создании концессионного проекта на первоначальном этапе является понимание бизнесом и властью того, каким образом будет финансироваться конкретная туристская концессия.

До недавнего времени существовало две основные формы привлечения финансирования в любой инвестиционный проект – долговое и акционерное (их соотношение во многом определяет стоимость бизнеса, а также финансовую нагрузку, которая состоит из процентных и иных аналогичных выплат).

Акционерное финансирование представляет собой наиболее рисковый капитал. Как при распределении дохода, так и в случае ликвидации компании инвесторы-акционеры занимают последнее место в приоритетности выплат. Своего рода гарантией акционерных инвестиций является возможность контроля посредством участия в управлении компанией в той или иной форме. При этом акционерный капитал формирует основу для других инвесторов, способствуя привлечению в проект нового капитала. В случае долгового финансирования проценты поставщику капитала начисляются независимо от прибыльности (убыточности) бизнеса.

В основе же проектного финансирования лежит концепция финансирования инвестиционных проектов за счет ожидаемой прибыли, т. е. тех доходов, которые создаваемое предприятие принесет в период его эксплуатации. Важнейшая особенность проектного финансирования заключается в том, что сам проект, его основные, оборотные фонды и денежные потоки выносятся за баланс. Другими словами, стоимость проекта обособлена от баланса его учредителей, а гарантией возврата кредитов и вложенных средств является только экономический эффект от реализации проекта. При этом активы организации-заемщика могут выступать в качестве залога, а государство, международные организации и финансовые институты могут предоставлять различного рода гарантии.

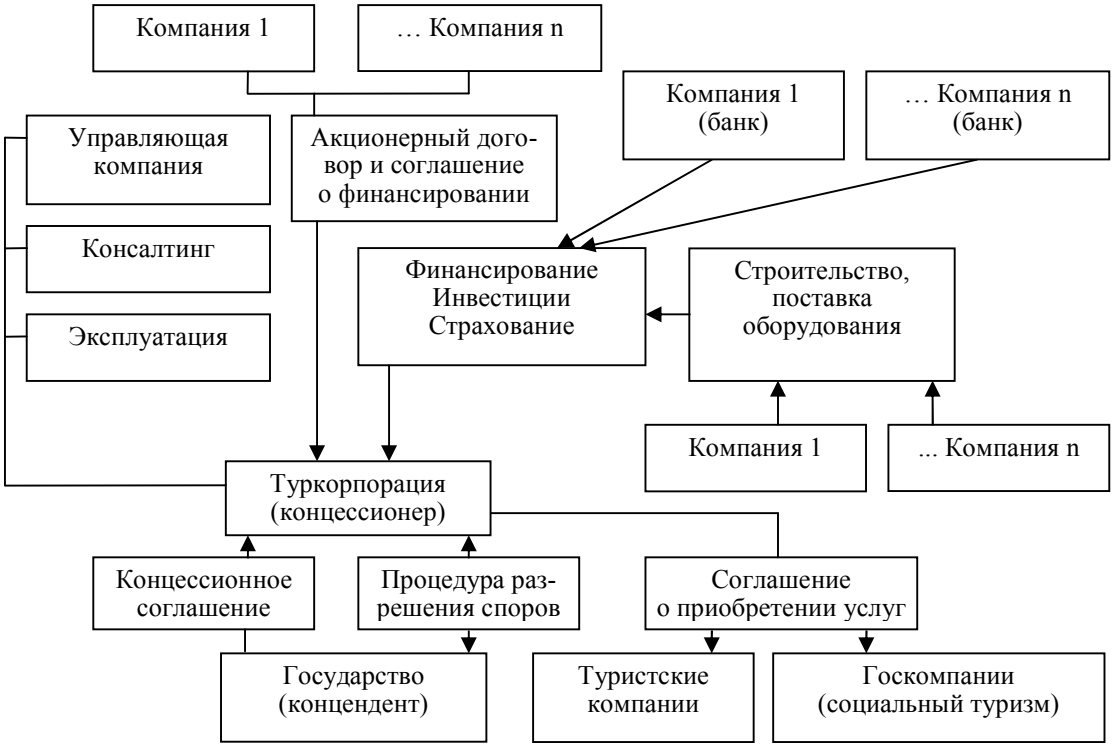
При проектном финансировании частная компания (концессионер), государство, другие, непосредственно занятые в проекте, участники и заинтересованные третьи лица создают специальную проектную компанию целевого назначения по изучению финансово-экономической жизнеспособности конкретного туристского проекта, выработке стратегии его развития, пакета гарантий и обязательств. В этих целях проект может быть зарегистрирован как самостоятельное юридическое лицо.

Участники проекта также организуют систему рационального управления рисками, согласовывают свои цели, интересы, принимают стратегические управленческие, инвестиционные и финансовые решения, оценивают их последствия и разрабатывают скоординированную программу реализации туристского проекта, при необходимости вносят в нее изменения с учетом обратных связей и поступающей новой информации (см. рисунок).

В системе проектного финансирования отсутствует исключительная зависимость партнерских государственно-частных проектов от стоимости задействованных активов и размеров процентных ставок, сроков кредитов. Согласно принципам проектного финансирования стороны, предоставляющие необходимый капитал, прежде всего оценивают способность проекта стабильно генерировать денежные потоки. Как было отмечено выше, для участников проектного финансирования самым важным является *факт успешной реализации конкретного туристского проекта.* Они ставят себя в зависимость от возможностей осуществления проекта и от его чувствительности к различного рода негативным и позитивным факторам. Кроме того, при проектном финансировании риски распределяются между всеми участниками проекта, включая государство.

Особенно эффективным использование проектного финансирования становится в тех случаях, когда стратегические инвесторы являются основными потребителями продукции и услуг туристско-рекреационного комплекса. Относительно такой концессии это проявляется в том, что концессионером может являться крупная туристская компания или финансово-промышленная группа, которая непосредственно заинтересована в создании туристских продуктов и дальнейшей их реализации по отработанным каналам. К этому процессу могут быть подключены и государственные структуры путем предоставления им определенного гарантированного блока мест (услуг) под социальный туризм. Учитывая, что социальный туризм является приоритетным направлением государственного регулирования туристской деятельности, эти меры позволят распределить возможные дополнительные риски между бизнесом и властью и, финансово сбалансировав туристский проект, решать при этом социальные задачи.

Как показано на рисунке, для участия в крупных инфраструктурных проектах обычно объединяются строительные, финансовые, проектные и иные компании. Вместе с национальными фирмами часто привлекаются и иностранные участники. В состав учредителей таких компаний могут входить государственные, территориальные и муниципальные администрации, которые



Возможная схема проектного финансирования в туристской концессии

иногда располагают контрольным пакетом акций, что позволяет государству не только оказывать финансовую помощь концессионеру, но и осуществлять эффективный внутренний контроль за его деятельностью. Однако это условие необязательное. Чаще государство поручает частной концессионной компании полное управление своим объектом, оставляя за собой контрольные функции в рамках действующего законодательства и концессионного договора. Возможно, такая форма будет наиболее эффективной и оптимальной и для туристской концессии.

Организация бизнеса на условиях проектного финансирования требует тщательной предварительной работы, включающей поиск реальных инвесторов и партнеров, исследование потенциальных рынков сбыта туристских услуг, изучение особенностей цикла создания продуктов, оценку перспектив развития и корпоративной политики.

Специфика проектного финансирования предполагает, что проекты реализуются на основе следующих принципов:

1. Строго определенная или обособленная экономическая деятельность в рамках туристской концессии;
2. Грамотное управление рисками и наличие системы функциональных гарантий участников туристской концессии;
3. Наличие проработанной финансовой модели, являющейся базой для инвестирования и финансирования;
4. Профессиональное управление туристской концессией.

Хотелось бы отметить, что до 1980-х годов схемы проектного финансирования применялись в основном в сфере топливно-энергетических проектов. Однако по мере увеличения участия бизнеса в развитии инфраструктурных секторов экономики и естественных монополий постепенно расширялся и спектр распространения проектного финансирования на объекты энергетики, телекоммуникаций, связи и других отраслей (аэропорты, дороги, порты, водоснабжение). Проектное финансирование получает все большее распространение и в отечественной бизнес-среде, поскольку соответствует современным российским реалиям. Можно смело ставить вопрос о необходимости применения проектного финансирования и в туристских концессиях.

На сегодняшний день в проектном финансировании накоплен серьезный опыт как успешной, так и неудачной реализации проектов инфраструктуры с привлечением частного сектора. В будущем возможно появление более жизнеспособных схем проектного финансирования,

в том числе по мере их реализации в отношении непосредственно туристских концессионных проектов. Однако в целом этот вопрос необходимо рассматривать через призму решения вопросов общей безопасности инвестиций в Россию. Сегодня в национальной экономике доминируют силовые игры между федеральным и региональными правительствами, корпорациями, силовыми ведомствами, зачастую предвзятым судейским корпусом, что подрывает уверенность внутри страны и за рубежом в том, что в Россию можно безопасно инвестировать. Существует риск отказа потенциальных инвесторов от проектных инвестиций в российскую индустрию туризма и путешествий, пока они не будут уверены в наличии безопасной среды для ведения бизнеса.

Если Россия собирается стимулировать и поддерживать уверенность бизнесменов и инвесторов, российское правительство должно попытаться создать конкурентную бизнес-среду, способствующую притоку инвестиций. Это означает решение различных проблем и устранение недостатков системы в предоставлении необходимых государственных гарантий инвестициям и обеспечение того, что фискальная политика, например в области налогообложения, не повредит инвестициям.

Требуется заново убедить потенциальных инвесторов, что осуществляются необходимые капиталовложения в развитие базовых объектов инфраструктуры, таких как дороги, коммуникации, водо- и электроснабжение. Российскому правительству стоит ускорить свои программы модернизации аэропортов, железных дорог и портовых сооружений. Туристское развитие регионов потребует увеличения государственного инвестирования в модернизацию и расширение гостиничного хозяйства, в развитие новых туристских объектов и информационных центров. По прогнозам Всемирного совета по путешествиям и туризму (World Travel & Tourism Council), к 2016 г. в России доля капиталовложений, приходящихся на индустрию туризма и путешествий, может вырасти до 51 млрд, а государственных инвестиций до 5 млрд долл. США. Безусловно, без решения вышеперечисленных вопросов инвестиционного климата этих цифр достичь будет не легко.

В заключение необходимо добавить, что в мировой практике разработан инструментарий, позволяющий предприятиям, созданным на партнерской государственно-частной основе, привлекать для реализации крупных инвестиционных программ средства различных финансово-кредитных институтов путем сложных схем финансирования, перекрестных гарантий и перераспределения рисков. В числе таких инструментов важное место занимает и проектное финансирование. Особенно важную роль оно играет при создании крупных дорогостоящих объектов с длительными сроками окупаемости, имеющих крупное народнохозяйственное, социально-экономическое значение, но в которые частный капитал не идет без создания специальных (налоговых, кредитных и других) условий и гарантий со стороны государства. В результате проектное финансирование используется в тех секторах, которые требуют для своего развития больших инвестиционных затрат, имеют долгосрочные капиталоемкие активы, длительные периоды амортизации и возврата средств кредиторам и акционерам. Туризм как отрасль, безусловно, попадает под эти условия.

Для большинства крупных социально значимых проектов в мире заимствование на рынках капитала производится под государственные гарантии. За счет частной инициативы, при поддержке и гарантиях государства схемы проектного финансирования позволяют значительно увеличить масштабы концентрации финансовых и иных ресурсов, повысить гибкость в перераспределении средств, инвестиционную привлекательность и жизнеспособность проектов.

В тоже время не стоит идеализировать проектное финансирование: среди его недостатков можно выделить более высокие операционные затраты (из-за вовлечения в разработку большего числа участников и сторон), а также удорожание проектов из-за сложности их организации и сопровождения. Научному сообществу еще предстоит более детально изучить вопрос теории и методологии применения проектного финансирования в туристских концессиях как в целом, так и в каждом конкретном случае.

Для России проектное финансирование, применяемое в концессионных соглашениях, может стать важнейшим шагом в привлечении частного отечественного и зарубежного капитала в сферу именно туристской инфраструктуры. Переход правительства от модели заимствования к более глубокой правовой форме – подписанию инвестиционных или концессионных договоров с частными инвесторами, особенно иностранными, может обеспечить существенный приток капитала в инфраструктурную сферу.

СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ МЕЖДУНАРОДНОГО ТУРИЗМА В СТРАНАХ (ТЕРРИТОРИЯХ) КАРИБСКОГО БАССЕЙНА

М. А. Кристенко, *аспирант МГУ им. М. В. Ломоносова*

Синтетическим показателем, который объединяет конкурентоспособность товара, товаропроизводителя, отраслевую конкурентоспособность и характеризует положение страны на мировом рынке, является показатель конкурентоспособности страны [6].

В самом общем виде конкурентоспособность территории можно определить как способность страны в условиях свободной конкуренции производить товары и услуги, удовлетворяющие требованиям мирового рынка, реализация которых увеличивает благосостояние страны и отдельных ее граждан.

Возникает естественный вопрос: почему в соперничестве стран одни побеждают, а другие терпят поражение, т. е. почему одни страны оказываются более конкурентоспособными, чем другие? Этот вопрос уже несколько столетий волнует ведущих экономистов, политиков и просто образованных людей [7]. Классическое объяснение данного явления принадлежит Дэвиду Рикардо. Он развил идею Адама Смита об абсолютном преимуществе (согласно которой страна экспортирует товар, если издержки производства для данного товара в ней ниже, чем в других странах) и создал концепцию сравнительного преимущества. Суть этой концепции состоит в том, что успех страны в конкретных областях промышленности объясняется максимально эффективным использованием факторов производства (рабочая сила, земля, капитал и природные ресурсы), причем рыночные силы сами направляют ресурсы страны туда, где они могут быть применены с максимальной эффективностью. Соответственно страна получает сравнительное преимущество в тех отраслях, где интенсивно используются факторы, имеющиеся в изобилии. Продукция этих отраслей экспортируется, а импортируются те товары и услуги, в производстве которых страна испытывает сравнительный недостаток факторов. Однако в последнее время с развитием процессов глобализации и интеграции концепция сравнительных преимуществ на основе факторов производства уже далеко не всегда способна объяснить структуру экспорта и импорта стран. Возникла потребность в новой парадигме. Такая парадигма была создана Майклом Портером.

В своей теории Портер вводит понятие конкурентоспособности страны. Именно национальная конкурентоспособность, с его точки зрения, определяет успех или неуспех в конкретных отраслях производства и то место, которое страна занимает в системе мирового хозяйства [7].

Национальная конкурентоспособность определяется способностью промышленности постоянно развиваться и производить инновации. Первоначально страны добиваются конкурентного преимущества, изменяя основу, на которой они конкурируют. Удержать же преимущество им позволяет постоянное совершенствование товара, способа производства и других факторов, причем так быстро, чтобы конкуренты не смогли их догнать и перегнать. Конкуренция – это не равновесие, а постоянные перемены. Совершенствование и обновление отрасли – непрерывный процесс. Поэтому в основе объяснения конкурентного преимущества страны лежит роль страны базирования в стимулировании обновления и совершенствования (т. е. в стимулировании производства инноваций).

Таким образом, оказывается, что процесс создания и поддержания конкурентоспособности чрезвычайно локализован. Различия в экономике стран, в их культуре, населении, инфраструктуре, управлении, национальных ценностях и даже в истории – все это в той или иной степени влияет на национальную конкурентоспособность. Портер показывает, что несмотря на все возрастающее значение глобализации национальная конкурентоспособность определяется набором факторов, зависящих от конкретных, локальных условий.

Конкурентное преимущество страны на международном рынке определяет некий набор детерминантов, «национальный ромб», как называет его автор. Он включает в себя четыре компонента:

- факторные условия, т. е. те конкретные факторы (например, квалифицированная рабочая сила или инфраструктура), которые нужны для успешной конкуренции в данной отрасли;
- условия спроса, т. е. каков на внутреннем рынке спрос на продукцию или услуги, предлагаемые данной отраслью;
- родственные и поддерживающие отрасли, т. е. наличие или отсутствие в стране родственных и поддерживающих отраслей, конкурентоспособных на международном рынке;

• стратегия страны, ее структура и конкуренты, т. е. каковы в стране условия, определяющие процесс создания управления фирмой, и каков характер конкуренции на внутреннем рынке.

Существуют две дополнительные переменные, в значительной степени влияющие на обстановку в стране:

♦ случайные события, т. е. те, которые не подвластны контролю со стороны;

♦ государственная политика.

По мнению Портера, государство должно играть роль своеобразного катализатора конкурентоспособности. Государство при помощи своей политики может оказывать влияние на все четыре компонента национального ромба, но это влияние может быть как положительным, так и отрицательным. Поэтому чрезвычайно важно четко сформулировать приоритеты государственной политики. Общими рекомендациями являются: поощрение всяческого развития, усиление конкуренции на внутреннем рынке, стимулирование производства инноваций.

Факторы развития, а точнее условия для факторов, определяют позицию страны в факторах производства, таких как наличие квалифицированной рабочей силы или инфраструктуры, необходимых для ведения конкурентной борьбы в данной отрасли. Параметры факторов представляют собой материальные (вещественные) и нематериальные условия, необходимые для формирования конкурентного преимущества страны, региона в целом и ее ведущих экспортноориентированных отраслей. Необходимо также отметить следующие факторы, играющие существенную роль в развитии туристской индустрии и туристской специализации страны:

• экономико-географическое положение; фактор ЭГП Карибского региона проявляется в отношении близости к основным туристским рынкам;

• транспортно-географическое положение; фактор ТГП проявляется в отношении близости к странам – генераторам туристского спроса, также в легкости передвижения.

Между странами региона и странами – потребителями туристского продукта существует удобная и налаженная схема воздушных и водных путей сообщения, что благотворно сказывается на динамике туристских прибытий.

Страны Карибского бассейна занимают центральное положение между США и Латинской Америкой. Такое положение позволяет этим странам легко сотрудничать как с США, так и со странами Латинской Америки, являющимися основными потребителями туристских услуг, заимствуя у них культуру, традиции, различные инновации в области науки, технологии, принципы экономической политики.

Ежегодно островные государства Карибского бассейна принимают не менее 15 млн туристов – это примерно 15 % всех туристских прибытий Американского региона. По статистике ВТО в 2004 г. Карибские страны посетили 18,2 млн туристов, а по прогнозам на 2014 г., Карибский регион посетят 40,6 млн туристов.

Бесспорным лидером по числу туристских прибытий является Мексика, принимающая основной объем туристских потоков, в 2004 г. страну посетили более 20 млн человек. Основной и главный рынок региона на международном уровне представляют также: Доминиканская Республика, Куба, Ямайка, Пуэрто-Рико, Аруба, американские Виргинские острова и Барбадос. Эти страны разделяют между собой более 80 % всего туристского потока в регион.

Туристская отрасль в общей сложности приносит 3,8 % доходов в мировой ВВП напрямую и более 10 % с учетом косвенного воздействия. Туризм сегодня составляет неотъемлемую часть экономики многих государств. Несмотря на то, что в странах Карибского бассейна вклад туризма в национальную казну в 10 раз меньше чем в Европе, его доля в ВВП превышает 15 %.

Однако, несмотря на лидерство стран Карибского бассейна по доле туристского сектора в ВВП, в денежном выражении по этому показателю регион на одном из последних мест, поступления от международного туризма здесь составили 32 647 млн долл. США, в то время как в Европе эта сумма составила 1 615 560 млн долл.

Конкурентоспособность как экономическое явление – это сложный, многоуровневый и противоречивый процесс, носящий в себе как объектные, так и субъектные признаки общественных отношений, находящий свое проявление в основных и обеспечивающих признаках конкурентоспособности региона.

Доказано, что к обеспечивающим признакам конкурентоспособности относится и институциональная составляющая. Она формируется в виде наличия разного рода инфраструктур региона, начиная с производственной и кончая рыночной инфраструктурой. Именно полная обеспеченность региона инфраструктурами означает, что потенциальные возможности региона могут превратиться в его реальную конкурентоспособность и затем уже реализовы-

ваться в конкурентных преимуществах данных территориально-организованных экономических систем.

Между основными и обеспечивающими характеристиками конкурентоспособности постоянно осуществляется взаимодействие, которое создает синергетический эффект осуществления этих характеристик в реальной действительности. Институциональная же характеристика конкурентоспособности региона оформляет названное выше взаимодействие ее основных и обеспечивающих признаков. Одновременно чрезмерная развитость институциональной составляющей конкурентоспособности региона несет в себе угрозу самодостаточности функционирования, независимости от того, реализуется конкурентоспособность или нет. Иначе говоря, институциональная составляющая конкурентоспособности региона представляет собой форму существования взаимодействия названных выше признаков конкурентоспособности.

Производительная сила региона формирует конкурентоспособность как возможность создания материального и интеллектуального, духовного производств, как возможность развития всех видов производств региона [2]. Потребительная сила формирует конкурентоспособность региона тем, что вызывает постоянную необходимость и возможность производительного и личного потребления. Эти силы обусловливают друг друга, не существуют друг без друга.

Несмотря ни на что, проблемы, присущие экономике малых стран, связанные с узостью национального рынка и невозможностью создания многоотраслевой экономики в современных условиях, сохраняются. В отличие от более крупных государств, они не способны проводить сбалансированную политику развития, одновременно опирающуюся на внутренний и мировой рынки, и вынуждены, по существу, рассчитывать только на продвижение на втором. Возможность реализации стратегии развития в этих условиях определяется не действиями самой страны, а конъюнктурой мирового рынка и поведением иностранных компаний. Но вместе с тем по сравнению с крупными государствами малые страны обладают куда более высокой степенью гибкости и маневренности, что дает им возможность быстрее адаптироваться к меняющейся хозяйственной конъюнктуре, благоприятствует весьма быстрой смене не только модели развития, но и всей структуры национального хозяйства. В настоящее время риски для экономического развития малых стран региона нейтрализуются или, по меньшей мере, минимизируются их преимуществами пред более крупными государствами.

Представляется, что в будущем преимущества малых стран для дальнейшей модернизации экономики пред крупными государствами Латинской Америки могут еще более возрасти, что открывает для некоторых из них благоприятные предпосылки для перехода в постиндустриальное общество. Однако речь идет об ограниченной группе малых государств, которым за последние десятилетия удалось создать серьезный задел для осуществления такого перехода, в первую очередь за счет глубокой перестройки хозяйственных структур.

Поскольку из-за ограниченности ресурсов отрасли материального производства в малых странах не способны обеспечить решения проблем экономической стабильности и устойчивого роста, в стратегии их экономического развития все большее внимание уделяется сектору услуг. И если в крупных государствах это связано прежде всего с ростом доли третичного сектора экономики в ВВП, то в малых странах эта тенденция проявляется и в увеличении значения этого сектора в обеспечении занятости населения. В частности, в структуре трудоспособного населения Тринидада и Тобаго в 2001 г. на долю занятых в сфере услуг приходилось 55 % экономически активного населения. И это без учета транспорта и связи. На Багамах же в традиционном некогда хозяйственном секторе занят всего 1 % экономически активного населения. Таким образом, уже сложившаяся структура производства и занятости в отдельных небольших государствах в значительно большей степени, чем в крупных, адекватна потребностям постиндустриального общества. Высокая степень экономической мобильности малых стран, где структурная перестройка обходится значительно дешевле, чем у их крупных соседей, позволяет предположить, что и в будущем они смогут достаточно быстро продвигаться в направлении приспособления экономики к новым реалиям мировой экономики. Они способны идти на кардинальные меры, «отсекая» целые отрасли экономики, еще недавно определявшие их специализацию в мировой экономике, а ныне не вписывающиеся в нее. Примером здесь могут служить бывшие «сахарные» республики. Однако отсутствие возможностей для создания собственной базы развития грозит им остаться столь же уязвимыми перед лицом внешней конъюнктуры и поведением ТНК, какими они были в индустриальную эпоху. Они не обладают возможностью воздействовать на мировую экономику и в принципе обречены на роль ее субъектов, а не ее самостоятельных участников.

Страны региона очень разнородны по уровню экономического развития. В целом показатели среднегодового роста ВВП на душу населения в период с 1990 по 2003 г. по региону

положительные и составляют 2–3 %. Самый высокий среднегодовой рост ВВП на душу населения в Доминиканской Республике (4 %). Высокие темпы прироста ВВП также наблюдаются на Кубе (3,5 %), в Коста-Рике (2,6 %) и на островах Сент-Китс и Невис (3,1 %). Отрицательные показатели имеют Гаити (–2,8 %) и Венесуэла (–1,5 %). В 2003 г. ВВП на душу населения варьировал между 16,571 долл. (Багамские острова) и 346 долл. (Гаити). Индекс человеческого развития (ИЧР) также очень сильно разнится по странам; так в Барбадосе, на Багамских островах, Сент-Китс и Невис и в Коста-Рике он превысил 0.83, в то время как в Гаити он составил 0,475.

Статистические данные свидетельствуют о высокой прямой занятости в туристской сфере в странах Карибского региона – в курортном, гостиничном хозяйствах, в турагентском и туроператорском секторах, в различных туристских организациях и органах управления туристской отраслью. В несколько раз выше косвенная занятость в других секторах экономики – в строительстве, пищевой отрасли, сельском хозяйстве, торговле. Однако в отличие от прямой занятости оценить ее достаточно сложно.

Привлечение в основном неквалифицированной иностранной рабочей силы, низкий уровень заработной платы, высокая текучесть кадров, а также значительный удельный вес женщин, занятых в отрасли – характерные особенности туристской индустрии в странах Карибского бассейна [9]. Одной из проблем развития индустрии туризма является высокий уровень текучести кадров, особенно в отдельных туристских секторах.

В регионе Карибского бассейна, где отмечена наибольшая агрегированная добавленная стоимость (добавленная стоимость в туризме и смежных отраслях) в ВВП, наблюдается наибольшая вовлеченность занятых в сферу туризма. По данным на 2005 г. в странах региона более 15 % экономически активного населения (2380 тыс. чел.) работало в туристской индустрии [5]. Это самый высокий показатель среди туристских регионов мира, хотя по абсолютным показателям число работников туристской отрасли карибских стран в 30 раз меньше занятых в туризме в Восточной Азии.

Самый высокий уровень занятости населения в туристской индустрии отмечен на Багамских островах, в Ангилье, Антигуа и Барбуде – более трети. А если рассматривать не только прямую (в гостиничном хозяйстве, турагентском и туроператорском секторах, органах управления туризмом, в курортном хозяйстве и туристских организациях), но и косвенную занятость (в торговле, строительстве и сельском хозяйстве), то все цифры возрастают в 2 раза – более 50 % населения Ангильи, Арубы, Багам, Барбадоса и Сент-Люсии так или иначе работают в сферах, связанных с туристским обслуживанием. А на британских Виргинских островах, в Антигуа и Барбуде – 95 % [6].

Говоря о государственной политике в сфере туризма, важно отметить, что государства, осознавая возможности, которые отрасль открывает для подъема экономики и улучшения благосостояния, должно выделять достаточное количество средств на развитие туристского сектора. Развитие туристской инфраструктуры невозможно без поддержки государства. Это касается и создания привлекательного образа страны, ее продвижения на международном туристском рынке [10].

Литература

1. Островский А. В. Восходящие страны-гиганты на мировой сцене XXI века // Латинская Америка. – 2005. – № 5, 6 (ИЛА РАН).

2. Гуляев В. Г. Практика туристского бизнеса. – М.: РУЦ, 2003.

3. Ердавлетов С. Р. Основы географии туризма. – Минск: Экономпресс, 2001.

4. Папирян Г. А. Экономика туризма. – М.: Финансы и статистика, 1998.

5. Перспективы развития Латинской Америки в глобализирующемся мире: сборник докладов научной конференции / Под ред. А. Н. Глинкина, И. К. Шереметьева. – М.: ИЛА РАН, 2003.

6. Портер М. Э. Конкуренция. – М.: Изд. дом «Вильямс», 2006.

7. Портер М. Э. Конкурентная стратегия: методика анализа отраслей и конкурентов. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2007.

8. Семин В. С. Организация международного туризма. – М.: Финансы и статистика, 2000.

9. Социально-экономическая география зарубежного мира / Под ред. В. В. Вольского. – М.: Крон-Пресс, 1998.

10. Петрасова И. В. Экономико-географические предпосылки устойчивого развития туризма в странах мира. – М., 2002.

ТУРИЗМ КАК ФОРМА ПРЕСТИЖНОГО ПОТРЕБЛЕНИЯ: НОВЫЕ ФАКТОРЫ СОЦИАЛЬНОЙ МОБИЛЬНОСТИ

О. В. Лешкова, *канд. социол. наук, ст. преподаватель кафедры*
ГОУ ВПО «Хабаровская государственная академия экономики и права»

Человеческому обществу как живому и динамичному организму присуще внутренне движение, так называемая социальная мобильность. Социальная мобильность является самостоятельным показателем прогресса общества. Отдельные люди и образуемые ими общности, как правило, стремятся занять более высокое социальное положение, со временем изменяя тем самым свои индивидуальные статусные позиции. При этом для общества особенно важно осознание не столько реальных социальных перемещений, сколько стабильных возможностей их осуществить.

Следовательно, в зависимости от того, насколько в социальном пространстве развита сеть каналов для социальных перемещений людей и образования новых социальных групп, мы можем говорить об адаптированности общества к современному состоянию, при котором социум в большей степени поощряет развитие человека и его индивидуальности.

П. Сорокин, один из крупнейших теоретиков социальной стратификации, отмечал, что там, где есть мощная вертикальная мобильность, есть жизнь и движение. Он же описал вертикальную (возвышающуюся и падающую) мобильность, связанную с переходом из одной страты в другую, и горизонтальную, при которой перемещения происходят внутри одной страты, а статус и престиж позиции индивида не меняются. Затухание мобильности порождает застой[1].

Знание и учет правил социального продвижения в конкретном сообществе являются важнейшими элементами успешной жизненной стратегии. Наличие неудовлетворенных социальных потребностей, которые не обеспечиваются в данной социальной общности, приводит к дестабилизации социального положения людей. Сначала они мысленно моделируют более благоприятную ситуацию, которая может стать потенциально побуждающей к перемене позиции, а затем участвуют в практическом расторжении связей, включающих их в эту общность.

Каждая историческая эпоха имеет свои исторически сложившиеся модели социальной мобильности, включая различные формы миграции. Социальное пространство Дальнего Востока всегда отличалось определенным своеобразием. Начать хотя бы с того, что с XVII в. это была территория переселенцев, а главным «переселяющим» фактором – политика государства. В последствии, с течением времени, переселение иногда приобретало массовый характер. Государство сознательно обеспечивало регион трудовыми ресурсами. Присутствовал также и военный характер освоения. По мнению историков, каждая новая волна переселенцев обладала более высоким статусом, нежели предыдущая. «Новые люди строили жизнь заново, каждый раз начиная с “чистого листа”… Новый переселенческий поток часто совпадал со сменой официальной власти. Вплоть до конца 80-х годов XX века носители высшей власти в регионе были приезжими, “из столицы”. Новое начальство приезжало со своей “командой”, своей политикой, своими представлениями о том, как необходимо жить подданным. Отбыв положенный срок, столичное начальство столь же стремительно уезжало. С приездом нового хозяина ситуация повторялась. Новые переселенцы в этой ситуации ассоциировались с новым начальством. Не все, конечно, но значительная часть. В целом преобладала установка на временность проживания. Основная масса региона не столько заселяла его, сколько протекала через территорию…. Вместе с тем невозможность жить по “писанному” праву приводила к формированию особой социальной общности, ориентированной на постоянную изменяемость – проточной культуре»[2]. Официальная идеология постепенно помогла сгладить противоречия в культурных традициях и ослабить возможность конфликтов. Не секрет, что врастание в новое сообщество не исключает того, что человек во многом остается носителем прежней культуры (регулятивных норм и ценностей), что вызывает «расщепление» идентификации. На окраинах города Хабаровска, да

[1] Сорокин П. Социальная стратификация и мобильность // Человек, цивилизация, общество. – М., 1992. – С. 302–334, 353–392.

[2] Бляхер Л. Е., Левков С. А. Основания региональной социальной политики: монография. – Хабаровск: Хаб. кн. изд-во, 2005. – С. 89–90.

и других городов Дальнего Востока, до сих пор стоят деревянные дома, построенные переселенцами, в частности репрессированными, которые долгое время жили мечтами «вернуться домой». Люди как будто «отбывали свой срок».

Реформы 90-х годов, дефолт 1998 г., экономический крах большинства предприятий Дальнего Востока привели к тому, что возникла массовая невостребованность специалистов. Дальневосточники, и так долго жившие в состоянии некоторой маргинализации, «лишаются важнейшего принципа самоидентификации – самоидентификации с территорией» [1]. В результате на Дальнем Востоке сформировалось общество людей, которые поневоле живут вместе. Они приехали заработать, приехали на время, но «застряли» навсегда.

На сегодняшний день модели мобильности в Центральной России и на ее востоке очень разные. Сказываются и степень функционирования промышленности, социальной сферы, и уровень совокупного дохода, и прочее. Мы считаем, что одним из факторов невысокой социальной мобильности, является совокупность следующих причин, обозначенных жителями Дальнего Востока в ходе социологического опроса:

- высокая стоимость пролета до Москвы, которая равна среднемесячной зарплате среднестатистического жителя Хабаровска;
- в условиях, когда большая часть населения нашей Родины ориентирована на прогрессивный Запад (например, поехать учиться в Англию, Германию и т. д.), дальневосточники, особенно представители так называемого среднего класса, могут позволить себе только поездки в Китай, а, например, Таиланд – «это уже дорого»;
- географическая отдаленность от социально-политического центра страны. Авиаперелет до Москвы составляет 7,5 часов. Казалось бы, не так уж и много. Но итоги проведенного социологического опроса показали существенность этого момента. Например, люди старше 40 лет испытывают общее ухудшение состояния здоровья, связанное с таким путешествием. В качестве примера приведем наиболее типичный ответ: «В Москве хорошо, интересно, только лететь трудно. 2–3 дня уходят на адаптацию и акклиматизацию, начинает “скакать” давление, а после возвращения обратно в Хабаровск становится еще хуже. Проще слетать куда-нибудь недалеко, например в Китай».

Если еще недавно в России (точнее, в СССР) для реализации легальной социальной карьеры нужно было, как правило, вступить в коммунистическую партию, то теперь, чтобы получить необходимые стартовые возможности повышения своего статуса, первым делом надо либо разбогатеть, либо обладать видимыми признаками богатства, статусными, престижными предметами.

Если в общем по России, в условиях нестабильности общества, сегодня наблюдается период повышенной социальной мобильности, в том числе и восходящей, то дальневосточники в этом смысле явно ущемлены. Имея желание обладать более высоким, в отличие от имеющегося, статусом, они не имеют реальной социальной свободы, чтобы реализовать свое желание.

Поэтому базовый стратификационный параметр – доход, по которому строятся стратификационные модели в рамках классической социологии, у нас перестает работать. Следовательно, нужен новый индикатор, новая сфера, которая позволит обозначить новую социальную общность. Такой новой сферой может выступить и выступает туризм. Здесь новые группы не только фиксируются, но и формируются, получают видимые формы презентации. Потребление турпродукта, *который выступает предметом престижного, показного потребления,* является знаковым событием для социального агента. Участник тура не просто потребляет тот или иной спектр туруслуг. Он присваивает себе некоторый статус или стремится его присвоить. Сам этот статус конструируется по двум основаниям: высокому престижу выездного туризма в СССР и позже в России (его участник в силу сложившейся традиции несколько поднимается по шкале социальных престижей); ранжированию туров по направлениям и уровням предоставляемых услуг.

Хочется заметить, что «одна из фундаментальных человеческих потребностей выражается в стабильности и предсказуемости (“защищенности”, по А. Маслоу). А как показали А. Турен в “социологии действия” и Д. Хоманс в “обменной теории взаимодействия”, она (предсказуемость – *прим. авт.*) фиксирует створы каналов социальной мобильности, упорядочивая конкуренцию и задействуя особые фильтрационные механизмы системы социальных перемещений. Другая потребность – в социальном продвижении и признании, что в рамках разных исследовательских традиций подтверждают В. Парето, К. Кумар, П. Бурдье и даже И. Валлерштайн, –

[1] Бляхер Л. Е., Левков С. А. Основания региональной социальной политики: монография. – Хабаровск: Хаб. кн. изд-во, 2005. – С. 94.

определяет интенсивность социальной динамики, распределение каналов социальных перемещений и пульсацию их наполнения» [1].

Потребление турпродукта, несомненно, способствует удовлетворению потребностей и статусных притязаний нашего населения, оказывает положительное воздействие на изменение облика дальневосточной территории, способствует укреплению межрегиональных и международных связей, оживлению деловой активности.

Туристская сфера выступает важнейшим социальным индикатором, позволяющим отследить наиболее явные социальные границы (в смысле П. Бурдье), возникающие между социальными группами, в том числе и формирование социальной иерархии. Преобладание выездного туризма связано, на наш взгляд, не только со слабой туристской инфраструктурой дальневосточного туристского бизнеса, но и с тем, что выезд за рубеж обладает повышенной социальной привлекательностью.

В рамках туристской деятельности возникают новые типы социальных общностей, новые типы контактов, новые факторы социальной мобильности. Более того, дорогие туры могут быть важным элементом жизненной стратегии, когда агент получает источник «энергетической подпитки» своего промежуточного статуса и использует его для дальнейшего социального восхождения или движения в более комфортные лакуны своего «горизонта» (уровня). То, где, как и с кем отдыхает человек, формирует его самоидентификацию и его социальное восприятие окружающими.

Дальневосточники, получив возможность свободно участвовать в зарубежных турах, приобретают определенную социальную свободу. Такой человек всесторонне развивается, растет, и вместе с ним развивается общество, становится стабильным и процветающим.

АНАЛИЗ СОВРЕМЕННОГО КРУИЗНОГО ПОТЕНЦИАЛА ЧЕРНОМОРСКИХ ПОРТОВ РФ И ИНВЕСТИЦИОННЫЕ ПРОГРАММЫ ИХ РАЗВИТИЯ

В. А. Ливанов
МГУ им. М. В. Ломоносова

Развитие морского круизного туризма является приоритетным направлением для многих стран, так или иначе имеющих выход к морю. Принимаются всевозможные целевые программы, создается благоприятный инвестиционный климат, привлекается частный капитал для реализации программ развития портов в целом и круизного туризма в частности.

Целью данного анализа является сравнение инвестиционных вложений в российские и зарубежные порты, развивающие круизный туризм.

В настоящее время в связи с бурным развитием индустрии круизного туризма конкурентная борьба осуществляется не только за туриста-круизника, но и за круизный лайнер, а именно за его заход в порт. Если рассмотреть ситуацию более детально, то получается следующее: в акватории Черного моря располагается около 50 морских портов, круизное судно физически не может в рамках одной поездки посетить все порты, что требует от владельцев судна разработки оптимального и наиболее интересного маршрута. При разработке таких маршрутов рассматриваются не только такие параметры, как наличие музеев и достопримечательностей, но и качество облуживания, удобство обслуживания, количество предоставляемых услуг на суше и т. д.

Данные характеристики имеют непосредственную привязку к инвестиционным вложениям и предопределяют во многом количество судов, а отсюда и туристов, посещающих порт. Количественные данные по инвестициям в порты представлены ниже в таблице.

Как видно из таблицы, порты Краснодарского края занимают не самые высокие места по размеру инвестиций. В то время как порт Одесса, располагающийся также в акватории Черного моря, вкладывает колоссальные деньги, часть из которых пойдет на развитие инфраструктуры пассажирского терминала и круизного туризма, что обеспечит городу конкурентное преимущество по сравнению с городами-портами Краснодарского края. В поддержку этого говорят и заявления одесских властей, стремящихся получить статус базового круизного порта Черного

[1] Мостовая И. В. Российское общество: социальная стратификация и мобильность. − Ростов-на-Дону, 1995.

Инвестиционные вложения в мировые порты

Порт	Инвестиции, долл. США
Пионерский Курорт (Калининград)	180 млн
Санкт-Петербург	1 млрд
Таньюнг Пелепас (Малайзия)	345 млн
Гамбург	262,4 млн
Клайпеда	61,15 млн
Одесса	1,5 млрд
Сочи	370 млн
Геленджик	98 млн
Анапа	20 млн

моря. Базовым портом называется такая гавань, в которой на круизном лайнере сменяются экипажи и пассажиры. Ранее такой статус пытался получить Стамбул, но безуспешно. Таким образом, сейчас на Черном море нет базовых портов круизного туризма.

На достижение цели у одесситов уйдет не менее 10 лет: требуются реконструкция самого порта, сооружение комфортабельных гостиниц и других объектов, предназначенных для приема иностранцев, что требует соответствующих инвестиций. Однако даже для главного порта Краснодарского края Сочи такие перспективы пока являются расплывчатыми, но при правильном походе вполне реализуемыми.

Таким образом, можно констатировать факт недофинансирования развития черноморских портов РФ и, как следствие, неудовлетворительное состояние инфраструктуры, низкий уровень предоставляемых услуг и низкая привлекательность дестинации. Что касается морского порта Сочи, здесь ситуация меняется в положительном направлении и комплекс мер, принятых в отношении развития Сочинского региона в преддверии подготовки к Олимпиаде 2014 г., окажет благоприятное воздействие и на развитие круизного туризма.

Проведение данной оценки необходимо в первую очередь для анализа перспектив развития как локальных пассажирских перевозок, так и для анализа перспектив развития международных круизных линий и увеличения судозаходов в портовые города Краснодарского края. Существующая сейчас инфраструктура, пирсы и причалы являются пригодными только для обслуживания небольших судов, которые использовались до недавнего времени в локальных и внутренних перевозках. Однако развитие современного круизного туризма диктует новые стандарты не только в обслуживании туристов на круизных кораблях и на берегу, но также и предъявляет требования к таким вещам, как акватория припортового бассейна, пирсы и причалы, инфраструктура пассажирского терминала, историческое наследие города-порта и его привлекательность как туристской дестинации.

Привлекательность городов как туристских объектов не вызывает сомнения: музеи, аквапарки, аквариумы, концертные залы, дельфинарии, а также историческая составляющая, связанная с историей СССР, не оставят равнодушным ни одного туриста, поэтому целесообразным будет проведение оценки портов в рамках их соответствия современным требованиям при обслуживании туристов, а также возможностям по приему больших круизных лайнеров.

Как уже было отмечено ранее, развитие города Сочи с точки зрения первого круизного порта Черноморья имеет приоритетное значение. Акватория города подготавливается к приему круизных судов большого водоизмещения, требующих минимальную глубину бухты 12 м. Это касается и самого большого на данный момент круизного судна в мире (2600 человек). На сегодняшний день максимальная глубина акватории порта Сочи в районе пассажирских причалов составляет 7,8 м. Отсюда можно сделать вывод, что акватория порта не соответствует современным требованиям, однако, принимая во внимание существующую программу развития порта, включающую глубинные работы, можно говорить о его развитие в этом направлении в ближайшее время.

Ситуация в городах Новороссийск и Туапсе обусловлена их основной специализацией, ориентированной на прием грузовых судов. В связи с этим акватории их портов могут принимать суда с осадкой до 12 м в Туапсе и до 19 м в Новороссийске. Однако специфика как портов, так

и самих городов не предполагает в краткосрочной перспективе их развития как круизных дестинаций. Также стоит отметить, что акватории в зоне пассажирских терминалов как Туапсе, так и Новороссийска не позволяют в настоящее время принимать суда с большим водоизмещением в силу того, что глубина у пассажирских пирсов не превышает 9 м.

Перспективными с точки зрения развития круизного туризма являются порты Геленджика и Анапы. Однако ситуация в данных портах является на сегодняшний день не самой благоприятной в связи с тем, что акватории портов не рассчитаны на обслуживание пассажирских судов большого водоизмещения, однако есть все перспективы и возможности запуска внутренних пассажирских линий из этих городов.

Выводы о состоянии причалов и пристаней черноморских портов Краснодарского края заключаются в том, что несоответствие технического состояния акваторий автоматически подразумевает несоответствие техническим требованиям пристаней и причалов портов с точки зрения приема и обслуживания многотоннажных пассажирских судов.

В то же время, рассматривая этот вопрос с точки зрения возможности приема судов малого водоизмещения, мы видим, что за исключением причин, повлекших закрытие многих пассажирских линий, все порты оснащены причалами, способными обслуживать суда небольшого масштаба. Данные причалы требуют небольшого ремонта и модернизации, но в целом готовы для обслуживания небольших пассажирских судов, а также прогулочных теплоходов.

Инфраструктура пассажирских портов Краснодарского края является наследием бывшего СССР. Реконструкция старых зданий и строительство новых практически не производились с тех времен. Естественным образом данное обстоятельство привело к устареванию инфраструктуры и общих принципов организации обслуживания как туристов, так и судов.

В настоящее время Сочинский морской вокзал является наиболее развитым среди других морских вокзалов края. Однако по международным стандартам круизного пассажирского порта морвокзал города должен предоставлять около 80 услуг, которые в настоящее время не доступны пассажирам. Среди этих дополнительных услуг следует выделить:

- доступ в Интернет (проводной и беспроводной);
- международная телефония;
- комфортабельные залы отдыха;
- предприятия питания (рестораны, бары) соответствующего уровня;
- специализированные магазины (сувениры, продукты);
- электронные световые информационные табло;
- таможенную службу со специализированным оборудованием;
- наличие общественно-деловых объектов недвижимости;
- бизнес-центр;
- гостиница;
- аренда автомобилей;
- экскурсионное обслуживание и т. д.

Инвестиции в портовую инфраструктуру являются не менее значимыми, поскольку наличие соответствующих услуг позволяет развивать круизные перевозки и в целом пассажирское судоходство в нескольких направлениях. Несмотря на превалирующую долю туристских круизных поездок, во многих случаях предпочтения будут отдаваться и деловым морским поездкам, если будет обеспечено соответствующее обслуживание данного сегмента туристов.

Стоит также отметить, что, ставя перед собой планы по приему морских суперлайнеров, большое внимание стоит уделить скорости и качеству обслуживания туристов на суше, а также максимально упростить процедуры паспортного контроля пассажиров и таможенных формальностей.

Ситуация в других городах-портах Краснодарского края является аналогичной, а в некоторых случаях и более запущенной. Это связано прежде всего с закрытием не только международных, но и внутренних линий, что привело к урезанию бюджетов на обслуживание пассажирских терминалов. В связи с тем, что пассажирское сообщение в основном осуществляется в летние месяцы, организация посадки-высадки пассажиров, а также информирование и продажа билетов зачастую производятся вне зданий вокзалов.

Таким образом, подводя итог, можно сделать вывод о том, что инфраструктура черноморских портов не соответствует стандартам обслуживания как с точки зрения состояния зданий и сооружений, так и с точки зрения предоставления услуг непосредственно в терминалах портов.

Принимая во внимание тот факт, что развитие порта с точки зрения приема больших судов является достаточно длительным, трудоемким и дорогостоящим проектом, следует уделить особое внимание развитию внутреннего сообщения, прогулочных рейсов, экскурсионных мар-

шрутов, междугороднего сообщения с прилегающими странами. Данный шаг позволит дать толчок к развитию водного транспорта региона и индустрии морских перевозок как таковой, что неминуемо приведет к требованиям по повышению качества обслуживания, реализации новых услуг и развитию портов в более глобальных направлениях.

В настоящее время существует множество нерешенных вопросов, касающихся законодательства Российской Федерации в вопросах морских перевозок. Так, для совершенствования государственного управления морскими портами основные усилия должны быть сконцентрированы на совершенствовании нормативно-правовой базы их деятельности, в том числе завершении разработки проекта федерального закона «О морских портах», внесении изменений и дополнений в Кодекс торгового мореплавания по вопросам создания единых администраций морских портов на базе морских администраций рыбных и торговых портов, разделения государственных контрольно-надзорных функций и функций по оказанию государственных услуг.

В законодательстве до сих пор не прописано четко понятие «порт». Это касается границ и территории портов, их хозяйства, береговой структуры, других важных для жизнедеятельности моментов. Необходимо принять ряд решений на уровне Правительства страны, Минтранса, администрации Краснодарского края по вопросам определения географических координат территории и акватории портов исходя из генерального плана их развития, установления пунктов пропусков через государственную границу РФ в портах и их соответствующее обустройство.

Серьезные законодательные проблемы существуют не только в главных портах, таких как Новороссийск и Сочи, зачастую их даже больше во второстепенных портах. Причиной тому служит отсутствие определения правового статуса портов и отсутствие законодательной базы, что дает такие результаты как отсутствие ответственности со стороны субъектов деятельности порта, а также возможность заинтересованным лицам решать вопросы портовой деятельности административными методами, не ориентируясь на интересы государства в целом и субъекта Федерации в частности.

Стоит также отметить, что один из ключевых вопросов развития круизного туризма и пассажироперевозок как таковых – это совершенствование инфраструктуры порта. Однако в связи с отсутствием нормативной базы, регламентирующей взаимоотношения арендатора и арендодателя процесс развития инфраструктуры портов практически не совершается.

Другой не менее важной проблемой, тормозящей развитие круизного туризма, является отсутствие нормативно-правовой базы, которая бы разрешала каботажное хождение иностранных круизных судов в территориальных водах России. Каботажным называется такое хождение судов, при котором перевозка пассажиров осуществляется между портами одной страны без выхода за пределы территориальных вод.

Немаловажной остается уже упомянутая проблема с безвизовым приемом круизных туристов. В настоящее время круизные туристы имеют право высаживаться в российских портах, не имея визы, на 72 часа, но обстановку нагнетает инициатива думских парламентариев, которые за истекший год уже ужесточали визовый режим не один раз и периодически вносят предложение об отмене безвизового посещения российских портов в рамках круизного путешествия.

Следует также упомянуть немаловажную проблему, касающуюся портовых сборов. На данный момент плата за размещение в российских портах является одной из самых высоких в мире, и если для круизных судов, перевозящих более 3 тыс. пассажиров превышение цены над среднеевропейской не является критичным, то для более маленьких судов, а также компаний, организующих круизы, этот факт является решающим при составлении маршрутов. Данные вопросы необходимо также регулировать на государственном и местном уровнях для стимулирования более стремительного развития этого вида туризма.

Решение данных проблем является общегосударственным делом. При этом требуется детальная проработка официальными органами законодательства, связанного с деятельностью морских портов при непосредственном участии на совещательных началах представителей администраций портов.

Несмотря на несовершенство законодательства по вышеупомянутым вопросам, в последнее время были сделаны и довольно позитивные шаги. Здесь особо стоит отметить разработку закона о Российском международном реестре судов. Это нововведение позволит не только привлечь под российский флаг множество судов, но также и откроет дорогу к вложению денег в строительство судов частными инвесторами. В настоящее время судовладение не является таким популярным в России, как, например, владение частной собственностью на суше. Тем не менее, для развития, в том числе морского судоходства, требуется привлечение частного капитала, так как сугубо государственные программы не способны в приемлемые сроки реализовать масштабное строительство круизных судов.

СПЕЦИФИКА РАЗВИТИЯ РЕСТОРАННОГО БИЗНЕСА НА АВТОТРАССАХ (НА ПРИМЕРЕ АВТОТРАССЫ МОСКВА – САНКТ-ПЕТЕРБУРГ НА УЧАСТКЕ ТВЕРСКОЙ ОБЛАСТИ)

М. А. Лупина, *ст. преподаватель кафедры Конаковского филиала РМАТ*

В отличие от цивилизованных магистралей и шоссе крупных российских городов межрегиональные автотрассы в плане присутствия и уровня развития заведений питания не так широко освоены. За редким исключением предложение в этом сегменте по-прежнему составляют предприятия питания, практически не изменившиеся со времен советского общепита. Даже на одной из самых загруженных автотрасс Москва – Санкт-Петербург трудно найти кафе или ресторан, где можно перекусить и выпить чашечку кофе без опасений за свое здоровье. Несмотря на то, что здесь уже несколько лет устойчиво растет поток российских и иностранных гостей, хороших ресторанов и кафе по-прежнему единицы и ресторанный бизнес только начинает развиваться.

Два главных города страны – Москва и Санкт-Петербург – давно стараются привлечь к себе внимание как можно большего числа иностранных туристов, хотя большинство гостей – это европейские пенсионеры, которые тратят деньги в меньших количествах, чем люди среднего возраста. По информации Российской ассоциации туристских агентств (РАТА), иностранный турист оставляет в России в среднем 1000–1500 долл. в неделю. Большая часть денег уходит на проживание и осмотр достопримечательностей, но на долю заведений индустрии питания тоже остается: в день иностранный турист тратит около 100–150 долл. на питание и развлечения. Конечно, большая часть этих сумм тратится непосредственно в Москве или Санкт-Петербурге, но и на долю предприятий питания, расположенных вдоль автотрассы и предлагающих комплексные обеды, может остаться немалая часть. До сих пор самый популярный маршрут передвижения иностранных туристов – это автобусный тур Москва – Санкт-Петербург, проходящий через территорию Тверской области.

Согласно опросу, проведенному РАТА в конце прошлого туристского сезона, 55 % представителей российских туристских компаний считают, что ситуация с предприятиями питания, которые отвечают требованиям обслуживания иностранных туристов, далека от совершенства, а 10 % называют положение критическим.

По результатам проведенных исследований можно сделать вывод, что состояние предприятий питания на автотрассе Москва – Санкт-Петербург оставляет желать лучшего. Об этом стоит задуматься и владельцам предприятий питания, и муниципальным образованиям районов, через которые проходит автотрасса. Обеспечение услугами питания туристских групп, в том числе и иностранцев, дает стабильный, прогнозируемый и довольно приличный доход за туристский сезон, исходя из исследований расходов туристов на услуги предприятий питания.

Развитие общественного питания имеет свои региональные особенности. В постановлении администрации Тверской области от 06.07.2001 «О социально-экономическом развитии Тверской области на период до 2010 года» указаны основные направления в развитии общественного питания. Это:

- приоритетное развитие общедоступной сети предприятий общественного питания, включая сеть быстрого питания, ориентированной на различные группы потребителей;
- восстановление и расширение сети социально ориентированных предприятий, обеспечивающих питанием рабочих, служащих, студентов, школьников, учащихся профтехучилищ, колледжей, детей в дошкольных учреждениях, пациентов лечебных учреждений;
- стимулирование развития сети предприятий общественного питания, опирающихся на индустриальные методы приготовления пищи и доставляющих ее по заказам потребителей (на дом, в офис, организацию или учреждение);
- массовое развитие сети общественного питания в зонах комплексного торгового, гостиничного обслуживания, вдоль автомагистралей, на заправочных станциях, вокзалах и в аэропортах.

Кратчайший путь к сердцу туриста лежит через его желудок! Наши первые контакты с местной пищей зачастую определяют последующее отношение к стране в целом.

Приобщение к чужой культуре, как правило, требует немалых усилий: изучение чужого языка и политического устройства, принятие чуждых нравов и обычаев. Кулинарные достиже-

ния нации, напортив, легко доступны и открыты для личного восприятия даже при кратковременном визите в страну.

Одним из сдерживающих факторов, препятствующих развитию въездного туризма в РФ, согласно PATA, является недостаток ресторанов, баров и других предприятий общественного питания, отвечающих требованиям обслуживания иностранных туристов.

При организации питания иностранных групп возникают специфические сложности. Помещения для потребителей туристских предприятий питания должны удовлетворять общим санитарно-гигиеническим, противопожарным и техническим требованиям к общественным помещениям, обеспечивать безопасные и комфортные условия по таким параметрам как температура и влажность. Обязательным и безусловным требованием является отсутствие посторонних запахов, особенно из кухни и туалетов. Интерьеры помещений для потребителей не должны быть перегружены элементами декоративного оформления, затрудняющими уборку помещений для потребителей, должны пройти контроль на соответствие требованиям санитарно-гигиенической и пожарной безопасности.

Все помещения должны быть оборудованы указателями (пиктограммами), помогающими ориентироваться потребителям, особенно иностранным туристам. В доступном для потребителя месте (лучше в вестибюле) должна быть вывешена копия сертификата данного предприятия, свидетельствующая о присвоении ему определенного типа и класса, копия сертификата на безопасность услуг общественного питания, а также лицензия на отдельные виды деятельности.

В сфере питания особое значение имеет быстрое и четкое обслуживание туристов. Меню в месте пребывания туристов должно быть понятно всем участникам группы, а цены указаны в валюте страны пребывания. Если предприятие питания обслуживает иностранных туристов, оно должно имеет меню на иностранном языке.

Питание должно соответствовать затраченным на него средствам и не наносить вред здоровью туристам. Неудовлетворенность питанием вследствие плохой организации, недостаточно высокого качества приготовления пищи или низкого уровня обслуживания может испортить впечатление от поездки и нанести ущерб туристской фирме и престижу страны.

Итак, сегодня сегмент предприятий питания на автотрассах является одним из самых ненасыщенных на российском ресторанном рынке. Даже самые крупные компании в индустрии питания пока не решаются выйти за пределы крупных населенных пунктов, предпочитая развивать свои предприятия в уже освоенных зонах.

Для оценки развития и перспектив этого сегмента стоит присмотреться к опыту организации предприятий питания на автотрассах крупных европейских стран и США.

Площадки под застройку. Право на застройку площадок возле автомагистралей, как правило, предоставляется государственными организациями, приглашающими для участия в тендерах национальные и иностранные компании и принимающими решение на основе определенного набора критериев и количества набранных участниками бонусных очков. До начала приватизации автодорог развитие зон обслуживания во многих странах было связано с государственным контролем.

Операторы. Чаще всего это мультинациональные корпорации, такие как Autogrill, Compass, Elior и Moevenpick, работающие на конкурентной основе с местными компаниями вроде Rosenberger (Австрия) и Dinners (Швеция) и частными арендаторами. Состояние рынка характеризуется и стремлением к стандартизации, систематизации и брендингу. Некоторые операторы управляют как автозаправками, так и магазинами, чтобы соблюсти баланс развития. Появились и первые совместные предприятия, создаваемые нефтяными компаниями и крупными компаниями индустрии фуд-сервиса.

Местоположение. Двойные (по обе стороны проезжей части) или единичные (с одной стороны) площадки с возможностью подъезда с одной или с обеих сторон автомагистрали. Реже встречаются двойные площадки, соединенные мостом. Практически все зоны обслуживания совмещены с автозаправками. Особый интерес для операторов предприятий фуд-сервиса представляют площадки, расположенные вдоль загруженных автомагистралей, которые во многих странах являются к тому же платными.

Перечень услуг. В основном самообслуживание, встречаются рестораны с полным циклом. Существует масса точек, оборудованных торговыми прилавками. Главный принцип для составления набора услуг – это время и деньги, затраченные потребителем. Для транзитных автомобилистов главным является быстрота обслуживания. Для водителей грузовых фур и туристов важнее качество и количество услуг, и они готовы тратить больше времени на полноценную еду. Однако и для тех, и для других важным критерием является чистота.

Сервисные модули. Для привлечения прибыли и повышения уровня потребительской удовлетворенности важнейшим фактором являются узнаваемые международные бренды. Их интегрируют в зоны обслуживания в виде отдельных модулей или полноценных ресторанов. Как правило, вокруг них обосновываются бренды компаний-операторов, обеспечивающие предоставление дополнительных услуг. Сегодня практически на всех станциях обслуживания можно найти действующие модули фаст-фуда и кофеен.

F&B. Бизнес станций обслуживания предназначен для широких масс, поэтому они не подходят для рыночной обкатки кулинарных продуктов, адресуемых небольшой группе потребителей. Весь ассортимент должен удовлетворять рядовую публику. Кроме классических и традиционных блюд упор делается на новые и ультрамодные продукты, пиццу и сэндвичи (пищу, не требующую осторожного обращения), эспрессо и фруктовые соки.

Проблемы. Воровство, так как количество посетителей растет, кроме того, ощущается конкуренция со стороны площадок обслуживания большегрузного транспорта, где меньше цены на топливо и брендовый микс точек фуд-сервиса довольно привлекателен. (В Европе есть специальные зоны обслуживания для водителей большегрузного автотранспорта, удаленные от шоссе на расстоянии около километра. Цены на топливо здесь ниже, предлагается большой набор услуг для водителей данного транспорта, в том числе разнообразная еда, напитки и сдаются комнаты.) Ценовая политика также попадает под сильное давление в периоды общего экономического спада, когда цены на топливо растут, и к тому же приходится оплачивать проезд по автодорогам.

Будущее. Необходимость улучшения имиджа предприятий путем привлечения наиболее актуальных брендов и качественного предложения в сочетании с добавлением новых услуг: беспроводной Интернет, бесплатный душ, зоны для отдыха или деловых встреч, банковские услуги и др. Зоны обслуживания должны эволюционировать в поставщиков комплексного обслуживания, отвечающего требованиям потребителей. И это означает комбинирование зон фуд-сервиса с зонами розничной торговли товарами и/или павильонами.

Как показывает опыт европейских стран, на автомобильных трассах могут существовать гастрономические заведения, демократичные рестораны, кафе и кофейни и точки быстрого обслуживания. На сегодняшний день в развитии этого сегмента рынка более других должны быть заинтересованы в основном крупные сети фаст-фуда. Большинству точек питания на дорогах можно рассчитывать только на проезжающих мимо водителей и пассажиров. В отличие, например, от французских гурманов, российские ценители гастрономического искусства вряд ли потратят праздничный вечер на ужин в ресторане, расположенном в деревне. Одна из причин заключается в том, что во Франции рестораны находятся вдали от крупных городов, как правило, привязаны к известному фермерскому хозяйству.

В Тверской области есть подобное место. Трасса Москва – Санкт-Петербург в 30 км за Тверью огибает село Медное, где находится главная местная достопримечательность – ферма итальянских сыров. Владельцы фермы Пьетро и Жанна Маццо производят 17 видов сыров, колбасы, хлеб, пиццу и пасту. Есть дегустационный зал, где туристы могут попробовать все продукты, планируется строительство ресторана и гостиницы. За 6 лет существования фермы здесь побывало около 10 тыс. туристов.

В Вышневолоцком районе Тверской области есть перспективное фермерское хозяйство «Арфедо», поставляющее свою продукцию на предприятия питания района и имеющее свои магазины по продаже мясных полуфабрикатов. В перспективе данное хозяйство также могло бы открыть свое предприятие питания, работающее на собственной экологически чистой продукции. Ведь недаром в Европе распространена теория о том, что продукты не надо возить на дальние расстояния, а стоит потреблять как можно ближе к месту производства.

Многие предприятия питания, расположенные на автотрассе, привязаны к крупным населенным пунктам. Основные плюсы размещения ресторанов около населенных пунктов заключаются в том, что значительную часть постоянных посетителей этих заведений составляют местные жители, а обслуживающему персоналу (который также набирается из местных жителей) удобно добираться до места работы. Для примера можно привести ресторан «Параллель» немецкой мясоперерабатывающей компании «Кнакер», расположенный на автотрассе Москва – Санкт-Петербург в Конаковском районе Тверской области. Первый этаж представляет собой демократичное кафе формата free floor, второй этаж – полносервисный ресторан, предоставляющий обслуживание a la carte и услуги по проведению банкетов и корпоративных мероприятий. Есть специальное меню для водителей большегрузного автотранспорта; стоимость комплексного обеда около 120 руб.

Одним из оптимальных размещений предприятий питания являются автозаправочные станции, где автомобилисты останавливаются в любом случае. Точки, расположенные рядом, могут

создавать эффект притяжения, как на фуд-корте. Такой комплекс, состоящий из предприятий питания, АЗС, минимаркетов, услуг по ремонту автотранспорта, в том числе и большегрузного, расположение рядом мотеля, сам по себе может стать «достопримечательностью», ради которой стоит сделать остановку в пути.

В Вышневолоцком районе Тверской области (309 км а/д Москва – С-Петербург) есть зона обслуживания АЗК «Скорость». На территории имеются два кафе (одно в формате fast casual) количеством посадочных мест 25 и 80, средний чек составляет 80–100 руб. Организуются комплексные обеды для туристских групп. Территория АЗК включает: две охраняемых автостоянки (до 2-х часов – бесплатно), АЗС, авторемонтная мастерская, шиномонтаж, услуги прачечной, парикмахерская, магазин «Автозапчасти», магазин сопутствующих товаров и предметов гигиены, домики для отдыха (10 двухместных номеров), магазин «Подарки», душевые, туалетные комнаты, бильярд, игровые автоматы, автомат для приема платежей, продажа аудиокассет, CD, DVD-дисков, мини-зоопарк; напротив АЗК расположен мотель «Балтика». АЗС автозаправочного комплекса «Скорость» награждена Дипломом «как лучшая АЗС Тверской области», имеет «Сертификат доверия победителя областного конкурса “Лучшая АЗС”».

Но данная зона обслуживания скорее исключение, чем правило. Если говорить о размещении предприятий на АЗС, то здесь все не так просто, как может показаться на первый взгляд. Не все операторы АЗС заинтересованы в строительстве на своей территории ресторанов. Поэтому большинство из них в настоящий момент не имеют предприятий питания, а лишь ограничиваются мини-маркетом с незатейливым ассортиментом. Но даже те операторы бензоколонок, которые имеют небольшие кафе с ассортиментом горячих блюд, предпочитают организовывать заведения самостоятельно или сдавать в аренду местным предпринимателям, не привлекая к этому профессиональные компании. Хотя, как показывает опыт западных стран, сотрудничество сетевых компаний индустрии питания с сетевыми автозаправочными станциями, обслуживающими ту же целевую аудиторию, очень перспективно.

Сегодня осваиванию рынка придорожного питания сетевыми российскими компаниями противостоит ряд проблем:

- сложности, связанные с получением всей согласовательной документации у местных органов власти, особенно это касается получения заключения СЭС. При организации точек питания на автозаправочном комплексе существует ограничение: если в помещении, где расположено предприятие питания, нет водопровода для мытья инвентаря или вблизи продают масла и летучие жидкости, то должна продаваться только упакованная продукция;
- неудовлетворительные технические характеристики уже имеющихся зданий и помещений (нет возможности ставить современное энергоемкое оборудование, невозможно выполнение стандартов по утилизации отходов и т. д.);
- с учетом удаленности точек на трассе организация регулярной доставки свежих продуктов становится дороже.

На автотрассе Москва – Санкт-Петербург нами было исследовано более 20 точек питания. Полученные результаты позволяют сделать неутешительный вывод – почти 2/3 предприятий питания непригодны для обслуживания не только туристских групп, но и владельцев личного автотранспорта. В первую очередь данные выводы касаются санитарно-гигиенического состояния точек питания, что касается ассортимента предлагаемых блюд, то он достаточно прост и мало разнообразен, за небольшим исключением. Лучше всего в Тверской области предприятия питания на автотрассе Москва – Санкт-Петербург представлены при мотелях, или, как их называют владельцы, при придорожных гостиничных комплексах, таких как «Колыба», Калининский район, 162 км; мотель «Волочок» Петербургской топливной компании, Вышневолоцкий район, 283 км; мотель «Балтика», Вышневолоцкий район, 309 км; мотель при АЗК ООО «Мега Ойл-Тверь», Вышневолоцкий район, 326 км.

В заключение можно сказать следующее: современный российский рынок индустрии питания стремительно развивается и расширяет географию бизнеса. Одно из перспективных направлений, отличающееся максимальной конкуренцией, состоит в организации предприятий питания на автомобильных трассах. В отличие от интенсивного развития ресторанного бизнеса в крупных российских городах, межрегиональные автомагистрали освоены недостаточно. Это касается и самой загруженной автотрассы Москва – Санкт-Петербург. Сегодня у небольших ресторанчиков, стоящих вдоль автотрасс, можно увидеть скопление большегрузных машин, экскурсионных автобусов и легковых автомобилей.

Для оценки развития и перспектив этого сегмента можно присмотреться к опыту крупных европейских стран и США, где существуют самые разнообразные форматы предприятий пита-

ния на автотрассе. Кроме весьма популярного и экономичного формата, как предприятия фаст-фуда, там успешно работают ресторанные центры, кофейни, пиццерии, рестораны формата free floor и другие.

Основным конкурентным преимуществом для предприятия питания на автотрассе является местоположение, а одним из главных принципов для составления набора услуг – время и деньги, затраченные потребителем.

Необходимо улучшение имиджа предприятий питания, расположенных на автотрассах, путем усиления контроля за санитарно-гигиеническим состоянием, привлечения наиболее популярных сетевых компаний для организации предприятий питания и предоставления качественного предложения в сочетании с добавлением новых услуг.

Предприятия питания должны эволюционировать в поставщиков комплексного обслуживания, отвечающего требованиям разных категорий потребителей.

СИСТЕМА ОЦЕНКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ УПРАВЛЕНИЯ ТУРОПЕРАТОРСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

И. А. Михайлова, *преподаватель РМАТ*
А. В. Ключников, *канд. техн. наук, профессор РМАТ*

Достижению высоких показателей эффективности производственно-хозяйственной деятельности турфирмы, обеспечению выживаемости, гибкости, быстрой трансформации способствует качественно организованное управление, осуществляемое через систему управления (управляющую подсистему). *Процесс управления* – это совокупность управляющих воздействий, вырабатываемых системой управления и направленных на изменение состояния объекта управления (управляемой подсистемы) для достижения целей организации.

Важнейший фактор, позволяющий обеспечить постоянно высокий уровень развития и эффективность системы управления, – это своевременное проведение *управленческого обследования:* анализ внешней среды, выявление возможных тенденций развития предприятия в конкретной рыночной среде и диагностика внутренних проблем, предполагающая обследование различных функциональных зон.

Основное предназначение *организационной диагностики* заключается в обнаружении симптомов организационных патологий и выявлении их причин, следствием которых является неэффективное функционирование организации в целом и системы управления в частности, а также в установлении и изучении признаков, характеристик, факторов, определяющих состояние подсистем объекта для своевременного предотвращения нарушений в нормальном функционировании системы. *Организационная патология* – нарушение процесса функционирования организации, ведущее к тому, что поставленные цели не достигаются.

Организационная диагностика, которая лежит в основе предлагаемой системы оценки эффективности, предполагает изучение ретроспективного, существующего и ожидаемого состояния системы, установление сильных и слабых сторон системы управления, определение возможных направлений совершенствования системы управления и предмета дальнейших исследований.

Необходимые для этого аналитические исследования системы управления организацией могут быть достаточно сложны и трудоемки. Так, обследование среднего по размеру предприятия с детализацией объектов изучения до уровня элементарных процедур требует, согласно имеющимся экспертным оценкам и фактическим данным, затрат труда высококвалифицированных специалистов в объеме порядка 3 тыс. человеко-дней. Итогом проведения управленческого обследования является оценка уровня развития и эффективности действующей системы управления турфирмой, анализ полученных результатов и выработка на их основе соответствующих мероприятий по совершенствованию процесса управления.

Эффективность системы управления – обеспечение опережающего роста результатов, достигнутых в процессе функционирования системы управления, в сравнении с затратами на их достижение за счет рационального использования имеющихся ограниченных материальных и временных ресурсов и других возможностей.

Для определения эффективности управления организацией можно использовать метод многокритериальной оценки исследуемого объекта, для чего необходимо сформировать систему

показателей, отражающих различные стороны управленческой деятельности с учетом специфики и степени сложности управляемой системы.

Объектами оценки могут быть организации, осуществляющие свою деятельность не менее одного года.

Наиболее объективным методом измерения эффективности в управлении является предлагаемый авторами настоящей статьи *метод многокритериальной оценки уровня развития и эффективности системы управления,* который предполагает измерение эффективности в одинаковых и безразмерных единицах и наличие способа приведения к этому условию.

Особенности функционирования системы управления предприятием можно представить как совокупность трех взаимосвязанных блоков:

- блок I – факторы условий управления;
- блок II – факторы процесса управления;
- блок III – результаты управления.

Выделенные блоки можно разделить на составляющие группы факторов с показателями оценок системы управления (СУ) их уровня развития (группы показателей), а их, в свою очередь, дифференцировать на первичные факторы-элементы, так же с показателями уровня развития. Все совокупные элементы СУ (блоки, составляющие, первичные элементы) являются объектами оценки уровня развития и эффективности системы управления предприятием. Все показатели разделяются по уровням:

- первичные показатели – 1-й уровень;
- сводные показатели – 2-й уровень;
- обобщающие показатели – 3-й уровень;
- интегральный показатель – 4-й уровень.

Каждый показатель в системе является относительной, безразмерной величиной, изменяющейся в пределах от 0 до 1. Значения показателей определяются расчетом, сравнением или экспертным путем.

Содержание блока I – **факторы условий управления**

Обобщающий показатель: уровень условий обеспечения процесса управления.

В блоке I можно выделить следующие группы первичных и сводных показателей:

1. Организационное обеспечение

Первичные показатели: • коэффициент обеспеченности целями деятельности; • степень соответствия цели организации внутреннему состоянию; • коэффициент обеспеченности принципами и концепциями управления; • коэффициент обеспеченности функциями управления;	**Сводный показатель:** уровень организационного обеспечения

2. Информационное обеспечение

Первичные показатели: • коэффициент развития нормативной базы; • уровень автоматизации управления; • коэффициент оснащенности техническими средствами (на одного сотрудника) или степень технической оснащенности управленческого труда; • коэффициент развития технологии обработки информации; • коэффициент развития математического обеспечения; • степень обеспеченности информацией; • скорость передачи данных; • количество обрабатываемых документов в единицу времени	**Сводный показатель:** уровень развития информационного обеспечения

3. Кадровое обеспечение

Первичные показатели: • удельный вес управленческого персонала; • коэффициент обеспеченности управленческими кадрами; • коэффициент квалификации менеджеров; • коэффициент эффективности кадровой политики; • коэффициент, характеризующий стороны ответственности сотрудников	**Сводный показатель:** уровень кадрового обеспечения

Содержание блока II – **факторы процесса управления**

Обобщающий показатель: уровень развития (УР) процесса управленческой деятельности.
В блоке II можно выделить следующие группы первичных и сводных показателей:

1. Развитие функций управления

Первичные показатели: • коэффициент регламентации процесса управления; • степень специализации звеньев в СУ; • автономность подсистемных изменений	**Сводный показатель:** уровень развития функций управления

2. Оперативность управления

Первичные показатели: • степень координации между элементами СУ; • масштаб управляемости; • норма управляемости; • интенсивность управленческих работ; • степень загрузки отдельных уровней управления; • гибкость управления; • своевременность выполнения управленческих задач	**Сводный показатель:** уровень оперативности управления

3. Децентрализация управления

Первичные показатели: • степень авторитарности руководителя; • масштаб контроля; • удельный вес контролируемых УР; • уровень коллегиальности в ПРУР; • степень непосредственного участия руководителей, специалистов в ПРУР; • количество сотрудников, привлеченных к ПРУР; • степень использования внешних консультантов в ходе ПРУР	**Сводный показатель:** уровень децентрализации

4. Экономичность СУ

Первичные показатели: • коэффициент снижения расходов на управление; • уровень издержек, связанных с ПРУР	**Сводный показатель:** уровень экономичности СУ

Содержание блока III – **результаты управления**

Обобщающий показатель: уровень достижения намеченных целей организации (критерий эффективности функционирования СУ).
В блоке III можно выделить следующие группы первичных и сводных показателей:

1. Развития производства

Первичные показатели: • коэффициент конкурентоспособности выпускаемой продукции; • коэффициент, характеризующий расширение номенклатуры выпускаемой продукции; • коэффициент роста производительности труда сотрудников; • коэффициент повышения прибыльности предприятия; • средняя выработка штатного сотрудника	**Сводный показатель:** уровень развития производства (или уровень достижения научных, технических, производственных, экономических целей)

2. Социальное развитие коллектива предприятия

Первичные показатели: • коэффициент повышения заработной платы работникам предприятия; • коэффициент повышения выплат работникам предприятия из фонда потребления на социальные нужды; • коэффициент стабильности персонала (или уровень удовлетворенности работников условиями труда); • текучесть кадров	**Сводный показатель:** уровень социального развития (или уровень достижения социальных целей)

3. Обеспечение безопасности (для туристского предприятия)

Первичные показатели: • коэффициент личной безопасности клиентов (туристов); • коэффициент обеспечения сохранности имущества туристов; • коэффициент обеспечения сохранности и защиты окружающей природной среды; • коэффициент личной безопасности персонала и сохранности имущества турфирмы	**Сводный показатель:** уровень обеспечения безопасности

Методика оценки эффективности системы управления (см. рисунок):

1. Оценка соответствия целей и стратегий турфирмы внешней и внутренней среде. При положительном результате можно приступить к оценке эффективности управленческой деятельности (этап 3). При отрицательном результате – к этапу 2.

2. При отрицательном результате этапа 1 необходимо корректировать стратегии или задачи турфирмы.

3. Оценка начинается с расчета первичных показателей. Первичные показатели характеризуют первичные элементы СУ и определяются отношением значения фактически достигнутой характеристики элемента СУ в определенный момент (за отчетный период) к ее базовому значению. Базовым значением в этом случае может служить: эталон, норматив, прогрессивное или плановое значение, значение характеристики элемента за прошлый (сравнимый) период. Информационной базой для расчета первичных показателей является оперативная статистическая или бухгалтерская отчетность предприятия.

4. Расчет сводных показателей оценки, характеризующих составляющие СУ предприятием, проводится на основании значений первичных показателей как их суммы с учетом коэффициентов весомости. Коэффициенты весомости первичных показателей определяются экспертным путем.

5. Обобщающие показатели формируются на основе показателей оценки отдельных составляющих и первичных элементов СУ. Расчет обобщающих показателей оценки, характеризующих блоки СУ предприятием, проводится на основании значений сводных показателей как их суммы с учетом коэффициентов весомости.

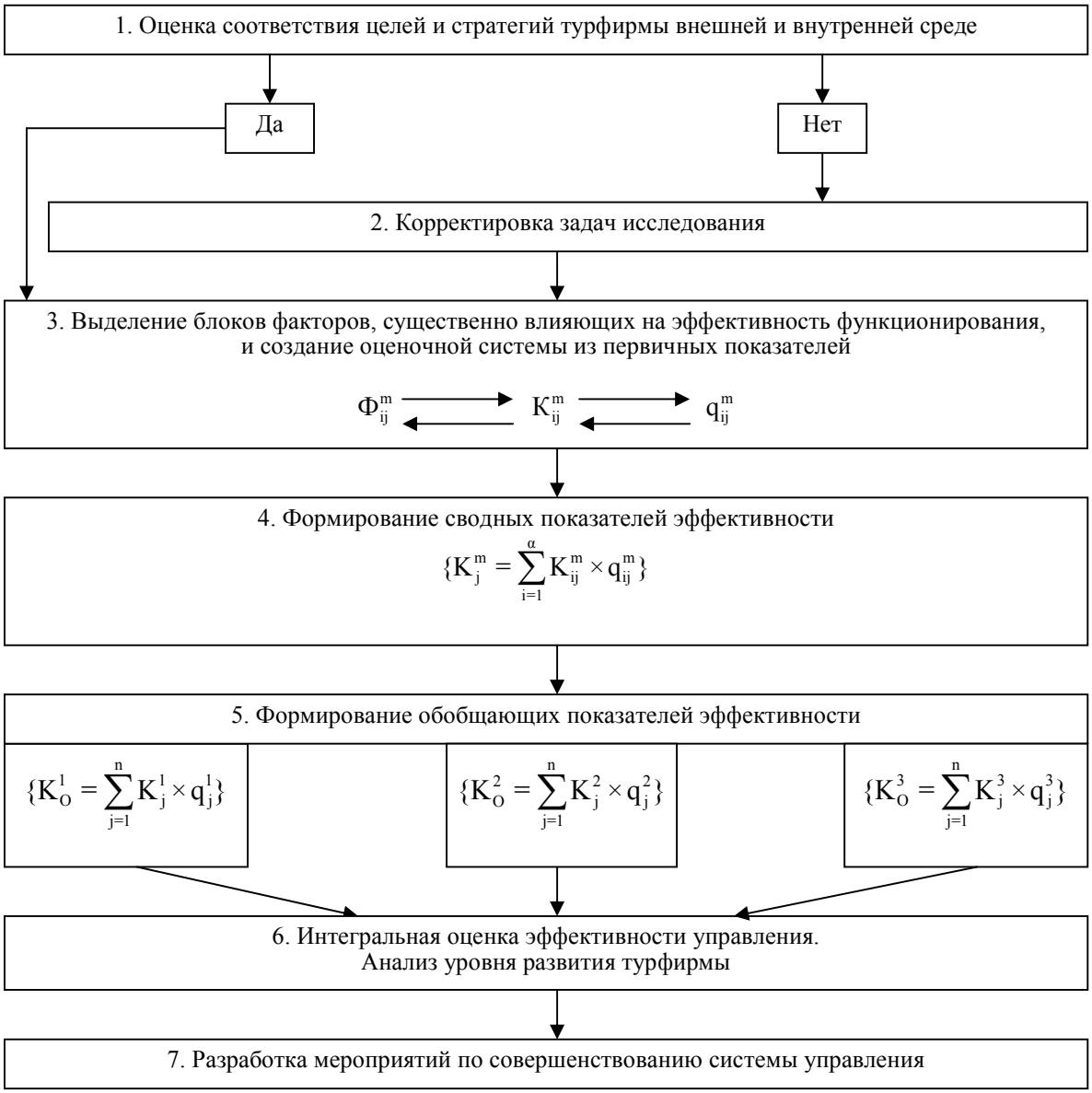
6. Интегральная оценка эффективности системы управления выполняется с использованием обобщающих показателей.

7. Определив уровень развития системы управления и влияние ее на конечные результаты деятельности предприятия, можно наметить мероприятия по совершенствованию системы управления и, в конечном итоге, по повышению эффективности работы турфирмы. Итак, если обеспечить благоприятные условия осуществления процесса управления, то будет легче организовать и осуществлять процесс управленческой деятельности. Условия осуществления процесса управления и его развитие непосредственно оказывают влияние на результаты функционирования и на эффективность СУ в целом.

По результатам проведения оценки данных блоков формируется план организационно-технических мероприятий по совершенствованию системы управления предприятием по направлениям повышения уровня:

- условий обеспечения процесса управления;
- развития процесса управленческой деятельности;
- достижения намеченных целей организации.

Систематическое проведение оценки уровня развития и эффективности СУ позволит накопить и уточнить статистические данные и установить математические зависимости между обобщающими показателями, что позволит в настоящем и будущем использовать предлагаемую экономико-математическую модель управления предприятием по основным организационным факторам для оценки эффективности функционирования системы управления турфирмой.



Алгоритм оценки эффективности управления и уровня развития турфирмы

m – индекс блока факторов (1, 2 и 3);

$Ф_{ij}^{m}$ – первичные элементы в j-той группы m-го блока;

$К_{ij}^{m}$ – первичные показатели развития или эффективности первичных элементов;

q_{ij}^{m} – коэффициент весомости.

Литература

1. Анискин Ю. П. Общий менеджмент: учебник по общей теории менеджмента. – М., 1997.

2. Беликов К. Ф. Основы менеджмента (сборник задач, упражнений, тестов): учебно-методическое пособие. – Зеленоград, 1998.

3. Литвак Б. Г. Разработка управленческого решения: учебник. – 5-е изд. – М.: Дело, 2004.

4. Виханский О. С. Стратегическое управление: учебник. – 2-е изд. – М.: Гандарики, 2000.

5. Экономико-математические методы и прикладные модели: учеб. пособие / Под ред. В. В. Федосеева. – М.: ЮНИТИ, 1999.

6. Управление организацией: Энциклопедический словарь / Под ред. А. Г. Поршнева, А. Я. Кибанова. – М.: Изд. дом ИНФРА-М, 2001.

ОСОБЕННОСТИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ В ТУРИЗМЕ

Н. С. Морозова, *канд. экон. наук, доцент, декан факультета социально-культурного сервиса и туризма Российского нового университета, Москва*

Индустрия туризма включает в себя различные виды деловой активности, в том числе транспортное обслуживание туристов, предоставление гостиничных услуг, деятельность туроператоров и турагентов. В дополнение к этому туристов обслуживает множество других фирм, в том числе компании по обмену валюты, кредитованию, страхованию и т. д. В научной литературе на данный момент нет единого мнения в толковании термина «туристская индустрия» (индустрия туризма). В законе туристская индустрия определяется как совокупность гостиниц и иных средств размещения, средств транспорта, объектов санаторно-курортного лечения и отдыха, объектов общественного питания, объектов и средств развлечения, объектов познавательного, делового, лечебно-оздоровительного, физкультурно-спортивного и иного назначения, организаций, осуществляющих туроператорскую и турагентскую деятельность, операторов туристских информационных систем, а также организаций, предоставляющих услуги экскурсоводов (гидов), гидов-переводчиков и инструкторов-проводников [1].

Организация путешествий и облуживание туристов на всех этапах их путешествия осуществляется с помощью различных видов деятельности, количество которых велико и разнообразно, в связи с этим важно очертить круг этих основных видов деятельности и, тем самым, определить состав предприятий, входящих в туристскую индустрию. Для этого ВТО в 1993 г. разработала стандартную классификацию видов деятельности в туризме (СИКТА), которая позволила систематизировать и структурировать те виды деятельности, которые являются наиболее характерными и определяющими для туризма [2]. Определение понятия туристской индустрии непосредственно связано со стандартной классификацией видов деятельности в туризме и непосредственно из нее вытекает.

Следует особо подчеркнуть, что обычно виды экономической деятельности определяются в соответствии с товарами и услугами, создаваемыми производственными единицами, а различия между отраслями основаны на различиях между продуктами с точки зрения используемых материалов и методов производства, а также предполагаемого назначения продукции. В отличие от этого экономическая деятельность в области туризма определяется в соответствии с товарами и услугами, потребляемыми субъектами туризма – посетителями. Экономическая деятельность в туризме определяется в качестве совокупной деятельности, которая составляет сущность туристской индустрии.

Туристская индустрия представляет собой целостную воспроизводственную систему, обладающую интегральным эффектом. Только в совокупности и тесной взаимосвязи предприятия, входящие в туристскую индустрию, могут обеспечить существование такого явления как туризм. Таким образом, туризм представляет собой сложную многоплановую социально-экономическую систему. В связи с этим изучение конкурентоспособности следует проводить на разных уровнях: макро-, мезо- и микроуровне.

Макроэкономика туризма связана с изучением туриндустрии на уровне страны или группы стран. К субъектам мезоанализа следует относить любую совокупность микроэкономических объектов, рассматриваемую как экономическое целое. В соответствии с этим индустрия туризма на уровне отдельного региона (дестинации) может быть отнесена к мезоэкономическим структурам. По мнению автора, мезоэкономика туризма предполагает изучение туризма и туриндустрии на уровне отдельных территорий (регионов, дестинаций).

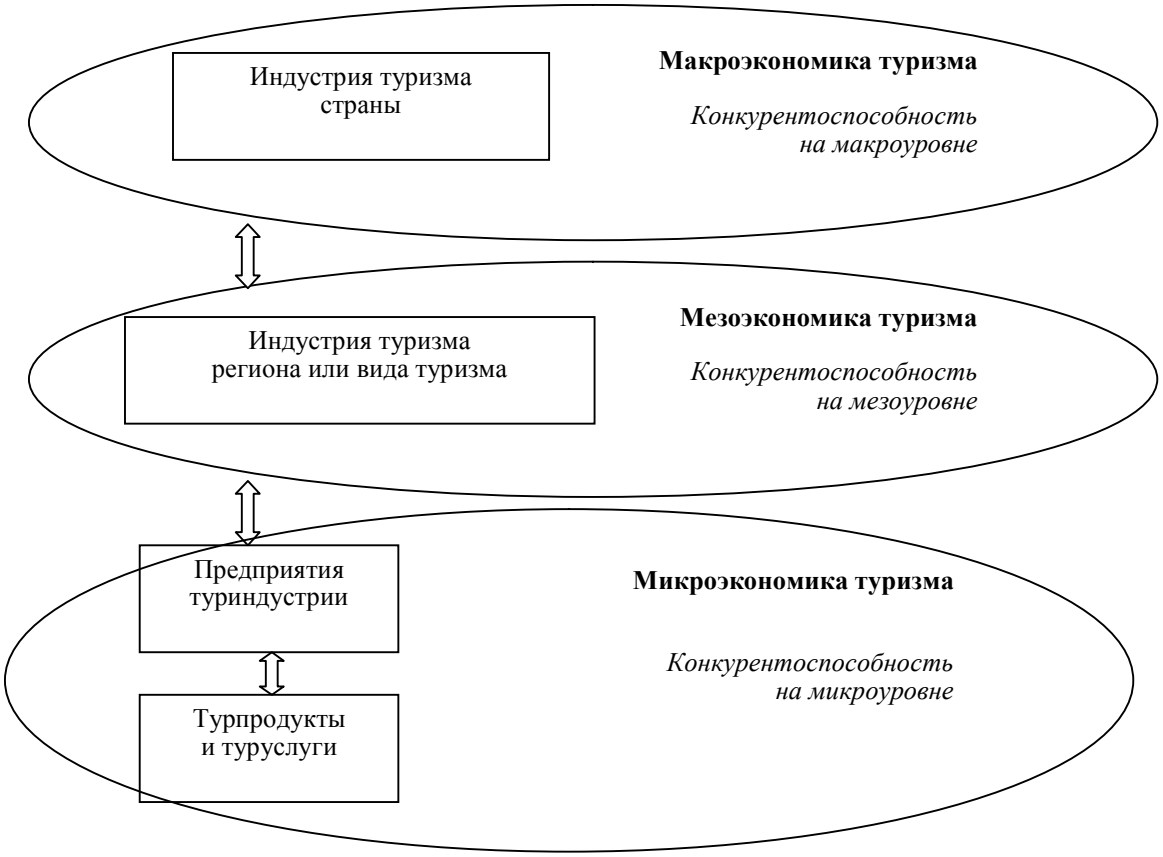
Микроэкономика туризма предполагает изучение деятельности предприятий туриндустрии, и на этом уровне конкурентоспособность в туризме следует рассматривать как конкурентоспособность отдельных туристских предприятий, как экономических субъектов, а также как конкурентоспособность туристских продуктов и услуг. Однако повышение конкурентоспособности отдельных предприятий туриндустрии не означает повышение конкурентоспособности туризма на мезо- и макроуровнях.

Феномен туризма как явления начинает проявляться тогда, когда разрозненные туристские продукты и услуги объединяются в единый турпакет, т. е. когда соединяются продукты и услуги разных предприятий туриндустрии. Только в этом случае туриндустрия начинает работать как единое целое, как система. В отличие от отдельных туристских продуктов или туристских услуг турпакет приобретает особые свойства, позволяющие удовлетворять разнообразные по-

требности туристов. Именно с этих позиций надо оценивать конкурентоспособность туристской индустрии.

Для того чтобы туристская индустрия была конкурентоспособной в стране и регионе, необходимо, чтобы были конкурентоспособны не только отдельные предприятия туристской индустрии, но и уровень развития туристской индустрии был сбалансирован. Это означает, что на мезо- и макроуровнях туристской индустрии должен проявляться синергетический эффект, т. е. должны формироваться новые системные свойства туриндустрии. В частности, для туризма синергетический эффект реализуется в форме создания турпакета на основе турпродуктов и туруслуг, создаваемых отдельными предприятиями туриндустрии. Если в регионе существуют привлекательные туристские ресурсы и есть необходимые места размещения, но не развита туристская инфраструктура, такой регион будет неконкурентоспособным и невозможно будет обеспечить достаточный туристский поток. Формирование сбалансированной конкурентоспособности на мезоуровне позволяет обеспечить стабильное окружение для эффективной работы предприятия туриндустрии.

На рисунке представлена структурная схема конкурентоспособности в туризме.



Структурная схема конкурентоспособности в туризме

Таким образом, существует объективная иерархическая зависимость конкурентоспособности в туризме. Она выражается в том, что конкурентоспособность предприятия туриндустрии может быть обеспечена только в том случае, если сформирована конкурентоспособная туристская индустрия на мезо- и макроуровнях. Неоднородность субъектов индустрии туризма обусловливает необходимость выработки специфических подходов к решению проблемы формирования их конкурентоспособности на макро- и мезоуровнях в туризме.

Литература

1. Федеральный закон от 5 февраля 2007 г. № 12-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон “Об основах туристской деятельности в Российской Федерации”».

2. Рекомендации по статистике туризма ВТО: Статистические документы. Серия М № 83. – Нью-Йорк, 1994.

ПЕРЕХОДНЫЙ ПЕРИОД В РАЗВИТИИ МИРОВОГО ТУРИЗМА

С. Ставцева, *замредактора RATA-news*

Последние пять лет в развитии международного туризма можно без всякой натяжки назвать переходными. Во-первых, за это время массовый пакетный туризм, который безраздельно царствовал на мировой арене предыдущие 40 лет, окончательно потерял свою доминирующую роль. Во-вторых, наметились и начали активно развиваться новые рынки, которые в ближайшее десятилетие серьезно изменят географию массового туризма в мире.

История становления массового туризма

Чтобы понять масштаб произошедших изменений, стоит совершить небольшой экскурс в прошлое – в 50-е годы прошлого века, когда зарождался массовый европейский туризм. Денег у населения еще немного, но желание отдыхать, видеть мир становится все активнее. Появляются турфирмы, как правило, кооперирующиеся для увеличения капитала, которые организуют массовые туристические поездки. Проходили они в очень скромных, почти спартанских условиях. Например, немецкое товарищество Touropa организовало тогда так называемый вакационный поезд через города Швейцарии, Италии, Австрии и Германии: простые вагоны (спальных в Европе нет так много, расстояния не те!) оборудовали раскладными гамаками для сна.

В это же время начали летать первые самолеты для туристов, а в середине 50-х европейцы открыли для себя Средиземноморье. Все началось с Испании. Кстати, и сейчас каждый третий отпуск у моря в Европе проводится именно в Испании. Тогда, в середине 50-х годов, Испания встретила европейцев чистейшими пляжами, морем, почти патриархальной красотой. Никакой «инфраструктуры» туризма еще не было и в помине. Так же девственно нетронута была, кстати, и Италия, которую тоже облюбовали европейские туристы. Однако с легкой руки диктатора Франко, определившего туризм как один из источников подъема национальной экономики Испании, на побережье Коста Брава, на Майорке, а затем и в других регионах начали расти отели. Но главное, конечно, цены. Номер в любой гостинице Испании в то время, а также на протяжении 1960–70-х, обходился на 25 % дешевле, чем в Италии, и почти на 40 % дешевле, чем в Великобритании, Швеции, Германии. Так именно Испания, а не Италия, стала родиной современного массового европейского туризма. Обслуживание туристов очень быстро заменило самое традиционное в здешних местах занятие – рыбную ловлю.

Испанию на долгие 50 лет буквально оккупировали туристы из Великобритании, Германии, Скандинавских стран. Интересно, что французы всегда несколько иначе смотрели на свой отдых. В 1950-х годах во Франции также был бум на отдых как внутри страны, так и за рубежом. Чаще всего французы отправлялись в соседние страны. Жерар Блиц, известный французский спортсмен и вполне состоятельный человек, предложил интересную идею – Club Med (Club Mediterranea). Чтобы французы могли отдыхать за границей в разных местах, желательно каждый раз новых, надо создать своего рода лагеря для взрослых, в которых можно было бы отдыхать, заниматься спортом, развлекаться – и все это all inclusive, никаких денег с собой брать на отдых не надо. Первая деревушка (или городок) Club Med, состоявшая из десятка простеньких соломенных бунгало, появилась на Балеарах. Идея французам понравилась, тем более что в отличие от международных курортов, здесь их слух не оскорбляла ни английская, ни немецкая речь. С каждым годом в городках расширялись возможности для отдыха: можно было жить не только в бунгало, но и в отличных коттеджах, рос уровень анимации и т. д. Сейчас таких городков по всему миру порядка 80 на 5 континентах.

К середине 50-х годов относится и такое европейское изобретение, как пакетные туры, сделавшие заграничные поездки доступными для представителей среднего класса. Автором идеи оказался, между прочим, потомок российских эмигрантов Владимир Райц, один из основателей английской компании Horizon Holiday Group, впервые предложившей пакетные групповые туры.

Итак, середина 50-х – рождение туризма в его современном понимании. Сам турбизнес зародился еще в XIX в., но только после Второй мировой войны массовый организованный туризм стал полноценной отраслью экономики.

Современная ситуация в мировом туризме

Отрасль оказалась на редкость жизнеспособной. Ежедневные поступления от международного туризма, согласно последним исследованиям Всемирной туристской организации

(UNWTO), составляют порядка 2 млрд долл. в день. В 2005 г. общая сумма расходов в этой сфере составила 682 млрд, что на 49 млрд, или на 3,4 % превысило показатели 2004 г. Если к этому прибавить 130 млрд, израсходованных иностранными туристами на перевозку, то общая сумма туристического экспорта превысит 800 млрд долл. А это – 6 % общемирового экспорта товаров и услуг, что сопоставимо с экспортом автомобильной и химической промышленности в мире. В 2006 г. Всемирная туристская организация отметила уже третий рекордный год по числу международных прибытий – в 2006 г. в мире зафиксировано 842 млн международных туристических прибытий, 4,5 % роста. За трехлетний период рост мирового туризма превысил 20 %. Самой посещаемой страной в мире остается Франция. В 2006 г. здесь побывало 76 млн иностранных гостей, это на 3 % больше, чем год назад. Для сравнения, у соседей Франции по туристическому пьедесталу ситуация следующая: Испания приняла 55,6 млн иностранных туристов, США – 49,4, Китай – 46,8. У Всемирной туристской организации есть еще один критерий преуспевания в туризме: доходы от отрасли. Здесь лидер – практически уже недосягаемый – США с 81,7 млрд долл. Затем идут Испания (47,9 млрд) и Франция (42,3).

Важно, что рост туризма в 2006 г. обогнал долгосрочный прогноз (4,1 %), несмотря на риски, с которыми мировой туризм столкнулся год назад – терроризм, санитарные проблемы, вызванные птичьим гриппом, и подъем нефтяных цен. Подъему также способствовало состояние мировой экономики, переживающей один из самых продолжительных периодов устойчивого развития.

Комментируя эту статистику, генеральный секретарь Всемирной туристской организации Франческо Франжиалли сказал ключевые слова: «Турсектор меняется вместе с миром». Это действительно так. Ведь еще 5 лет назад положение в отрасли было очень тревожным. Последствия теракта в Нью-Йорке 11 сентября 2001 г. были для мирового туризма столь тяжелыми, что эксперты всерьез говорили о его кончине. В первый год бронирования в Европе сократились как минимум на 25 %. Восстановление же потоков в самих США началось только пару лет назад, а выездной американский поток стабилизировался только в 2006 г. Так что 5 лет, предшествовавшие нынешнему успеху туризма, о котором говорит ВТО, стали для отрасли настоящим испытанием.

Новые реалии и вызовы рынка

Дело не только в теракте, и как следствие, отказе туристов летать и путешествовать вообще. Здесь сказался целый комплекс проблем. К терроризму добавились война в Ираке, вспышки неизвестных ранее заболеваний (SARS). Таких глобальных явлений не было со времен Второй мировой войны. Но главное, конечно, развитие Интернета и появление низкобюджетных перевозчиков. Интернет и он-лайн бронирование крупные туристические компании мира применяли уже давно, но развитие домашнего Интернета оказалось в начале нового тысячелетия той лавиной, которая грозила смести все прежние устои массового туризма. Люди могли не выходя из дома забронировать тур, значит, турагентства не нужны. В этой ситуации многие ведущие туроператоры Европы поспешили снизить или даже вообще отменить агентствам комиссионные.

Еще один удар массовому организованному туризму в том виде, каким его сформировали ведущие игроки, нанесли низкобюджетные перевозчики. Сейчас в Европе не менее 60 авиакомпаний-дискаунтеров. Вот, например, как оба эти фактора – Интернет и «лоу-косты» – отражаются на одной из ведущих туристических держав мира – Великобритании. В 2005 г. 80 млн человек прибыли или покинули Великобританию рейсами дешевых авиакомпаний. Растет и число агентств, бронирующих отдых с перелетом на low-cost. Легкость бронирований привела к тому, что число агентств вообще по стране уменьшается, а операторов – растет. Агентства теряют клиентов – те уходят к операторам, которые все чаще работают и с прямыми клиентами. Одновременно с 2002 г. вдвое выросло число клиентов, готовых самостоятельно бронировать свои туры, как пакетные, так и по частям. Не менее стремительно британский рынок скатывается и к бронированию last minute. Если российские туристы еще не научились планировать свой отдых заранее, то англичане уже разучились это делать. Зачем, если виза почти никуда не нужна, Европа – давно одна на всех, разницу между выездным и внутренним туризмом видят только чиновники, а билет на low-cost можно заказать и оплатить по мобильному телефону? В итоге объем предварительного бронирования, на котором базировался массовый европейский туризм, сокращается с каждым годом на 4–5 %. Единственное, где оно еще держится – бронирование за 1 месяц. Но операторов это мало спасает.

Как следствие всего этого резко сокращается объем пакетных туров. Компании, предлагающие пакеты, вынуждены адаптироваться – или уходить в узкую специализацию, предлагать

нишевые продукты или ориентироваться на более состоятельных клиентов. Дорогой или комбинированный отдых туристу гораздо труднее сделать самостоятельно.

По-прежнему главным пляжным направлением англичан остается Испания. Но туристы все меньше интересуются «простыми» турам «море, солнце, пляж» и некогда любимой Коста-Бравой, с которой когда-то вообще начался массовый туризм. Сегодня в 90 % случаев отдых в Испании для англичан – не престижно. «Продвинутые» и состоятельные туристы едут на Ближний Восток, в Латинскую Америку, на Карибы. В эти регионы, кстати, перемещаются сейчас и европейские инвестиции.

Другими словами, традиционный отдых «Три С» («sun-sea-sand») – уже не милая шутка, а презрительная оценка. Эксперты в один голос говорят: после 2001 г. турист стал другим. Привычный пакетный пляжный отдых стал распадаться на фрагменты.

Лучше всего продаются различные специализированные версии пляжного отдыха: скажем, «Клубы для молодежи» или тихие курорты с избранными отелями или апартаменты без питания. Все меньшим спросом пользуется стандартный двухнедельный семейный отдых. Главная тенденция последних нескольких лет – отказ от пакетных семейных путешествий на 2 недели. Сегодня редкая английская турфирма рекламирует себя, выдвигая на первый план такие туры. Детей в семьях, а соответственно, семейных отпускников становится все меньше, да и сами пакетные туры сейчас воспринимаются как что-то очень банальное. Но главное, большинству англичан теперь неинтересно так долго быть на одном месте, да еще всей семьей.

На английских туристах очень хорошо «видны» тенденции мирового туризма последних лет. Низкобюджетная авиаперевозка, увеличение числа выходных в году, расширение Евросоюза – все это породило в них любовь к частым и коротким поездкам, как на пляж, так и на экскурсии в свои и европейские города. Для этого даже появилось отличное и емкое понятие «city break» – его легко понять по аналогии с «coffee break». Так, лондонец может отправиться в Рим на выходные всего за 97 фунтов, т. е. за 5. тыс. руб., включая питание, страховку, перелет и все таксы!

В итоге для той же Испании, которая, можно сказать, выросла на массовом туризме, настали очень непростые времена. Когда-то ведущий курорт страны – Коста-Брава – страдает от недозагрузки. Зато растет спрос на короткие экскурсионные туры по стране. Основные низкобюджетные авиакомпании Европы сделали Испанию одним из своих главных направлений. Каждый год они увеличивают не только объемы перевозки, но и число маршрутов и направлений в этой стране. Возьмем тех же англичан: Ryanair летает в 13 испанских аэропортов, Easyjet и MyTravelLite – в 12, Jet2 – в 6, Thomsonfly – в 5, а немецкая Air Berlin – в 21. По официальной испанской статистике, лоу-косты в 2006 г. совершили 116 тыс. рейсов и доставили 29,7 % всего турпотока (55,6 млн). Темпы сумасшедшие: это на 30 % больше, чем год назад.

Дальнейшая монополизация мирового туррынка

Европейскому турбизнесу вообще, как и турбизнесу отдельных стран региона, сегодня присуща высокая консолидация. Вообще концентрация капитала в туризме началась еще в середине 60-х годов прошлого века, когда стали возникать так называемые вертикально интегрированные туристические холдинги, объединяющие гостиницы, воздушный флот, транспортные компании и агентства. Например, 3 ведущие туроператора Travelplan, Iberojet, Soltour держат на испанском рынке более 60 %. Крупнейшей компанией к 2000 г. в мире был немецкий концерн TUI. В конце 90-х лет прошлого века – начале нового тысячелетия он активно скупает фирмы в соседних странах. Купил крупнейшего английского оператора Thomson, а затем, имея виды на Средиземноморье, отправляя туда самые большие потоки туристов, поглотил лидирующего французского оператора Nouvelles Frontieres, отправляющего ежегодно почти 2,5 млн туристов в разные страны мира, в том числе на Средиземное море. NF – единственная во Франции вертикально-интегрированная туристическая группа с многоканальной дистрибуцией через 237 офисов продаж, Интернет, системы Teletext, Minitel и call-центры. Ей также принадлежит 22 отеля сети Paladin на 6900 мест, 2 авиакомпании (Corsair и Aerolyon) с парком из 15 самолетов, 6 из которых «Боинги-747».

Но кризис, вызванный 11 сентября, был столь велик, что даже такой гигант как TUI начал работать с прибылью только в 2005 г. и только тогда смог продолжить расширение своих активов. Для того чтобы выживать в условиях позднего бронирования и резко изменившихся покупательских предпочтений, растущего влияния Интернета и лоу-костов международным мегакомпаниям нужен максимальный контроль за всей цепочкой: агентство – транспорт – отель.

Совсем недавно, в начале этого года, два ведущих британских туроператора массового отдыха – Thomas Cook и MyTravel – объявили о слиянии, в результате которого возникнет одна

из крупнейших в Европе туристических компаний. Thomas Cook – вторая по величине туристическая группа в Европе после концерна TUI. Это крупнейшая в Великобритании фирма со штатом в 11 тыс. человек и 615 точками продаж, тремя call-центрами, собственным телеканалом. Thomas Cook, один из ветеранов туристического рынка Великобритании, принадлежит немецким акционерам – авиакомпании Lufthansa и розничной сети KarstadtQuelle. По официальному заявлению сторон, в результате этой сделки, которая будет завершена к июню 2007 г., новая компания получит лидирующие позиции в Великобритании, Ирландии, Германии, Скандинавии, странах Бенилюкса, Франции и Канаде.

MyTravel Group (бывшая Airtours) – вторая на английском рынке массового отдыха после Thomas Cook. В компании работают более 14 тыс. человек, причем 5 тыс. – за пределами Великобритании. В прошлом году пакетные туры этого оператора приобрели 6 млн человек. В его распоряжении 31 самолет, 81 гостиница.

Надо сказать, что после теракта 11 сентября 2001 г. в Нью-Йорке Thomas Cook удалось стабилизировать положение и выйти на прибыль весной 2006 г., а MyTravel – лишь к декабрю 2006. MyTravel в последнее время делала неоднократные попытки объединения с другим сильным игроком на рынке.

Реакция крупнейшего в мире туристического концерна TUI на «происки» конкурентов оказалась молниеносной. Уже в феврале 2007 г. он сообщил о приобретении британской компании First Choice, которая на европейском рынке занимает четвертую позицию. После завершения предстоящей сделки TUI Travel – так будет называться новая компания – уйдет в отрыв от своего ближайшего конкурента Thomas Cook. В 2005 г. совокупная прибыль Thomas Cook и Mytravel составила 12 млрд евро. TUI и First Choice вместе заработали 18 млрд евро. Новая объединенная группа TUI-First Choice будет обслуживать порядка 27 млн туристов на 20 рынках и 200 направлениях.

Растущие рынки

Одновременно с появлением новых реалий туристического рынка такие ведущие направления недорогого пляжного отдыха европейцев, как Испания и Италия, стали испытывать все большую конкуренцию со стороны растущих рынков – Египта, Турции, Хорватии, Туниса, Болгарии. Отдых здесь дешевле, а экология – лучше. Меняется и картина въездного туризма в Европу. Если раньше основной въездной поток составляли туристы из соседних стран, т. е. французы ехали к испанцам, немцы – к итальянцам, англичане – к французам, то сейчас все большую долю с ежегодным ростом не менее 20 % составляют китайцы, японцы, корейцы и жители Восточной Европы, в том числе России. Так, в 2005 г. из азиатских стран в Европу и Великобританию приехало 14 млн. В некотором смысле Европа оказалась не готова к такому потоку. Например, китайские туристы обычно выбирают 10-дневные туры по Европе или Великобритании, объединяя в нем сразу несколько стран. При этом они стараются экономить на размещении, чтобы основную часть своих денег истратить на покупки в торговых центрах известных мировых брендов. А во многих странах, включая Великобританию, выбор размещения в диапазоне от дешевого до недорогого очень невелик и в последнее время только сужается. По этой причине и поток туристов из Китая сюда снижается. Во Франции выбор недорогого размещения больше, соответственно на китайском рынке растет спрос на туры в эту страну. Китайцы любят путешествовать массово, большими группами на нескольких автобусах, не теряя времени при осмотре достопримечательностей, а во многих европейских городах нет больших стоянок для автобусов, нет доступа в центр города и т. д. Интересно, что многие хотельеры и даже операторы из европейских стран настолько не готовы к специфическим требованиям азиатских туристов, что даже отказываются с ними работать.

Дело однако в том, что туристы из азиатских стран массово путешествуют по миру не так давно, а китайцы – вообще не более 5 лет, причем, на государственной основе – им каждый год дают новые направления в некий обязательный список разрешенных для путешествий стран – и в этом отсутствии опыта они напоминают наших туристов начала 90-х годов. Сейчас мы – туристы уже с солидным опытом. Приобретут этот опыт и азиатские страны. Как они стремительно приобретают в создании собственной инфраструктуры туризма. В любом случае темпы роста туризма в развивающихся странах почти в 3 раза выше, чем в Европе и США. WTTC сформировал список из 10 стран, туристический сектор которых в 2007–2016 гг. будет развиваться наиболее стремительно. Вот этот перечень, проценты показывают ежегодный прирост индустрии туризма: Черногория – 10,2 %, Китай – 8,7 %, Индия – 8 %, Румыния – 7,9 %, Хорватия – 7,6 %, Вьетнам – 7,5 %, Латвия – 7,3 %, Мальдивы – 7,2 %, Албания – 7 %, Камбоджа – 7 %. В Азии наиболее активными участниками мирового рынка будут оставаться Китай и Ин-

дия, в Европе эта роль отведена Черногории. На российском рынке многие из этих направлений уже освоены как массовые: Хорватия с 1999 г., набирают обороты Китай, Вьетнам, Черногория, куда очень активно идут сейчас российские инвестиции. В Албании и Румынии пока слабовата гостиничная база. Но все очень быстро меняется, и по оценкам наших экспертов, эти направления будут серьезно представлены на нашем рынке уже через два-три года.

Подводя итог, можно сказать, что несмотря на серьезные трудности, вставшие перед туризмом в мире, отрасль смогла приспособиться к новым реалиям. Доказательство этому – совсем свежие результаты последних трех лет. Рост за это время (несмотря на теракты, к сожалению, довольно регулярные в туристических городах) составил 20 %. Согласно последнему прогнозу Ежегодного барометра туризма, представленного Всемирной туристской организацией, данная тенденция сохранится и на нынешний 2007 г.

ИГРА С СОЗНАНИЕМ ПОТРЕБИТЕЛЯ: ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ ПРЕДПРИЯТИЙ ИГОРНОГО БИЗНЕСА

Ю. В. Тёмный, *д-р экон. наук, профессор, директор Волжско-Камского филиала РМАТ*
В. Стальная, *аспирант Камской государственной инженерно-экономической академии г. Набережные Челны*

Важным элементом туристского комплекса, органически входящим в индустрию туризма и дающим миллиардные обороты, является сегмент игорного бизнеса. Благодаря игорной индустрии многие страны мира и отдельные регионы стали крупнейшими центрами туризма и развлечений. Так, например, Лас-Вегас в 2006 г. установил новый рекорд посещаемости – 36 млн туристов. Атлантик-Сити встретил на своей территории более 15 млн туристов – любителей азарта. Ежегодно в Монте-Карло – европейскую столицу игорной индустрии съезжается до двух миллионов человек. Население этого городка просто растворяется в потоке туристов без остатка – на одного жителя Монте-Карло приходится до 100 приезжих. Макао, бывшая португальская колония, при населении в 440 тыс. человек привлекает до 12 млн туристов в год и получает от игорного бизнеса до 70 % своих доходов [1]. Несмотря на мировые тенденции, в России игорный бизнес пока не стал существенным фактором привлечения туристов. Однако депутаты Госдумы, принявшие в декабре 2006 г. новый закон об игорном бизнесе, рассчитывают именно на это. В соответствии с новым законом отечественный игорный бизнес предполагается разместить в четырех специализированных зонах: это Калининградская область, Алтай, Приморский край, граница Ростовской области и Краснодарского края. Создание таких зон станет импульсом для социально-экономического развития и будет способствовать развитию туризма, гостиничного бизнеса и розничной торговли в выбранных регионах. Конечно, создание таких зон требует длительного времени и колоссального объема инвестиций при неочевидной экономической выгоде.

После вступления в силу указанных в законе факторов, ограничивающих деятельность игорных заведений, в первую очередь «выживут» те из них, которые имеют сильные «тыловые позиции» и сумеют быстро и правильно сориентироваться в новой бизнес-среде. Однако дальнейшее существование и развитие игорного бизнеса в большей степени будет определяться законами рынка и конкуренции. Предполагаемая форма организации игорного бизнеса в России несколько напоминает организационные модели игорной индустрии Португалии (где создано 10 игровых зон), Венесуэлы (игорный бизнес сосредоточен на о. Сан-Маргарита), Соединенных Штатов Америки, где легализация игорного бизнеса проходила поэтапно, разрешая открытие казино в определенных городах и резервациях. Такая форма организации бизнеса привела к тому, что в данных государствах сформировались географические игорные центры – появились целые города-казино, и все механизмы ведения конкурентной борьбы оттачивались годами. В результате действия «естественного конкурентного отбора» выживали сильнейшие, а неверно определенные стратегия и тактика конкурентной борьбы вели к разорению и исчезновению целых игорных корпораций. В случае же с отечественной игорной индустрией, ситуация несколько иная. Вследствие сложного исторического развития и неопределенности статуса отечественного игорного бизнеса, большинство организационных процессов происходило стихийно. На протяжении долгого времени в условиях высокой степени неопределенности внешней среды не было возможности не только разработать приемлемую стратегию развития, но

и определить базовый маркетинговый инструментарий. Реализация российского закона по локализации объектов игорного бизнеса и, как следствие, искусственное уплотнение конкурентной среды и ужесточение конкуренции, усугубит и без того непростую ситуацию. Без определения приоритетных направлений своего развития, имеющих серьезную научно-исследовательскую базу в настоящем, предприятиям игорного бизнеса будет сложно выжить в условиях жесткой конкурентной среды.

Обратившись к зарубежному опыту, можно отметить, что владельцы казино и специалисты в области маркетинга игорных заведений четко определили ключевые факторы успеха своего бизнеса и довольно успешно оперируют в плотной конкурентной среде. Так, например, ключевым фактором успеха своей деятельности владельцы игорных заведений США считают позиционирование. Создание игорных городов и уплотнение конкурентной среды вызвало необходимость выработки индивидуальных стилей для каждого игорного заведения, что позволило обеспечить каждому казино устойчивую клиентскую базу.

Известный специалист по маркетингу казино С. Кейл утверждает, что «…именно позиционирование является тем инструментом, который позволяет выжить казино в среде конкурентов. Позиционирование является отправной точкой любой маркетинговой программы, реализуемой игорным заведением, и формирует ее основные положения».

А. Рейз и Д. Траут, признанные специалисты в области разработки технологий позиционирования, отмечают: «Позиционирование начинается с продукта, методов его продвижения, его качества, персонала компании или даже отдельно взятого сотрудника. Однако позиционирование не является прямым результатом того, что вы делаете с продуктом. Позиционирование – это то, что вы делаете с сознанием ваших потребителей».

Клэнси и Крейг в своей книге «Counter Intuitive marketing» отмечают, что «…как в стратегических, так и в тактических маркетинговых программах одной лаконичной фразой или даже словом должна быть отмечена главная идея вашей позиции на рынке, которая сможет прочно “засесть” в умах ваших существующих и потенциальных клиентов. Эта идея дает понимание того, почему клиент отдает предпочтение именно вашему брэнду, объясняет главные отличия вашей марки от марок конкурентов…» [2].

Игорный рынок, как и многие другие рынки, характеризуется существованием большого числа групп потребителей, отличающихся друг от друга вкусами, предпочтениями, уровнем доходов. И даже если эти группы представляют клиентов или потребителей одного казино, мотивация приобретения продукта различна. Например, клиентами одного и того же казино могут являться бизнесмены, путешествующие туристы, местные жители и т. д. Очевидно, что мотивы и цели их посещений, требования к одному и тому же продукту казино будут очень сильно отличаться.

Следует отметить, что механизм позиционирования игорного заведения имеет некоторые особенности, связанные главным образом со спецификой продукта игорной индустрии и его сложной структурой.

Изначально продукт игорной индустрии – азартная игра – неосязаемый продукт, впечатление развлекательного характера, основанное на риске и неопределенности. Однако в настоящее время предложение игорного заведения не ограничивается только этим. Со временем рост конкуренции способствовал существенному усложнению продукта игорной деятельности и сейчас он представляет собой целый комплекс, включающий как сами азартные игры, так и составляющие, которые не имеют отношения к индустрии игр. Для того чтобы выдержать натиск конкуренции, современные игорные заведения предлагают целый набор услуг отдыха и развлечений. В дополнение к азартным играм, игорные заведения удовлетворяет потребности самых разных направлений: тематические парки, фитнесс, рестораны, бары, шоу-программы, спортивные мероприятия, магазины, зоопарки – практически все, что может позволить себе воображение и выполнить технические устройства. Общее отношение к игорному заведению формируется на основе всех моментов и контактов, полученных за время пребывания в казино. Удовлетворенность клиента и готовность к повторным посещениям зависит не только от того – выиграет он в казино или нет, а еще и от того, сколько положительных эмоций и ярких впечатлений он получит во время пребывания в казино от посещения развлекательных мероприятий, отдыха, его атмосферы и пр.

Кристофер Лавлок (Kristopher Lavelock) – теоретик в области маркетинга – отмечает, что позиционирование предприятия сферы услуг начинается с установления комплекса элементов, составляющих его общее предложение. То есть необходимо определить ядро (базовую услугу) и те сопутствующие виды услуг, которые его дополняют. Только после этого необходимо решить, какое сочетание базовых и дополнительных услуг будет наилучшим образом соответст-



Рис. 1. Структура продукта игорного бизнеса

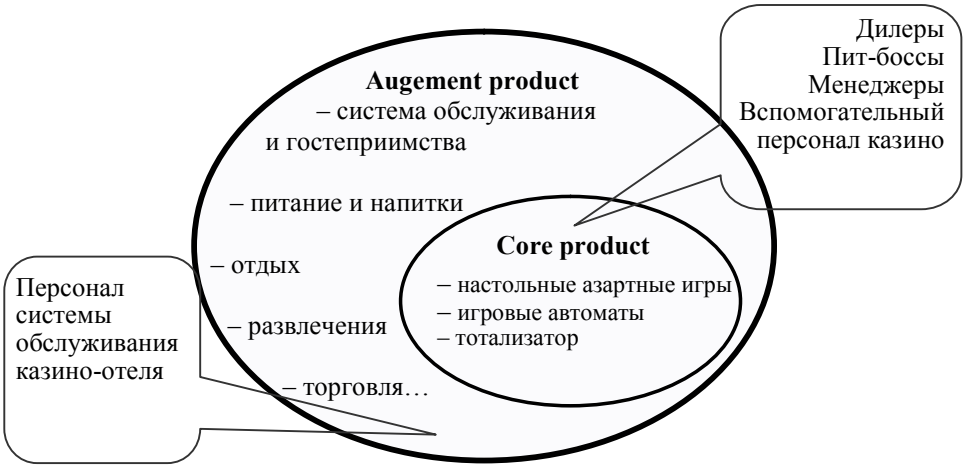


Рис. 2. Примерный перечень основных и дополнительных услуг казино-отеля

вовать ожиданиям целевых групп клиентов. Базовый продукт в сочетании с дополнительным представляет собой «расширенный», полный продукт, предлагаемый предприятием.

По мере развития потребности в разнообразии развлечений, а также ужесточения конкуренции игроки рынка игорного бизнеса были вынуждены расширить предложение путем дополнения базового набора сопутствующими услугами, сохраняя при этом выбранную линию позиционирования казино. По прошествии времени «оболочка» вокруг ядра нарастала, и именно она и стала определять специфические черты того или иного игорного заведения.

Рассмотрим структуру продукта игорного бизнеса.

Ядро (Core product – базовый продукт) – составляют услуги по проведению азартных игр.

Вся совокупность азартных игр представляет собой «якорный» вид деятельности и является ядром в совокупности услуг игорного заведения. Предложение данных видов услуг осуществляется дилерами, пит-боссами и другим обслуживающим персоналом. Профессионализм и личные качества данной категории персонала определяют качество базовых услуг, предоставляемых казино.

Смысл существования казино заключается в предоставлении базового набора услуг. Обычно услуги, входящие в состав ядра, не оказывают значительного влияния на выбор иного игорного заведения. Данный набор является типичным для любого казино и может варьироваться в незначительной степени. Вариация возможна лишь в некоторой корректировке набора азартных игр, незначительном изменении правил, максимумов и минимумов ставок на игровых столах. Главное в модификации услуг, составляющих ядро игорного заведения, это сохранение баланса между величиной проигрышей и призовых выплат (в соответствии с теорией вероятности и законом больших чисел).

Периферия (Augement product – дополнительный продукт) – составляется из комплекса сопутствующих услуг игорного заведения. Перечень дополнительных услуг, их разновидность и сочетание являются индивидуальными для каждого игорного заведения. Создание особого комплекса дополнительных услуг вокруг якорного вида деятельности часто бывает единственным направлением дифференциации, позволяющим клиенту сделать выбор в пользу того или иного игорного заведения. Поэтому позиция казино строится на создании специфического набора «боковых» функций, вид, качество и сочетание которых являются основой для позиционирования игорного заведения.

Следует отметить, что казино и сопутствующие услуги (питание, размещение в отеле, развлечения, торговля и т. д.) имеют разный уровень доходности. По данным Las Vegas Convention and Visitors Authority, в 2006 г. деятельность, не связанная с азартными играми, принесла Лас-Вегасу больше доходов, чем игорный бизнес – 6,5 млрд долл. против 6,1 млрд. В таблице приведена структура доходов и расходов по различным видам деятельности одного из крупнейших в мире операторов казино MGM Mirage Inc.

Основным звеном, приносящим большую часть дохода игорному заведению, являются боковые функции казино в своей совокупности. Хотя, сравнивая отдельные направления деятельности, лидерство остается за казино. Так, каждый второй потраченный доллар тратится на игру, каждый четвертый – на размещение в комнатах отеля, каждый пятый – на питание и напитки, каждый шестнадцатый доллар идет на посещение развлекательных мероприятий и т. д. Являясь якорным видом деятельности, игорный бизнес способствует продаже дополнительных услуг отелей с казино (отдых, развлечения) и делает это весьма успешно.

Выбор определенной линии позиционирования игорного заведения является определяющим фактором формирования других аспектов деятельности казино: приемам продвижения услуг игорного заведения, способам материализации услуги, формированию менталитета персонала и т. д. Так, например, Лин Шостак (Lynn Shostack), исследователь в области маркетинга игорного бизнеса, утверждает, что соотношение базового и дополнительного продуктов подобно формуле химического элемента: изменение или дополнение одной составляющей изменяет природу объекта в целом.

Позиция продукта казино на рынке определяется на основе выявления его качественных, ценовых и других преимуществ и особенностей перед аналогичными характеристиками продуктов конкурентов. В качестве параметров, описывающих позиционирование, выбирают те, которые имеют наибольшую важность для потребителя. В результате последующего ранжирования и оптимизации продуктовых рядов будут сформированы конкурентные преимущества. Чем большим весом обладает заданное конкурентное преимущество с точки зрения потребителя, тем более эффективным может оказаться позиционирование. Например, в игорном бизнесе основными конкурентными преимуществами казино могут являться широкий спектр и уникальность предоставляемых услуг, специфика архитектурного оформления здания казино и стилевых решений, отличное или близкое к идеальному состояние материально-технической базы, высокий уровень качества обслуживания, его местоположение, относительно низкий уровень цен и т. д. Основным же источником различий в позиционировании казино на рынке, как показывает практика, является соотношение между ценой и качеством предоставляемых услуг. Это два ключевых параметра, влияющих на принятие решений потребителем относительно выбора игорного заведения. Их же можно использовать при построении карт позиционирования продуктов различных казино на рынке.

В целом в области позиционирования объектов игорной индустрии возможны следующие основные подходы:

- позиционирование на основе соотношения цена/качество;
- позиционирование на основе удовлетворения специфических потребностей целевой аудитории;
- позиционирование на основе противопоставления и учета слабых сторон конкурентов;
- позиционирование на основе использования отличительных символов и знаков.

1. Позиционирование на основе соотношения цена/качество

Многие покупатели соотносят высокие цены с высоким качеством. Основываясь на этом, многие казино специализируются на предоставлении услуг высокого класса, предлагая в своих отелях номера люкс с высоким уровнем сервиса за соответствующую плату, либо устанавливая высокие минимумы игровых столов. Такой политики позиционирования своих марок придерживаются крупнейшие корпорации Hurrah's, Las Vegas Hilton (США), Crown (Австралия). Такие казино полностью ориентированы на богатейших игроков (high-rollers) со всего мира. Широкий выбор недорогих напитков и шведский стол, разнообразие развлекательных программ

Структура доходов и расходов MGM Mirage
(январь–март 2004 г. [3])

Доходы	Тыс. долл.	%
Основная функция:		
Казино	558 723	48
Боковые функции, всего:	616 151	52
В том числе:		
Комнаты отелей	234 961	20
Питание и напитки	217 764	19
Развлекательные программы	67 242	6
Розничная торговля	45 098	4
Другое	51 086	3
Итого	1 174 874	100
Итого	1 174 874	100
Предоставленные скидки	–108 438	
Итого	1 066 436	
Расходы	**Тыс. долл.**	**%**
Основная функция:		
Казино	277 603	34
Боковые функции, всего:	558 339	66
В том числе:		
Комнаты отелей	61 832	7
Питание и напитки	119 549	14
Развлекательные программы	46 579	6
Розничная торговля	28 512	3
Другое	301 867	36
Итого	835 942	100
Доходы филиалов	24 172	
Доход от текущей деятельности	254 666	
Доход от инвестиционной деятельности	–102 266	
Прибыль до налогообложения	152 400	
Сумма налога	–55 260	
Чистая прибыль	97 140	

являются отличительной чертой недорогих казино-отелей, рассчитанных на широкую публику со средним достатком. Такой позиции с успехом придерживаются Circus-Circus и Golden Nugget казино в Лас-Вегасе.

2. Позиционирование на основе удовлетворения специфических потребностей целевой аудитории

В данном случае казино формирует набор услуг для определенной категории потребителей. Например, Stratosphere и Hard Rock Hotel and Casino (Лас-Вегас) ориентируются на клиентов, ищущих модных развлечений и захватывающих впечатлений. Stratosphere – единственный отель с казино, видный из любой точки Лас-Вегаса. Это уникальное сооружение достигает

347,78 м в высоту. На верху шпилевидной башни отеля расположен ресторан Top of the world, который находится в кольце прозрачных стекол, вращающемся по окружности, а также смотровая площадка, с которой открывается удивительная панорама города. По зданию отеля Stratosphere спускаются вертикальные рельсовые дорожки самого высокого в мире аттракциона «Big Shot», предназначенного для любителей острых ощущений. С самого верха отеля срываются платформы с сидениями для пассажиров, за 2,5 секунды преодолевают высоту шпиля и на скорости 72,42 км/ч спускаются к подножию отеля.

3. Позиционирование на основе противопоставления и учета слабых сторон конкурентов

Иногда казино позиционируют свою марку на отличных от конкурентов особенностях своей деятельности. Об этом обычно прямо или косвенно заявляется в рекламных слоганах. Так, например Palms Casino устанавливает норму выигрыша на игровых автоматах, равную 93,42 %, против среднего по Лас-Вегасу значения в 91,7 % и активно использует данное противопоставление в своей рекламной политике. Австралийское казино Queensland определило свое позиционирование в противовес местным игровым клубам, заявив в своей рекламе «Наши автоматы платят больше – это закон!».

4. Позиционирование на основе использования отличительных символов и знаков

Компании иногда используют символы и знаки для позиционирования своей марки. Через некоторое время этот символ может стать синонимом брэнда компании. Например, казино Лас-Вегаса Paris-Paris в качестве такого символа использует изображение Эйфелевой башни, которое применяет во всех своих маркетинговых коммуникациях, используя оттиск этого архитектурного сооружения даже на мыле, тюбиках с шампунем и зубной пастой в комнатах своего отеля. Подобный ход нацелен на то, что у клиентов каждый раз будет возникать устойчивая ассоциация этого символа с названием казино-отеля, который его использует.

Конечно, приведенный перечень способов позиционирования казино не является исчерпывающим. Кроме того, некоторые крупные игорные корпорации на основе результатов исследований последних тенденций в сфере индустрии развлечений намерены изменить стратегию позиционирования на основе корректировки структуры самого продукта игорной индустрии. Так, например, совершенно иным образом планирует позиционировать свой продукт Las Vegas Sands. В планах корпорации строительство нового отеля-казино в Сингапуре. В планах правительства Сингапура превратить страну в мировой центр развлечений и туризма, что будет способствовать притоку туристов. Совместным решением руководства было позиционирование нового объекта компании как игрового центра развлечений. Именно поэтому в предложенной программе позиционирования вид «полного» продукта был несколько иным. Так, к базовым услугам были отнесены все развлекательные виды деятельности (выставочные и развлекательные центры, концертные залы, музеи, аттракционы и пр.), а азартным играм было отведено место во вспомогательной части продукта, наряду с системой питания, торговли, размещения и обслуживания.

В практике позиционирования казино можно выделить следующие типичные ошибки:

- противоречивое позиционирование;
- нечеткое позиционирование;
- избыточно позиционирование.

1. Противоречивое (неоднозначное) позиционирование характеризует ситуацию, когда клиенты не могут закрепить четкого представления о том или ином казино, и у них возникает противоречивое мнение относительно данного заведения. Такое восприятие часто вызвано отсутствием четких критериев дифференциации или отбором критериев позиционирования. Так, казино не может быть одновременно и «хорошим местом отдыха» для местного населения и «прекрасным заведением для развлечений иностранных туристов». В качестве примера можно привести неудачную попытку позиционирования одного из самых крупных казино Лас-Вегаса MGM Grand как крупного игорного заведения, и как центра «семейного отдыха». Однако данный проект потерпел неудачу: с детьми в Лас-Вегас никто не поехал. Парк по типу «Диснейленда», на сооружение которого в казино-отеле было инвестировано более 2 млрд долл. закрыли. Теперь все мега-отели Лас-Вегаса все больше отходят от наметившегося в 90-е годы «семейного» направления. В казино стремительно растет количество развлечений только для взрослых.

2. Нечеткое позиционирование (недопозиционирование) возникает в случае выбора параметров, не представляющих особой ценности для клиентов. В качестве примера нечеткого позиционирования можно привести позиционную программу Claridge Casino Hotel в Атлантик-Сити. Результаты опроса, проведенного маркетинговой службой этого игорного заведения

показали, что клиенты не могут сформировать четкого представления, на какой контингент клиентов ориентировано данное казино и сформулировать однозначное мнение, относительно его главных отличительных характеристик.

3. Перепозиционирование (избыточно позиционирование) – возникает в случае, когда казино выбирает сложные критерии позиционирования и рассчитывает на слишком узкие сегменты рынка. Например, если казино ориентируется на сегмент клиентов, для которых критерием выбора игорного заведения является «отличный контроль правильности выигрышных сумм» – это может стать примером избыточного позиционирования игорного заведения.

Идентификация перечня периферийных услуг как главное направление позиционирования казино позволяет проводить целенаправленные маркетинговые мероприятия. Такая организация продукта, предлагаемого казино позволяет игорному заведению сориентироваться в следующих вопросах:

1. Является ли наш продукт особенным на целевом рынке. Если да – как качество и цена соотносятся с ожиданиями клиентов и предложением конкурентов?

2. Если мы предлагаем некоторые дополнительные, то как это делают наши конкуренты? Ожидают ли наши клиенты этих дополнительных услуг или они удовлетворены существующей системой обслуживания?

3. Какие ресурсы: людские, технологические, информационные и т. д. необходимы для качественного исполнения дополнительного вида услуг? Какова доходность инвестиций в каждый дополнительный вид деятельности?

Французские исследователи Эглиер (Eiglier) и Лангард (Langard) отмечают, что стратегия позиционирования казино строится на следующих положениях:

1. Качество предоставления каждой отдельной единицы услуги воздействуют на восприятие качества всех остальных. Все вспомогательные услуги формируют общее качество услуг казино.

2. Маркетинговые исследования необходимы для оценки общей удовлетворенности услугами игорного заведения, а также для оценки того, как удовлетворенность распределена между базовыми и периферийными видами услуг.

3. Решение о введении какой-либо дополнительной услуги является прерогативой стратегического планирования. Структура предложения игорного заведения должна полностью отвечать существующей стратегии позиционирования казино-отеля.

4. Важным решением в области позиционирования казино-отеля является вопрос ценообразования – брать ли плату с клиентов за каждый дополнительный вид услуги, устанавливать ли общую плату за комплекс услуг, либо предоставлять некоторые виды дополнительных услуг бесплатно.

Независимо от выбранного направления позиционирования, оно должно установить крепкие связи между позицией казино на рынке и сознанием целевых потребителей. Позиционирование позволяет дифференцировать казино и сориентировать потребителей в выборе предпочтительного объекта. Правильный выбор направления позиционирования казино позволит в будущем сформировать приверженность к игорному заведению и, соответственно, надежно закрепиться в рыночном сегменте.

Несомненно, практика маркетинговой деятельности зарубежных игорных компаний чрезвычайно широка и разнообразна и, говоря о возможностях ее применения в управлении российскими предприятиями, по ряду ключевых параметров абсолютно несовместима с условиями российского рынка. Но, несмотря на различия в условиях и формах хозяйствования, ряд положений зарубежной практики маркетинга игорной индустрии может быть использован российскими предпринимателями для повышения эффективности деятельности предприятий и завоевания преимуществ в конкурентной борьбе.

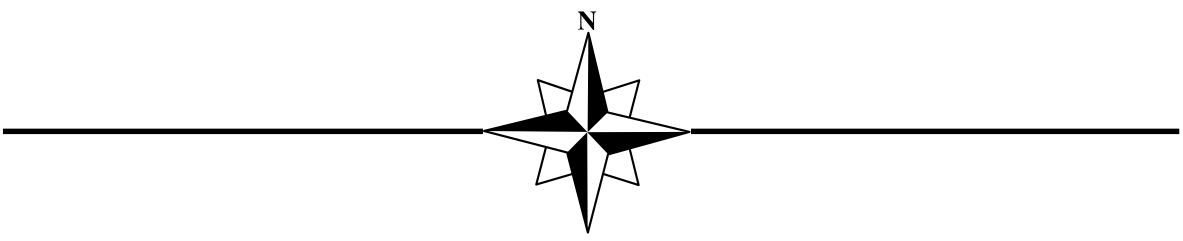
Литература

1. Скорлыгина Н. Рулетка набирает обороты. Азартная индустрия пошла в рост // Коммерсантъ. – 2004. – 12.04.

2. H.Sudhir, Ph.D.Kale. 4P Framework for casino success. 2005.

3. MGM MIRAGE Reports 1st Qtr 2004 Net Profit of $105.8 million Double from 2003; Most Profitable Quarter Ever // http://www.mgmmirage.com.

ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННЫЙ ПОТЕНЦИАЛ И РЕГИОНАЛЬНЫЕ ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА



РОЛЬ ОБЪЕКТОВ КУЛЬТУРНО-ИСТОРИЧЕСКОГО НАСЛЕДИЯ ГОРОДА ОРЕНБУРГА В РАЗВИТИИ ПОЗНАВАТЕЛЬНОГО ТУРИЗМА (НА ПРИМЕРЕ КУЛЬТОВЫХ СООРУЖЕНИЙ МУСУЛЬМАН)

Л. К. Абубакирова, *младший научный сотрудник лаборатории природного и культурного наследия Института степи УрО РАН*

Культурно-исторические рекреационные ресурсы, представляющие собой наследие прошлых эпох общественного развития, служат предпосылкой для организации культурно-познавательных рекреационных занятий. К данным ресурсам рекреации принято относить памятники истории, археологии, искусства, исторические местности, этнографическое разнообразие, охватывающие материальные и духовные компоненты [3].

Региональное своеобразие памятников историко-культурного наследия определил период становления территории Оренбуржья, когда край вошел в состав Российской империи. Построенные в XVIII в. форпосты, редуты и крепости образуют каркас сети населенных пунктов, сам же Оренбург был основан в 1743 г. как город-крепость [2]. В целях комплексного рекреационного исследования территории актуальным является оценка культурно-исторического потенциала. Объектами нашего исследования являются архитектурные культовые сооружения мусульман, с целью вовлечения их в процесс туристского освоения. Важно учесть, что исследуемая территория, находясь на контактной линии Европы и Азии, обладает уникальными и неповторимыми качествами, включая разнообразные природные условия, богатую историю заселения и хозяйственное освоение. Известно, что культура, традиции и обычаи любого региона являются одним из главных мотивов познавательного интереса рекреантов. Но фактически к культурно-историческим рекреационным ресурсам можно отнести объекты, которые научными методами оценены как средства удовлетворения рекреационных потребностей общества. В связи с этим для исследуемой территории необходимо выявление наиболее ценных объектов, их потенциала для развития познавательного туризма.

Территории, образуемые культурно-историческими объектами, в частности культовыми сооружениями мусульман, могут определить локализацию рекреационных потоков и направления экскурсионных маршрутов.

В Оренбуржье действуют несколько религиозных туров к местам поклонения христиан, организуемые некоторыми туристическими фирмами и собственно религиозными организациями города. Они имеют большую значимость для верующих и людей, интересующихся историей родного края. Экскурсии к культовым объектам мусульман не осуществляются, что отражается на общей культуре населения, и это в то время, когда ислам суннитского толка в Оренбурге является преобладающей религией по числу верующих после православия. Важно отметить, что до середины XIX в. ислам был преобладающей религией в регионе [4].

Проведенный опрос-анкетирование среди некоторой группы «этнических мусульман» города, показал, что современное общество практически не знает историю своего народа и ислама в частности. Положительные результаты получены лишь у учащихся медресе, а также мусульман, посещающих мечети, пятничные проповеди и лекции. Логично предположить еще большую неинформированность в этом вопросе у представителей других конфессий.

Анкетирование позволило выявить, что респонденты имеют общие представления о главных постулатах ислама, а исторические аспекты, например, татарского этноса находятся за пределами их знаний; большинство опрошенных верно определили процентное соотношение мусульман среди населения Российской Федерации; из мусульманских деятелей Оренбуржья были названы М. Р. Фахретдин, Джалиль, а также Р. Забиров и Р. Исрафилов; национальные и «собственно» мусульманские праздники в представлении респондентов – одно и то же. Несмотря на наличие мусульманских радиопрограммы, религиозных организаций, печатных СМИ и проводимых национальных праздников – наблюдается недостаточная информированность «этническими» мусульманами истории своего этноса и религии.

Одна из главных причин недостатка историко-этнографических, религиозных и краеведческих знаний – отсутствие образовательных программ, наглядного материала, широкой просветительской деятельности, в частности познавательных туров и красочных популярных печатных изданий (рекламных буклетов).

Имеющиеся в музеях документы, фотографии и прочие подлинники, на основе которых можно проводить научные исследования, «просвещать» общественность, невозможно в полной

мере использовать, а зачастую они находятся вне доступности для обычного посетителя. Например, фондам Оренбургского областного краеведческого музея более 175 лет, сформированы уникальные этнографические экспозиции, проводятся разнообразные выставки, но молодые ученые, специалисты и краеведы не имеют возможности работать с материальными источниками истории из-за отсутствия стационарных экспозиций и существующего ряда бюрократических «мероприятий» на пути их использования. Музеем осуществляются этнографические экспедиции по районам области, участие в которых и результаты важны для школьников, студентов, аспирантов и людей, интересующихся историей родного края. Музеи должны стать «живыми», где можно проследить процесс становления, традиции и обряды различных конфессий (например, научные аспекты ритуальных обрядов мусульман, паломничество и пр.).

Имеющийся европейский опыт организации деятельности музеев необходимо адаптировать в российскую действительность. Человек устроен таким образом, что информация усваивается лучше, когда существует сочетание визуального, вербального и тактильного восприятий. Особенно данный процесс важен для формирования представлений у подрастающего поколения.

Например, в Германии (в частности, Мюнхенском «Deutsches Museum», «Alpines museum des Deutschen Alpenvereins») экспонаты можно трогать и даже нюхать; в Финляндии и Швеции множество объектов, разработанных специально для детско-юношеского и взрослого восприятия окружающего мира. С помощью всех доступных сказочных средств, играя и развлекаясь, ребята познают много нового и интересного из жизни коренных обитателей данной местности (в частности, в Хельсинском музейном центре «Vapriikki», Стокгольмском музее А. Линдгрен, этнографическом музее под открытом небом «Skansen»). Важно, чтобы посетитель чувствовал себя не отчужденно среди экспонатов, лишь как наблюдатель, а размышлял, беседовал с сотрудниками и не боялся взять в руки предметы.

Из истории нам известно, что при советском атеистическом режиме наследие ислама в регионе подверглось серьезным гонениям. Этому свидетельствуют закрытые мечети, медресе, здания которых были отданы для нужд правоохранительных органов, светских учебных заведений и часть из них не возвращены до настоящего времени. Но все же сохранены бесценные свидетельства духовной жизни мусульман Оренбуржья: архитектурные памятники и культовые сооружения, старинные рукописи и издания Корана, коврики для намаза, одежда, ковры, фотографии. Возможно, в частных коллекциях хранятся личные вещи исламских просветителей и видных деятелей культуры. Именно они могут составить основу музейной экспозиции «История ислама в Оренбуржье», которая в свою очередь может стать важным звеном в познавательном экскурсионном маршруте.

К перспективным объектам познавательного туризма можно отнести архитектурные памятники истории федерального и регионального значения; сохранившиеся здания исламских культовых сооружений; дома выдающихся мусульманских деятелей науки, культуры, искусства; а также современные формы этнографических экспозиций, национальных центров.

В основу проектируемого познавательного маршрута «История развития ислама в Оренбуржье» положена хронологическая последовательность образования культовых мусульманских сооружений Оренбурга [5]:

1. На момент основания города-крепости в Оренбурге мечетей не было, но в 18 км на северо-запад от него городские последователи ислама могли посещать храмы в Сеитовой слободе (ныне село Татарская Каргала), основанной в 1744 г.

2. Несколько лет существовала маленькая мечеть на левобережье Яика (ныне река Урал), в непосредственной близости от первого менового двора. В 1749 г. вследствие сильного паводка постройки были разрушены. В 1780-е годы на новом месте менового двора появилась мечеть, сначала в казенном магометанском училище, к югу от двора.

3. По указу императора Александра I в черте города первая мечеть была построена в 1802–1804 гг. Здание сохранилось, утратив минарет (переулок Каширина), около мечети позже появилось медресе.

4. В 1846 г. по проекту А. П. Брюллова открылся комплекс Караван-Сарай, являющийся объектом федерального значения. История образования и архитектура данного сооружения уникальны. Автор проекта проявил свой незаурядный талант к стилизации [7].

Стоит отметить, что к середине XIX в. количество исламских культовых сооружений в Оренбурге увеличилось, что было связано с ростом населения.

5. Позднее в северо-восточном углу Николаевской площади возвели небольшую мечеть, здание которой сохранилось, утратив минарет; в связи с дальнейшей застройкой оно оказалось на территории госпиталя по улице Комсомольской.

6. В 1879–1885 гг. было отведено место для Соборной мечети, у застроенного ныне мусульманского кладбища.

7. В 1887 г. открылась мечеть «Сулеймания» на Аренде.

8. В 1889–1893 гг. меценаты братья Хусаиновы возвели архитектурный комплекс «Хусаиния» по проекту городского архитектора Корина [1]. Архитектура мечети своеобразна, декор сочетает в себе элементы восточных и европейских стилей. В городе они были известными личностями, открывали новометодные школы в Самарканде, различных областях России и даже Мекке. В голодные 1880–1881 гг. они занимались благотворительностью, также на их средства был заложен фундамент известного Казанско-Богородицкого кафедрального собора (ныне сохранен только фундамент).

9. В 1907 г. была построена мечеть «Рамазан». Функционировать она начала в 1910 г. После середины 30-х годов мечеть закрыли и отдали под станкостроительный завод, позже для государственной автомобильной инспекции. По рассказам старожилов, в послевоенные годы один мужественный мусульманин поднимался на минарет мечети и произносил призыв на молитву (азан). Позже выход на минарет замуровали, и более двадцати лет для верующих мечеть была закрыта. Точные данные об авторе проекта данного сооружения и на чьи средства была построена мечеть отсутствуют.

10. К перспективным объектам познавательного тура можно отнести дома, в которых проживал выдающийся ученый – мыслитель, историк, писатель, педагог и журналист – Ризаэтдин бин Фахретдин. Его называли «просветитель просветителей». История жизни, труды этого уникального ученого заслуживают особого исследования. В частности, на это указывает тот факт, что в 1926 г. он во главе делегации духовных лиц из разных регионов СССР участвовал во Всемирном мусульманском конгрессе в Мекке, был избран его вице-президентом [6].

В планируемый маршрут необходимо включить музей истории города и областной краеведческий музей, в которых можно ознакомиться с этнографической экспозицией; строящийся музейный комплекс «Национальная деревня», проект которого осуществляется в ряде городов (как, например, в Саратове), в целях ознакомления местного населения и гостей города с этнографическим и конфессиональным разнообразием региона.

Литература

1. Абубакирова Л. К. Изящная вертикаль // Оренбуржье. – 2004. – № 72. – С. 7.

2. Географический атлас Оренбургской области. – М.: Изд-во ДИК, 1999. – С. 90.

3. География рекреационных систем СССР / Под ред. В. С. Преображенского, В. М. Кривошеева. – М.: Наука, 1980. – 137 с.

4. Герасименко Т. И. Оренбургско-Казахстанский трансграничный этнокультурный регион: особенности процесса колонизации и региональной политики // Степи Северной Евразии: материалы IV междунар. симпоз. – Оренбург, 2006. – С. 187–190.

5. Дорофеев В. В. Мечети Оренбуржья и его центра // Христианство и ислам на рубеже веков. – Оренбург, 1998. – С. 215–220.

6. Рахимкулова М. Ф. Ризаэтдин бин Фахретдин. – Оренбург: Изд-во ИЧП «Агентство “ПРЕССА”», 1998. – 254 с.

7. Футорянский Л. И. Оренбург. – Челябинск: Юж.-Уральск. кн. изд-во, 1993. – С. 252.

КУЛЬТУРНЫЙ ТУРИЗМ В ИСТОРИЧЕСКОМ ГОРОДЕ

Е. М. Акулич, *д-р социол. наук, директор*
Тобольского государственного историко-архитектурного музея-заповедника

Развитие туризма и сохранение историко-культурного наследия – два взаимосвязанных направления совместной деятельности государства и общества. Важным условием успеха этой деятельности становится вовлечение в сферу туризма всего многообразия культурного наследия, находящегося в каждом регионе. Социально-культурное пространство Тюменского региона, в котором происходит активный процесс институционализации туризма, характеризуется как наличием богатейшего историко-культурного потенциала, так и накопленным темпом экономического роста, последовательной государственной поддержкой развития туризма, разработкой закона «О туристской деятельности» и целевой программы «Основные направления туризма».

Все это способствует развитию культурно-познавательного туризма в исторических городах области – Тобольске, Тюмени, Ялуторовске, Ишиме и др.

Культурно-познавательный туризм способствует повышению образовательного и культурного уровня жителей и прежде всего подрастающего поколения, формированию у него патриотизма, уважения и любви к своему Отечеству. Культурный туризм во многом становится средством взаимодействия, дальнейшего развития и сохранения в едином региональном культурном пространстве многонациональных сибирских культур.

Литература

Акулич Е. М. Музей и регион: монография. – Екатеринбург: Изд-во УрГУ, 2004. – 427 с.

Областная целевая программа «Основные направления развития туризма в Тюменской области». – Тюмень, 2005.

НЕКОТОРЫЕ ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ РЕГИОНАЛЬНОГО ТУРИЗМА

В. Ц. Аханаева, *аспирант ВСГТУ, г. Улан-Удэ*

Динамика экономического развития мирового сообщества свидетельствует об основополагающей роли конкуренции в экономике любой страны. В настоящее время индустрия туризма является одной из наиболее динамично развивающихся отраслей мирового хозяйства. Наблюдая за опытом развития международной индустрии туризма, можно отметить, что эта отрасль для некоторых стран является источником валютных поступлений, способствует созданию дополнительных рабочих мест, обеспечению занятости населения, расширению международных связей.

Вместе с тем следует отметить, что роль отрасли туризма в нашей стране пока не является столь значительной, что обусловлено рядом факторов. Несмотря на то, что Россия славится своей богатой культурой, историей, природно-климатическим своеобразием и гостеприимством, туризм в России еще не столь развит и не имеет конкурентного статуса на международном рынке.

Россия занимает первое место по территории в мире, однако уровень развития туризма в нашей стране потенциально дифференцирован по регионам, т. е. ресурсный потенциал регионов различается по климатическим, социальным, культурным, географическим особенностям. Но чтобы все это превратилось в реальные туристские продукты, должна быть проделана специальная работа по экономическому планированию и обустройству инфраструктуры: прокладыванию дорог, строительству гостиниц, благоустройству мест отдыха, развлечений и т. п. Вместе с тем есть регионы, в которых развитие туризма является основополагающей региональной стратегией (например, Краснодарский край).

Становление индустрии туризма в Байкальском регионе имеет достаточно крупное общественно-политическое и социально-экономическое значение, поскольку непосредственно окажет влияние на дальнейшее развитие экономики, международных и внешнеэкономических связей Республики Бурятия.

На территории региона расположены историко-культурные, природно-климатические и религиозно-этнические ресурсы, которые могут быть положены в основу развития туристско-рекреационной зоны. Однако стоит отметить непосредственно их влияние на экосистему озера Байкал, т. е. нерациональное использование может вывести экосистему из равновесия. Таким образом, развитие туризма должно проходить в экологически безопасных условиях.

Удобное географическое расположение на пересечении транспортных линий, близость республики к Байкалу, Монголии и Китаю, растущая популярность региона в качестве туристской территории; уникальность природного комплекса озера Байкал; самобытность истории и культуры проживающих здесь с древних времен народов и многое другое – дают возможность предположить, что туризм является перспективной отраслью развития региона.

Проведенные Госкомитетом Республики Бурятия по делам молодежи, туризму, физической культуре и спорту и Байкальской региональной ассоциацией туризма маркетинговые исследования показали следующие определившиеся тенденции развития туризма в Республике Бурятия:

- преобладающий интерес к озеру Байкал как объекту туризма;
- рост интереса к зимнему и семейному туризму;

• рост интереса к активным видам туризма и разнообразным туристским занятиям;
• увеличение потребности в комфортабельных объектах размещения туристов с малым или средним количеством мест;
• увеличение потребности в развитии инфраструктуры туризма в зонах отдыха;
• увеличение требований рынка туризма к экологическому состоянию зон отдыха.

Анализ предпочтений показывает, что наибольшим подтвержденным спросом в настоящее время пользуются следующие виды туризма и отдыха, а также занятия, благодаря которым указанные виды отдыха имеют особую привлекательность:

♦ экологический туризм и туризм в условиях природной среды, природоведческие экскурсии;
♦ отдых в туристских центрах с развитой материальной базой и инфраструктурой спорта;
♦ отдых в туристских центрах с развитой материальной базой развлекательного бизнеса;
♦ отдых на пляжах и в лесопарковых зонах, использование малоподвижных видов отдыха, наблюдение за природой, посещение зоопарков, библиотек, кино-видеозалов и др.;
♦ отдых в комплексах, где созданы условия для общения и совместных занятий, в т. ч. участие в играх, экскурсиях, походах, самодеятельных мероприятиях, проживание в кемпингах;
♦ отдых в специализированных комплексах семейного туризма с развитой материальной базой для занятий и развлечений детей;
♦ отдых в санаториях.

Таким образом, реализация потенциала туристской индустрии Байкальского региона во многом связана с возможностью развития рассмотренных видов туризма.

Для успешного развития регионального туризма необходимо провести крупномасштабную маркетинговую политику с целью создания конкурентоспособного на международном рынке туристского продукта, совершенствовать материально-техническую базу и инфраструктуру туризма, т. е. необходимо создать условия для развития туристского рынка, а также повысить сервис, увеличить и разнообразить перечень предоставляемых туристских услуг.

Выполнение поставленных задач определяет активную роль в становлении туризма региональных органов власти, что возможно в результате реализации сбалансированной региональной политики.

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО ТУРИЗМА В ЦЕНТРАЛЬНОМ РЕГИОНЕ РФ

Р. Ф. Байрамов, *президент МБОФ «Диалог культур – единый мир», руководитель проекта «Этно-деревня», Москва*
Т. В. Меланина, *соруководитель проекта «Этно-деревня», Боровск*
А. А. Сафонова, *научный сотрудник кафедры МГУ им. М. В. Ломоносова*

В настоящее время в мировой практике существует два основных направления экологического туризма: путешествие в «дикую природу» и отдых на лоне природы в трансформированной человеком среде. Если первое направление получило развитие в первую очередь в таких странах как Австралия и США, то второе направление, известное как агротуризм, характерно для европейских стран, в которых уголков «девственной природы» практически не сохранилось.

Центральный регион РФ обладает громадным, пока еще мало используемым потенциалом для развития экологического туризма. Наличие на его территории особо охраняемых территорий как природной, так и культурной значимости, а также крестьянских хозяйств позволяет разработать систему комплексных туристических экомаршрутов, которые включают и посещение уголков «девственной природы», и знакомство с памятниками культурного наследия, и приобщение к жизни «крестьянского хозяйства». Подобная туристическая программа, как показывает европейский опыт, может оказать существенную поддержку в развитии сельской местности.

Разработка единой системы комплексных маршрутов необходима для соблюдения одного из основных принципов экологического туризма: «Не навреди!». Одним из первых примеров разработки и внедрения системы комплексных экотуров служит реализуемый МБОФ «Диалог культур – единый мир» совместно с ООО «Этно-деревня» и географическим факультетом МГУ им. М. В. Ломоносова проект «Этно-деревня» (в Боровском районе Калужской области).

ТУРИЗМ И ВСЕМИРНОЕ НАСЛЕДИЕ

А. С. Баранов

Всемирное наследие – ценная память человечества. Его материальная и культурная ценность незаменима и несопоставима. Живописные природные ландшафты и историко-культурные достопримечательности – прежде всего свидетели истории. Вместе с тем это – неиссякаемая движущая сила и духовная пища для продолжения и развития цивилизации страны и нации. С другой стороны, Всемирное наследие – общечеловеческое достояние, которому принадлежит важная вспомогательная роль в содействии обменам, взаимопониманию и совместному процветанию людей различных стран и национальностей с разными культурными традициями. Организованная и планомерная систематизация и охрана памятников культуры и природных ландшафтов – неукоснительный общий долг человечества, отражение его уважительного подхода к истории, традициям и всем достижениям цивилизации. Такие основные цели предусмотрены в международных Конвенциях об охране Всемирного наследия.

Творческое многообразие людей и культур составляет суть идеи Всемирного наследия. Странная способность современных обществ уничтожать свои собственные следы заставляет нас рассматривать сохранение Всемирного наследия как долг перед памятью. Нельзя сводить культурное наследие конкретного общества лишь к его материальным формам. Именно люди являются наиболее важными памятниками своих культур, а значит, подлинное общее наследие человечества – это его творческое многообразие.

Проблема сохранения культурного и природного наследия касается не только отдельных стран, но и человечества в целом. Сохранение памятников природы и культуры, имеющих выдающуюся универсальную ценность, предполагает взаимопонимание и сотрудничество на планетарном уровне.

Изучение и сохранение Всемирного наследия является всеобщей гуманитарной задачей. Культурное и природное достояние нашей планеты – это наследие, которое должно сохраняться для будущих поколений. Объекты наследия принадлежат не только тем государствам, где они расположены, но и всему человечеству. Главным условием сохранения наследия является формирование эмоционально-ценностного отношения к миру. Такое отношение не может существовать без уважения и любви к тому, что создано в течение длительной истории развития Земли и общества, без благоговения перед ценностями Природы и Культуры. Для того чтобы обеспечить эмоционально-ценностное отношение к наследию, мы должны это наследие видеть, понимать, чувствовать и любить.

Для сохранения и развития Всемирного культурного и природного наследия необходимо, чтобы о Конвенции и об усилиях, предпринимаемых в этой сфере ЮНЕСКО, было известно не только специалистам, но и всем людям, живущим в разных странах, так как именно они являются истинными хранителями этого наследия. Поскольку молодежь наследует эти уникальные ценности, очень важно, чтобы она принимала самое активное участие в процессе его сохранения и приумножения.

В нашей стране на сохранение историко-культурного наследия выделяется весьма мало средств. Поэтому иногда кажется, что главное – это восстановление соборов, различных памятников, создание заповедных территорий и т. п. Все это верно, но не решает главной задачи: никаких средств не хватит, если у населения не будет интереса к историко-культурному наследию, не будет понимания его значения. Почему даже образованному человеку кажется, что историко-культурное наследие – дело специалистов – ученых, а не его, дело тех инстанций, которые должны за это наследие отвечать, подобно тому, как отдельные организации должны отвечать за чистоту во дворе, на улице и в городе, за благоустройство городской территории, за оформление ее в праздники. Нельзя не учитывать и кризис у широких слоев населения страны исторических и культурно-региональных форм сознания. Отрицание после революции культуры прошлого как буржуазной, религиозной, эксплуататорской, несправедливой, подчеркивание и культивирование ценностей новой социалистической культуры способствовали девальвации исторического прошлого, вели к обесцениванию его и всего, что с ним связано – памятников, среды, действующих культовых учреждений и сооружений и т. п. Параллельно формировался и соответствующий взгляд на культурно-историческое наследие. Оно не осмыслялось в связи с традициями жизни населения, общины, землячества, а соединялось с символами государственности, централизованной власти, ритуалом торжественного содержания. Сегодня растет понимание того, что необходимо восстановить истори-

ческое и культурно-региональное сознание, пересмотреть понимание культурно-исторического наследия.

Мировое сообщество после разрушительных войн XX столетия осознанно пришло к необходимости выявлять, изучать и сохранять уникальные природные и культурные достояния планеты. В результате в 1972 г. на Генеральной конференции ЮНЕСКО была принята Конвенция об охране Всемирного культурного и природного наследия, воплотившая стремление сохранить наше наследие и в целостности передать его будущим поколениям. В Список Всемирного наследия ЮНЕСКО (на апрель 2007 г.) включено 830 объектов, расположенных в 138 странах мира. 23 объекта из этого Списка находятся на территории Российской Федерации.

При близком рассмотрении структуры Списка Всемирного наследия получаем следующую информацию (рис. 1–3):

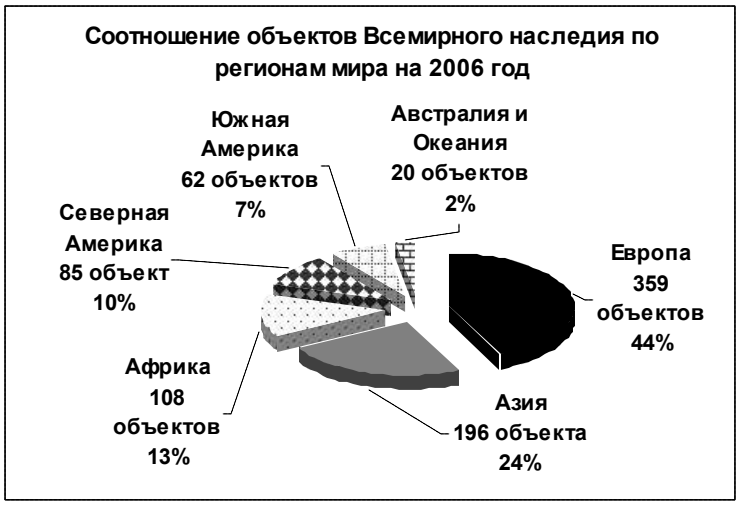


Рис. 1. Соотношение объектов Всемирного наследия по различным регионам мира на 2006 г.

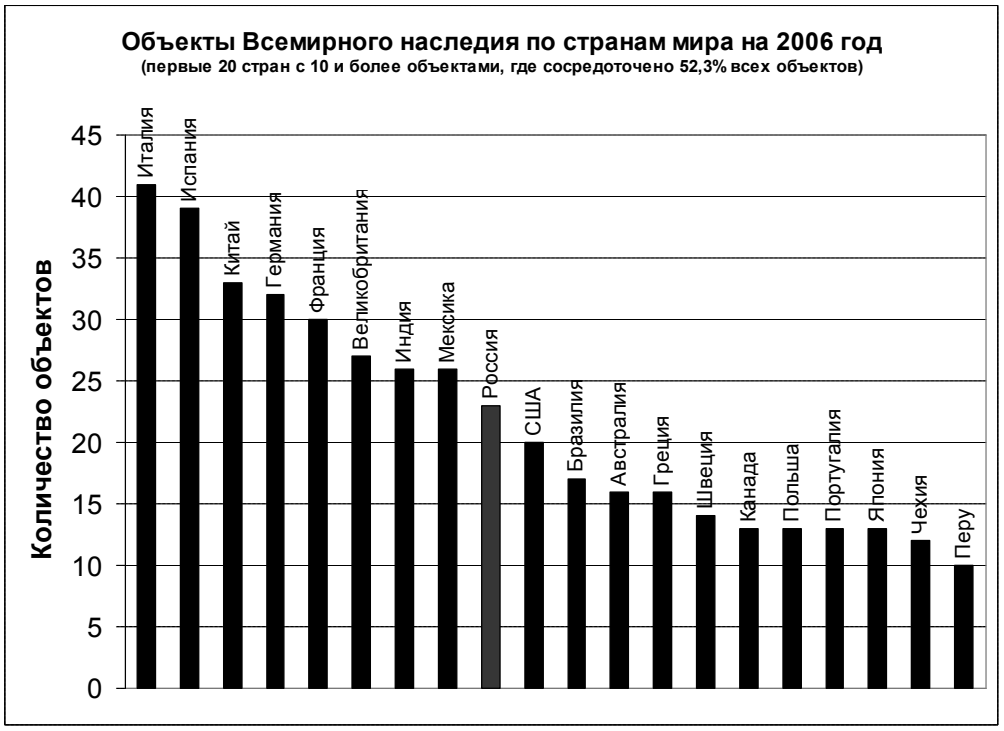


Рис. 2. Объекты Всемирного наследия по странам мира на 2006 г.
(первые 20 стран, в которых сосредоточено 10 и более объектов Всемирного наследия, что составляет 52,3 % от общего числа всех объектов в мире)







Рис. 3. Доля культурных, природных и природно-культурных объектов Всемирного наследия по регионам мира на 2006 г.

При анализе полученных данных через призму развития туризма можем сделать следующие выводы:

1. Динамика внесения объектов Всемирного наследия в целом соответствует аналогичной динамике развития туризма, что является адекватной тенденцией роста туристских потребностей.

2. Наибольшее количество объектов Всемирного наследия сосредоточено в экономически развитых странах, что, безусловно, ориентировано на страны – доноры туристов.

3. Подавляющее количество объектов Всемирного наследия являются «культурными», т. е. представляют собой всевозможные явления материальной культуры, которые наиболее привлекательны для туристов.

4. Количество природных объектов достаточно мало, но при этом практически отсутствуют региональные различия, что во многом связано с ограниченными возможностями посещения туристами особо охраняемых территорий.

Изучение и сохранение Всемирного наследия является всеобщей гуманитарной задачей. Однако в нашей стране внимание к проблемам сохранения и изучения Всемирного наследия уделяется недостаточно. К сожалению, индустрия туризма, которая могла бы стать локомотивом развития этого направления, пока еще не реализует полностью свой потенциал.

РЕГИОНАЛЬНЫЕ АСПЕКТЫ УПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЕМ ТУРИСТСКОЙ ОТРАСЛИ НА ПРИМЕРЕ РЕСПУБЛИКИ КАРЕЛИЯ

В. В. Громов, *канд. экон. наук, начальник отдела*
М. Б. Брайнин, *главный специалист отдела*
Отдел экономики и развития туризма
Министерства экономического развития Республики Карелия

Республиканские целевые программы развития туризма являются основным структурным узлом разработанной Правительством Республики Карелия и последовательно реализуемой, начиная с 1998 года, комплексной системы государственного регулирования и государственной поддержки отрасли.

Базируясь на концепции социально-экономического развития Республики Карелия на период до 2012 г. – основном стратегическом документе, определившем туризм в качестве одной из приоритетных отраслей экономики РК, точки роста, стимулирующей в конечном счете развитие всего хозяйственного комплекса, – среднесрочные республиканские целевые программы «Развитие туризма в Республике Карелия на 2000–2002 годы» и «Развитие туризма в Республике Карелия на 2003–2006 годы» детализировали на соответствующий период задачи и мероприятия по развитию туризма в республике, ресурсно-организационное обеспечение их реализации.

Республиканские целевые программы развития туризма являются, в свою очередь, базой для разработки кратко- и среднесрочных программ развития туризма в муниципальных образованиях, регламентируют порядок взаимодействия Министерства экономического развития Республики Карелия (основного исполнителя республиканских Программ), других министерств и ведомств, администраций городов и районов республики с рядом межведомственных, общественных и научных организаций, субъектов хозяйственной деятельности, вовлеченных в процессы организации и регулирования туристской деятельности на территории Карелии.

К числу основных разделов мероприятий республиканской целевой программы «Развитие туризма в Республике Карелия на 2003–2006 годы» относятся следующие разделы (табл. 1).

Реализация в течение четырех лет действия Программы практически всех запланированных мероприятий позволила успешно решать поставленную перед отраслью главную задачу – повысить вклад туризма в экономику республики, в том числе за счет увеличения количества рабочих мест, налоговых поступлений в республиканский бюджет, притока иностранной валюты, сохранения и рационального использования культурного и природного наследия Карелии.

Превышены прогнозные показатели по всем количественным индикаторам, используемым при проведении ежегодного мониторинга развития туризма в Республике Карелия (табл. 2).

Таблица 1

№ п/п	Раздел мероприятий	Решаемые задачи
1	Совершенствование научной базы туризма	Осуществление базовых научных исследований в области туризма с целью систематизации и продвижения туристского потенциала РК на рынки инвестиций; внедрение новых информационных технологий в процесс регулирования и планирования развития туризма
2	Совершенствование системы государственного регулирования и планирования развития туризма	Создание условий для развития внутреннего и въездного туризма; поддержка и развитие предпринимательства в сфере туризма; создание условий для возрождения и развития традиционных центров туризма в Республике Карелия, освоение новых туристских районов; обеспечение участия Республики Карелия в международных и всероссийских туристских ярмарках и выставках; интеграция Республики Карелия в российский туристский рынок и развитие международного сотрудничества в области туризма
3	Рекламно-информационное обеспечение отрасли	Организация и проведение специализированных международных выставок в г. Петрозаводске; подготовка информационно-рекламных материалов о туристском потенциале и возможностях туристского рынка Республики Карелия; формирование единого информационного туристского пространства Республики Карелия, создание сети информационных туристских центров
4	Совершенствование системы подготовки туристско-экскурсионных кадров	Организационно-методическая поддержка системы туристского образования; совершенствование научно-методического и информационно-технического обеспечения учебного процесса в туристских образовательных учреждениях
5	Нормативно-правовая область	Разработка экономических и правовых механизмов приоритетной поддержки въездного туризма; создание условий для привлечения отечественных и иностранных инвестиций в развитие материальной базы туризма

Таблица 2

Показатель	2002 г.	2006 г.	Прирост	2003–2006 гг. Всего
Количество посетителей РК, млн чел.	1,40	1,70	21,4 %	6,34
Объем туристско-экскурсионных и гостиничных услуг, млн руб.	195	450	1,3 раза	1 430
Объем внебюджетных инвестиций в инфраструктуру туризма РК, млн руб.	155	470	2,0 раза	1 530

К числу наиболее значимых инвестиционных проектов, реализованных с 2003 по 2006 год, относятся:

- г. Петрозаводск – реконструкция туркомплекса «Карелия» и гостиницы «Невская», ввод в эксплуатацию клубных отелей «Прионежский» и «Метро», гостиниц «Белые ночи», «На Онего», «Уют»;
- Центральный район и Заонежье – реконструкция санатория «Кивач» и загородного отеля «Калевала», строительство туристско-оздоровительного комплекса «Дворцы» в Марциальных водах, загородного туристского комплекса «Деревня Александровка» на берегу оз. Пертозеро, первой очереди научно-экспозиционного комплекса «Тематический парк “Карелия”» в Пряжинском районе и турбазы «Алёкка» (Сямозеро);
- Карельское Поморье – строительство гостиничного комплекса «Кузова» и расширение туркомплекса «Причал» (г. Кемь), строительство плавучей гостиницы «Брандвахта» и мини-гостиницы «Беломорье» (г. Беломорск);

• Север и северо-запад республики – строительство туркомплексов коттеджного типа на Паанаярви, Пяозеро и в п. Калевала, строительство гостиницы «Велт», кемпинга «Саамская деревня» и реконструкция гостиницы «Сампо» (Калевальский район), открытие дайвинг-центра «Полярный круг» (д. Нильмогуба, Лоухский район);

• Северное Приладожье – ввод в эксплуатацию туристского комплекса «Гардарика» на берегу оз. Янисъярви, гостиниц «Каунис» и «Волна» в Сортавале, реконструкция дачи Винтера в Сортавале и строительство на ее территории туристских домиков, обустройство под строительство туристского центра территории острова Коэнсаари в Лахденпохском районе.

Крупнейшим из реализованных на данный момент инвестиционных проектов в области инфраструктуры туризма в РК является строительство гостинично-туристского комплекса «Черные камни» на озере Янисъярви (более 150 млн руб. привлеченных средств). С 2005 г. в г. Петрозаводске ведется строительство четырехзвездочного гостиничного комплекса «Онего-Палас», в которое планируется привлечь порядка 20 млн долл. США. ОАО «Беломорско-Онежское пароходство» начата масштабная программа реконструкции речного вокзала и гостиницы «Фрегат» (с доведением ее вместимости до 100–150 мест) (г. Петрозаводск), развития Беломорского речного порта и строительства новых средств размещения (г. Беломорск), реконструкции причала на о. Кижи.

Достигнут значительный прогресс в транспортном обеспечении туристских потоков. В навигацию 2006 г. к транспортному обслуживанию на линии Петрозаводск – Кижи приступил еще один перевозчик – ООО «Турхолдинг "Карелия"» (5 судов туристского класса). ОАО «БОП» выделен льготный бюджетный кредит в объеме 29,7 млн руб. на покупку двух судов на воздушной подушке, что предоставит дополнительные возможности по круглогодичному обслуживанию на основных туристских линиях. Также за счет льготного бюджетного кредита в размере 6,3 млн руб. ГУП «Карелавтотранс» приобретены 2 автобуса туристского класса. Существенно расширен автобусный парк ряда турфирм.

Ежегодно возрастает поток посетителей на основные туристские объекты Республики Карелия:

Объект	2002 г., тыс. чел.	2006 г., тыс. чел.	Прирост	2003–2006 гг. Всего, тыс. чел.
Музей-заповедник «Кижи»	147	177	20,4 %	680
Острова Валаамского архипелага	80	96	20,0 %	371
Заповедник «Кивач»	30	66	1,2 раза	179

Результаты, достигнутые за последние годы в развитии туризма в Республике Карелия, опережающая динамика развития отрасли наглядно демонстрируют обоснованность и жизнеспособность программно-целевого подхода, внедренного в систему государственного регулирования развития туризма в республике.

Согласно результатам экспресс-опроса руководителей туристских организаций Республики Карелия (ноябрь-декабрь 2006 г.) 100 % респондентов считают программно-целевой подход оправдывающим себя, называя в качестве первоочередных мер государственной поддержки развития туризма подготовку рекламно-информационных материалов о туристском потенциале Карелии на русском и иностранных языках, обеспечение консолидированного участия в туристских выставках, проведение PR-компаний в российских и зарубежных СМИ, упрощение процедур льготного кредитования (в различных формах) туристских организаций, совершенствование подготовки кадров для отрасли, развитие сопутствующей инженерной инфраструктуры.

Решение задач (в том числе новых) стратегического характера, поставленных перед туристской отраслью Республики Карелия предполагает существенную интенсификацию усилий всех субъектов туристской деятельности в республике и, соответственно, выдвигает новые требования к государственному регулированию отрасли.

Так, принятие принципиального решения об участии в проводимых этапах федерального конкурса на право создания на территории республики туристско-рекреационной особой экономической зоны (с параллельной организацией работы по подготовке нормативной базы и технической документации для создания туристско-рекреационной ОЭЗ республиканского подчинения) повлекло за собой необходимость соответствующей поддержки в виде постоянного научного, информационного и кадрового обеспечения. По результатам прошедшего в августе-декабре 2006 г. федерального конкурса на право создания на территории регионов России

туристско-рекреационных особых экономических зон конкурсная заявка Республики Карелия, предусматривающая создание ОЭЗ на территории шести муниципальных районов РК, получила одну из самых высоких экспертных оценок.

На новый уровень развития необходимо в течение нескольких предстоящих лет вывести такой важнейший аспект развития туризма как рекламно-информационное продвижение республиканского турпродукта. В этой сфере настало время переходить от простого позиционирования Карелии как региона с высоким туристским потенциалом (что было достаточным на предыдущем этапе и осуществлялось в основном в рамках совместного с рядом других субъектов РФ использования предоставляемых зачастую на бесплатной основе рабочих мест на крупнейших туристских выставках) к агрессивной политике продвижения, направленной на успешное конкурентное противостояние лидерам на рынке российского въездного туризма.

Существует непосредственная тесная связь между объемом фактического бюджетного финансирования РЦП развития туризма, количеством международных туристских выставок, на которых представлена Республика Карелия (уровнем информационно-рекламного сопровождения, продвижения республиканского турпродукта на российский и международные рынки), въездным туристским потоком в Республику Карелия и объемом внебюджетных инвестиций в инфраструктуру республиканского туризма.

Кроме того, степень финансового участия исполнительной власти региона в решении проблем развития туризма на своей территории является для потенциальных инвесторов одним из основных критериев перспективности данного направления.

При подготовке к летнему туристскому сезону 2007 г. Минэкономразвития РК совместно с органами исполнительной власти Республики Карелия реализован комплекс мер государственной поддержки развития туристской отрасли по следующим основным направлениям, определенным по результатам очередного анкетирования руководителей туристских фирм:

- привлечение инвестиций в инфраструктуру туризма и смежных отраслей;
- информационно-рекламное продвижение карельских турпродуктов на российский и международный рынки туристских услуг;
- научное и кадровое обеспечение отрасли;
- развитие нормативно-законодательной базы в части регулирования туристской деятельности.

Как и в предыдущие годы, первостепенное внимание было уделено решению ключевой для отрасли задачи – совершенствованию туристской инфраструктуры Республики Карелия, приближению ее к уровню международных стандартов по качеству обслуживания и количественному отношению мест размещения к числу местных жителей, составляющему на данный момент 40–45 % от норм, рекомендуемых Всемирной туристской организацией (ЮНВТО).

В течение 2007 г. будут подготовлены к приему посетителей следующие объекты:

- ♦ туристско-спортивный комплекс в пос. Шальский на 100 мест (Пудожский муниципальный район);
- ♦ туристские комплексы и коттеджи общей вместимостью 117 мест (Сегежский муниципальный район);
- ♦ туристская база «Большая Медведица» на 68 мест (Медвежьегорский муниципальный район);
- ♦ база отдыха на острове Лайдасалма на 20 мест (Лоухский муниципальный район);
- ♦ реконструированные туристская база «Велт-Мааилма» на 20 мест и гостиница «Сампо» на 35 мест (Калевальский муниципальный район);
- ♦ реконструированная гостиница «Бирюза» на 109 мест (Медвежьегорский муниципальный район);
- ♦ реконструированная гостиница «Беломорск» на 90 мест (Беломорский муниципальный район).

Кроме того, в течение года продолжатся либо стартуют следующие значимые инвестиционные проекты в сфере туризма:

- строительство гостиничных комплексов «Онего-Палас» на 130 номеров (планируемый срок ввода в эксплуатацию – весна 2008 г.), «Петровский» на 145 мест (г. Петрозаводск);
- расширение гостиницы «Фрегат» за счет строительства нового гостиничного комплекса на 100–120 мест, реконструкция здания речного вокзала и размещение на его площадях конференц-зала на 150–180 мест, офисных помещений, приобретение новых пассажирских судов, благоустройство прилегающей территории, строительство гостевого причала для приема до 300 яхт в акватории, примыкающей к набережной в районе гостиницы «Фрегат» (г. Петрозаводск);

• строительство выставочно-культурного центра с гостиницей на 28 мест (г. Петрозаводск);
• расширение дайвинг-центра в д. Нильмогуба на берегу Белого моря (строительство гостиницы, приобретение автомобильных и снегоходных транспортных средств) (Лоухский муниципальный район);
• строительство нового корпуса на 50 мест туркомплекса «Причал» (Кемский муниципальный район);
• строительство туристско-гостиничного комплекса «Сорока» (Беломорский муниципальный район);
• строительство гостиницы на 240 мест в г. Сортавала.

Прогнозируемый объем внебюджетных инвестиций в развитие инфраструктуры туризма Республики Карелия в 2007 г. – более 500 млн руб.

Интенсивное развитие материальной базы туризма способствует решению важнейшей социальной задачи – обеспечению занятости населения.

Совместная деятельность Минэкономразвития РК, ИТЦ РК и туристских фирм республики по участию в международных и межрегиональных туристских выставках явилась одним из важнейших элементов подготовки к туристскому сезону 2007 г. В течение выставочного сезона конца 2006 – первой половины 2007 гг. Карелия была представлена единым стендом либо использовала предоставленные на бесплатной основе рабочие места на выставках INWETEX (октябрь, Санкт-Петербург), WTM (ноябрь, Лондон), МАТКА (январь, Хельсинки), ITB (март, Берлин), МІТТ (март, Москва), «Интурмаркет» (март, Москва), «Ворота Севера» (апрель, Вологда).

На выставках распространялись информационно-рекламные материалы (путеводители, карты Карелии, каталоги, брошюры, буклеты, листовки) Минэкономразвития РК, туристских организаций, проводились консультации посетителей стенда, демонстрировались мультимедийные презентации о туристских возможностях республики, обсуждались перспективы развития новых туристских услуг и программ.

Опрос мнения карельских туроператоров об эффективности участия в выставках выявил, что практически все их ожидания оправдались. Количество заключенных договоров превысило запланированное.

Министерство экономического развития РК планирует расширять представительство Республики Карелия на крупнейших международных туристских форумах, в том числе путем приобретения собственных выставочных площадей, организации дополнительных мероприятий в рамках выставок (презентаций, пресс-конференций, круглых столов), что, несмотря на увеличение расходов, позволит повысить эффективность участия в них.

В частности, Федеральным агентством по туризму в настоящий момент поддержано предложение Минэкономразвития РК о приобретении и оформлении российского стенда площадью более 100 квадратных метров на выставке «МАТКА–2008» (с частичным финансированием расходов на подготовку стенда и аренду выставочной площади за счет средств бюджетов Республики Карелия и Российской Федерации). Планируется предоставить рабочие места на стенде 20–25 карельским туристским компаниям.

2–3 марта 2007 г. в Петрозаводске проведен туристский форум «Карелия, открытая миру!», в рамках которого прошли VII специализированная выставка «Карелия туристская – 2007» и международная научно-практическая конференция «Развитие туризма на Северо-Западе России: практика, проблемы, перспективы». 26–28 апреля в столице республики проведена V специализированная выставка «Охота и рыбалка – 2007».

Выставки, проводимые в Петрозаводске, направлены на привлечение в республику крупных столичных и зарубежных туроператоров, расширение географии и объема реализации республиканского турпродукта.

Информация о развитии туризма в Республике Карелия постоянно размещается в крупнейших отраслевых СМИ. С 2007 г. выпускается периодическое издание «Карелия туристская», распространяемое, в частности, в поездах Октябрьской железной дороги. В ближайшее время выйдет в свет англоязычное издание туристского путеводителя по Республике Карелия, наличие которого необходимо при представлении туристского потенциала РК на зарубежных выставках.

Важным механизмом государственной поддержки отрасли является ее научное обеспечение. В 2006–2007 гг. основными темами базовых научных исследований стали разработка стратегии развития туристской деятельности в Республике Карелия, пространственное планирование развития туризма на территории республики, формирование туристского кластера в Республике Карелия.

В апреле 2007 г. на конкурсной основе размещен государственный заказ РК на разработку Генеральной схемы размещения объектов и инфраструктуры туризма в Республике Карелия. В работе над Схемой предполагается реализация пространственного аспекта инвестиционной политики в туризме (с учетом мультипликативного эффекта), определение принципов и условий территориального размещения объектов туристской, производственной и транспортной инфраструктуры.

Генеральная схема размещения объектов и инфраструктуры туризма в Республике Карелия, нацеленная на выявление конкретных объектов инфраструктуры туризма в отобранных зонах для поэтапного инвестирования, станет основой для выполнения проектно-изыскательских, архитектурно-планировочных и строительных работ в границах действующих и перспективных для развития туризма территорий Республики Карелия.

Учитывая складывающуюся тенденцию сравнительно равномерного распределения активности турбизнеса по территории Республики Карелия, ключевым направлением государственной, совместно с администрациями муниципальных образований республики, поддержки системы непрерывного туристского образования становится повышение доступности туристского образования для жителей муниципальных районов Карелии. Будет продолжена практика повышения квалификации кадров для туристско-гостиничной сферы путем организации образовательными учреждениями республики специализированных мероприятий (семинаров, конференций), в том числе выездных. В перспективе – создание центров подготовки специалистов для сферы туризма в отдаленных районах республики.

Аналогичным образом приоритеты в информационном сопровождении развития туризма в республике будут отдаваться созданию и поддержке деятельности информационных туристских центров в городских округах и муниципальных районах республики (в т. ч. – филиалов ГУ «Информационный туристский центр Республики Карелия») с целью создания единой системы информационного обеспечения в сфере туризма на территории Республики Карелия.

Международное и межрегиональное сотрудничество, межведомственное взаимодействие в вопросах развития туризма остаются одними из важнейших механизмов ресурсного и организационно-технического обеспечения отрасли.

Республика Карелия продолжит активно участвовать в работе межрегионального Координационного совета по развитию индустрии туризма «Регионы России – Московское соглашение», объединяющего на данный момент ответственные за развитие туризма органы исполнительной власти 60 российских регионов. Соглашение, предусматривающее взаимодействие регионов в развитии туризма и туристской индустрии, существенно расширяет возможности республики в рекламно-издательском и выставочном продвижении своего туристского потенциала, а главное – в поиске новых источников инвестирования туристской отрасли РК. Так, в настоящий момент в Департаменте градостроительной политики, развития и реконструкции города Москвы прорабатывается вопрос участия московской стороны в реализации проекта строительства в Республике Карелия сети гостиниц малой вместимости (класса «три звезды»). Предложения по перечню участков под возможное размещение гостиниц, сформированные с участием Минстроя РК и администраций муниципальных образований республики, а также технико-экономические показатели будущего строительства направлены в строительный комплекс Москвы в феврале 2007 года.

Продолжатся разработка и реализация направленных на создание условий для развития туристской отрасли в муниципальных образованиях Республики Карелия международных туристских проектов. Всего с 2003 по 2006 гг. реализовано 15 совместных проектов, так или иначе связанных с развитием туризма в Карелии. В 2006 г. завершилась реализация Большого СВС-проекта ТАСИС «Развитие туризма на Северо-западе России». В рамках проекта была разработана и апробирована на крупнейших европейских туристских выставках единая маркетинговая стратегия продвижения туристского потенциала Северо-западного федерального округа на российский и международный рынки туристских услуг «Новые окна в Россию».

Вместе с тем в своей работе по регулированию подготовки к очередному туристскому сезону Минэкономразвития РК столкнулось с рядом проблем, большинство из которых носят комплексный характер, что предполагает координацию усилий по их решению с субъектами хозяйственной деятельности в сфере туризма и гостеприимства, тесное межведомственное, а зачастую межрегиональное и международное взаимодействие.

Среди них:

1. Возможные последствия вступления в силу с 2007 г. Федерального закона «О внесении изменений в Федеральный закон “Об основах туристской деятельности в Российской Федерации”».

Согласно внесенным в базовый закон изменениям, на смену лицензированию туроператорской деятельности пришел механизм финансовых гарантий ответственности туроператора, составляющих 500 тыс. руб. в год для организаций, развивающих внутренний туризм, и 10 млн руб. в год (5 млн руб. на первый год действия новой редакции Закона) для туристских фирм, обслуживающих как выезжающих за рубеж граждан РФ, так и прибывающих в Россию иностранных туристов.

Предложения Республики Карелия, совместно разработанные Министерством и Советом руководителей туристских организаций РК, получили поддержку большинства депутатов Госдумы РФ при рассмотрении законопроекта. В 2 раза снижен размер финансовых гарантий для туроператоров, развивающих внутренний туризм.

В то же время объединение под единым понятием «международного» имеющих принципиально различное значение для экономики субъектов РФ въездного и выездного направлений туристской деятельности, а также отсутствие каких-либо различий в размерах гарантий для крупных столичных операторов и организаций из регионов, имеющих несопоставимые обороты финансово-хозяйственной деятельности, способно (как один из вариантов развития событий) привести к резкому сокращению количества турфирм, объема, разнообразия и конкурентоспособности предлагаемого ими турпродукта, а также потока принимаемых иностранных туристов, что особенно неблагоприятно для развития туризма в приграничных регионах.

В качестве одной из мер по недопущению необратимых негативных последствий Министерством экономического развития Республики Карелия, республиканским туристским сообществом в тесной координации с другими регионами РФ и межрегиональными туристскими структурами будут предприниматься попытки инициировать внесение поправок в принятую редакцию федерального закона.

2. По-прежнему невысокий уровень показателя среднегодовой загрузки коллективных средств размещения РК.

В течение пяти последних лет значение этого показателя, характеризующего эффективность использования регионального туристского потенциала, колеблется (по кругу гостиничных предприятий, представляющих статистическую отчетность) в пределах от 0,34 до 0,38. Несмотря на то, что наметившееся в 2004–2006 гг. снижение обусловлено нахождением значительной части номерного фонда на реконструкции, среднегодовую загрузку, находящуюся на уровне существенно ниже 50 %, нельзя считать удовлетворительной для региона, претендующего на лидерство в развитии туристской отрасли и обладающего хорошими возможностями для организации на своей территории практически круглогодичного отдыха.

Учитывая наметившийся прогресс в транспортном обеспечении туристских потоков в круглогодичном режиме (в том числе – появление судов на воздушной подушке), укрепление материально-технической базы ведущих турфирм республики оборудованием для обслуживания активного отдыха в зимнее время, происходящий и планируемый в ближайшее время ввод в эксплуатацию вновь построенных и реконструированных средств размещения, предоставляющих широкие возможности для развития конгрессного туризма, крайне необходимо сосредоточить усилия на преодолении эффекта туристского «межсезонья», являющемся одним из основных резервов существенного роста доли туризма в экономике РК.

В настоящий момент ОАО «Российские железные дороги» и компанией «РЖД Тур» рассматривается инициатива Минэкономразвития РК по включению в маршрут следования вновь вводимого в сообщение круглогодичного туристского поезда территории Республики Карелия.

3. Отсутствие в течение ряда лет значимого прогресса в результатах работы по формированию самостоятельной туристской привлекательности города Петрозаводска.

Незначительные колебания в количестве заходов в город круизных судов в течение 2004–2006 гг. не оказывают существенного влияния на общую динамику, согласно которой доля круизных туристов, принимаемых в Петрозаводске, в общем числе пассажиров судов, посетивших Кижи, снизилась с 42 % в 2000 г. до 15–17 % в последние три года.

Традиционно к числу основных причин сложившейся ситуации принято относить неразвитость городской инфраструктуры, в частности – недостаток комфортабельных автобусов туристского класса. Однако в течение 2005–2006 гг. произошел существенный сдвиг в транспортном обеспечении ведущих туристских компаний Петрозаводска. ГУП «Карелавтотранс» пополнило за счет средств бюджетного кредита свой парк пятью новыми автобусами туристского класса.

Стало очевидным, что основной проблемой, над решением которой необходимо совместно активизировать работу администрации г. Петрозаводска и ведущим туристским компаниям

города, является отсутствие в столице РК самобытных и привлекательных туристских программ, конкурентоспособного турпродукта, способного вызвать экономическую заинтересованность круизных туроператоров.

Со своей стороны Министерство экономического развития Республики Карелия готово предоставить имеющиеся ресурсы для оказания всемерной поддержки туристскому предложению г. Петрозаводска как на крупнейших международных и общероссийских туристских выставках, так и в ходе совещаний по согласованию расписаний движения пассажирских судов (включая возможную организацию такого совещания в марте 2008 г. в Петрозаводске).

4. Непринятие по настоящий момент бюджетной целевой программы развития туризма в Республике Карелия на текущий и последующие годы.

Достижение существенных успехов в развитии отрасли было бы невозможным без разработки и последовательной реализации комплексной системы государственной поддержки туризма, внедрения в сферу государственного регулирования отрасли программно-целевого подхода.

Решение новых задач стратегического характера, поставленных перед туристской отраслью Республики Карелия, предполагает существенную интенсификацию усилий всех субъектов туристской деятельности в республике и, соответственно, выдвигает новые требования к государственному регулированию отрасли.

В настоящий момент проект Концепции бюджетной целевой программы «Развитие туризма в Республике Карелия на 2007–2010 годы» проходит согласование в органах исполнительной власти республики. Скорейшее одобрение Концепции, разработка и принятие Программы являются важнейшими необходимыми условиями дальнейшего устойчивого развития приоритетной отрасли Республики Карелия на основе комплексной системы мер государственной поддержки.

ПРОБЛЕМЫ ФОРМИРОВАНИЯ НОВЫХ ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННЫХ ЗОН (НА ПРИМЕРЕ СУБРЕГИОНА «ЯРОСЛАВСКОЕ ЗАВОЛЖЬЕ»)

А. Ю. Данилов, *канд. истор. наук, доцент,*
завкафедрой Ярославского государственного университета им. П. Г. Демидова, г. Ярославль

Регион «Золотое кольцо», в который входит и значительная часть территории Ярославской области, внешне один из самых благополучных в сфере развития туризма в России. Во-первых, «Золотое кольцо» – узнаваемый бренд, классический туристический маршрут, имеющий четкую востребованную специфику и почти 40-летний опыт обслуживания туристов. К безусловно позитивным факторам развития здесь туризма относятся: близость туристических центров, расположенных на маршруте, к основным российским потребителям (Москва, Санкт-Петербург, другие города Центральной России), относительно развитая транспортная сеть, большая концентрация в регионе объектов туристического интереса. Важным фактором, способствующим интенсификации туристских потоков в регион, является наличие здесь популярного круизного маршрута по Волге.

Вместе с тем Ярославская, Владимирская и, в меньшей степени, Костромская и Ивановская области, входящие в регион «Золотое кольцо», сталкиваются сейчас с проблемами, которые существенно сдерживают развитие туризма в регионе. Известность, классичность маршрута «Золотое кольцо» становятся, при всех видимых достоинствах этого явления, и тормозящим фактором. Для многих россиян маршрут становится слишком известным, а его бренд «затертым», что в результате вызывает отторжение традиционных предложений по «Золотому кольцу» у ряда категорий населения. Изначальная ориентированность маршрута на культурно-познавательный туризм с превалированием на нем сюжетов из истории средневековой Руси также порождает эффект однообразия и сужает сегмент потенциальных потребителей. Неоднократно наблюдаемая реакция у туристов при приезде в очередной город «Золотого кольца» – «Опять эти церкви» – является квинтэссенцией означенной выше тенденции.

Безусловно, сам маршрут «Золотое кольцо» в последние годы в значительной мере меняется. Повышается уровень комфорта в обслуживании туристов (за счет строительства новых средств размещения или переоборудования действовавших ранее, открытия новых точек обще-

ственного питания). Открываются новые музеи, имеющие не традиционную научную тематику и соответствующий экспозиционный материал, а более «легкую», развлекательную направленность («Музей нечистой силы» в Угличе, «Музей утюга» в Переславле-Залесском, «Первобытный музей» в Плесе и т. д.). Проводятся туристические праздники, актуализирующие для туристов пребывание в том или ином городе.

Вместе с тем уже сейчас крупным туристическим центрам, таким как Владимир и Суздаль во Владимирской области, Ярославль, Ростов, Переславль и Углич в Ярославской области приходится сталкиваться с такой проблемой, как перенасыщенность туристами в высокий сезон. Осознание этой проблемы во Владимирской области привело к принятию в 2004 г. нового пятилетнего регионального закона о туризме, в котором четко проговаривается необходимость разведения туристических потоков по малым городам области. Инициатива расширения географии туризма во, вроде бы, освоенной в туристическом отношении Центральной России (некий аналог внутренней колонизации) исходит как от субъектов туристического бизнеса, так и от потребителей. Главы местных администраций осознают, что привлечение в малые города и поселки туристов может привести к улучшению экономической ситуации во вверенных им районах (за счет внешних финансовых поступлений от туристов, создания новых рабочих мест, самодеятельного участия населения в обслуживании гостей). Кроме того, не стоит забывать, что туризм на современном этапе развития в России носит имиджевый характер. Другая заинтересованная в появлении новых туристских центров сторона – потенциальный потребитель – гораздо более активно откликается на появление среди туристских предложений новых населенных пунктов, чем новых объектов в уже освоенных городах.

В силу означенных тенденций можно говорить о необходимости создания новых туристских программ по неизведанным ранее для туристов дорогам как о насущной необходимости современного туристического рынка в России.

И в этой связи вновь необходимо говорить о положительном опыте владимирцев. Принятая программа развития туризма во Владимирской области «Малое золотое кольцо» предполагает комплексное освоение новых территорий. Практически каждый район области, имеющий объекты туристского интереса и потенциальные возможности для приема туристов (экскурсантов) получил свой туристический бренд, в рамках которого разрабатываются свои туристические программы. Естественно, что этот бренд опирается на местную культурно-историческую, этнографическую, либо географическую специфику. Так, Гороховец «отвечает» во Владимирской области за средневековых купцов, а Судогда имеет статус «края чистых рек и лесов».

В Ярославской области также разрабатывается ряд интересных туристических программ. Но проведенные Комитетом по туризму Ярославской области семинары и круглые столы с заинтересованными организациями (лицами) из муниципальных образований показали, что, с одной стороны, практически все районы имеют желание принимать у себя туристов, с другой – не обремененные опытом управления сферой туризма руководители соответствующих структур не знают, как конкретно это сделать. В результате предлагаемый муниципальными районами туристский продукт зачастую оказывается не приспособленным к реальным потребностям рынка. Ситуация разрешима лишь посредством создания единого консультативного центра, помогающего «уездным» деятелям найти возможности оптимального использования имеющихся туристических ресурсов, создания привлекательных туристических программ, организации туристических кластеров на местах, соотнесения локальных туристических программ друг с другом и создания совместных туристических проектов для нескольких смежных районов.

Одной из подобных территорий Ярославской области, стремящейся найти свое место под «туристическим солнцем», является так называемое Ярославское Заволжье. Несмотря на новизну данного термина, этот регион, включающий северную (заволжскую) часть Ярославской области имеет все основания рассматриваться как особая специфическая территория. Во-первых, ее географические характеристики отличны от остальной Ярославии: основным элементом ландшафта здесь являются таежные леса, наблюдается более низкая плотность населения, отсутствуют крупные города и значительные производства. Серьезны отличия и в историческом развитии этих мест: осваиваться славянами они начали позднее основной части Ярославской области на 3–4 столетия, в силу чего здесь сохранились значительные финно-угорские архаизмы, здесь не возникало самостоятельных княжений, большинство территории до 18 столетия тяготело не к Ярославлю, а к соседним административным центрам: Костроме и Белозерску.

Таким образом, для региона «Ярославское Заволжье» неприемлем тот подход, который успешно применяется в других районах области: здесь нет большого количества выдающихся

историко-культурных объектов (архитектурных памятников, музеев с богатыми коллекциями, памятников истории), зато с большим успехом может развиваться экологический, сельский, активный туризм.

Сейчас территория Ярославского Заволжья административно включает в свой состав 4 района: Пошехонский (самый крупный в Ярославской области), Первомайский, Даниловский и Любимский. Кроме того, географически в треугольнике между левым берегом Волги, Рыбинским водохранилищем и границами области находятся значительные части Некрасовского, Тутаевского и Рыбинского районов. Еще в 1999 г. студентами университетского колледжа ЯрГУ им. П. Г. Демидова была проведена экспедиция с целью обследования этой на тот момент совершенно не используемой в туристических целях территории на предмет возможности ее включения в рынок туристско-рекреационных услуг. В тот момент извещенной об этом мероприятии общественностью и организациями области эта инициатива была воспринята не иначе как романтическая авантюра, не имеющая практического выхода. Но уже в начале XXI в. к руководителям области и муниципальных образований начало приходить осознание не только возможности, но и необходимости использования имеющихся в Ярославском Заволжье ресурсов для насыщения туристического рынка разнообразными (инновационными) предложениями, для повышения активности населения данных территорий и осознания им перспективности развития своих районов. Сказался и удачный опыт небольшого волжского городка Мышкина, который при собственном населении в 5 тыс. человек стал известным на всю страну туристическим центром и принимает в год несколько десятков тысяч туристов. А самое главное, наступило понимание того, что в экономически слабо развитых городах и сельских территориях туризм может стать механизмом, запускающим экономические процессы; явлением, способным вдохнуть новую жизнь в находящуюся в стагнационном состоянии экономику этих районов.

В 2004 г. в Первомайском районе был запущен звучный проект «Кукобой – родина Бабы Яги». Село Кукобой, расположенное в самой глуши обширных пошехонских лесов, практически на границе с Вологодской областью, притягивает уже своим необычным «сказочным» названием. К тому же в нем расположен интересный памятник культовой архитектуры – Спасский храм 1912 г. постройки, выделяющийся необычными формами, своим размером и богатством отделки сопоставимый со столичными образцами (собственно, и строили его по проекту петербургского архитектора В. А. Косякова). Сочетание анимационной, экологической и культурно-познавательной составляющих предопределяет успех этой программы на протяжении уже трех туристических сезонов. Причем созданная в Кукобое коммерческая структура «ОАО “Кукобойская старина”», предлагая различные варианты программы, добилась практически равномерного распределения потока туристов в течение всего календарного года. За счет постоянных отчислений прибыли в развитие проекта постепенно улучшается инфраструктура приема посетителей: увеличивается площадь резиденции Бабы Яги, сооружены пристойные туалеты, сделан ремонт в кафе. На очереди – строительство гостиницы в Кукобое. В качестве дополнительной составляющей программы пребывания туристов в районе действует «Музей леса», расположенный в поселке Пречистое. Вызревают и проекты, нацеленные на включение других населенных пунктов района в туристическую программу. Вместе с тем во всех этих проектах нет комплексности в подходе, что не способствует увеличению потока туристов в этот район и усилению экономического эффекта от вложений. К тому же для полного понимания происходящих здесь процессов важно подчеркнуть такой момент, как особенности психологии деятелей «туристического бизнеса» из малых городов и сельской местности. Алгоритм их повседневного поведения и взаимоотношения с коммерческими партнерами (туристическими фирмами) далеки от того, который мы называем рыночным. Привычные к размеренному образу жизни, они не готовы оперативно решать возникающие проблемы, искусственно ограничивают прием групп в праздничные дни (когда спрос потенциально наиболее высокий, звучит патриархальное «Ведь праздник же, нужно и самим отдохнуть!»). Такие ситуации как существенно снижают поток туристов, так и вызывают кризис доверия со стороны коммерческих партнеров.

Те же проблемы, но, пожалуй, еще в большей степени, наблюдаются в соседнем с Первомайским районе Ярославской области – Пошехонском. Район имеет ярко выраженную специфику, обусловленную как географическими, так и культурно-историческими факторами. Во-первых, название города – Пошехонье – уже более ста лет является нарицательным, имея второй смысл (захолустье, дремучий угол). Оно известно во всей России (правда, значительная часть населения и не догадывается, что такой географический объект имеется на самом деле – настолько фольклоризированным стало это название). Во-вторых, в Пошехонье сливаются во-

едино пять рек, делая уникальной в ландшафтном плане градостроительную структуру. Благодаря воздействию Рыбинского водохранилища все реки являются довольно значительными водными объектами, что создает ощущение полного окружения города водой. Этот фактор позволил создать для Пошехонья такие красивые туристические бренды, как «Ярославская Венеция», «Город пяти рек и семи мостов». Интерес представляет и архитектурно-градостроительная составляющая – город в основном сохранил застройку XIX – начала XX в. (позднейшая застройка представлена единичными вкраплениями), а также идеальную радиально-кольцевую планировку, развертывающуюся от четкой архитектурной доминанты – 60-метровой колокольни Троицкого собора.

Среди многих других районов Пошехонский выделяется тем, что в нем в последние годы сложилась инфраструктура приема посетителей: в городе и в сельской местности имеется несколько приличных частных гостиниц и кафе, первоначально ориентированных на неорганизованных туристов, прибывающих сюда с целью семейного отдыха, рыбалки, охоты. В качестве дополнительного стимулирования привлечения туристов с 2005 г. в Пошехонье (по примеру Кукобоя) поселили водяного, ежегодно в апреле проводится туристический праздник «День вскрытия рек» с обширной анимационной программой.

Вместе с тем богатейшие туристические ресурсы не позволяют Пошехонью на данный момент занять достойное место на туристической карте России. Причин здесь несколько. Во-первых, ощущается серьезная проблема в отсутствии опытного менеджера, который смог бы дирижировать этим коммерческим проектом. Местные деятели подходят к организации приема туристов как-то уж очень «по-пошехонски». Так, резиденция водяного была размещена в маленькой комнатке, что не позволяло обеспечить к нему поток туристов. Важнейшая достопримечательность Пошехонья – колокольня Троицкого собора, являющаяся великолепной смотровой площадкой, не обустроена (отсутствуют поручни, позволяющие посетителями чувствовать себя в безопасности). Туристический продукт не всегда рекламируется должным образом (например, несвоевременно извещаются об этом мероприятии туристические фирмы) и т. д. В результате исторический, этнографический, архитектурный потенциал города и района при их посещении туристами раскрывается далеко не полностью. Серьезная проблема Пошехонья – неподготовленность экскурсоводов, которые не всегда могут выделить главное в своем рассказе, обозначить неповторимые черты города и его людей. Последний аспект напрямую связан с достаточно низкой компетенцией пошехонцев относительно истории своего города (края), выражающейся в построении экспозиции музея и проведении имеющих историко-культурную направленность туристических программ на уровне клубной самодеятельности.

Для повышения качества туристического продукта, более продуманной подготовки программ между администрацией Пошехонского района и Ярославским Госуниверситетом им. П. Г. Демидова заключен договор о сотрудничестве, в рамках которого студентами специальностей «СКСиТ» и «Музеология» проводится обследование туристических ресурсов Пошехонского района, выявляются ключевые, характерные именно для Пошехонья черты и объекты туристского интереса, способные привлечь туристов в эти края. В рамках этого договора студенты принимают участие в разработке и совершенствовании туристических программ, проводят краеведческие исследования, участвуют в разработке новых музейных экспозиций. Такая деятельность, с одной стороны, способствует появлению у студентов осознания востребованности собственной профессии и проводящихся ими в рамках курсовых работ исследований. Во-вторых, возникающие в ходе совместного сотрудничества идеи и программы позволяют надеяться, что Пошехонский край как туристический продукт сможет закрепиться на рынке туристско-рекреационных услуг.

Рассмотренные факторы позволяют на данный момент оценить состояние развития туризма в Ярославском Заволжье как находящегося на начальном этапе своего развития, но имеющего безусловно позитивную динамику за последние годы. Имеющиеся туристические ресурсы двух районов субрегиона – Пошехонского и Первомайского – все более активно используются туроператорами Ярославской, Вологодской, Московской областей. Названия предлагаемых программ становятся постепенно узнаваемыми и востребованными. Участие в разработке новых программ представителей научных и студенческих кругов, привлечение для координации проектов профессиональных менеджеров сможет вывести регион Ярославского Поволжья на новый уровень развития туризма и создать благоприятные условия для развития здесь экономики в целом.

СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И ПОТЕНЦИАЛ РАЗВИТИЯ МЕЖДУНАРОДНОГО ТУРИЗМА В ВЕРХНЕВОЛЖЬЕ

А. А. Дорофеев, *канд. геогр. наук, доцент*
Тверской государственный университет

Определена величина и география потоков иностранных туристов, пребывающих в Тверскую область. Выявлены наиболее посещаемые объекты и территории, а также предпочтения среди различных форм и видов туризма. Проведен анализ структуры контингента иностранных посетителей. Изучены причины и факторы, препятствующие либо благоприятствующие развитию международного туризма в Тверской области. На основе полученных результатов сформулированы предложения, рекомендации и конкретные меры по увеличению и оптимизации потока иностранных туристов в Тверской области.

ГЕОКАРКАС РАЗВИТИЯ ТУРИСТСКОЙ ИНДУСТРИИ В АЛТАЕ-САЯНСКОМ РЕГИОНЕ

А. Н. Дунец, *канд. геогр. наук, доцент*
Алтайский государственный технический университет, г. Барнаул

Алтае-Саянский регион обладает несомненным рекреационным потенциалом и перспективами развития туристской индустрии, которая сегодня находится на начальном этапе развития. Алтае-Саянский горный регион – уникальный природно-культурный комплекс Центральной Азии, расположенный на стыке границ России, Монголии, Китая и Казахстана. Этот регион является крупнейшей горной системой России, которая способствует формированию значительного природного разнообразия и привлекает всевозможными видами туризма. Алтае-Саянский регион – это колыбель тюркских народов, о чем свидетельствуют многочисленные археологические памятники. В нем сплелись воедино многие мировые религии, что определяет разнообразие и специфичность культур проживающих здесь этносов.

На формирование туристской индустрии в Алтае-Саянском регионе оказывают влияние множество факторов. Среди них основным, определяющим территориальную дифференциацию туризма является географический каркас. Понятие геокаркас, или опорный каркас было введено в науку Н. Н. Баранским, который рассматривал его как сеть крупных городских центров, соединенных транспортными магистралями и совместно образующих разветвленную линейно-узловую структуру [1].

Геокаркас горной страны формируется как система транспортных коридоров и крупных населенных пунктов, прежде всего городов. Дополнительными соединительными функциями обладают крупные реки. Названные коридоры имеют разную «градостроительную» силу и функциональное значение и разделяют территорию на своеобразные туристско-рекреационные ареалы, обладающие каждый определенным набором ресурсов и услуг и одновременно различающиеся по степени доступности, наличием неблагоприятных природных явлений (некомфортные климатические факторы, лавины, сели и т. д.).

Геокаркас туристской индустрии представляет собой линейно-узловую совокупность инфраструктуры и предприятий, предоставляющих туристам все необходимое в процессе получения туруслуг. Геокаркас скрепляет и способствует развитию рекреационного хозяйства региона и формированию территориальных рекреационных комплексов (ТРК). ТРК является частью территориально-производственного комплекса (ТПК), так как рекреационная отрасль взаимосвязана с сопутствующими отраслями хозяйства территории.

Главные элементы геокаркаса туристской индустрии:

- туристские районы (ареалы) – уникальные территории, имеющие характерный рекреационный потенциал, уровень развития инфраструктуры и др.;
- центры туризма (ядра) – функционально-экономические и градостроительные центры районов и зон;
- оси – ландшафтно-маршрутные коридоры, связывающие между собой ареалы и ядра в единый территориальный каркас;

• локусы – точечные элементы функционально-планировочной структуры, связанные с отдельными памятниками, турбазами, домами отдыха, поселениями.

Для комплексного исследования представленных элементов геокаркаса необходима их природно-экономическая классификация. Это связано с выявлением рекреационного потенциала и формированием перспективных программ поэтапного развития туристской среды в образующихся ареалах.

Несомненно, важным элементом геокаркаса являются государственные границы, близ которых, как правило, сосредоточены интересные природные объекты (горы: Белуха, Табын-Богдо-Ола, Мунгун-Тайга; озера Хубсугул, Убсу-Нур и др.). Их посещение связано с решением погранично-таможенных формальностей.

Остановимся подробнее на формировании центров туризма как основных полюсов роста туристско-рекреационной сферы в Алтае-Саянском регионе. С позиции концепции территориальной рекреационной системы в качестве одного из ее элементов является рекреационный центр (туристский центр), который является объектом, комплексом, населенным пунктом, обеспечивающим функции расселения и обслуживания населения. Изучение центров туризма основывается на теории полюсов роста (экономического ядра), появившейся в 1960-е годы на Западе. Концепция полюсов роста была положена в основу региональных программ многих стран. Полюс роста – понятие в большей мере функциональное, однако в практике хозяйственной деятельности часто выступает в традиционном географическом пространстве [2]. Термины «полюс» и «центр» роста разграничиваются как функциональная и географическая части. Следует отметить, что эти понятия могут иметь различные уровни: глобальный, национальный, региональный, отраслевой и уровень отдельного предприятия. Так, на уровне туристской индустрии можно также выделить центры туризма. Подходы к проблеме изучения туристских центров могут быть разными. Традиционным считается подход, когда наличие определенных ресурсов, культурного наследия, характерного для данной местности вызывает интерес и туристские потоки. Другой подход основывается на том, что туристские потоки вызваны главным образом качественными и количественными показателями информированности о ресурсах.

Между центрами туризма существуют отношения, основанные на выполняемых ими функциях (административно-управленческих, производственных, обслуживающих).

В зависимости от предпосылок формирования и туристской специализации центров туризма формируются различные типы. Существует много комбинированных центров туризма (рекреационно-познавательный, лечебно-спортивные и т. д.). Например, курорт Белокуриха имеет преимущественно лечебную специализацию, но в зимнее время город также является популярным горнолыжным центром. Центры научного и фестивального туризма обычно не являются постоянными. Нахождение в них туристов носит скорее эпизодический характер. В большой мере от конъюнктуры туристского рынка зависит формирование центров делового и шоп-туризма. В Алтае-Саянском регионе, нами были выделены следующие типы центров туризма: познавательные (культурно-исторические), рекреационные, спортивно-оздоровительные, лечебно-оздоровительные, комбинированные.

Формирующиеся центры туризма (ядра) в регионе связаны между собой линейно-сетевой и осевой структурой, образуя свою специфическую морфологию. На это влияют физико-географические и социально-экономические факторы. В связи с физико-географическими особенностями Алтае-Саянской горной страны геокаркас в большей мере зависит от рельефа, гидрографии, климата и др. Рельеф является главным, ограничивающим и регулирующим фактором развития геокаркаса. Его влияние хорошо прослеживается при анализе осей развития туризма, которые представляют собой линии авто- и железных дорог, магистрали водного транспорта и в меньшей степени авиационные линии (с аэропортами).

Железные дороги для туристской индустрии важны также, как и для других отраслей народного хозяйства. Железнодорожный транспорт относительно недорогой и позволяет доставлять большое количество туристов. К северу от Алтае-Саянского региона проходит Транссибирская магистраль (Новосибирск, Тайга, Мариинск, Ачинск, Красноярск, Канск, Иркутск), по ней преимущественно из западных регионов страны идут потоки туристов. На юг территории в меридиональном направлении протягиваются железнодорожные линии. В Горном Алтае железных дорог нет, исключением является Западный Алтай. Железнодорожная линия идет в непосредственной близости от Алтайских гор: Рубцовск – Шемонаиха (Восточно-Казахстанская область) – Усть-Каменогорск, затем линия устремляется в глубь региона, однако доходит только до городов Риддер и Зыряновск. В Алтайском крае в предгорьях (г. Бийск) существует тупиковая линия, которая имеет большое значение в доставки туристов на Алтай. Хорошее развитие железнодорожные линии имеют в Кузнецкой котловине и Горной Шории. Железнодорожная линия

достигает г. Таштагол, и по этому направлению из Томска и Новосибирска в зимнее время идут туристские поезда к горнолыжным комплексам. От Новокузнецка железнодорожная линия идет в Хакасию (Абакан), на юге линия доходит до г. Абаза, способствуя тем самым туристскому освоению верховий реки Абакан и ее притоков. Еще одна линия идет к Абакану на юг от Транссиба. Большее значение для туристов имеет линия Абакан – Ачинск, по которой идет движение турпотока как из Новосибирска, так и из Красноярска. Транссибирская магистраль идущая на восток (к Иркутску) имеет важное транзитное значение, и основное количество туристов по ней направляются на оз. Байкал. В Республиках Алтай и Тыва железных дорог нет, что повышает трудность доставки и транспортные расходы туристов.

Среди автомобильных дорог Алтае-Саянской страны к наиболее важным относятся: автодорога идущая параллельно транссибирской магистрали; автодорога (Новосибирск – Бийск, Ташанта), автодорога Рубцовск – Усть-Каменогорск; автодорога Новосибирск – Ленинск-Кузнецкий – Новокузнецк; Томск – Юрга – Кемерово; Барнаул – Белово – Кемерово – Мариинск; Барнаул – Кузедеево – Новокузнецк; Красноярск – Абакан – Кызыл – Чадан – Хандагайты; Ачинск – Ужур – Шира. Ведется строительство автодорог Новокузнецк – Турочак и Риддер – Усть-Кан, которые свяжут Республику Алтай с Кемеровской и Восточно-Казахстанской областями. Существует потребность в строительстве автодорог, которые будут способствовать развитию туризма в регионе (среди них Междуреченск – Абакан, Россия – Китай). В настоящее время идут жаркие споры о целесообразности строительства прямой автодороги в Китай. Однако, наряду с положительным эффектом эта дорога может нанести вред экологии высокогорных геосистем, которые имеют особый режим охраны.

Большинство автодорог региона нуждаются в реконструкции. Так для туристов, посещающих Алтай, очень важна дорога Белокуриха – Солонешное – Усть-Кан – Усть-Кокса. Интересна для туристов прямая дорога из Республики Алтай в Тыву, которая сегодня проходима только для поездки на специальном транспорте – джипах повышенной проходимости. На территории Монголии дороги находятся в плохом состоянии и не позволяют совершать интересные круговые маршруты с посещением нескольких административных субъектов. С реконструкцией дорог Международный координационный комитет «Наш общий дом – Алтай» связывает перспективы функционирования маршрута «Золотое кольцо Алтая». Этот маршрут свяжет четыре государства: Россию, Монголию, Китай и Казахстан.

Отметим, что именно автодороги являются основным каркасом развития туризма в регионе. Например, на Алтае федеральная автодорога Бийск – Горно-Алтайск – Госграница (Чуйский тракт) способствует тому, что основное количество туркомплексов находятся рядом с этой трассой. Туризм на остальной территории в Республике Алтай развивается гораздо медленнее.

Анализируя распределения объектов туристской инфраструктуры вдоль автодорог можно говорить об определенной полосе влияния. Она имеет различную ширину в зависимости от категории автодороги от 1–2 км для мелких, до 5–10 км для крупных дорог.

Авиационные линии в совокупности с аэропортами образуют каркас, с одной стороны, наиболее комфортного, с другой – наиболее дорогого перемещения туристов. Такие линии состоят: из самолетов, требующих специально подготовленной посадочной полосы и оборудования; легких самолетов; вертолетов. Для Алтае-Саянского региона характерна проблема, связанная с недостаточным количеством хорошо оборудованных аэропортов. В результате туристы, прибывающие на самолете из других стран и регионов в Алтайские горы, должны прибывать в аэропорт города Барнаул, а затем автотранспортом следовать минимум 300–400 км к месту назначения. С появлением в регионе особых экономических зон туристско-рекреационного типа и игровой зоны наметились перспективы решения этой проблемы. Планируется выделение федеральных средств на реконструкцию аэропортов в городах Бийск и Горно-Алтайск.

С помощью вертолетов туристов забрасывают в самые труднодоступные районы республик Алтай, Хакасия и Тыва. Одним из популярных вертолетных маршрутов является полет к высшей вершине Сибири горе Белуха (Горно-Алтайск – Тюнгур – оз. Аккем). Но, к сожалению, из-за высокой стоимости вертолетных туров этот вид туризма не является массовым.

Гидрография также входит в линейную основу геокаркаса. Реки, озера и водохранилища, с одной стороны, являются транспортными путями для туристов, с другой – объектами туристского интереса. Крупные реки Алтае-Саянского региона имеют важное транспортное значение: Иртыш, Катунь, Бия, Томь, Енисей. Среди озер отметим Телецкое, по которому совершаются поездки к экскурсионным объектам и местам размещения туристов.

Многие реки используются для организации водных маршрутов, а по их берегам проходят туристские тропы. Специфической формой геокаркаса туристской индустрии являются туристские маршруты.

В процессе туристского освоения территории определяется сеть маршрутов, которая образует туристский каркас. Особенностью сети активных маршрутов является то, что она развивается опережающими темпами по сравнению с туристской инфраструктурой (туристскими базами, кемпингами, мотелями и т. д.) [3].

Формирование геокаркаса связано с социально-экономическими и политическими особенностями развития региона. Исторические предпосылки развития общества во многом определили современную морфологию геокаркаса. Местные жители в той или иной степени влияют на развитие дорог, строительство центров туризма. Места, священные для жителей с экологической, культурно-исторической или духовной точки зрения, тщательно оберегаются. Примером могут быть жаркие споры о строительстве автодороги в священном месте для жителей Республики Алтай и объекте Всемирного наследия ЮНЕСКО – плато Укок.

Экономическая целесообразность развития центров туризма и осевых структур наиболее активно начала проявляться в последние годы в связи с переходом в рыночную экономику. Именно экономическая составляющая в настоящее время определяет перспективы для одних линейно-узловых структур и предопределяет кризис для других.

Анализируя морфологию геокаркаса Алтае-Саянского региона, можно говорить о его полицентрической структуре, что связано с большими размерами территории (см. рисунок).



Элементы геокаркаса в Алтае-Саянском регионе

Многие крупные туристские центры находятся в непосредственной близости или на окраине Алтае-Саянского региона (Новосибирск, Бийск, Барнаул, Красноярск, Иркутск, Усть-Каменогорск и др.). Это позволяет говорить о большом влиянии горного региона на рекреационное хозяйство указанных городов. Туристская специализации в таких городах, как Бийск, Барнаул, Усть-Каменогорск, связана с горным регионом, а потенциальными туристами из других регионов эти центры воспринимаются как место начала путешествия в горном регионе.

Значительная плотность элементов геокаркаса приходится на северную часть Алтайских гор, Кузнецкую, Минусинскую и Тувинскую котловины. Восточные и Южные территории Алтая, Западного и Восточного Саяна не отличаются недостаточным развитием геокаркаса, что отражается на уровне развития туризма в этих районах. Здесь отсутствуют турцентры, а автодороги дают возможность совершать маршруты лишь на специальном транспорте повышенной проходимости. В связи с этим развитие туриндустрии в Алтае-Саянском регионе имеет очаговый характер, что указывает на возможные проблемы при интеграции турпродукта в регионе.

Выводы:

1. Геокаркас является скелетом развития туристской индустрии в регионе. Его изучение дает возможность получить комплексное представление о пространственном распределении объектов отрасли туризма.

2. Среди факторов, влияющих на формирование геокаркаса в горном регионе, наибольшее влияние оказывает ряд факторов: расчлененность рельефа, абсолютные высоты, климат, социально-экономическое развитие, государственные границы и др.

3. Центры туризма являются основными полюсами роста туристской индустрии. Анализируя туристскую специализацию, можно выделить несколько их типов (познавательные, рекреационные, спортивно-оздоровительные, лечебно-оздоровительные, комбинированные).

4. Линейно-сетевая структура геокаркаса региона в основном образована автомобильными дорогами. Железные дороги находятся в основном в северной части исследуемой территории.

5. Пространственное распределение и плотность структурных элементов геокаркаса Алтае-Саянского региона позволяет говорить о его невысоком уровне потенциального развития туризма в ближайшие годы.

Литература

1. Исаченко А. Г. Теория и методология географической науки: учеб. для вузов / А. Г. Исаченко. – М.: Изд-во Академия, 2004. – 400 с.

2. Павлов К. В. Экономическое ядро региона: сущность, состав и структура / Известия РАН. Серия географическая. – 2005. – № 6. – С. 17–25.

3. Мышлявцева С. Э. Активный туризм в регионах Урала (маршрутный принцип территориальной организации): автореферат … канд. геогр. наук. – Пермь, 2007. – 19 с.

ПЕРСПЕКТИВЫ РЕКРЕАЦИОННО-ТУРИСТСКОГО ОСВОЕНИЯ НИЖЕГОРОДСКОГО ЗАВОЛЖЬЯ

Т. А. Ирисова, *профессор РМАТ*
М. В. Полуэктова, Г. Ф. Юркова, *ст. преподаватели*
Воскресенского института туризма – филиала РМАТ

Российские регионы обладают огромным рекреационным потенциалом, так они во многом не освоены и неизвестны на отечественном и мировом туристских рынках. К таким территориям относится Верхнее Поволжье, Заволжские территории которого крайне мало посещаемы туристами.

РМАТ в течение многих лет занимается изучением рекреационного потенциала этих территорий, экспедиционным обследованием и разработкой региональных и муниципальных программ развития туризма.

В 2006 г. силами сотрудников Воскресенского института туризма под руководством профессора РМАТ Т. А. Ирисовой и директора Российского института природного и культурного наследия РАН д-ра геогр. наук Ю. А. Веденина, по просьбе отдела по туризму администрации Нижегородской области и администрации Воскресенского района Нижегородской области, было проведено обследование территории Воскресенского района, положившее начало изучению рекреационного потенциала Нижегородского Заволжья. Учитывая дотационное обеспечение экономического развития района и его природную и историко-культурную значимость, работа проводилась на инициативной основе.

Необходимость изучения перспектив рекреационного освоения Поветлужья исходила от местных энтузиастов, включая деятелей культуры, образования и представителей администраций заволжских районов, которые именно в туризме стали видеть перспективы дальнейшего экономического развития своих территорий.

Поветлужье отличается разнообразием природного и культурного наследия, что позволяет рассматривать его как территорию полифункционального рекреационного освоения. Данная статья посвящается одному из аспектов рекреационного использования Нижегородского Заволжья – историко-культурному потенциалу.

Нижегородское Заволжье – обширная территория, охватывающая долины рек Унжи, Усты, Керженца и Ветлуги, обладающая богатым природным культурным наследием. В состав Нижегородского Заволжья входят 14 административных районов. Это край богат легендами, среди которых значительную часть занимают легенды о граде Китеже. Недаром этот лесной край историки предлагают называть Китежской Русью.

Нижнее Заволжье очень привлекательно первозданной природой, прекрасными южно-таежными лесами, многочисленными реками и уникальными озерами. Наиболее известными являются озера Светлояр и Нестиар. Эти озера относятся к святыням земли русской.

Озеро Светлояр – уникальный природный объект федерального значения, природная загадка. До сих пор не установлено его происхождение, несмотря на многочисленные экспедиции, посещавшие его в разные периоды времени. Ценность озера многогранна. Оно представляет интерес во многих отношениях. Высокие южные и западные береговые склоны озера, округлая

форма озерной ванны, ровная береговая линия, большие глубины (до 30 м), легенды о его образовании дают основания предполагать карстовое происхождение озера. В. В. Докучаев относил его к провальным озерам, С. С. Станков – к озерам смешанного происхождения. С другой стороны, высказывались мнения о его ледниковом, эоловом происхождении. В последние годы широко осмысляется версия о метеоритном происхождении озера. Озеро Светлояр – уникальный эзотерический объект. Оно необычно по своему гидрохимическому составу: его вода отличается исключительной чистотой и прозрачностью. Воды озера никогда не мутятся: что ни бросишь в них – не принимают и выбрасывают на берег.

Когда-то в этих местах было языческое капище, к которому шли древние русичи молиться главному богу Яриле, в честь которого озеро и получило название Светлый Яр. Особо значимым для них являлась ночь Ивана Купалы. Языческие требища справлялись на тех же холмах, окружающих озеро, на которых когда-то стоял град Китеж. В период татаро-монгольского нашествия родилась легенда о невидимом граде Китеже, который, не пожелав сдаться врагу, ушел под воду. Звон колоколов вечерних сумерек и по сей день периодически слышен над гладью озера. В течение многих веков к озеру сходились паломники, принадлежавшие разным верам: старообрядцы, сектанты, чернокнижники, толстовцы, в настоящее время – поклонники Рериха и его учения. Шли на молитву и на великий спор о вере – чья ближе к истине. Экстрасенсы разных толков утверждают, что озеро заряжено положительной энергией, которая передается человеку и долго сохраняется.

Ныне особо почитаемым днем на озере Светлояр является 6 июля, день Владимирской Божьей Матери – храмовой иконы главной церкви села Владимирского, расположенного вблизи озера Светлояр. В этот день проводится крестный ход вокруг озера, при котором верующие поднимаются к деревянному храму, возвышающемуся над озером, где совершается молебен. Многие паломники в течение всего года устремляются к озеру с личными просьбами в надежде обрести покровительство Божьей Матери, которая по преданию простерла руки над озером и скрыла град Китеж от врагов в его водах. Эти верующие, группой или в одиночку, обходят озеро, произнося молитвы вблизи святых мест, расположенных вдоль побережья: божьего камня – валуна со следами человеческой ноги, по преданию оставленными Богородицей, святого ключика Кибелек, могилы трех богатырей.

Озеро Светлояр и сокрытый им град Китеж воспеты во множестве легенд и других произведений писателями и поэтами, запечатлен художниками, а также в изделиях художественных народных промыслов, в том числе хохломской росписи. Оно как магнит притягивает к себе души многих людей, облагораживает и подвигает их на великие свершения, проявления высочайшего взлета таланта.

Озеро имеет большое рекреационное значение. Ежегодно его посещают тысячи туристов и паломников.

Близкая по содержанию легенда связана и с озером Нестиар, на берегах которого некогда располагался монастырь, во времена татарско-монгольского нашествия провалившийся под землю по просьбам монахов. Монахи, не желая, чтобы их святыня досталась врагу, сами вымолили себе погибель. Периодически над озером Нестиар также слышится колокольный звон. Считается, что монахи под водой чуют беду, случившуюся с заблудившимися путниками, и звуком колоколов направляют их к селу Нестиары.

Нижегородское Поветлужье богато природными объектами, обязанными своей сохранностью народным формам охраны природы. К таким территориям прежде всего относятся священные рощи и священные деревья (деревья-патриархи) финно-угорских народов, которые связаны с культом языческих богов. В них в течение столетий отпускались обряды, имевшие целью обеспечить благополучие народа, сохранение окружающей природной среды. Обряды до сих пор совершаются в селах, прилегающих к Республике Марий Эл. На территории Воскресенского района находятся следующие культовые природные объекты: апшатнерская липа (более 200 лет), священная марийская роща, юронгская лиственница (более 300 лет), дуб-патриарх и другие.

Нижегородское Заволжье является центром старообрядчества, которое сконцентрировалось по долине реки Керженец, недаром отсюда пошло название старообрядцев – «кержаки». Практически старообрядчество, начавшись с освоения долины реки Керженец, охватило все Нижегородское Заволжье. Кержаками называли особо гонимых и упорных в «древлей» вере людей. Это суровое и таинственное слово впитало в себя людскую гордость и боль трех столетий. Мир раскольников был замкнут. Долгие годы об этом мире было принято молчать. Истинную веру, с которой началась Русь, загнали в леса и охаяли. Прикерженье слыло опасным и вместе с тем привлекало многих писателей, журналистов, стремившихся познать его, среди которых:

П. Мельников-Печерский, М. Пришвин, Н. Оглоблин, В. Короленко, Б. Корнилов и даже англичанин Т. Рис. Вильямс. Постоянная борьба за существование, за право хранить веру отцов воспитала у раскольников предприимчивость и смекалку. Недаром более двух третей российского купечества были старообрядцами, доказав, что независимость духовная перерастает в независимость экономическую. В публикациях писателей утверждалось, что со старообрядцев Керженца началась промышленная Россия. Хочется привести слова П. Мельникова-Печерского: «Посмотрите, где Россия хранила душу свою. Побродите. Поклонитесь гордым людям, которых ничто не сломило. Не в пример властям, не вертели они головой то на восток, то на запад – в себя верили. Может, и вы этой веры чуток ухватите, так и то не зря в дороге-то были».

Кержаки были умелыми людьми, и поэтому в старообрядческих селах Прикерженья родились десятки ремесел. Крестьяне изготовляли посуду, домовую утварь, детские игрушки, шили одежду и обувь.

Город Семёнов был признан ложкарной столицей, откуда деревянные ложки отправляли в Сибирь, Персию, Венгрию и на Балканы. Здесь родилась знаменитая золотая хохлома, а в маленькой мастеровой деревушке Меринове, на Керженце, стали изготовлять куклу-матрешку, ныне известную всему миру.

Ныне город Семёнов получил статус столицы народных промыслов России, где регулярно проводятся фестивали.

Городом мастеров является и самый древний город Нижегородского края – Городец, основанный в 1152 г. князем Юрием Долгоруким. С этим городом связана память об Александре Невском, который на пути из Золотой Орды принял пострижение с именем Алексия в Федоровском монастыре Городца, где и скончался в 1263 г. В XVII в. в стенах монастыря был создан летописный свод «Китежский летописец», свидетельствующий о нашествии Батыя на Русь. С XVII в. Городец стал центром деревянного судостроения на р. Волге. Город Городец посещали величайшие властители России Петр I и Екатерина II.

Как и большинство городов Заволжья, Городец отличается ярким архитектурным обликом, своеобразным деревянным и каменным зодчеством. В память о величайших предпринимателях Заволжья в Городце в 2002 г. был установлен памятник российскому купечеству.

Город Городец является вторым центром народных промыслов Заволжья. Здесь развиты городецкая роспись, лозоплетение, резьба по дереву, выпечка пряников и золотошвейное искусство. Ежегодно, также как и в г. Семёнове, здесь проводится фестиваль народных промыслов и ремесел.

По Заволжью проходит множество исторических путей. По этой земле пролегали тропа Батыя и дорога Ивана Грозного, по которой двигались русские войска на взятие Казани.

Сохранилось множество преданий о разбойниках, которые грабили купцов по рекам и лесным дорогам, в том числе о знаменитой атаманше Бабке Степаниде. Этот край привлекает многочисленных кладоискателей, которые по преданиям устанавливают места разбойничьих кладов.

Природа Нижегородского Заволжья удивительно живописна, особенно глубоко врезанные долины рек с крутыми берегами и многочисленными излучинами, богатыми старицами. Возможности для использования в рекреационной деятельности очень широки: великолепные оздоровительные ландшафты, достаточная удаленность от мест – источников загрязнения, имеются достаточные гидроресурсы, подземные, в том числе и минеральные, воды можно использовать для оздоровления туристов.

Нижегородское Заволжье – экологически чистая территория, так как основным видом хозяйства здесь традиционно является лесное. Эта территория на редкость благоприятна для развития всех природоориентированных видов туризма: экологического, спортивного (сплавы, охота, рыбалка, пеший, конный, лыжный туризм), лечебно-оздоровительного, сельского. А богатое культурное наследие позволяет развивать здесь экскурсионно-краеведческий, религиозный, этнографический, фестивальный, научно-экспедиционный туризм (восстановление исторических путей, проходивших через эту территорию).

Было проведено экспедиционное обследование трех районов Нижегородской области – Воскресенского, Ветлужского и частично Семёновского. В Воскресенском районе было выделено более 20 мест под новые рекреационные объекты и предложена система мероприятий по реконструкции ныне действующей рекреационной сети.

Результаты исследований с концепцией рекреационного освоения этих территорий были доложены на заседании глав сельских округов Воскресенского района, что вызвало большой интерес и предложение о дальнейшем сотрудничестве.

ОЦЕНКА ПРИРОДНОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ ТУРИСТИЧЕСКИХ МАРШРУТОВ БЕЛОГРАДЧИШСКИХ СКАЛ (БОЛГАРИЯ)

Н. Н. Калуцкова, *канд. геогр. наук, доцент*
А. А. Сафонова, *младший научный сотрудник*
М. А. Сморжок, *магистр*
МГУ им. М. В. Ломоносова

Развитие туристической отрасли Болгарии идет очень быстрыми темпами. Преобладающая часть туристического потока (60 %) приходится на Черноморское побережье. Однако прибрежные районы уже практически достигли предельного уровня туристической нагрузки, потому в Болгарии планируется развивать другие виды туризма и, прежде всего, во внутренних районах страны.

В настоящее время в Болгарии реализуется национальный проект «Сохранение биоразнообразия и экономический рост» (BCEG), в рамках которого предлагается развивать альтернативный туризм. Под альтернативным (экологическим, зеленым или мягким) понимается такой вид туризма, который не только восстанавливает силы человеческого организма, но и включает в себя познание природы, сохранение экосистем и воспитание культуры общения человека и природы.

На северо-западе Болгарии, примерно в 200 км от Софии и 60 км от Видина, на площади в 598,7 га находится природный комплекс Белоградчишские скалы, который имеет статус природной достопримечательности. Согласно болгарскому Закону об охраняемых территориях (1998) этот статус получают объекты неживой природы (скальные образования, пещеры, водопады, песчаные дюны), которые представляют исключительную научную или эстетическую ценность. Здесь запрещается деятельность, которая может нарушить их естественное состояние или снизить их эстетическую ценность. Белоградчишские скалы определены как объект эстетической и научной ценности геоморфологического класса.

В ландшафтном отношении Белоградчишские скалы представляют собой складчатые предгорья Западных Предбалкан, сложенные выветрелыми триасовыми терригенными конгломератами и песчаниками, которые имеют причудливые формы. Здесь произрастают, в основном, дубовые леса на горных бурых лесных и горных серых лесных почвах. Тектонический разлом делит территорию на два крупных блока, которые соответствуют ландшафтным ярусам. На современном этапе происходит надвиг северного блока на южный, при этом северный поднимается, а южный опускается [4]. Доминантными комплексами являются урочища пологих склонов, сложенные конгломерато-песчаниковыми отложениями, под грабинниково-дубовыми лесами на горных светло-бурых почвах. Интересными субдоминантными урочищами являются платообразные вершинные поверхности скальных выходов, сложенные конгломерато-песчаниковыми отложениями Петроханской терригенной группы под мохово-лишайниковой растительностью на горно-луговых маломощных торфянистых почвах.

Белоградчишские скалы являются очень привлекательным объектом для туризма. В настоящее время здесь разрабатывается сеть маршрутов, которые можно будет предложить разным категориям туристов. Нашей задачей являлась оценка эстетической привлекательности предлагаемых туристических маршрутов. Надо сказать, что такая оценка многими исследователями до сих пор воспринимается как сугубо субъективная и не требующая практически никакой методики. Для нас принципиальным моментом являлось разработка и применение методик, которые позволили бы сравнивать результаты исследования, проводимые в разные периоды, в частности в зимний и летний сезоны.

Первым этапом нашего исследования явилось составление крупномасштабной ландшафтной карты (м-б 1:7500) на территорию Белоградчишских скал, которая послужила в дальнейшем основой для всех оценочных методик.

При прохождении по туристическому маршруту человек попадает на особые места, откуда открываются наиболее красивые виды, так называемые точки пейзажного обзора [2]. Эти точки являются самыми привлекательными объектами по маршруту. Непосредственно вид, который открывается с такой точки, мы оценивали по методике эстетической оценки обзорных точек [3]. Для этого использовался метод структурно-информационного анализа, который, по мнению исследователей, наиболее объективен и не требует от оценивающего специальных познаний в области эстетики (в отличие от экспертной оценки, когда приглашаются художники, путешественники, искусствоведы и т. д.).

Сама площадка, откуда открывается вид, называется подступом. Это место может быть удобным или неудобным, легко- или труднодоступным. Такая его характеристика называется качеством подступа и оценивается по отдельной методике оценки подступа [3].

Наконец, для наиболее полной характеристики туристического маршрута необходимо учитывать природную выразительность тех комплексов, которые турист пересекает по пути от одной пейзажной точки к другой. Для этого нами была разработана собственная методика оценки выразительности природных комплексов, частично основанная на подходе А. Ж. Мелламума [1].

В результате каждый маршрут был охарактеризован с нескольких позиций:

- насыщенность обзорными точками (с их эстетической оценкой);
- качество их подступов;
- выразительность природных комплексов по маршруту;
- сложность маршрута (определяется с учетом общей длины и наличия трудных для преодоления участков).

Непосредственным предметом эстетической оценки ландшафта, по мнению В. А. Николаева [2], является пейзаж – внешний облик ландшафта, воспринимаемый визуально с той или иной видовой точки. Пейзаж отражает многие внутренние свойства ландшафта. При разработке методики эстетической оценки важно четко разграничить объективные и субъективные критерии. Любой пейзаж, который открывался в ходе маршрута, нами описывался по большому количеству критериев. Такой внушительный список критериев, по мнению К. И. Эрингиса [3], необходим для минимизации субъективного восприятия того или иного пейзажа.

Всего учитывалось 38 признаков пейзажа, которые объединялись в четыре группы: общий характер пейзажа; характер рельефа; пространственное разнообразие растительности; разнообразие и целесообразность объектов хозяйственной деятельности человека.

Чтобы понять, как производилась оценка, приведем примеры с таким признаками, как «четкость кулис», «поясность» и «динамическая контрастность». Кулисами, окаймляющими пейзаж, могут быть как природные (например, скальные образования), так и антропогенные объекты (например, здания), если они четко определяют рамку пейзажа. В лесных массивах кулисы пейзажа обычно образует лесная растительность. Другой признак – «поясность» – представляет собой отчетливо выделяющиеся пояса растительности или рельефа, которые можно сосчитать от точки наблюдения к горизонту в том направлении, где количество их максимально. «Динамическая контрастность» наблюдается в том случае, когда открывающийся с подступа пейзаж значительно отличается своим освещением или цветовой гаммой от тех пейзажей, которые наблюдатель видел на пути к подступу.

Каждый критерий оценивался нами по балльной системе. Все показатели условно разделялись на два блока. К первому блоку относились те показатели, которые можно оценить непосредственно в маршруте. Например, показатель «динамическая контрастность» оценивался по принципу: есть – 1 балл, нет – 0 баллов. Ко второму блоку относились показатели (так называемые признаки обилия [3]), для которых в маршруте давались только количественные характеристики, например «обилие залесенных вершин» или «красочность» (количество цветовых оттенков в пейзаже). В камеральных условиях это количественное значение переводилось в балльную оценку. Общий балл эстетической оценки пейзажа получается путем суммирования баллов по всем показателям.

Методика оценки качества подступа во многом строится на удобстве его для любования пейзажными видами. Нами оценивался 31 признак, среди которых «относительная высота», «площадь подступа», «прикрытость от ветров», «условия подъезда» и др. Однако, по утверждению К. И. Эрингиса [3], главное, что определяет качество подступа, – это сам пейзаж, который с него открывается. Этот признак может быть оценен только после подсчета суммарного балла эстетической ценности самого пейзажа. Оценив все обзорные точки и ранжировав их по привлекательности, нами была разработана шкала балльной оценки этого признака.

Методика оценки выразительности природных комплексов характеризует эстетический потенциал каждого природного комплекса, пересекаемого по маршруту. Основными факторами, определяющими пейзажную выразительность ландшафта [1], являются рельеф и растительность. Рельеф, а именно характер и степень его расчлененности, определяют не только многообразие элементов отдельных пейзажей, их многоплановость, но также и наличие точек, с которых открываются пейзажные виды. Второй фактор – растительность – также очень важен для эстетической оценки территории. Известно, что высокая залесенность зрительно снижает пейзажную выразительность местности, даже при наличии выраженного холмистого рельефа. Эти два фактора создают фон пейзажа. Но кроме общего фона для каждого природного комплекса

можно выделить свои особенности, придающие им своеобразие и дополнительную выразительность. Такие особенности мы называли дифференцирующими факторами.

Результатом нашего исследования явилось обоснование 7 туристических маршрутов в Белоградчишских скалах. Четыре маршрута являются кольцевыми, два – линейно-кольцевыми и один – линейный.

Самым простым для преодоления является маршрут № 4, который начинается от отеля «Туристическая хижина», затем спускается к естественнонаучному музею г. Белоградчик, а затем по «Тропе здоровья» возвращается в город. Маршрут имеет протяженность всего 1,2 км. На маршруте имеется только 4 обзорных точки, две из которых – высокой привлекательности. Количество пересекаемых природных комплексов, которые не получили высокого балла за выразительность, также невелико. Этот маршрут может быть рекомендован для туристов с детьми и пожилых людей.

Оптимальное сочетание удобства подступа и пейзажной привлекательности предлагает кольцевой маршрут № 5, который начинается на центральной площади города и заканчивается в районе крепости Калето. Таким образом, он относится к типу кольцевых. Учитывая длину маршрута и перепад высот (от 460 до 590 м), его сложность определяется как средняя. При прохождении пресекается 7 урочищ, относящихся к шести типам, в пределах маршрута находится 5 обзорных точек высокой пейзажной ценности. Этот маршрут хорошо отражает природные особенности региона.

Маршрут № 7 – самый длинный, потому самый насыщенный природными комплексами (12 типов). Он также начинается в г. Белоградчик и относится к удаленно-кольцевому типу. Это самый длинный маршрут (12,2 км), предлагаемый нами. Перепад высот составляет почти 220 м, причем есть несколько достаточно трудных участков. Мы определяем сложность этого маршрута как высокую. Помимо 9 обзорных точек (из которых 6 – высокой и 2 – особой пейзажной ценности) маршрут предлагает посещение ряда интересных природных и культурных объектов. На тропе встречается уникальная пещера-грот, а одна из обзорных точек находится на краю высокого (70 м) крутого уступа. Дополнительный колорит маршруту придает посещение села Извоз, которое является образцом традиционной болгарской сельской архитектуры. В этом селе находится вековой дуб, находящийся под охраной ЮНЕСКО.

Маршрут № 7 является самым интересным на территории Белоградчишских скал, однако, пока тропы не расчищены и отсутствуют в достаточной мере специальные указатели, с него очень легко сбиться.

Все туристические маршруты были оценены нами по трем одинаковым методикам в зимний и летний сезоны. Это позволило провести сравнительный анализ и выявить некоторые преимущества маршрутов в зимнее время.

Так, в летний период зеленый цвет, который создает растительный покров, очень сильно смещает зрительный акцент от скал на себя. Поэтому на одних и тех же точках летом отмечалось общее снижение баллов за пейзажную ценность по сравнению с зимним периодом. Зимой лежащий на скалах снег очень хорошо выделяет их рельефно, что еще больше увеличивает пейзажную ценность. Необходимо отметить, что, несмотря на общее снижение яркости пейзажа из-за отсутствия листвы, в зимнее время отчетливо выделяются посадки сосен, которые усиливают контраст со скальными фигурами, и при этом их не закрывают. Понижение общей оценки качества подступов летом по сравнению с зимним периодом связано с тем, что летом продвижение туриста бывает очень затруднено в труднопроходимых грабинниковых лесах и зарослях ежевики. Зимой же доступ к обзорным точкам гораздо проще.

В заключение надо отметить, что поток туристов в Белоградчишские скалы в последнее время заметно увеличивается. В связи с этим все маршруты необходимо оборудовать, расчистить тропы, расставить указатели по маршруту, на которых должны быть сведения о сложности и длине маршрута. Около обзорных точек, там, где туристы будут задерживаться, необходимо оборудовать информационные стенды, раскрывающие сведения о культуре и истории данного региона.

Литература

1. Меллума А. Ж. Опыт оценки пейзажной выразительности географических ландшафтов. – Рига, 1972.

2. Николаев В. А. Ландшафтоведение: Эстетика и дизайн: уч. пособие. – М.: Аспект пресс, 2003.

3. Эрингис К. И., Будрюнас А. Р. Сущность и методика детального эколого-эстетического исследования пейзажей // Экология и эстетика ландшафта. – Вильнюс: Минтис, 1978.

4. Тронков Д. Посока на теченията по измерванията на косата слоистост в червеноцветния теригенен комплекс (долен триас) от Белоградчишкия антиклинорий (СЗ България) // Изв. Геол. инст. БАН. – 1974. – С. 23, 25–30.

ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ГОРНОЛЫЖНОГО ТУРИЗМА В ТИРОЛЬСКИХ АЛЬПАХ

Н. Н. Калуцкова, *канд. геогр. наук, доцент*
Г. С. Тушинская, *магистр*
МГУ им. М. В. Ломоносова

В настоящее время горнолыжный спорт является одной из быстро развивающихся отраслей туризма. Но в ближайшее десятилетие наиболее популярные горнолыжные курорты Европы могут прекратить свое существование из-за потепления климата и, как следствие этого, потери снега. По мнению экспертов из Организации экономического сотрудничества и развития (OECD), глобальное потепление наиболее ярко может проявиться не в мировом масштабе, а затронуть только отдельный регион – Альпы [3]. За последние годы в альпийских горах часто фиксировали температурные рекорды – это 1994, 2000, 2002, 2003 и 2007 годы. Согласно Р. Бему – климатологу австрийского Центрального института метеорологии и геодинамики – подобные периоды потепления наблюдались в X и XII вв., однако сейчас среднегодовая температура выше, а «в будущем, несомненно, станет еще теплее» [5]. В настоящее время средняя температура воздуха на Земле выросла на 0,6 °С, в Европе – на 0,95 °С.

Горная система Альп – самый изученный ледниковый район Земли. Организация мониторинга современных колебаний ледников в Альпах может быть признана образцовой в масштабах всей планеты. Практически во всех альпийских странах составлены полные ледниковые каталоги, которые постоянно обновляются. Ежегодно при помощи аэрологического обследования выявляются изменения в пространственном положении ледников. Ледники являются одним из индикаторов изменения климатических показателей. В настоящее время продолжается интенсивное сокращение площади ледников [2]. По данным службы мониторинга ледников (ВСМЛ) [4], установлено, что все репрезентативные альпийские ледники (Кессельвандфернер, Зоннбликкеес, Сильвретта, Фернагтфернер, Хинтерайсфернер) находятся в стадии отступания.

Ярким примером влияния потепления климата на горнолыжный туризм может служить зима 2006/07 гг., когда из 660 альпийских курортов 60 были закрыты из-за отсутствия снега, большинство других действовали только за счет установок, производящих искусственный снег. Это значительно повысило стоимость отдыха на альпийских курортах – и так самых дорогих в Европе, и снизило спрос на отдых в Альпах.

Также важным сдерживающим фактором развития горнолыжных курортов является лавинная опасность. Ежегодно в Альпах сходит до 17,5 тыс. снежных лавин [6]. Поэтому на всех крупных горнолыжных курортах существуют специальные службы, постоянно следящие за возможным развитием этих неблагоприятных явлений.

Несомненно, эти факторы оказывают воздействие на развитие всей отрасли в целом, однако на развитие горнолыжного туризма во многом влияют и местные природные условиями, к которым относятся:

- толщина снежного покрова;
- продолжительность снежного периода, а также качество снега. Толщина снежного покрова и продолжительность снежного периода зависят не только от климатических условий района, но и от рельефа и абсолютных высот территории;
- наличие ледников на территории горнолыжных трасс. Это дает преимущество не только из-за возможности круглогодичного катания на ледниках, но и увеличивает разнообразие ландшафта, что привлекает туристов на такие курорты;
- разнообразие (сложность) пригодных для катания трасс, которая зависит от рельефа местности. Многие курорты ориентируются на различные целевые группы туристов, однако для курортов, направленных на организацию семейного отдыха, разнообразие трасс, несомненно, будет дополнительным привлекательным фактором;
- диапазон высот горнолыжных трасс рассматриваемых курортов. Все трассы были разделены на «низкие», «средневысокие» и «высокие». К горнолыжным курортам с «низкими» трассам были отнесены такие, которые расположены на высотах от 500–900 до 2500–3000 м. Курорты со «средневысокими» трассами располагаются в диапазоне высот от 1500 до 3000 м. И к курортам с «высокими» трассами были отнесены те, большее число трасс которых начинаются на высотах более 3000 м. Чем выше абсолютная высота трасс над уровнем моря, тем вероятнее здесь будет дольше лежать снег, нежели на трассах, расположенных на более низких высотах. Кроме этого на высокогорных трассах вероятнее нахождение ледников, что дает возможность круглогодичного катания на таких курортах.

Нами была выбрана территория Тирольских Альп, для которой проводилась оценка природных факторов для развития горнолыжных курортов. Оценка проводилась на основе ландшафтной карты м-ба 1:600 000, составленной Г. С. Тушинской. Территория Тирольских Альп включает в себя три ландшафта.

Изарский ландшафт – сформировался в северной части Тирольских Альп. Ландшафт сложен карбонатными породами и характеризуется широким развитием карстовых процессов. Известняковые породы не способствуют развитию горнолыжного туризма на данной территории. В пределах Изарского ландшафта не расположено ни одного горнолыжного курорта, имеется только «низкая» часть трасс курорта Инсбрук, которую можно назвать Нижним Инсбруком. Этот тип ландшафта отличается тем, что в нем не формируются ледниковые покровы, поэтому отсутствуют горнолыжные трассы на ледниках.

Эцтальский ландшафт, сложенный кристаллическими гнейсами, находится в юго-западной части Тироля. На территории, приспособленной для горнолыжного катания, преобладают крутые узкие горнолыжные трассы, предлагаемые в основном для хорошо подготовленных лыжников. Большинство из рассматриваемых нами горнолыжных курортов (Гальтюр, Зельден, Ишгль, Санкт-Антон, Фульпмес и Верхний Инсбрук) расположено в пределах Эцтальского ландшафта. Среди них два наиболее высоких – Гальтюр и Зельден. Все расположенные на этой территории горнолыжные курорты отличаются достаточно продолжительным периодом со снежным покровом. Горнолыжный курорт Санкт-Антон, находящийся в западной части Тирольских Альп, считается самым снежным курортом Австрии.

Три курорта из шести рассматриваемых имеют ледники в пределах своих территорий. К ним относятся горнолыжный курорт Зельден с ледниками Реттенбах (2684–3010 м) и Тифенбах (2800–3309 м), горнолыжные курорты Фульпмес и Верхний Инсбрук с ледником Штубай (1750–3210 м) – самым большим ледником в Европе, оборудованным для горнолыжного катания.

Циллертальский ландшафт сложен кристаллическими сланцами, имеет относительно крутые сглаженные склоны. Ландшафт сформировался в восточной части Тироля. Для ландшафта характерно чередование широких долин и горных массивов. За счет более сглаженных склонов в этом ландшафте преобладают широкие, достаточно пологие горнолыжные трассы без резких поворотов, так как большинство трасс проходят по горным долинам. В пределах Циллертальского ландшафта разнообразие рельефа значительно меньше. Здесь расположены горнолыжные курорты Фюген, Майрхофен и Китцбюэль. По высотной классификации они относятся к «низким» и «средневысоким» курортам. Эти горнолыжные курорты не могут предложить посетителям такой широкий спектр услуг, как курорты Ишгль, Санкт-Антон и Фульпмес. Для этих курортов характерна небольшая продолжительность снежного периода. Так, снежный покров на территории горнолыжного курорта Фюген достаточно неустойчивый, часто отсутствует, поэтому спуск на лыжах в поселок возможен только в снежные зимы.

Из трех курортов в пределах Циллертальского ландшафта круглогодичным катанием на леднике располагает только один курорт – Майрхофен с ледником Хинтертукс (1500–3250 м).

В результате нами была составлена таблица «Природные факторы, влияющие на развитие горнолыжного туризма в Тирольских Альпах» (табл. 1). Анализ данной таблицы показывает, что горнолыжные курорты Зельден, Санкт-Антон и Гальтюр, расположенные в Эцтальском ландшафте, имеют наиболее благоприятное сочетание природных факторов для развития горнолыжного туризма. Трассы всех курортов расположены на значительных высотах (от 1500 до более 3000 м), продолжительность снежного периода достигает пяти месяцев, а на ледниках, там где они есть, возможно круглогодичное катание.

Горнолыжные курорты Китцбюэль, Фюген, расположенные в Циллертальском ландшафте, и курорт Нижний Инсбрук, расположенный в Изарском, значительно уступают перечисленным выше курортам. Здесь горнолыжные трассы не превышают отметки 2000 м, снежный период продолжается только с конца декабря по начало апреля. Кроме этого, ни один из курортов не располагает катанием на ледниках.

Развитие горнолыжного туризма может быть лимитировано интенсивной лавинной деятельностью, поэтому нельзя говорить о перспективах развития горнолыжных курортов, не учитывая этот факт. Нами был проведен анализ лавинных сходов в Тирольских Альпах за зимние периоды с 1995/96 по 2002/03 гг. Было выяснено, что максимальное количество лавин наблюдалось на территории горнолыжных курортов, расположенных в пределах Эцтальского ландшафта (50 лавин на территории горнолыжного курорта Зельден и 36 на территории Гальтюра). Минимальное количество лавин наблюдалось на курорте Майрховен (1 лавина) и Китцбюэль (8 лавин), расположенных в пределах Циллертальского ландшафта.

Таблица 1

Природные факторы, влияющие на развитие горнолыжного туризма в Тирольских Альпах

Название ландшафта	Название курорта	Перепад высот горнолыжных трасс, м	Продолжительность снежного покрова	Наличие ледника
Изарский ландшафт (сложенный карбонатными породами)	Нижний Инсбрук	575–2677	С начала декабря до начала апреля	–
Эцтальский ландшафт (сложенный кристаллическими гнейсами)	Гальтюр	1584–3300	Декабрь – апрель	–
	Ишгль	1400–2872	Середина ноября – середина апреля	–
	Санкт-Антон	1304–2660	Конец ноября – начало мая	–
	Зельден	1377–3250	Начало ноября – конец мая (на леднике круглый год)	Реттенбах (2684–3010 м) Тифенбах (2800–3309 м)
	Фульпмес	930–2260	В долине – с середины ноября до середины апреля (на леднике круглый год)	Штубай (1750–3210 м)
	Верхний Инсбрук	1250–3210	С середины декабря до начала апреля (на леднике круглый год)	Штубай (1750–3210 м)
Циллертальский ландшафт (сложенный кристаллическими сланцами)	Фюген	550–2500	Декабрь – апрель	
	Майрхофен	630–3250	Конец ноября – апрель (на леднике круглый год)	Хинтертукс (1500–3250 м)
	Китцбюэль	800–2000	Середина декабря – начало апреля	–

Для более точного понимания, как возникают лавиноопасные ситуации, нами были детально проанализировали изменения трех главных показателей (толщина снежного покрова, температура воздуха, а также скорость ветра), влияющих на лавинную деятельность в течение одного зимнего периода 2003/04 гг. для девяти курортов Тирольских Альп. Для этого были использованы данные метеостанций северного Тироля, обслуживающих исследуемые курорты.

Было выявлено, что в данных районах за исследуемый период может сформироваться три типа лавин:

1. *Инсоляционные лавины.* Они возникают в результате таяния снега при радиационных оттепелях на склонах южной экспозиции [1]. Критерием выделения таких лавин являлись периоды с повышением температуры выше 0 °С и толщина снежного покрова >30 см.

2. *Лавины из сухого свежевыпавшего снега.* Они образуются обычно при отрицательной температуре воздуха. Отличаются значительными скоростями движения, часто сопровождаются снежным пылевым облаком и воздушной волной [1]. Для выделения лавин такого типа принимались во внимание понижение температуры воздуха на –1 – –4 °С после снегопада и толщина снежного покрова >30 см.

3. *Лавины из снежной доски.* Этот тип образуется из слоя снега, обладающего сцеплением и способностью сопротивляться разрыву. Начинается отрывом на большой площади. Линия отрыва представляет собой ступень, перпендикулярную к поверхности склона. При движении тела этой лавины обломки могут разрушаться, формировать пылевое облако и довольно однородные отложения [1]. Они могут образоваться из снега любого вида – мягкого, пушистого, нового снега; уплотненного, твердого, старого или тяжелого и мокрого весеннего снега. Образующий доску снег может состоять из кристаллов всех типов – от только что выпавших звездо-

чек до кристаллов старого снега. Главным условием для образования доски является наличие такого снега, сцепление между кристаллами которого достаточно сильное для образования единой массы. При выделении периодов схода этого типа лавин мы рассматривали не только показатели толщины снежного покрова >30 см и понижение температуры воздуха на –1 – –4 °С, но и периоды формирования глубинной изморози, а также периоды уплотнения снежной толщи без выпадения нового снега.

Лавиноопасными периодами называют интервалы времени, в течение которых условия снегонакопления и характер механической устойчивости снега на склонах, обусловленных развитием метеорологических условий и процессами внутри снежного покрова, приводят к сходу лавин [1]. В общем случае лавиноопасной считается ситуация, когда сочетаются несколько факторов: толщина снежного покрова достигает более 30 см, прирост снега составляет больше 2 см/ч при метелевом переносе и понижение температуры воздуха на –1 – –4 °С. Так, классическая лавиноопасная ситуация сложилась на горнолыжном курорте Гальтюр со второй половины дня 14 декабря до16 декабря, когда при сильной метели прирост снежного покрова составил 45 см, а максимальная величина снежной толщи к этому времени достигла 95 см. Такие условия способствовали формированию лавин из свежевыпавшего снега. Таким образом, были рассмотрены все девять курортов на предмет выявления лавиноопасных ситуаций и составлена таблица по количеству ситуаций на каждом курорте (табл. 2).

Таблица 2

Сравнительная таблица степени лавинной опасности горнолыжных курортов Тирольских Альп зимы 2003–2004 гг.

№ п/п	Название м/станции	$H_{абс.}$ (м) метеостанции	Степень лавинной опасности по карте в баллах	Количество лавиноопасных ситуаций
1	Гальтюр	2440	1–2	10
2	Ишгль	2280	1–2	5
3	Санкт-Антон	2205	1–2	4
4	Зельден	2660	1–2	4
5	Фульпмес	1645	1–3	3
6	Инсбрук	1938	2–3	6
7	Фюген	2060	2–3	6
8	Майрхофен	1130	1–2	0
9	Китцбюэль	1802	2–3	4

Примечание. Высокая – 1 балл, средняя – 2 балла, низкая – 3 балла.

Анализ таблицы позволяет сделать следующие выводы. Зима 2003/04 гг. была многоснежной, поэтому результаты проведенных исследований отличаются от среднегодовых. Практически все курорты расположены в районах с высокой и средней степенью лавинной опасности. Количество лавиноопасных периодов на всех курортах колеблется в среднем от 4-х до 6-ти за исследуемый сезон. Были выделены периоды с максимальным количеством лавиноопасных ситуаций (Гальтюр – 10) и минимальным (Майрхофер – 0).

В пределах Северного Тироля в основном сходят лавины из свежевыпавшего рыхлого снега, реже сходят лавины из снежных досок, инсоляционные и улитки. Лавины из свежевыпавшего снега имеют бóльший охват территории, нежели инсоляционные лавины, а лавины из снежных досок относятся к так называемым туристским лавинам, спровоцированным в основном самими горнолыжниками.

Исходя из оценки природных факторов, влияющих на развитие горнолыжных курортов и анализа лавинной опасности территории, можно дать оценку перспектив развития рассмотренных девяти горнолыжных курортов Тирольских Альп. Согласно проведенной оценке природных факторов наиболее перспективными для развития являются горнолыжные курорты Зельден, Санкт-Антон и Гальтюр, расположенные в Эцтальском ландшафте. Это связано с тем, что природные условия этого ландшафта таковы, что все горнолыжные курорты расположены в высокогорной зоне (трассы доходят до отметки в более 3000 м), имеют продолжительный

период снежного покрова (с конца ноября по конец апреля – начало мая). Территория горнолыжного курорта Зельден располагает также двумя ледниками (Реттенбах и Тифенбах) с возможностью круглогодичного катания на них. Но, в то же время, территории этих горнолыжных курортов являются наиболее лавиноопасными, а в связи с потеплением климата и, как следствие, увеличением количества осадков частота лавинных сходов заметно увеличится.

Горнолыжные курорты Китцбюэль, Фюген и Нижний Инсбрук, расположенные в Циллертальском ландшафте, и курорт Нижний Инсбрук, расположенный в Изарском ландшафте, напротив, согласно оценке природных факторов являются наименее перспективными для развития. Это также связано с ландшафтными особенностями территории: небольшими высотами трасс (в среднем до 2000 м) и непродолжительным снежным периодом (с начала декабря по апрель). Однако, согласно оценке лавинной опасности, эти курорты значительно выигрывают, так как лавиноопасность на них минимальна.

Таким образом, в наилучшем положении окажутся горнолыжные курорты, расположенные на средних высотах. Это курорт Майрхофен, расположенный в Циллертальском ландшафте, а также курорты Фульпмес, Верхний Инсбрук и Ишгль, лежащие в Эцтальском ландшафте. Часть «нижних» трасс этих курортов, которые, возможно, придется закрыть из-за поднятия снеговой границы в связи с потеплением климата, не принесут больших убытков, так как остается возможным катание на более высоких трассах этих курортов. Кроме этого, практически на территории всех курортов, исключение составляет только курорт Ишгль, есть ледники, обеспечивающие круглогодичное катание. Лавинная деятельность здесь менее активная и не создаст больших проблем для дальнейшего развития курортов.

Литература

1. Гляциологический словарь / Под ред. чл.-кор. АН СССР В. М. Котлякова. – Л.: Гидрометеоиздат, 1984. – 527 с.

2. Поповнин В. В. Современная эволюция ледников Земли / Современные глобальные изменения природной среды: в 2 т. – М.: Научный мир, 2006. – Т. 1. – С. 507–577.

3. Organisation for Economic Cooperation and Development, The Benefits of Climate Change Policies: Analytical and Framework Issues. OECD. – Geneva, 2004.

4. WMO Bulletin. – Vol. 50. – № 2. – October 2001.

5. www.businesseco.ru «Экология и предпринимательство».

6. www.tiris.tirol.gv.at «Lawinenwarndienst TIROL».

ИЗУЧЕНИЕ ГЛУБИННОГО СТРОЕНИЯ РЕКРЕАЦИОННЫХ ТЕРРИТОРИЙ

В. И. Кружалин, *профессор, вице-президент Национальной академии туризма, директор Института комплексных исследований образования МГУ им. М. В. Ломоносова, завкафедрой рекреационной географии и туризма географического факультета МГУ им. М. В. Ломоносова, член Президиума Российской академии космонавтики им. К. Э. Циолковского (РАКЦ)*

М. Н. Ломоносов, *ст. научный сотрудник географического факультета МГУ им. М. В. Ломоносова, вице-президент РАКЦ*

Ю. И. Фивенский, *канд. техн. наук, ведущий научный сотрудник географического факультета МГУ им. М. В. Ломоносова, действительный член РАКЦ*

Министерство экономического развития и торговли (МЭРТ) РФ объявило в 2006 г. конкурс на создание туристско-рекреационных особых экономических зон (ТР ОЭЗ). Из 28 участников конкурса, субъектов Федерации, выделено 7: Калининградская область, Краснодарский край, Ставропольский край, Алтайский край, Республика Алтай, Республика Бурятия, Иркутская область, на территории которых в начале 2007 г. созданы особые экономические зоны туристско-рекреационного типа сроком на 20 лет. МЭРТ РФ планирует через 2–3 года провести еще один конкурс по созданию особых туристско-рекреационных зон.

Целесообразное планирование и создание туристско-рекреационных территорий федерального и регионального уровней, оптимальность и рациональность их зонирования, обеспечение устойчивого развития существующих и вновь создаваемых территорий тесно связаны с качеством и полнотой информационного наполнения комплексного эколого-экономического кадастра, центральным разделом которого для указанного вида задач является рекреационный кадастр.

Комплексный кадастр по сути – это ГИС, включающая в себя данные об интегральном ресурсе (системная совокупность всех конкретных видов природных, исторических, социально-культурных, материальных, трудовых и иных видов ресурсов) изучаемой территории. На основании кадастра для территории строятся функциональные модули или туристско-рекреационные каркасы площадного (геолого-геоморфологический, ландшафтный, экологический, селитебный, культурно-исторический и т. д.) и линейного (информационный, сервисный, транспортный, энергетический и т. д.) типов. С учетом каркасной системы производится зонирование рекреационной территории.

В зависимости от целевого назначения зон из всей совокупности каркасной системы после определения ее иерархической структуры выделяются базисные каркасы как функциональные доминанты зоны и вспомогательные, или надстроечные каркасы, обеспечивающие реализацию назначения зон и устойчивое развитие рекреационной территории в целом. Одной из базисных констант рекреационной территории является геолого-геоморфологический каркас, который строится на основании информации о земной поверхности (рельеф, ландшафт) и глубинном строении и содержании недр территории.

В настоящей работе акцентируется внимание на необходимости иметь для построения геолого-геоморфологического каркаса как можно более полные знания о недрах территории, которая рассматривается для планирования и использования в качестве рекреационной, и возможности их получать с помощью оперативной системы ИПС (интеллектуальная прогностическая система для изучения природных ресурсов) по материалам дистанционного зондирования Земли.

В Законе Российской Федерации «О недрах» приводится определение: недра являются частью земной коры, расположенной ниже почвенного слоя, а при его отсутствии – ниже земной поверхности и дна водоемов и водотоков, простирающейся до глубин, доступных для геологического изучения и освоения. Рекреационная территория как физический объект географии является сложной геодинамической системой в виде трехмерного блока биосферы, т. е. суши, акватории со слоями атмосферы и литосферы, при этом поверхность территории выступает как раздел между атмосферой и литосферой, формирующих те или иные рекреационные свойства территории.

Геолого-геоморфологическая часть комплексного кадастра рекреационной территории формируется на основе данных о недрах федерального или соответствующего территориального фондов геологической информации, государственного кадастра месторождений и проявлений полезных ископаемых, а также из других источников.

На основании анализа комплексного кадастра и оценки природных ресурсов региона выделяются приоритетные виды ресурсов и тем самым определяются направления перспективного развития изучаемой территории. При возможных противоречиях между слабо совместимыми или несовместимыми направлениями, например между разработкой месторождений и/или рекреационной деятельностью, решение по выбору направления принимается исходя из поиска компромиссных вариантов, объективных предпосылок и социально-экономической целесообразности. При наличии полной информации о регионе выбор направления относится к классу детерминированных задач и фактор риска при выборе стратегии развития территории сводится к минимуму. Это означает, что сделанный выбор стратегии развития территории соответствует целям рационального природопользования и соответственно обеспечивается с максимальной вероятностью полезный народнохозяйственный эффект при уверенности в отсутствии иной, лучшей стратегии развития территории.

Но практика, как правило, далека от такой идеализированной картины. Комплексный эколого-экономический кадастр как свод сведений (банк данных) о природно-ресурсном потенциале территорий находится пока лишь в стадии разработки. Поэтому следует учитывать, что в настоящее время в природопользовании практически отсутствуют детерминированные задачи с прогнозируемым единственным результатом единственно правильно выбранной стратегии. При этом количество задач, сопутствующих основной, велико и в отсутствие достаточной информации работает принцип неопределенности, или принцип неполноты информации. Этот принцип гласит, что информация для априорного суждения обо всех возможных результатах реализации принятых решений, особенно в далекой перспективе, недостаточна и поэтому следует проявлять крайнюю осторожность при планировании и проведении акций по преобразованию Природы, в том числе и в рекреационных проектах.

В данной работе не случайно делается акцент на изучении недр территории, так как неполнота информации о них может привести к определенного вида ошибкам. Например, с помощью дистанционных методов выясняется, что в границах утвержденной рекреационной территории,

в развитие которой уже вложены немалые средства, расположен ценный вид полезных ископаемых промышленного значения, целесообразный для разработки в современных условиях. Возникает проблема, так как на рекреационной территории иные виды хозяйственной деятельности, кроме непосредственно туристско-рекреационной, исключаются. Или другой тип ошибок, с которым авторы в своей практике неоднократно встречались. Незнание геологического строения рекреационной территории, его местных особенностей (геологические разломы, геоактивные зоны, вредные газовые флюидные потоки и т. д.) приводит к ошибкам в зонировании территории, расположении объектов инфраструктуры. В конечном итоге это может привести, в том числе, и к негативным последствиям в плане здоровья тех людей, которые прибыли на данную территорию для отдыха и поправки здоровья.

Отсутствие информации о подземной гидросфере не позволяет в полной мере использовать ресурсы подземных источников вод разного типа: питьевой, технической для хозяйственно-бытовых нужд, минеральной с лечебными свойствами и т. д. То же самое относится к ресурсам лечебных грязей и т. д. А это означает потерю потенциального дополнительного ресурсно-экономического и лечебно-оздоровительного эффекта использования территории.

Все изложенное имеет своей целью подчеркнуть значимость изучения недр Земли на рекреационной территории и предложить, учитывая современный недостаточно оперативный уровень познаний недр, дистанционную систему ИПС для изучения глубинного, в данном случае, строения рекреационной территории по данным аэрокосмического зондирования Земли. На предыдущей, 1-й Международной научно-практической конференции «Туризм и рекреация: фундаментальные и прикладные исследования» (Москва, 27–28 апреля 2006 г., МГУ им. М. В. Ломоносова, географический факультет) был представлен и опубликован в Трудах конференции доклад: *Кружалин В. И., Ломоносов М. Н., Фивенский Ю. И.* «Использование материалов космического зондирования рекреационных территорий для выявления геоактивных зон и разведки минеральных вод». В докладе изложены основные принципы построения системы ИПС, ее преимущества. Здесь уместно вновь кратко представить ИПС.

ИПС построена по модульному принципу и является симбиозом ряда систем и технологий, из которых выделяются две уникальных: «ККМ» и «Навигатор». Система «Навигатор» является реализацией возможности человека взаимодействовать, по терминологии В. И. Вернадского, с Ноосферой и является новым качественным развитием методологий интуитивного поиска решений произвольных задач, примером раннего этапа развития которых служит широко распространенный в мире метод А. Осборна, известный как метод «мозгового штурма». Кольцевой каркас местности, построенный с помощью «ККМ» по материалам дистанционного зондирования методом структурометрического анализа, содержит в себе информацию о поверхностном, приповерхностном и глубинном строении Земли. Совместно «Навигатор» и «ККМ» позволяют установить систему признаков природных ресурсных объектов с идентификацией их видов и характеристик по эталонной базе данных.

Фактические преимущества ИПС оцениваются по следующим основным параметрам: дистанционность, быстродействие, эффективность по финансовым, трудовым и временным затратам, полнота, достоверность и надежность представляемой информации об изучаемых объектах, экологическая безопасность и др.

В результате анализа задач рекреационной географии с точки зрения решения их с использованием системы ИПС, выделен класс задач глубинного изучения рекреационных территорий. В первую очередь сформулирована задача выявления и изучения геоактивных зон в рекреационных регионах, влияние которых на человека может быть как положительным, так и отрицательным. Также ИПС применяется для изучения геологических рекреационных ресурсов, например подземных питьевых и минеральных вод с полезными лечебно-оздоровительными свойствами, не геологическими методами. Благоприятным в этом плане является то обстоятельство, что резидентам туристско-рекреационных особых экономических зон (ТР ОЭЗ) дается право на разработку месторождений минеральных вод, лечебных грязей и других природных лечебных ресурсов, добычу их, а также использование природных лечебных ресурсов[1]. Кроме этого осуществляется поиск и разведка полезных ископаемых с идентификацией их вида и оценкой ресурсов, пространственных, физико-химических и иных параметров. Последнее имеет исключительное значение при планировании рекреационной территории и установлении ее границ. Для каждого вида ресурсов составляется общий вид матрицы информационных па-

[1] Относительно пресной и минеральной питьевой воды уместно отметить, что употребление ее на местности происхождения обладает наивысшим полезным воздействием на организм человека в соответствии с народной мудростью, которая гласит: «Где родился, там и пригодился».

раметров, которая включает в себя физико-химические характеристики геологических ресурсов, глубины их залегания, оценку ресурсов запасов и т. д.

При определениях строения земной коры региона по аэрокосмическим снимкам для оптимального функционирования структурометрического блока ККМ системы ИПС существенное значение имеет вопрос о размере элементарной площадки местности, которая обеспечивает достижение требуемой детальности изучения пространственных характеристик погребенной поверхности коренных пород (в частности, сведений о рельефе). С увеличением глубины изучения земной коры оптимальные размеры элементарной площадки возрастают, что связано с уменьшением плотности погребенного ККМ на кровле нижележащего слоя коренной породы.

Интегральная оценка литологических границ земной коры по такой площадке, представляет собой окно структурометрического сканирования аэрокосмического изображения, с помощью которого строится то или иное растровое изображение для заданной глубины тематического изучения земной коры. Для проведения дальнейших специализированных процедур с таким изображением требуется знание о ближайшем окружении этой элементарной площадки. Таким образом, для решения каких-либо практических задач требуется увеличение размера площади анализа местности по сравнению с размерами элементарной площадки, по крайней мере, не менее чем в три раза.

Ниже (рис. 1) приводится иллюстрация результатов изучения глубинного строения (до 4–5 км) одного из континентальных районов Латинской Америки с целью поиска и разведки углеводородного сырья с промышленными ресурсами.

Участок местности с размерами 10×10 км представлен фрагментом космического снимка с пространственным разрешением 4,5 м на местности (рис. 1,а) исследован по 12 структурометрическим маршрутам с расстоянием между маршрутами 900 м. На каждом маршруте через 450 м в блоке ККМ системы ИПС выявлены малые кольцевые структуры (МКС) и произведены определения глубины залегания центров МКС. Другими словами, на изображении организована прямоугольная сетка с 264 узлами – пунктами «виртуального бурения» земной коры на базе кольцевого каркаса местности с регистрацией глубинного положения (H) центров МКС.

Для территорий, не обеспеченных геологическими данными (в приведенном примере именно такая территория), доверительный интервал определений H в блоке ККМ составляет порядка 4 %. Кроме того, из рисунка действительно следует, что с увеличением H пространственная плотность центров погребенных МКС убывает.

На основании полученной выборки данных построена гистограмма N(H) глубин центров МКС, попадающих в доверительные интервалы определений (рис. 1,в, темные прямоугольники), которая далее модифицирована (штриховая линия) путем умножения значений H на коэффициент k(H), компенсирующий убывание пространственной плотности центров погребенных МКС с глубиной.

Следует заметить, что блок ККМ оперирует понятием кажущаяся глубина H и не учитывает рефракцию акустических лучей в земной коре, значением которой до H = 1 км (по накопленному опыту) при указанной погрешности определений можно практически пренебречь и принимать кажущуюся глубину в качестве истинной $H = H_0$. Однако, при бóльших глубинах влияние рефракции становится заметным и требует учета. В частности, для глубин до 4–5 км вполне приемлемый для приблизительных оценок результат дает исправление значений кажущейся глубины H путем преобразования масштаба шкалы глубин по линейному закону, как показано на схеме рис. 1,г. Таким образом построена модифицированная гистограмма значений H_0', исправленных за рефракцию акустических волн в земной коре (непрерывная линия на рис. 1,в).

Независимо от блока ККМ с помощью блока «Навигатор» объекты идентифицированы по их физико-химическим свойствам, видам полезных ископаемых и сделана оценка их промышленной ценности (категория ресурсов, качество ископаемых). Из полезных ископаемых выделены углеводородные объекты (нефть, газ). Также по ИПС сделана оценка тектонического состояния раздробленности района на разных подземных уровнях, области которых показаны на том же рисунке светло-серым тоном. Для изучаемого участка также получены характеристики раздробленности пород на разных подземных этажах, геологических разломов и узлов высокого ранга.

Пример с углеводородами выбран не случайно. Природные и социально-экономические предпосылки устойчивого развития туристско-рекреационных систем в мире неразрывно связаны с устойчивым развитием мира в целом. И в частности с устойчивым развитием энергетического обеспечения всех стран. На основании данных многолетнего изучения углеводородного сырья на Земле с помощью ИПС достаточно давно был сделан вывод о неиссякаемости запасов нефти и газа за счет непрерывной подпитки приповерхностных залежей глубинными флю-

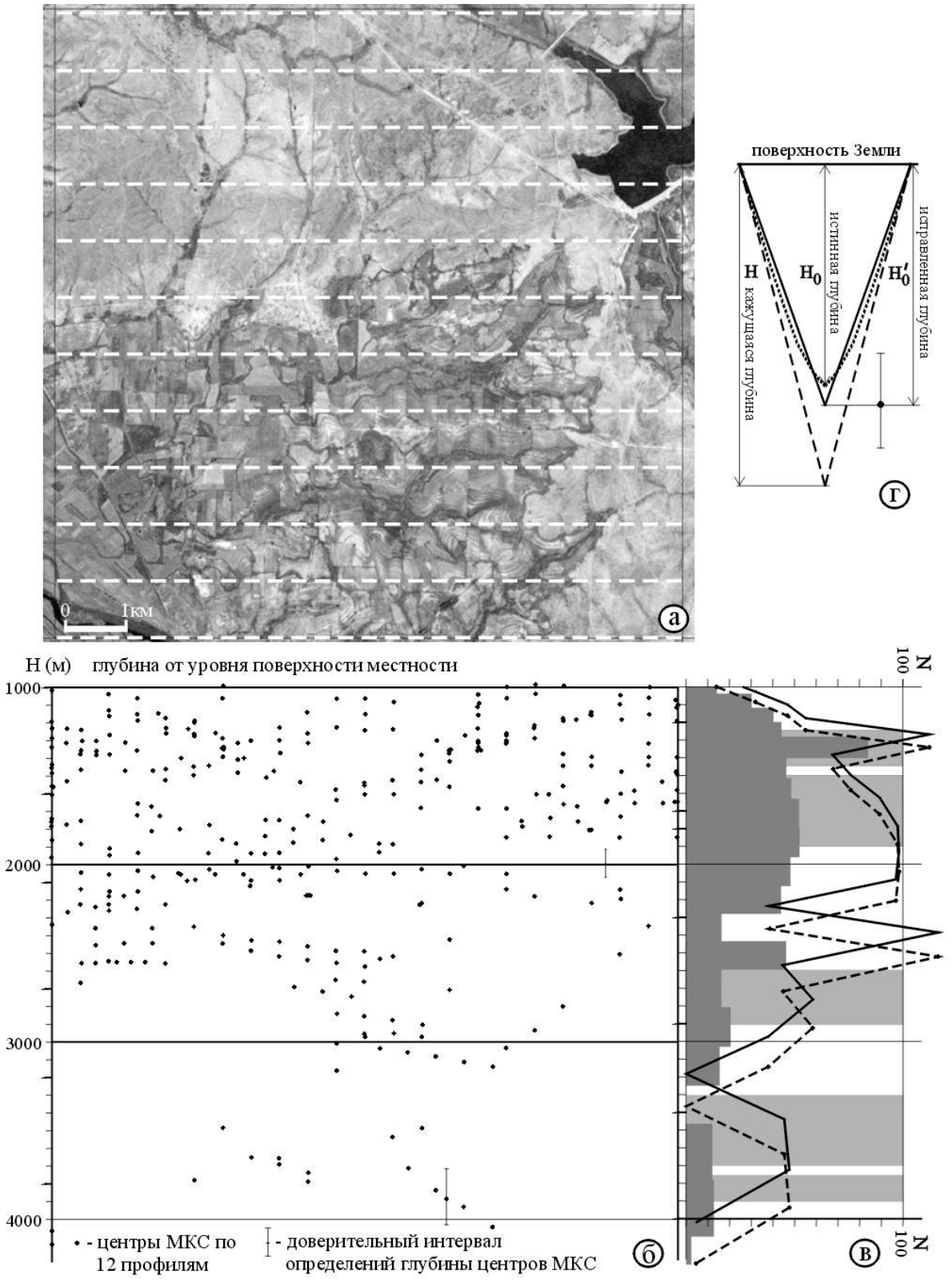


Рис. 1. Анализ глубинного положения литологических границ земной коры по кольцевому каркасу элементарной площадки местности 10×10 км:
а – космический снимок КАТЭ-1000 с 12-ю оценочными маршрутами; б – кажущаяся глубина центров МКС; в – гистограммы глубин центров МКС по значениям доверительного интервала определений (- - - - – модифицированная, —— – исправленная за рефракцию);
г – схема введения поправок в значения H за рефракцию акустических волн в земной коре

идными потоками. Также было установлено, что на больших глубинах (порядка нескольких сот км) Земля имеет мощную углеводородную оболочку, которая и порождает эти потоки. Это знание и изучение Земли с помощью ИПС позволили сделать вывод: все страны мира имеют на своей суше собственные углеводородные ресурсы. А при правильном планировании эксплутационных скважин во многих случаях можно обеспечить неиссякаемость ресурсов, т. е. залежи будут работать как колодец. 8 октября 2006 г. по российскому TV прозвучала сенсация: «В Татарии зафонтанировали более 140 скважин, которые считались уже нерентабельными. Когда месторождение на исходе, начинает идти густая тяжелая нефть. А тут из скважины неожиданно пошла легкая, так называемая газированная нефть, причем такого качества, что ее можно сразу без переработки в бензобак заливать. Татарские ученые выдвинули гипотезу, что нефть возобновляема. Причем, подпитка идет из земных глубин». Это чрезвычайно важный факт, подтверждающий выводы по ИПС.

Система ИПС, достаточно отработанная при поиске полезных ископаемых, в настоящее время успешно проходит процесс адаптации к задачам рекреационной географии и может эффективно использоваться как при планировании, так и при развитии уже созданных рекреационных территорий.

НАУЧНЫЙ ТУРИЗМ И НАУЧНЫЕ КОНТАКТЫ: СОВРЕМЕННЫЙ РОССИЙСКИЙ И МЕЖДУНАРОДНЫЙ ОПЫТ

А. М. Кузьминов, *канд. пед. наук, профессор РМАТ, директор*
В. А. Шахов, *канд. культурологии, завкафедрой гуманитарных дисциплин*
В. И. Кулаков, *д-р ист. наук, профессор кафедры гуманитарных дисциплин, руководитель Балтийского гуманитарного центра*
Калининградский институт туризма – филиал РМАТ

Научный туризм – новая для России форма активного организованного отдыха – получает ныне не только теоретическую базу, но и практическое внедрение. Теоретические параметры научного туризма в его трех версиях (собственно научный, ознакомительно-познавательный и учебный) были уже обозначены ранее [1]. Это новое направление в туристской деятельности представляет собой использование движения по маршруту не только для рекреационной деятельности, но и для получения знаний и продуктов научного процесса, предполагая при этом полное погружение в ноосферу (мир, сфера человеческого знания). Таким образом, научный тур – участие туристов в научном мероприятии, которое более всего подходит под определение «экспедиция».

Учитывая эту особенность научного туризма, Калининградский институт туризма – филиал Российской международной академии туризма летом 2004 г. решил провести эксперимент в рамках осуществления учебно-ознакомительных практических занятий своих студентов по освоению тематики научного туризма на базе Балтийской экспедиции Института археологии Российской академии наук. Неоценимую пользу при подготовке полевой практики студентов принесла работа сотрудника Института Богинской И. Н.

Балтийская экспедиция ИА РАН работает в Калининградской области с 1974 г., изучая местные древности различных эпох. Летом 2004 г. экспедиция запланировала проведение раскопок кургана эпохи викингов в лесном урочище Кауп в окрестностях г. Зеленоградска (северное побережье п-ова Самбия). Работы осуществлялись при поддержке спонсоров и Калининградской общественной организации «Калининградское историческое общество».

Для многосторонней подготовки студентов-практикантов к освоению археологического потенциала научного туризма, включающего европейский опыт участия туристов непосредственно в раскопках, были составлены задания для учебно-ознакомительной практики студентов в экспедиционном лагере:

1. Рассчитать по часам и дням оптимальное участие туристов-волонтеров в археологических раскопках.
2. Определить оборудование, необходимое для туристов различных возрастных и социальных групп.
3. Подготовить лекцию о курганно-грунтовом могильнике Кауп из расчета на туристов-участников трех различных видов маршрутов.

4. Освоить первичные нормы методики археологических раскопок для удобства передачи их туристам-волонтерам.

Для углубления знаний, полученных в ходе научно-практической работы, для студентов-практикантов был составлен перечень вопросов для отчета по учебно-ознакомительной практике:

А. Описание этапов и временных норм постановки экспедиционного лагеря.

Б. Распределение ролей студентов-практикантов и потенциальных туристов-волонтеров в экспедиционном лагере.

В. Краткий конспект методических норм для археологических раскопок.

Г. Принципы формирования сценариев и лекционных серийных текстов для маршрутов научного туризма, ознакомительного (информационного) туризма, образовательного туризма.

Д. Оформление эскизных текстов экскурсионного сопровождения для маршрутов: «По следам Св. Войцеха-Адальберта» (основной образовательный маршрут), «Пионерский – Прибрежный – Рощино – Коврово – Зеленоградск» (вспомогательный научный маршрут по проблемам береговой палеоэкологии) и «Зеленоградск – Храброво – Некрасово – Заречье – Гурьевск» (экстремальный ознакомительный маршрут).

Результаты археологических раскопок, полученные при помощи студентов-практикантов, крайне позитивны. В юго-западной части курганно-грунтового могильника Кауп (IX–XI вв.) был полностью раскопан курган К-128/146. После удаления его насыпи, сложенной из красно-охристого суглинка с большим содержанием примеси гравия, происходившего по штыкам параллельно дневной поверхности насыпи (поверхность каждого штыка тщательно зачищалась), на материке была выявлена грунтовая платформа, искусственно сформированная из материкового суглинка мощностью до 0,15 м. Подобного рода специфические особенности формирования погребальных насыпей характерны для курганов Каупа эпохи викингов. В центре кургана на грунтовой платформе было расчищено скопление остатков погребального костра, принесенное со стороны, вытянутое по линии северо-запад – юго-восток и имевшее размеры 2,60×1,20 м при толщине не более 2 см. В скоплении среди незначительного количества углей и золы найдено несколько обломков кальцинированных костей, причем части черепа выявлены в юго-восточной оконечности скопления. Уже при завершении снятия шт. 3 и зачистке бортов крестообразно пересекающихся бровок выяснилось, что, к сожалению, грабительская яма в центре кургана достигла уровня зольника и потревожила его.

В северо-западной половине этого скопления обнаружены обожженные: обломок рогового одностороннего гребня с бронзовыми накладками, орнаментированными косицеобразным декором в стиле Elling (№ 3) и находящий аналогии в гребне из кург. Bj 944 (могильник Бирка, юго-восточная Швеция), железная пряжка с прямоугольной рамкой, железная обоймица – наконечник ремня, бронзовое кольцо от головной заколки со следами окалины от железной иглы, стеклянные прозрачная и салатово-зеленая бусины, два фрагмента лепной керамики с песком и дресвой в примеси. На северо-восточной границе скопления остатков погребального костра, выше его уровня на 0,15 м найдена бронзовая трехлепестковая фибула Typ Kleeblattfibel (№ 2), относимая шведским археологом Биргитт Хордт к застежкам группы 1 (Typ J.P. 90-92), относящимся к IX–X вв. Эта уникальная для юго-восточной Балтии находка с лицевой стороны украшена растительным каролингским орнаментом, являющимся несомненным прототипом для декора в стиле Elling более поздних застежек группы 1. Показателен факт использования мастером двух взаимоисключающих декоров ободка фибулы – северо-европейского элемента полусвастики и античного, возрожденного в эпоху Каролингов меандра. Очевидно, такой прием обработки поверхности (причем с применением тончайшего штихеля по отливке) указывает на принадлежность мастера фибулы К-128/146 не к скандинавскому этнокультурному сообществу, а к числу западноевропейских носителей каролингских традиций. Упомянутая находка обожжена лишь на 1 кв. мм своей поверхности и является, видимо, заупокойным даром, возложенным на кострище на финальном этапе свершения погребального обряда. С тыльной стороны фибулы, поверх ее железной шарнирной застежки, прикипел обломок ножа с бронзовой обоймицей (оковка ножен) и железным окончанием этих ножен. Этот нож являлся подвеской к фибуле, крепившейся с тыла к ней при помощи бронзового кольца с завязанными концами. Вещевой комплекс женского (судя по набору инвентаря) погребения К-128/146 уверенно датируется IX – нач. X в. по трехлепестковой фибуле (Typ Kleeblattfibel) (Hårdt B., 1984) и по гребню готландского происхождения [2].

После устранения материковой подсыпки в центре кургана, буквально в пересечении бровок раскопа, была выявлена заполненная красноватой глиной овальная в плане яма размерами 2,20×1,0 м, глубиной 0,70 м. Отсутствие в ней вещевых находок и планиграфическая привязка ямы к границе кострища позволяют полагать некую (культовую?) связь между ними.

В юго-западном углу раскопа прямоугольной в плане формы, которым вскрывался курган К-128/146, уже за пределами насыпи было обнаружено корытообразное углубление в материке. Это углубление (яма 1) было ориентировано по линии северо-запад – юго-восток, имело размеры 2,0×1,2 м, глубину до 0,05 м. Поверхность углубления в его северной половине была сильно прокалена, в его пределах обнаружены редкие частицы золы и мелкие обломки лепной керамики. Как контур углубления, так и контур прокала в нем были обозначены линиями, выложенными из довольно мелких камней.

В 1 м к юго-западу от упомянутого углубления для его доследования за пределами раскопа была разбита юго-западная прирезка размерами 3,5×2,5 м. В ее пределах в предматерике была расчищена прямоугольная в плане каменная конструкция, по размерам и ориентировке сходная с этим углублением и сопоставимая с кострищем в центре кургана. Камни юго-восточной части конструкции, отдаленной от северо-западной части перемычкой из двойного ряда камней, помещены несколько выше, нежели камни из этой части. В восточной части каменной конструкции (кв. 90) на шт. 3 был найден камень подтреугольной формы со следами уплощения своей верхней поверхности. Не исключено то, что на этом камне могли производиться некие культовые действия (жертвоприношения?).

Можно лишь крайне осторожно предполагать непосредственную связь этих описанных выше объектов с различными фазами погребальной церемонии.

На завершающем этапе вскрытия раскопа К/128 этот процесс целый рабочий день снимала группа TV-студии немецкой программы 2DF под руководством режиссера Дирка Загера.

После завершения зачистки поверхности материка на раскопе К-128 крестообразно расположенные бровки были снесены от краев к центру. После генеральной зачистки материка вслед за снятием бровок, в планиграфическом центре кургана (кв. 41, 42, 50, 51) на материке было выявлено пятно ямы, заполненной плотной глиной желто-охристого цвета. В плане эта выбранная в материке яма имела округлые очертания, ее диаметр достигал 0,75 м, глубина 0,60 м.

Последовательность различных фаз погребальной церемонии реконструируется следующим образом:

А. Тело умершей (набор инвентаря характеризует пол погребенного индивидуума как женский) в погребальном убранстве возложили на каменную кладку. Возможно, ориентировка тела головой на юго-восток (традиционное для пруссов направление голов умерщвленных для погребальных церемоний коней) подчеркивается повышением в этом направлении уровня каменной кладки. К северо-востоку от нее была начата расчистка поверхности грунта для захоронения.

Б. В 1 м к северо-востоку от кладки, ставшей последним ложем для умершей, для нее был приготовлен погребальный костер. Тем временем на месте будущего последнего успокоения праха умершей была выбрана яма для неких культовых (жертвенных) целей. После акта кремации остатки трупосожжения были тщательно собраны и (частично) помещены в центре будущего кургана на специальную грунтовую платформу. При этом была повторена ориентировка каменного «ложа» и погребального костра. Так как остатки черепа были помещены именно в юго-западную часть кострища, можно предположить именно такую направленность головы покойной.

В. После завершения возложения праха покойной с ее вещами на кострище началось сооружение курганной насыпи. Грунт брался не из непосредственной близости от кургана, так как следов ровика или котлованов на поверхности и в двух прирезках к раскопу К-128/ не обнаружено. При начале работы по насыпке кургана в район кострища некто из провожавших (женщина?) возложила в виде заупокойного дара трехлепестковую фибулу с ножом-подвеской.

Г. После окончания процесса создания насыпи она была окружена кольцом из камней, а в центре насыпи водружен памятный камень.

После завершения работ на раскопе К-128 он был засыпан грунтом из отвалов. Уникальные находки, полученные при раскопках кургана К-128, были переданы в фонды Калининградского областного историко-художественного музея.

Таким образом, вместе с реализацией учебных задач прошло практическое знакомство студентов с методикой археологических раскопок и археологическим материалом. Эти находки, научный смысл которых не нуждается в особом подтверждении, в рамках туристических акций на данном памятнике археологии могут стать прототипами при изготовлении сувенирной продукции, предназначенной для участников научных туров. Незабываемые впечатления и эксклюзивные знания, полученные студентами-туристами в палаточном лагере Балтийской экспедиции Института археологии Российской академии наук на окраине пос. Моховое, навыки работы с лопатой, разведения костра и приготовления пищи в экстремальных погодных условиях станут тем запасом знаний, которые пригодятся им в последующей жизни как в их профессиональной деятельности, так и для общего развития.

Современный этап развития научного туризма в странах Балтии характеризуется своей активностью, реализующейся в специфических и крайне продуктивных формах. Анализ этой специфики – результат участия Балтийского гуманитарного центра при кафедре гуманитарных дисциплин Калининградского института туризма – филиала РМАТ (рук. В. И. Кулаков) в ряде недавно прошедших научных конференций. Последняя из них проходила в г. Клайпеде (12–14 октября 2006 г.) под титулом «Оружие, вооружение и человек» и была посвящена известному в Европе специалисту по истории холодного оружия Витаутаса Казакявичюса. Этот научный симпозиум стал ярким свидетельством изменения научной политики Литвы, вступившей в Европейский союз. Прежде всего следует упомянуть высокий уровень отбора докладчиков, представлявших наиболее престижные учебные и научные заведения Балтии и Северной Европы. Сделанные коллегами доклады безусловно соответствовали высоким требованиям, предъявляемым к научной работе в рамках единой Европы. Немаловажно отметить, что языком не только докладов, но и общения в дневных и вечерних дискуссиях был английский. Это ли не показатель соответствия конференции самым высоким представительским нормам? Этот же достойный европейцев уровень был соблюден в последний день конференции, посвященный научному туризму. Как и в остальных странах Европы, в Литве даже в эпоху Брежнева все симпозиумы по гуманитарным дисциплинам завершались экскурсиями по близлежащим к месту проведения научной встречи памятникам истории и культуры. Такие нормы научного общения сложились еще в конце XIX в. Не стала исключением и конференция «Оружие, вооружение и человек». 14 октября 2006 г. ее участники с утра были собраны перед гостиницей Radisson-SAS (место обитания делегатов конференции) и на большом туристическом автобусе провезены по интереснейшему маршруту. Он пролег по живописным памятникам археологии Западной Литвы. Из Клайпеды экскурсанты отправились на курское городище Импильтис, разрушенное в 1263 г. и раскапывавшееся в 1933 и 1934 гг. Затем был посещен комплекс археологических памятников средневековых куршей в Негарбе, далее – археологический музей в Кретинге. Экскурсия была завершена в Паланге осмотром городища-святилища Бирутес-Калнс. Таким образом был пройден дневной маршрут, специфически научный. Немаловажно упомянуть его малую известность в странах Западной Европы, что связано пока с сугубо рекреационным туризмом в приморской зоне стран Балтии.

Смысл этого маршрута двояк. Во-первых, многие из зарубежных гостей конференции только в рамках маршрута получили возможность натурного, прямого знакомства с малоизвестными в Западной Европе памятниками археологии куршей. Во-вторых, прохождение маршрута (как и осуществление самой конференции) было столь образцово организовано, что зарубежные коллеги безусловно унесли с собой на родину самые лучшие воспоминания как о встречах с коллегами, так и о туристском маршруте научной направленности. С учетом большого числа научных конференций, проводимых в последние годы в Калининграде, этот опыт одной из форм общения между коллегами необходимо учесть и активно использовать.

Литература

1. Кулаков В. И. Научный туризм в Янтарном крае // Международный форум «Молодежь. Спорт. Туризм». Квартальновские научные чтения. Москва, 18–20 февраля 2004 г. – М.: Советский спорт, 2004. – С. 209–211. (Научный альманах).

2. Hårdt B., 1984. Kleeblattfibeln // Birka. Analyse der Funde, Bd. IV, Stockholm.

ВОЗДЕЙСТВИЕ ТУРИЗМА И РЕКРЕАЦИИ НА ОКРУЖАЮЩУЮ СРЕДУ: ПРОСТРАНСТВЕННЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ В РЕГИОНЕ ОЗЕРА БИВА (ЯПОНИЯ)[1]

Т. В. Литвиненко (Ханташкеева), *канд. геогр. наук, ст. научный сотрудник*
ИГРАН, Москва

Небольшое по сравнению с Байкалом и другими крупными озерами мира, Бива является самым большим по площади водного зеркала (674 кв. км) пресноводным озером Японии. Оно расположено между 34°58′–35°31′ с. ш. и 135°52′–136°17′ в. д., его максимальная глубина со-

[1] Исследования выполнены в рамках проекта «Multi-Disciplinary Research for Understanding Interaction between Humans and Nature in the Lake Biwa –Yodo River», Research Institute for Humanity and Nature, Kyoto, Japan.

ставляет 104 м, а средняя – 41 м. Находясь вблизи таких крупных городов, как Киото, Осака и Кобе, озеро обеспечивает питьевой водой около 12 млн человек, вода озера используется для орошения и промышленных нужд [1].

В период быстрого экономического роста Японии, с конца 1950-х по 1960-е годы сопровождавшийся ростом числа промышленных предприятий, увеличением использования химических удобрений, пестицидов, гербицидов, широким использованием синтетических моющих средств, ростом жилищного строительства, строительством дамб, гармоничное сосуществование человека и природы в регионе озера Бива стало нарушаться. Уже в начале 1960-х качество воды в озере стало ухудшаться. Несмотря на проводимые как правительством Японии, так и префектурой Шига меры, направленные на улучшение окружающей среды, начиная с 1970-х годов, полностью решить проблему не удается. В настоящее время усилия научной общественности, правительства префектуры и местного населения направлены на поиск путей более устойчивого развития региона.

Несмотря на вышеизложенные проблемы, водосборный бассейн озера Бива (префектура Шига) в настоящее время является продуктивной экосистемой, обеспечивающей возможности для различных видов туризма и рекреации. Ежегодно около 40 млн человек посещает эту территорию.

Общая оценка состояния развития туризма и рекреации в регионе озера Бива

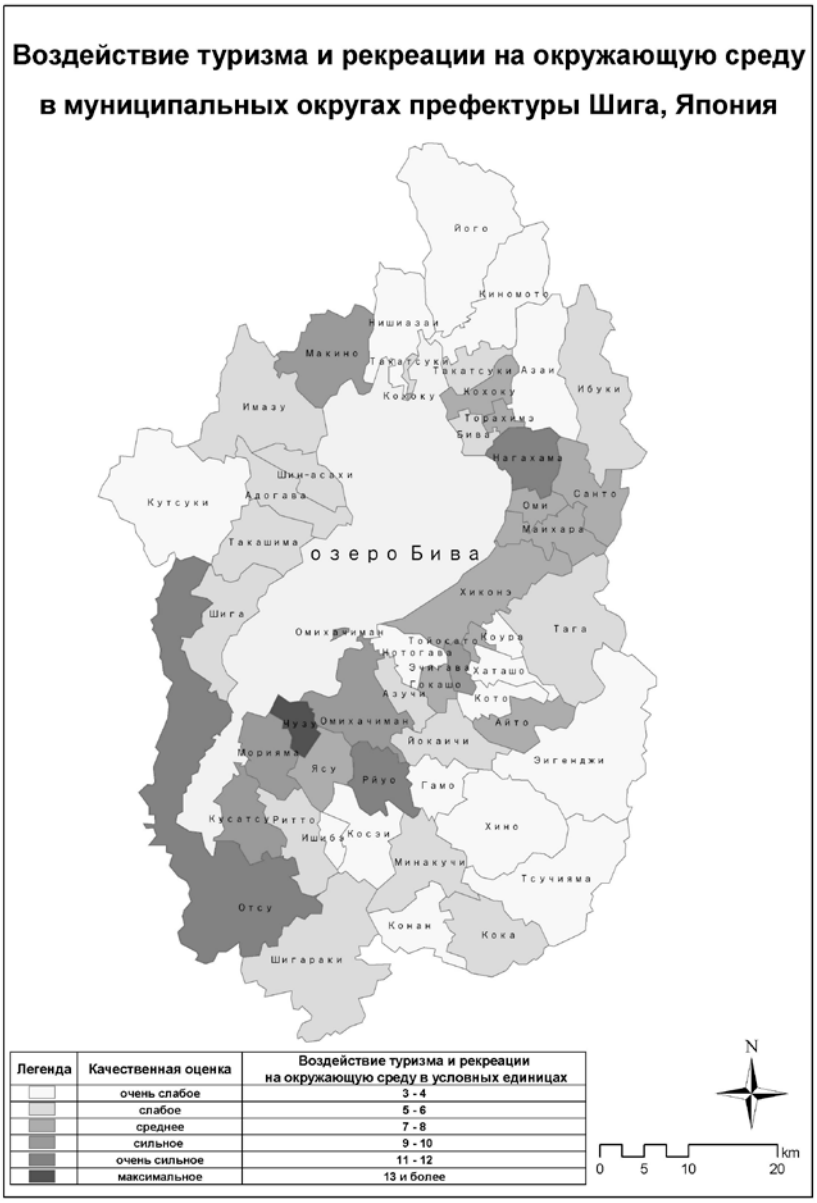
Рекреационные ресурсы исследуемой территории используются главным образом населением префектуры Шига (60 %) или таких близлежащих префектур, как Киото и Осака. Последние 25 лет имеет место устойчивый рост потока туристов и отдыхающих, хотя среднегодовые темпы роста весьма незначительны в сравнении с мировым показателем и составляют всего около 2,4 %. Однодневный отдых и однодневные туры преобладают, насчитывая 93,1 % общего числа туристов и отдыхающих. Регион озера Бива слабо вовлечен в международный туризм, удельный вес иностранных туристов в общем рекреационном потоке составляет всего 0,0026 (средний по Японии – 0,019). Тем не менее темпы роста потока иностранных туристов весьма велики вследствие проводимых как префектурой Шига, так и правительством Японии мер по поддержке въездного иностранного туризма и составили в период 1996–2004 гг. около 31,6 %, что намного больше общего потока за этот же период.

В отличие от Байкальского региона и других водосборных бассейнов мира, туристский продукт исследуемого региона характеризуется зрелостью, пространственной дифференциацией и мозаичностью. Особенностью является то, что каждый муниципальный округ префектуры представляет свой, отличный от других турпродукт. Положительным моментом в развитии индустрии отдыха и туризма исследуемого региона с экономической точки зрения является слабовыраженная сезонность в туризме, являющаяся большой проблемой для Байкальского региона и других водосборных бассейнов мира.

Воздействие туризма и рекреации на окружающую среду

В связи с актуальностью задач сохранения окружающей среды водосборного бассейна озера Бива были проведены пространственные исследования воздействия туризма и рекреации на окружающую среду. Используя методику, представленную в работе [2], исследованы 3 индикатора: интенсивность туризма и рекреации, плотность туристско-рекреационных средств размещения и темпы роста рекреационного потока в муниципальных округах префектуры Шига. Интенсивность туризма и рекреации была определена как численность туристов и отдыхающих [4] на квадратный километр площади. Вместимость туристско-рекреационных средств размещения на квадратный километр площади явилась индикатором плотности туристско-рекреационных средств размещения. Расчеты были сделаны на основе доступных данных о вместимости частных и государственных гостиниц, средств размещения домашнего типа и вместимости кемпингов [3]. Темпы роста рекреационного потока рассчитывались в процентах за 10 лет с 1994 по 2004 г. Была произведена количественная и качественная оценка этих индикаторов. Для качественной оценки территорий муниципальных округов по всем индикаторам были разработаны шестиступенчатые шкалы. Качественная оценка (по степени) воздействия туризма и рекреации на окружающую среду определялась как сумма качественных оценок трех индикаторов: интенсивность туризма и рекреации, плотность туристско-рекреационных средств размещения и темпы роста рекреационного потока. Для этой цели мы превратили степени этих индикаторов в условные единицы: максимальная – 6, очень высокая – 5, высокая – 4, средняя – 3, низкая – 2 и очень низкая (или уменьшение) – 1, и подсчитали воздействие туризма и рекреации на окружающую среду как сумму этих трех индикаторов в условных единицах. В результа-

те была получена качественная оценка воздействия туризма и рекреации на окружающую среду в муниципальных округах префектуры Шига. Результаты исследований представлены на рисунке.



Выявлено, что негативное воздействие туризма на окружающую среду может быть проблемой в будущем в муниципальном округе Чузу ввиду как максимальной интенсивности туризма и плотности туристско-рекреационных средств размещения, так и высоких темпов роста числа туристов и отдыхающих. Воздействие туризма на окружающую среду было оценено как очень сильное в муниципальных округах Отцу, Нагахама и Рйуо. Несмотря на снижение потока туристов и отдыхающих в Отцу и незначительное увеличение в Нагахаме, некоторые экологические проблемы могут возникнуть вследствие максимальной интенсивности туризма и высокой плотности туристско-рекреационных средств размещения. В Рйуо очень сильная степень воздействия туризма и рекреации на окружающую среду объясняется главным образом максимальной интенсивностью туризма; плотность туристско-рекреационных средств размещения и темпы роста рекреационного потока оцениваются как средние. Как сильная оценивается степень воздействия туризма и рекреации на окружающую среду в Макино, Эчигаве, Омихачиман, Морияме и Кусатсу. В Макино это объясняется максимальной плотностью туристско-рекреационных средств размещения, в Кусатсу и Омихачиман – их максимальной и очень высокой интен-

сивностью туризма и рекреации соответственно; два других индикатора этих территорий оценивались как низкие или очень низкие. Для Мориямы характерна высокая интенсивность туризма и рекреации и средняя плотность туристско-рекреационных средств размещения при низких темпах роста потока туристов и отдыхающих. В будущем требуется больше исследований на локальном уровне в ареалах сильного, очень сильного и максимального воздействия туризма и рекреации на окружающую среду для исследований возможного негативного воздействия туризма и рекреации на окружающую среду в регионе озера Бива.

Воздействие туризма и рекреации на окружающую среду оценивается как слабое и очень слабое для 57,5 % территории префектуры Шига. Эти 31 муниципальных округов слабо вовлечены в индустрию отдыха и туризма и, следовательно, имеют низкую интенсивность туризма, плотность туристско-рекреационных средств размещения и темпы роста рекреационного потока.

В итоге можно сделать вывод, что туризм и рекреация в настоящее время локализуются в регионе озера Бива в определенных ареалах, которые главным образом (но не полностью) расположены возле озера Бива. Территория, где воздействие туризма и рекреации на окружающую среду оценивается как максимальное, очень сильное и сильное, составляет около 16 % площади префектуры Шига. Эти муниципальные округа обладают сравнительно богатыми природными и культурно-историческими ресурсами для организации туризма и рекреации, инфраструктура туризма сравнительно хорошо развита, и туристский продукт хорошо продвинут. Данные территории нуждаются в мониторинге, так как туризм и рекреация являются дополнительной нагрузкой на окружающую среду этих плотно заселенных территорий. Туризм и рекреация не являются источниками экологических проблем для 57,5 % территории префектуры вследствие слабой вовлеченности в индустрию отдыха и туризма.

Представленные результаты исследований могут быть полезны для мониторинга туристско-рекреационного развития региона озера Бива. Они могут внести вклад в поиск не только экономических, но и экологических перспектив для туризма.

Литература

1. Murota T. Historical changes of socio-economic issues in the lake Biwa-Yodo river catchment area (2002) New scope on sustainable watersheds in East Asia. Proceedings of the international workshop. Published by «Nauka-Center», Novosibirsk.

2. Biodiversity and Tourism: Conflicts on the World's Seacoasts and Strategies for Their Solution (1997) German Federal Agency for Nature Conservation (Ed.). Berlin, Heidelberg; New York; Barcelona; Budapest; Hong Kong; London; Milano; Paris; Santa Clara; Singapore; Tokyo: Springer.

3. Convenient data for tourists (2005) Shiga Prefecture Sightseeing Guide Book. Biwako visitors Bureau Publications (in Japanese).

4. Statistics of Tourists and Visitors in Shiga Prefecture in 2004 (2005) Shiga Prefectural Government, Department of Promotion for Commerce and Tourism (in Japanese).

ПРОБЛЕМА ПИТЬЕВОЙ ВОДЫ НА МАЛЫХ ТУРИСТСКИХ ОСТРОВАХ КАРИБСКОГО БАССЕЙНА

М. Н. Ломоносов, *ст. научный сотрудник географического факультета МГУ им. М. В. Ломоносова, вице-президент Российской академии космонавтики им. К. Э. Циолковского*

На Всемирном саммите в Йоханнесбурге в 2002 г. при обсуждении проблем устойчивого развития человечества было определено 5 ключевых сфер: чистая вода и канализация; энергетика; здравоохранение; производительность в сельском хозяйстве; биологическое разнообразие и управление экосистемами. Питьевая вода поставлена на первое место не случайно, так как водные проблемы приобрели в современном мире социально-экономическое и политическое звучание. Поэтому дискуссия на саммите о воде, водных ресурсах, их прямых связях со здоровьем населения, состоянием сельского хозяйства и энергетики носила острый характер.

По данным ЮНЕП, в конце 2000 г. доступ к безопасной питьевой воде имели около 94 % горожан в мире, но только 71 % сельских жителей. С канализацией дело обстоит намного хуже: более или менее нормальными канализационными системами могли пользоваться только 85 % городского и всего-то 36 % сельского населения. Около 1,2 млрд человек, или 19 % населения

мира, фактически не имеют доступа к чистой питьевой воде, более 2,4 млрд человек – к системам канализации. По прогнозам ООН, всеобщий доступ к безопасной питьевой воде будет обеспечен в Азии до 2025 г., в Латинской Америке и Карибском бассейне – к 2040 г., в Африке – к 2050 г. В этих регионах проживает ныне около 83 % мирового населения, растущего, особенно в Африке, наиболее высокими темпами. Проблема также заключается в том, что в развивающихся странах 90–95 % сточных вод и 70 % производственных отходов сбрасываются без предварительной необходимой очистки в водные источники, загрязняя тем самым водные запасы.

Все это в полной мере относится к малым островным государствам Карибского бассейна. Малые островные государства Карибского бассейна испытывают острую нехватку питьевой воды. За последние 30 лет произошло резкое снижение качества поверхностных и подземных вод. Основными источниками загрязнения стало сельское хозяйство, а также сброс необработанных коммунальных и промышленных отходов. Проблема усугубляется также всевозрастающей потребностью в воде для обслуживания туристической индустрии в странах Карибского бассейна. К тому же страны этого региона в значительной степени подвержены воздействию стихийных бедствий. Изолированность от международных рынков, ограниченные ресурсы, перенаселение, чрезмерные отходы и загрязнение прибрежных зон создают серьезные трудности на пути экономического развития этих стран. Из заявления директора-исполнителя Программы ООН по окружающей среде (ЮНЕП) Клауса Тепфера: «малые островные развивающиеся государства являются одними из самых уязвимых стран в мире с точки зрения окружающей среды и экономического развития. Многие из них географически изолированы и полностью зависят от ограниченных природных ресурсов, таких как чистая вода и продукты моря. Многим угрожает изменение климата, которое приводит к неблагоприятным природным событиям и повышению уровня моря».

Около 70 % населения стран Карибского бассейна проживает в городах и деревнях, расположенных вдоль низкого побережья с риском стать жертвами все более частых ураганов или других стихийных бедствий. Море и прибрежная среда имеют для этой части населения стратегическое значение и представляют собой ценный ресурс развития. Однако запасы моря сокращаются из-за нерационального вылова рыбы, а прибрежная зона загрязняется из-за туризма и неразвитости очистительных инфраструктур. Загрязнение – самая большая проблема жителей Карибского бассейна. ЮНЕП отмечает, что страны Карибского бассейна испытывают острую нехватку чистой питьевой воды. Кроме того, существуют серьезные проблемы в области санитарии. Например, лишь 13 % населения Сент-Люсии имеют доступ к канализации. По данным ЮНЕП, ряд стран Карибского бассейна, таких как Антигуа и Барбуда, Барбадос, Сент-Китс и Невис, официально внесены в список стран с дефицитом питьевой воды. Проблема питьевой воды является сдерживающим фактором устойчивого развития туризма в этом регионе мира. Ежегодно на эти острова заходит 50 тыс. судов, которые доставляют около 15 млн туристов. Причем потребление воды туристами превышает во много раз потребление ее местным населением (в дорогих гостиницах оно может превышать десятикратно).

Автор данной работы ставит своей целью сделать оценку наличия подземных источников пресной воды и ее качества в Карибском бассейне с помощью системы ИПС, предназначенной для изучения природных ресурсов на основании анализа данных дистанционного зондирования Земли.

Современная гидрогеология располагает достаточно большим набором фактов, подтверждающих слова академика В. И. Вернадского: «Вода вездесуща, и нет минерала или иного тела на Земле, в состав которого она бы не входила и на строение которого не влияла». И действительно, вода есть на Земле везде: в атмосфере, на поверхности и в недрах, даже на больших глубинах (как минимум до 12 км). Более того, вода есть в Космосе, в частности на Луне. Автор настоящего доклада участвовал в работах по изучению Луны дистанционными методами и 28 ноября 1996 г. сделал публичное сообщение на научном семинаре «Сагитовские чтения – 96» в МГУ им. М. В. Ломоносова о факте обнаружения признаков воды в приповерхностных породах в районе кратера Крюгер, причем это было сделано почти за неделю до сообщения НАСА США об обнаружении льда на Южном полюсе Луны радарами окололунного спутника «Климентина». Поэтому после накопления необходимого опыта апробирования и применения дистанционных методов для изучения природных ресурсов Земли и планет Солнечной системы в поиске и идентификации пресной воды в Карибском бассейне была использована интегрированная на достижениях дистанционных систем, методов и технологий система ИПС (Интеллектуальная прогностическая система). Система ИПС позволяет по данным дистанционного зондирования Земли (на суше и морях) выявлять пространственные структурные аномалии в не-

драх Земли с погрешностью не более 3–5 % от глубины залегания и идентифицировать их по виду вещества и физико-химическим свойствам.

В состав Карибского бассейна входят более 7 тыс. островов, образуя большую дугу от Флориды до Венесуэлы. На части островов расположены страны: Антигуа и Барбуда, Багамские острова, Барбадос, Белиз, Гаити, Гренада, Доминика, Доминиканская республика, Коста-Рика, Куба, Сент-Винсент и Гренадины, Сент-Китс и Невис, Сент-Люсия, Тринидад и Тобаго, Ямайка. Другая часть является островными владениями Великобритании, Франции, Нидерландов и США. Подавляющее большинство островов по площади относится к малым за исключением островов, принадлежащих Кубе (площадь 110 860 км^2), Гаити (площадь 27 750 км^2), Ямайке (площадь 10 990 км^2), Пуэрто-Рико (владение США, площадь 8 900 км^2), Тринидад и Тобаго (площадь 5 128 км^2). Острова Карибского бассейна характеризуются океаническим тропическим климатом. Благодаря природной аттрактивности, в отдельных случаях историко-культурной аттрактивности (памятники периода колонизации), на островах хорошо развита туристская инфраструктура, и в целом они составляют важнейший туристский макрорайон Карибской зоны, известный как Островной район (Вест-Индия). По уровню развития турима Островной район опережает многие страны не только Карибского бассейна, но и Латинской Америки. Но для сохранения достигнутого уровня развития туризма и обеспечения дальнейшего устойчивого его развития в этом макрорайоне необходим научный поиск стратегических решений возникающих проблем.

На основании проведенных научных исследований Карибского бассейна с применением материалов космического зондирования Земли на поисковом этапе сделан принципиальный оптимистический вывод о наличии пресной воды, удовлетворяющей требованиям к питьевой воде, с достаточными запасами для нормального устойчивого функционирования и развития всех стран Карибского бассейна, в первую очередь малых островных государств, при условии рационального и согласованного коллективного природопользования в сочетании с реализацией природоохранных мероприятий и безопасной для Природы экономики.

В России с 1 июля 1997 г. введен в действие СанПиН 2.1.4.559-96 «Питьевая вода. Гигиенические требования к качеству воды централизованных систем питьевого водоснабжения. Контроль качества», который устанавливает гигиенические требования к питьевой воде, нормирует содержание вредных химических веществ, наиболее часто встречающихся в природных водах, а также поступающих в источники водоснабжения в результате хозяйственной деятельности человека, определяет органолептические и некоторые физико-химические параметры питьевой воды. Многие из параметров, часто употребляемых в водоподготовке, вообще не нормируются и, тем не менее, важны для оценки физико-химических свойств воды. Как правило, эти дополнительные параметры не только непосредственно определяют качество питьевой воды, но, главным образом, содержат информацию, без которой невозможно подобрать оптимальную схему очистки воды. СанПиН был создан на основе последних разработок и данных российских ученых и с учетом рекомендаций ВОЗ.

К нормируемым параметрам в СанПиН относятся: водородный показатель – 6–9 единиц pH; общая минерализация (солесодержание) – 1000 мг/л; жесткость общая – 7,0 мг-экв/л; окисляемость перманганатная – 5,0 мг O_2/л.

К ненормируемым параметрам в СанПиН относятся: электропроводность (при 20 °С), мгС/см; температура, градусы С; окислительно-восстановительный потенциал (Eh), мВ; кислотность, мг-экв; кислотность, мг HCO_3/л; степень насыщения кислородом, %.

На рис. 1 изображена карта Карибского бассейна, на которой представлены для демонстрации результатов исследований три выборочных контура, внутри которых под дном Атлантического океана и Карибского моря есть артезианские и другие источники пресной воды, соответствующей по своим характеристикам стандарту питьевой воды СанПиН 2.1.4.559-96.

1-й контур охватывает острова Антигуа и Барбуда, Сент-Китс и Невис и ряд других. Он относится к части выявленного бассейна подземных вод, запасы которых по проведенной предварительной оценке с учетом эмпирически определенной пористости вмещающих пород составляют не менее 1×10^{13} м^3. Пополнение запасов за год, по прогнозной оценке, составляет порядка 0,1 % от полного объема воды, т. е. 1×10^{10} м^3/год. Теоретически без ущерба для Природы можно производить водоотбор внутри бассейна до 80 % от пополнения в год, т. е. до 8×10^9 м^3/год, или порядка 20 млн м^3/сутки. Однако следует учитывать, что водоотбор можно производить только на островах и нельзя это делать в открытом океане, поэтому на островах он будет ниже теоретического, но достаточный для удовлетворения хозяйственно-бытовых нужд.

Кстати, в 1-м контуре оказался и французский остров Сен-Бартельми (Saint-Barthelemy, или он более известен как St Barth), входящий в группу Малых Антильских островов и имеющий

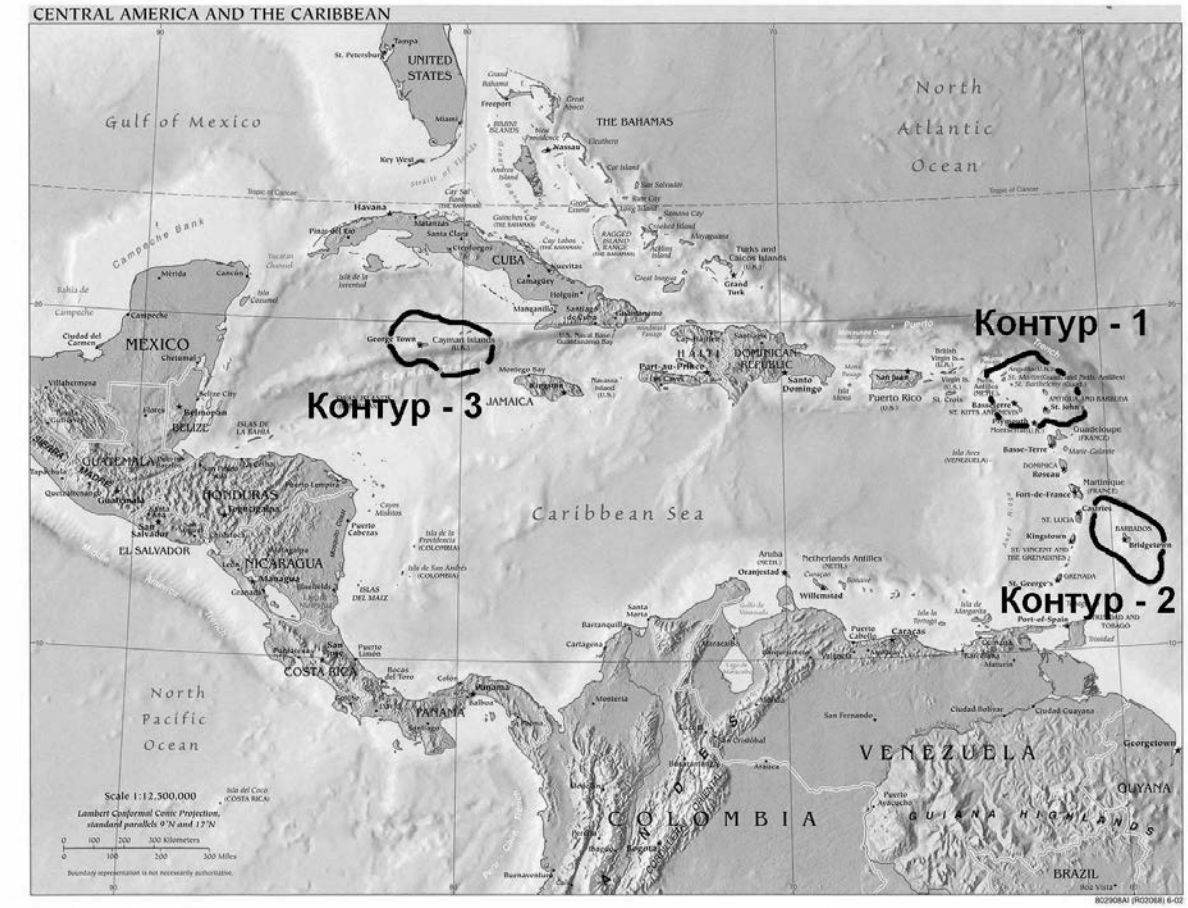


Рис. 1. Плановые контуры местоскоплений подземной пресной воды

славу туристической Мекки. Остров был открыт Христофором Колумбом в 1493 г., который и назвал его в честь своего младшего брата Bartolomeo. Уникальность этого острова вулканического происхождения заключается в том, что на нем совсем нет источников пресной воды и соответственно отсутствует агрикультура (плантации бананов, сахарного тростника и т. д.), поэтому в отличие от остальных островов Карибского бассейна на нем никогда не было рабства. Климат острова отличается от соседних островов отсутствием сезона дождей, поэтому на нем нет очень тяжело переносимой тропической влажности и круглый год примерно одинаковая погода при наличии огромного количества разнообразных пляжей. Проблема воды в основном решается за счет привозной бутилированной воды. Но теперь после поисковых исследований оказалось, что потребности в питьевой и для хозяйственных нужд воде могут быть полностью удовлетворены благодаря подземным источникам пресной воды.

2-й контур охватывает остров Барбадос. Этот контур относится, как и 1-й, к части выявленного другого бассейна подземных вод, запасы которых по проведенной предварительной оценке составляют не менее 1×10^{14} м^3 и пополнение запасов за год в этом бассейне составляет порядка 2×10^{11} м^3/год. Теоретически можно производить водоотбор до 80 % от пополнения в год, т. е. $1{,}6\times10^{11}$ м^3/год, или не менее 400 млн м^3/сутки. При водоотборе на острове добыча воды будет ниже, но при этом могут быть обеспечены все потребности в воде.

3-й контур охватывает Каймановы острова (владение Великобритании), которые так же, как и многие острова Карибского бассейна характеризуются дефицитом питьевой и пресной для хозяйственных нужд воды. Внутри нового выявленного бассейна, к которому относится этот контур, по предварительной оценке, запасы воды составляют не менее 25×10^{12} м^3, и пополнение запасов за год составляет порядка 50×10^{9} м^3/год. Теоретически можно производить водоотбор до 70 % от пополнения в год, т. е. 35×10^{9} м^3/год, или более 90 млн м^3/сутки. На островах этот показатель будет ниже, но, как в случае 1-го и 2-го контуров, здесь также могут быть обеспечены все потребности в воде. На рис. 2 показаны рекомендуемые места водоотбора подземной пресной воды на Каймановых островах.



Рис. 2. Каймановы острова (выделенные точки – места для водоотбора)

Приведенные выборочные результаты исследований Карибского бассейна показывают, что подземная пресная вода этого региона со свойствами питьевой, учитывая масштабы ее запасов, является серьезным дополнением (если не альтернативой) к другим подходам к обеспечению питьевой водой региона, таким как привозная вода, вода, полученная с применением методов опреснения морской воды, физико-химических и иных способов очистки и получения питьевой воды. Автор полагает, что наиболее ценной является вода, произведенная самой Природой. Это в полной мере относится и к минеральным водам. Причем максимальный эффект по благотворности воздействия на организм человека воды достигается при потреблении воды на местности ее рождения. Такое представление связано с осознанием многообразия структур и свойств воды при одном и том же ее составе и пониманием, что единого системного знания о воде нет, а при его отсутствии невозможно создать модель воды, подобную «живой» воде Природы.

В заключение следует подчеркнуть, что в данной работе представлены только некоторые выборочные результаты проведенных исследований для демонстрации фактов обнаружения ряда пресноводных подземных бассейнов в туристском макрорайоне Карибской зоны, связанных между собой и образующих единую крупномасштабную структурную систему. Основной вывод работы заключается в принципиальном нахождении стратегического решения чрезвычайно актуальной и острой проблемы питьевой воды на туристских островах Карибского бассейна, в первую очередь малых. Для реализации возможности обеспечения населения и туристов островов питьевой водой целесообразна разработка и организация специального проекта с участием заинтересованных стран.

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ЭКОТУРИЗМА НА ЮГЕ ДАЛЬНЕГО ВОСТОКА РОССИИ

Е. В. Лысун, *мл. научный сотрудник ФГУ «Дальневосточный НИИ лесного хозяйства», г. Хабаровск*

В последние годы все больше внимания уделяется принципам неистощительного рационального природопользования и способам, не наносящим вреда окружающей среде. Сейчас основную долю в природопользовании занимает ресурсное освоение, которое в большинстве своем приводит к нарушению экологического баланса и дигрессии территорий. По сравнению с лесозаготовительной и горнодобывающей отраслями, доминирующими на Дальнем Востоке России, рекреационное природопользование не оказывает столь мощного негативного воздействия на экосистемы, так как не связано с глобальными изменениями. При этом рациональное использование природных ресурсов в рекреационных целях может дать пролонгированный

эффект: рекреация способствует развитию территорий, но при правильной организации не приводит к выработке ресурсов.

В данной статье рассматривается юг Дальнего Востока России, а именно территория, включающая в себя Приморский край, южную часть Хабаровского края и ЕАО. Указанный регион обладает большим рекреационным потенциалом. Особенности территориально-географического расположения и историко-экономического развития территории обусловливают многообразие подходов к рекреации. Прибрежное положение, разнообразие ландшафтов, флоры и фауны, наличие бальнеологических ресурсов и историко-этнографическая картина подразумевают перспективность развития как уже существующих и опробованных направлений, так и тех, которые только начинают развиваться на территории края. Тем не менее, несмотря на обилие рекреационных ресурсов, район характеризуется средней степенью освоенности. Кроме неразвитости инфраструктуры и транспортных проблем одной из главных причин является определенный дискомфорт территории, в том числе из-за обилия кровососущих насекомых, особенно на заболоченных равнинах, распространения клещевого энцефалита в южных и центральных районах, частой неопределенности и неустойчивости погодной ситуации, климата в июле-августе (крайне неблагоприятное сочетание высокой температуры и большой влажности воздуха), высокой пожарной опасности и т. д.

Основными тенденциями, характеризующими специфику рекреационного освоения региона, на данный момент являются следующие: постоянное увеличение спроса на рекреационные услуги, преобладание стихийной, неорганизованной рекреации, более интенсивное освоение транспортно доступных территорий, ориентация на преимущественное использование природных ресурсов, частое пренебрежение нормами экологической культуры и одновременно попытки развивать экотуризм с привлечением инорайонных рекреантов.

В настоящее время с концепцией экотуризма связывают очень большие надежды. Во-первых, экологический туризм считается наиболее щадящим видом отдыха по отношению к окружающей среде. Во-вторых, он обретает все большую популярность. В силу высокой степени урбанизации района (в Хабаровском крае и соседних субъектах удельный вес городского населения составляет 80,6 %, против 73,0 % в целом по стране) городские жители в большей степени нуждаются в отдыхе, поэтому спрос на рекреационные услуги возрастает, особенно в части активного и природоориентированного отдыха, контрастного с привычным времяпровождением. Учитывая стихийность рекреационного освоения региона, легкодоступные территории оказались не подготовленными к массовому наплыву отдыхающих, а рекреационное воздействие стало мощным нерегулируемым антропогенным фактором, трансформирующим окружающую среду. Экологический туризм, основным принципом которого является «не навреди», может способствовать мягкому и щадящему развитию района без нанесения ущерба природной среде.

Основная доля в рекреации на юге Дальнего Востока в последнее время приходится на неорганизованные виды отдыха, а именно на пригородную пикниковую рекреацию, зимний отдых, собирательство и рыбную ловлю. К сожалению, низкая экологическая культура населения и потребительское отношение к природным ресурсам, в том числе рекреационным, нередко приводят к негативным последствиям: дигрессии территорий, захламлению и вытаптыванию участков, задействованных под зоны отдыха, инициации лесных пожаров, особенно в пригородных лесах. С каждым годом количество стихийных рекреантов увеличивается, и соответственно увеличивается радиус и плотность воздействия вокруг населенных пунктов, а также на побережье Японского моря в Приморском крае в период с июля по сентябрь, где отдых «дикарями» в палаточных лагерях популярен не только у жителей края, но и у гостей из соседних Хабаровского края и ЕАО.

Параллельно со стихийной в регионе развивается и организованная рекреация. Так, после постройки баз отдыха «Спартак» и «Дерсу» под Хабаровском, «Холдоми» и «Амут Snow Lake» под Комсомольском-на-Амуре наблюдался резкий всплеск популярности зимнего отдыха. В Приморском крае, опять же, постоянно растет число турбаз, ориентированных на сезонный отдых на море. Разрабатываются и вводятся в эксплуатацию бальнеологические ресурсы региона. На базе Центра реабилитации диких животных, при Большехехцирском и Сихотэ-Алиньском заповедниках, а также на других особо охраняемых природных территориях организованы экологические тропы, по которым проводятся экскурсии флористической и фаунистической направленности.

С каждым годом увеличивается число туроператоров, предлагающих как спортивно-экстремальные и охотничье-рыболовные туры, так и экологические экскурсионные маршруты, связанные с наблюдениями птиц, посещениями мест произрастания редких растений, рыбалкой по принципу «поймал – отпустил». Особенно популярными такие туры стали у зарубежных тури-

стов, более высокая экологическая культура которых позволяет придерживаться природоохранных принципов.

К организованному туризму можно отнести и спортивно-экстремальные походы, подразумевающие регистрацию в местной маршрутно-квалификационной комиссии. На рассматриваемой территории популярны лыжный, водный, пеший и спелеотуризм. В том числе помимо категорийных походов, участниками которых обычно становятся люди старше 16 лет, развивается массовый детский туризм: действуют экологические полевые учебные лагеря, летние лагеря-сплавы, проводимые под руководством квалифицированных инструкторов, детские учебно-научные выездные экспедиции, спортивные лагеря на морском побережье. Данное направление считается перспективным для развития: как уже говорилось, в силу высокой урбанизации региона существует высокая потребность в недорогом отдыхе, контрастном с обычным стилем жизни и базирующемся на удалении от населенных пунктов, особенно необходимом для детей из-за высокой загазованности городов в летнее время. Популярность приобретают также спортивно-экскурсионные массовые походы, связанные с посещением привлекательных объектов: пещер, водопадов, скальных образований и т. д. К сожалению, несмотря на усилия педагогов по экологическому просвещению, массовые посещения подобных мест (а они, как правило, относятся к памятникам природы) быстро приводят к негативным и подчас необратимым последствиям. Надо также отметить, что органы лесного хозяйства не получают никакого дохода от ведущейся на их территории деятельности, так как никогда не выступают организаторами туров (за исключением заповедников), поэтому проведение природоохранных мероприятий в задействованных зонах – наболевший вопрос, который упирается в недостаток финансирования.

Как один из выходов, подразумевающий развитие природоориентированного туризма и смягчение антропогенного воздействия на среду в целом и рекреационные объекты в частности, работниками лесного хозяйства нередко предлагается активное внедрение и пропаганда принципов экологического туризма, которые позволят переориентировать взгляды на отдых у местного населения и туроператоров и одновременно привлечь зарубежных туристов, предпочитающих более цивилизованное и экологически правильное отношение к природным ресурсам, соответственно более требовательных к организации туров. Как показывает утверждающаяся на Дальнем Востоке практика экологических туров, регион в данном отношении весьма привлекателен и сейчас находится как раз в том состоянии, когда нужно начинать развитие рекреационной деятельности в экологически ориентированном направлении, чтобы через несколько лет не пришлось уже бороться с необратимыми последствиями.

Литература

1. Лесной комплекс Дальнего Востока России: аналитический обзор / Под ред. А. С. Шейнгауза. – Владивосток – Хабаровск, ДВО РАН, 2005.

2. Основы разработки кадастра туристических ресурсов (на примере Хабаровского края) / Под ред. З. Г. Мирзехановой. – Владивосток – Хабаровск, ДВО РАН, 2005.

РАЗВИТИЕ ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В РЕСПУБЛИКЕ АЛТАЙ: СПЕЦИФИКА И ПРОБЛЕМЫ

В. Е. Мельченко, *канд. геогр. наук, доцент*
Московская государственная академия водного транспорта

Территория Алтая включена в государственную программу развития туристско-рекреационных зон. В настоящее время туристско-рекреационная деятельность развивается в значительной мере стихийно, что создает ряд серьезных проблем. Предлагаемый к рассмотрению анализ туристско-рекреационной деятельности в Республике Алтай основывается на ресурсном, комплексном и ландшафтном методологических подходах. Основной аспект рассмотрения – территориальный.

Представленный анализ основывается на материалах исследований туристско-рекреационной деятельности, выполненных в структуре биосферного заповедника «Катунский» по заказу Комитета по землеустройству Республики Алтай (2002 г.) и отдельных работ по рекреационным объектам Республики Алтай. В работе также использованы материалы собственных полевых обследований объектов туризма и рекреации, опроса туристов и местных отдыхающих,

а также устные сообщения местных жителей по природным сакральным объектам и опубликованные материалы.

Развитие рекреации и туризма в Республике Алтай в сочетании с рыночным механизмом организовывается на глобальном, региональном и локальном уровне. Глобальный уровень активно разрабатывается в природоохранном аспекте: 5 объектов Республики Алтай (Алтайский заповедник, Телецкое озеро, заповедник «Катунский», гора Белуха, зона покоя «Укок») включены в Список Всемирного наследия ЮНЕСКО. Глобальный уровень способствует представительности объектов, их популяризации на международном уровне.

На региональном уровне рекреация и туризм организовываются на особо охраняемых природных территориях (ООПТ), это находящиеся в подчинении Республики Алтай природные парки: «Белуха», «Уч Энмек», «Катунь». Специфический статус для Республики Алтай имеют природно-хозяйственные парки: «Чуй-Оозы», «Аргут». Организовывается природный парк «Зона покоя Укок». Парки в территориальном плане испытывают организационные трудности, в том числе и из-за открытости вопроса взаимных интересов землепользователей, не видящих для себя интереса в нахождении на территории парка.

Локальный уровень организации туризма (районный, муниципальный, местного самоуправления) соответствует единицам территориального управления: отдельным земельным участкам в различных категориях земель и формах собственности. Если рассмотреть картину использования рекреационных ресурсов, его рыночный механизм, то основной оперативной единицей выступает земельный участок, используемый под строительство турбазы или под личный отдых (коттедж). В плане территориального управления, на Алтае общероссийская проблема рекреационного использования земель – отсутствие категории земель рекреационного назначения (Земельный кодекс, ст. 7, 2001). Рекреация проводится на землях различных категорий, преимущественно лесного фонда, землях запаса, иногда сельскохозяйственного назначения. Проблема обостряется в условиях отсутствия территориальных планов развития территории. Предложенная в законодательстве иерархия градостроительной документации (от документов территориального планирования до проектов планировки и межевания, правил землепользования и застройки), без которой земельный участок не может стать товаром, пока бездействует за отсутствием финансирования и соответствующего института. А в плане использования земель для целей рекреации затрудняет или делает невозможным законное использование земель, способствуя теневым операциям. При этом обостряется вопрос собственности на рекреационные ресурсы, при котором в ущербном положении оказываются местные жители, не имеющие капитала на юридическое оформление собственности.

Наиболее организована рекреационная деятельность на землях особо охраняемых природных территорий. Но и здесь свои земли имеют только заповедники (на территории которых не допускается туризм как коммерческая деятельность). Остальные ООПТ находятся на землях других землепользователей, преимущественно на землях лесного фонда. Даже природные парки (фактически этноприродные), столь популярные в Республике Алтай, своих земель не имеют – располагаются на землях других землепользователей (на землях сельскохозяйственного назначения, лесного фонда, землях запаса и др.).

Отсутствие категории рекреационного использования земель усложняет управление рекреационными землями, затрудняет прямую оценку рекреационных земель и справедливое участие их в конкурсе на рынке рекреационных земель. Эти обстоятельства создают условия для теневых операций с землями, обладающими высокой рекреационной ценностью, но низкой ценностью в существующей категории земель.

Прописанный в Земельном кодексе сервитут как форма землепользования для туристической деятельности на землях других землепользователей, собственников и арендаторов (Земельный кодекс, ст. 98, 2001) пока в действие не воплощен. Так же как и в любом предприятии, взаимоотношения должны быть закреплены проектом, с определением правил землепользования и фиксации границ на территории. Пока этот вопрос открыт в силу отсутствия финансирования на проект и проектирующих организаций на местах. Это делает невозможным юридическое правовое осуществление рекреационной деятельности на территориях других землепользователей в плане сервитута.

Если рассмотреть рекреацию в социальном аспекте, то выявляется, что из правового поля выпадает право местных жителей на рекреационное использование земель. В то время как законодательством предусматривается создание и обеспечение зелеными зонами отдыха территорий городов, сельские поселения оказались лишены территорий рекреационного использования земель. Это характерно для многих регионов России, имеющих высокую рекреационную ценность земель в условиях рынка. Здесь дополнительным механизмом регулирования в инте-

ресах местного населения может быть местное самоуправление. Но хотя Федеральный закон от 6 октября 2003 г. № 131-ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации» указывает на сферу компетенции местного самоуправления – создание условий для массового отдыха жителей поселения и организация обустройства мест массового отдыха населения (гл. 3, пп. 14, 15), это положение не подкреплено ни юридически, ни финансово. Самоуправление не имеет права распоряжаться землями за пределами границ поселений, где обычно находятся места отдыха, а финансовое обеспечение выкупа земель самоуправление провести не в состоянии.

При этом для Алтая характерна картина, когда местные жители в выходные активно отдыхают в традиционных местах, например по берегам Катуни. В каждом селе есть места проведения традиционных праздников русского населения (крещение, пасха, троица), алтайских ритуалов, мест гуляний молодежи. Обычно это эстетически привлекательные, доступные и благоприятные места недалеко от поселения, но за его границами. Причем эти места отдыха традиционны для нескольких поколений местного населения. Территориальный анализ показал совпадение мест традиционного отдыха местного населения и наиболее привлекательных мест для туристов [4]. При выраженной тенденции выкупа наиболее привлекательных рекреационных земель, например по берегам Катуни, под туристические базы, местные жители лишаются возможности традиционного отдыха. Обозначается проблема форм собственности: частной и государственной (муниципальной), находящейся в ведении местного самоуправления. В соответствии с существующим законодательством получается, что гарантированно общественное пользование остается только на площадях поселений и автобусных остановках.

Туристические базы, иногда представляющие огороженные поляны под палатки, лишь элемент территориальной рекреационной функции. Фактически используются под туризм тропы с площадками под ночевки, но в сферу рекреационного использования и, соответственно, обустройства территории они не входят. То есть идет стихийное использование рекреационных ресурсов. Но они находятся в основном на землях лесного фонда (иногда фактически земельного запаса или землях сельскохозяйственного назначения). Пока не достаточно определены правовые аспекты использования земель для туризма. Есть интерес брать туристические тропы в аренду частным землепользователям в форме сервитута, но достаточной разработки это положение не получило. Так выходит, что выкупаются, вкладываются средства в участки под строительство турбаз, а эксплуатируются прилегающие туристические маршруты, рекреационные территории.

Для рекреационной отрасли характерно, как и для других ресурсных отраслей, что предприятия зачастую регистрируются за пределами района использования ресурсов. В Республике Алтай, по недавнему публичному высказыванию главы республики А. Бердникова, получается, что на налоговый учет в республике поставлено около 5 % туристических баз. В результате фактически на местах остаются только последствия использования рекреационных ресурсов, за исключением небольшой доли побочных теневых доходов от туристов.

Разнообразие ландшафтных ресурсов [6] дает возможность разнообразным видам природопользования на Алтае. Но анализ использования земель показал, что для большей части видов использования ресурсов в Горном Алтае наиболее благоприятными являются одни и те же ПТК, – узкие долинные комплексы и участки террас вдоль рек. Они наиболее привлекательны для рекреации, благоприятны для постоянного проживания, ведения сельского хозяйства и лесного хозяйства. Они также оптимальны для строительства транспортных магистралей. Таким образом, выявляется конфликтная ситуация мест пересечения интересов. Видимо, решение здесь также должно находиться в территориальном управлении на уровне местного самоуправления [6].

Специфика Горного Алтая – сохранность традиций и ритуалов старожильческого населения (алтайцев и старообрядцев). Носителем информации и хранителем специфики мест является местное старожильческое население, сохранившее традиции отношение к природе [3]. У алтайцев (алтай-кижи) одно из центральных мест занимает культ Алтая, обожествление природы Алтая [7]. Одни из главных ритуалов – поклонение Алтаю. У алтайцев, принадлежащих различным племенам (сеокам), это ритуалы с родовыми и общими природными объектами: поклонение священной горе Белухе (у алтайцев «Уч-Сумер»). Священной считается и река Катунь. Священны у алтайского населения перевалы, отдельные места видовых точек на священные горы, отдельные родовые объекты (кедр, камень), индивидуальные места ритуалов из сложенных камней (тагыл). Древние захоронения в виде курганов, каменные бабы (кезер таш) алтайцы считают священными. В традициях старожильческого населения места проведения традиционных обрядов – священные объекты – всегда были в сфере общественного пользования. У алтайцев в священных местах принято привязывать ленточки (кыйра, дьалама). Туристы, следуя

внешнему проявлению ритуалов, случается, привязывают различные предметы, не соответствующие сакральности места, что разрушает особую духовную значимость таких мест, вызывая обиды и протесты у местного населения.

Не вписываются сакральные места и в категории земель. Сейчас сакральные объекты расположены на землях различных категорий: лесного фонда, сельскохозяйственного назначения, землях транспорта и запаса. Есть места, находящиеся на территории ООПТ. Для использования этих объектов в соответствии с их статусом актуальным становится вопрос собственности земельного участка, к которому приурочен сакральный объект. Оказывается, что сакральные объекты находятся преимущественно на землях федерального подчинения (лесного фонда, запаса, транспорта) и частных (земли сельскохозяйственного назначения – фермерские хозяйства). Практически нет сакральных объектов на землях местного самоуправления, так как они зачастую находятся за пределами поселений.

В мировоззрении коренного старожильческого населения считается, что места особой сакральности являются и местами особой энергетики. Такому представлению следуют многие коренные народы, следующие традициям пантеистического мировоззрения. Так, индейцы такие территории называют местами силы (устное сообщение проф. D. Wildcat, Университет Хаскел, США). В целом это очень популярная концепция духовно-физического оздоровления в естественной природе для туризма во всем мире. Туристов влечет Алтай именно своей природно-этнической особенностью, как считается, сакральными местами, проявляющимися в особой энергетике этих мест [3]. И алтайцы видят перспективным особый туризм на Алтае – туризм духовного восстановления [8].

С другой стороны, открытие свободного доступа туристов к священным объектам и местам проведения ритуалов способствует разрушению сакральной специфики таких объектов. Характерным примером является священный источник у Чуйского тракта «Аржан Суу». Он превратился всего лишь в объект массового привлечения туристов. Возле него построили ресторан, производится продажа сувениров. Но сакральность объекта утрачивается, как сказали алтайские старейшины, – «духи ушли». Таким образом, открытие объектов для общественного пользования туристов может разрушить то, ради чего многие едут на Алтай. Сакральность теряет свою сущность или превращается в бутафорию.

В то же время создание объектов особо охраняемых, например природных парков (этноприродных) республиканского подчинения, пока не дает ожидаемого эффекта. Оказалось, что перевод охранной функции и собственности в государственную (федерального значения и республиканского) способствует отчуждению от священных объектов. Теперь пренебрежительно к священным местам стали относиться не только отдельные туристы, но и местные жители (оставлять мусор, надписи на скалах). Видимо, в сознании обозначено, что священный объект находится вне права собственности (по словам зайсана тубаларов и шамана Антона Викторовича Юданова), – это сфера «духа Алтая», и каждый сам сознает священность объекта и охраняет его [9]. А определение его в частную или государственную собственность отчуждает и лишает его сакральности. Тем более, природные парки, призванные охранять природно-этнические объекты, стали превращаться в вотчину для турбаз руководства парка. Придание территории международного статуса, по реакции местного населения, также способствует отчуждению и пренебрежению интересами местного населения; теперь в управление включаются и международные организации.

Здесь приводится характеристика структуры сакрального пространства Алтая, составленная на основе информации, предоставленной знающими людьми «белер Кижи»: зайсаном тубаларов А. В. Юдановым, духовным лидером и завотделом землеустройства Онгудайского района Д. И. Мамыевым. Использованы устные сообщения (ярлыкчи Виктора Катынова, кайчи и шамана Аржана Кезерекова), публикации [7], а также собственные обследования сакральных мест.

Свой отпечаток на развитие территории накладывает и особое геополитическое положение Республики Алтай – на границе трех государств, где особое стратегическое значение имеет крайняя западная граница с Китаем. Здесь могут доминировать как стратегически значимые проекты, так и экономически наиболее выгодные на уровне Российской Федерации.

Приоритетность охраны природы на международном уровне также способствует отчуждению местного населения от природы. При слабом развитии местной экономики и стихийных рыночных условиях развития рекреации и туризма могут выпасть интересы местного населения, которое оказывается неконкурентоспособным в этих условиях.

Вместе с тем развитие туризма вне территориального плана с учетом специфики местных этнических традиций может повлечь за собой разрушение специфической сакральной сущности природы, в том числе и дающей возможность духовного и физического оздоровления на природе усталым от цивилизации туристам.

Структура сакрального пространства Алтая

Элементы сакрального пространства Алтая	Сакральная функция	Социально-экономическое положение
Белуха *Кадын Бажи Уч Сумер* (Триединая священная вершина Катуни)	Высший уровень иерархии священных объектов Алтая. Сакрально организовывающая функция. Сакральный центр. Шамбала. Табуирована. Свято-запретная – *«байлу»* у алтайцев. Индивидуальные и коллективные сакральные ритуалы последователей белой веры (ак-тян), шаманизма и других верований алтайцев, различных конфессий, сект и групп	Объект Всемирного природного наследия ЮНЕСКО (Алтай – Золотые горы). ООПТ Природный парк «Белуха». Объект спортивного туризма. Объект паломничества эзотерических движений. Туризм духовного и физического восстановления
Река Катунь *Алтайдын-тыны* (горло Алтая)	Священная река. Сакральная ось. Сакрально организовывающая функция. Индивидуальные и коллективные сакральные ритуалы алтайцев	Объект спортивного туризма. Туризм духовного и физического восстановления. Возможно перекрытие доступа из-за строительства туристических баз. Объект предполагаемого гидротехнического преобразования
Перевалы на пересечении путей *Чике-Таман, Семинский, Кырлыкский и др.*	Сакральная инфраструктура пути. Общие и индивидуальные ритуалы традиционных верований алтайцев и стихийных последователей	Актуальны как элементы транспортной и туристической инфраструктуры: стоянки, смотровые площадки, туалеты. Места общественного пользования
Уч-Энмек *Каракол-Бажы-Уч-Энмек*	Святыня Серединного Алтая. Срединный организатор сакрального пространства. Табуирован. Пуп Алтая (Кин-Алтай). Общественная, индивидуальная сакральные функции	Туризм преимущественно организованный этнокультурный. Туризм духовного и физического восстановления
Каракол долина	Священная долина. Срединная система сакральных объектов	ООПТ «Природный парк “Уч-Энмек”». Место проживания коренных народов Алтая. Туризм спортивный, этнокультурный, научный, паломнический. Туризм духовного и физического восстановления
Уймонская долина	Священная долина. Долина священной реки Катунь. Участки зон видимости Уч Сумер с ритуальными объектами (тагыл). Центр старообрядчества, легенда «Беловодье», паломничества последователей Н. К. и Е. И. Рерих, Агни Йоги и последователей эзотерических учений. Мифический город Звенигород	Развита хозяйственная деятельность. Туризм спортивный, этнокультурный, научный, паломничества. Туризм духовного и физического восстановления. Центр Н. К. Рериха
Родники *Аржаны, кара суу*	Локальные организаторы сакрального пространства. Общественные и индивидуальные ритуалы	Объект оздоровления, лечения, сакрального паломничества, познавательный этнокультурный туризм. Туризм духовного и физического восстановления

Окончание таблицы

Элементы сакрального пространства Алтая	Сакральная функция	Социально-экономическое положение
Курганы, *Каменные бабы, кезер таш, пещеры*	Объекты сакрального космического и локального значения. Унаследованные. Почитание, программа хранения у местных жителей. Иногда современные обряды поклонения	Объекты сакрального паломничества, познавательный, научный, этнокультурный туризм, археологический туризм, научный, познавательный. Туризм духовного и физического восстановления. Конфликт – разрушение в процессе познания
Отдельные места (запретные) *(седловины на вершинах, лога на склонах)*	Объекты сакрального локального и космического значения. Общественные и индивидуальные ритуалы посвященных	Объекты неорганизованного спортивного туризма и паломничества последователей эзотерических учений
Родовые места	Объекты локального значения. Объекты ритуалов отдельных родов (сеоков)	Хозяйственная деятельность. Право собственности не закреплено
Личные: тагыл, камень, кедр, тополь, береза	Места энергетики (силы). Объекты локального значения. Объекты индивидуальных ритуалов, иногда отдельных родов (сеоков)	Объекты ритуалов, личные психологические «гармонизаторы» (Д. И. Мамыев)

Литература

1. Земельный кодекс Российской Федерации от 25 октября 2001 г. № 136-ФЗ (ЗК РФ).
2. Федеральный закон от 6 октября 2003 г. № 131-ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации».
3. Мамыев Д. И. Экология и традиции алтайцев // Духовная культура Алтая – экология жизни. – Горно-Алтайск: Общественное объединение – школа экологии души «Тенгри», 2003.
4. Развитие рекреации в Горном Алтае на примере Усть-Коксинского района / В. Е. Мельченко, И. Н. Кудрявцев, Л. В. Байлагасов и др. – М.: Изд-во НИА-Природа, 2002.
5. Мельченко В. Е. Ландшафтные ресурсы России: специфика, разнообразие, управление // Использование и охрана природных ресурсов в России. – Бюллетень. – 2003. – № 11–12.
6. Мельченко В. Е., Мамыев Д. И. Проблемы местного самоуправления: территориальный аспект // Проблемы регионального и муниципального управления: материалы междунар. науч. конф. – М., Российский государственный гуманитарный университет, 2004.
7. Муйтуева В. А. Главные духи верхнего и среднего мира в современном религиозном воззрении алтайцев (Алтай-кижи) // Археологические и фольклорные источники по истории Алтая. – Горно-Алтайск: Горно-Алтайский НИИ истории, языка и литературы, 1994.
8. Торбоков А. С. Какой нужен туризм на Алтае? // Духовная культура Алтая – экология жизни. – Горно-Алтайск: Общественное объединение – школа экологии души «Тенгри», 2003.
9. Юданов А. Ос (Основы). – Горно-Алтайск, ИЧП «Ак Чечек», 1998.

ВОЗМОЖНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ЭКОТУРИЗМА В СООТВЕТСТВИИ С ПРИРОДНОЙ ЦЕННОСТЬЮ РАЙОНОВ РЕСПУБЛИКИ ТАТАРСТАН

Н. М. Мингазова, *д-р биол. наук, профессор*
Казанский филиал РМАТ

В Республике Татарстан экотуризм не развит, в то время как природное богатство региона позволяет предложить 7 основных маршрутов экотуризма. На маршруте «Сказанием встает Казань» туристы знакомятся с природными и историко-культурными особенностями Приказанья. Маршрут «Вдоль да по речке, вдоль да по Казанке» построен на природных особенностях 5 районов, включая заказник «Голубые озера» и Иске-Казанский музей-заповедник. Маршрут

«По таежному краю» (4 района) знакомит с лесными пихтарниками Прикамья, с отдыхом на Каме. Маршрут «По Прикамью» включает 9 районов, проходит по историческим местам г. Елабуги и национальному парку «Нижняя Кама», вдоль Нижнекамского водохранилища. Маршрут «В гостях у нефтяников» (5 районов) посвящен природным особенностям нефтяного края РТ – Восточного Закамья. Маршрут «По священной булгарской земле» проходит по историческим местам Западного Закамья (8 районов). Последний предлагаемый маршрут «Легенды и быль горной стороны» (8 районов) наиболее насыщен природными и историческими объектами, включает посещение острова-града Свияжск, Макарьевского и Раифского монастырей, с отдыхом на Волге. Особенности маршрутов описаны в учебном пособии от КФ РМАТ «Природное наследие Татарстана» (Мингазова, 2006).

THE OPPORTUNITIES OF ECOTOURISM ORGANIZATION ACCORDING TO NATURAL VALUE OF AREAS OF REPUBLIC TATARSTAN

N. M. Mingazova, *prof.*
Kazan branch RIAT

In Republic Tatarstan ecotourism it is not advanced, while the natural riches of region allow to offer 7 basic routes. On a route «The legend rises Kazan » tourists get acquainted with natural, historical and cultural features of Kazan. The route «Lengthways yes on small river, lengthways yes on Kazanka» is constructed on natural features of 5 areas, switching protected zone «Blue lakes» and the Claim – Kazan museum-reserve. The route «On taiga territory» acquaints 4 areas with forests Prikamye, with rest on river Kama. The route «Across Prikamye» includes 9 areas, passes in historical places of Elabuga and to national park «Bottom Kama», along the Nizhnekamsk water basin. The route «On a visit at oilmen» (5 areas) is devoted to natural features of oil territory republic – East Zakamye. The route «On sacred Bulgar to the ground» passes in historical places Western Zakamye (8 areas). Last suggested route «The legends and history the mountain side» (8 areas) is most sated with natural and historical objects, visiting island-hailstones Svijgsk, Makariev and Paif monasteries, with rest on river Volga includes. Features of routes are described in the manual from KB RMIT «The natural heritage of Tatarstan» (Mingazova, 2006).

ПРОБЛЕМЫ ПРИВЛЕЧЕНИЯ И ОБСЛУЖИВАНИЯ ЯПОНСКИХ ТУРИСТОВ: РЕГИОНАЛЬНАЯ ПРАКТИКА

П. Н. Пасюков, *д-р пед. наук, профессор, завлабораторией региональных образовательных систем и педагогических технологий Сахалинского государственного университета*

В настоящее время во всех странах мира наблюдается тенденция роста числа туристических организаций и числа туристов. Туризм развивается потому, что увеличивается свободное время, растут доходы, увеличивается продолжительность жизни, у пожилых людей больше свободного времени, путешествие авиатранспортом становится более доступным, люди больше узнают о различных странах мира.

Огромный потенциал для быстрой интеграции отрасли в мировую систему турбизнеса заложен в освоении дальневосточными туристическими организациями международного рынка туризма Азиатско-Тихоокеанского культурного региона.

В северо-восточной части Азиатско-Тихоокеанский регион представлен в основном маргинальными (периферийными) территориями таких стран как Россия, США, Канада, Япония, Корея, Китай. К числу этих условно сопредельных территорий относятся Дальний Восток и Крайний Северо-Восток России, Аляска, районы западного побережья Канады, США, о. Хоккайдо, северные провинции Китая, Монголия и другие территории.

Восточные районы России со своей самобытной культурой, обладающие громадным потенциалом для привлечения самых разнообразных категорий туристов, в течение последних лет превратились в самостоятельный туристический рынок. Ярким примером этого является Саха-

линская область. Это единственный в стране островной регион, который располагает уникальными природными и климатическими возможностями для организации туризма.

Остров Сахалин и Курилы соседствуют с Японией и постоянно втягиваются в орбиту азиатско-тихоокеанского туристского рынка. Число туристов неуклонно возрастает. По данным Комитета международных, внешнеэкономических и межрегиональных связей Сахалинской области, за последние годы их количество увеличилось с 5502 человек в 2000 г. до 11808 человек в 2004 г. Рост числа туристов способствовал увеличению числа компаний, предлагающих туристические услуги. Если в 1997 г. в области работало 17 компаний, осуществляющих туристическую деятельность, то в 2001 г. их насчитывалось уже 46, а по состоянию на конец февраля 2005 г. – 56. Помимо местных, туристическую деятельность на Сахалине осуществляют четыре филиала дальневосточных компаний – из Владивостока, Хабаровска, Петропавловска-Камчатского. Формируется региональная система подготовки и повышения квалификации туристических кадров, растет объем реализованных туристических услуг.

В 2004 г. он составлял 74,7 млн руб. Для сравнения в 2003 г. этот показатель равнялся 54,3 млн руб., в 2002 г. – 34,1 млн. В абсолютном выражении объем собираемых налогов от туристической деятельности ежегодно растет. Если в 2002 г. налоги от туристических услуг в бюджеты разных уровней составили примерно 3,4 млн руб., то в 2004 г. эта сумма достигла 10,1 млн. Однако в общем объеме налогов, собираемых по области, доля налогов по статье «Туризм» в 2004 г. составила 0,7 %.

Зарубежный бизнес проявляет значительный интерес к Сахалинской области, в том числе в связи с разработкой нефтегазовых месторождений. Сам Сахалин и особенно Курилы создают уникальный видовой ряд. Наши наблюдения показывают, что природа островов вызывает восторг у всех, кто побывал там. На сравнительно небольшой территории Сахалина много диковин: природные заповедники, множество озер и густые леса, великолепные водопады, морское побережье с его удивительным животным и растительным миром. Наличие глубоководных гаваней делает возможным заход круизных судов.

Существенную долю в структуре туризма региона составляет въездной туризм. Основную массу туристов, посетивших Сахалинскую область, составляют зарубежные. Они тратят в год на Сахалине около двух миллионов долларов. Среди зарубежных туристов, первое место занимают туристы из Японии – 97 % в 2003 г. Частично это ностальгический туризм – поездки в родные места на Южном Сахалине и Курилах. В последнее время активизировался безвизовый обмен с Хоккайдо. Постоянно организуются обменные поездки на «корабле мира» – туры на теплоходе. Сахалин соединен с Хоккайдо еженедельным авиарейсом. Японское правительство, облегчив режим туристских поездок на Хоккайдо, стремится расширить туристский обмен с Сахалинской областью.

Что привлекает японцев в зарубежных туристических поездках? Перечень может быть следующим: а) красивые природные ландшафты (часто именно это называется японцами в качестве первопричины поездки); б) история и культура населения посещаемой территории; в) покупки (сувениры); г) забота о здоровье (это может быть отдых на взморье, горячих источниках) и т. д.; д) музеи, художественные галереи, произведения искусства, особенно тех, кто хочет учиться, придать новый смысл жизни; е) национальная кухня (напитки) (табл. 1).

Общественное спокойствие в месте пребывания и безопасность туриста не менее важный аспект организации путешествия (табл. 2).

Следует сказать, что для Сахалинской области, где природные катаклизмы (цунами, землетрясения, снежные заносы и пр.) отнюдь не редкое явление, проблема обеспечения безопасности как иностранных, так и российских туристов чрезвычайно актуальна.

Туризм как сфера жизни и как культура населения из года в год определяет вкусы все большего числа японцев. Что нужно, чтобы поток японцев на Сахалин увеличился?

1. Социальная инфраструктура (дороги, водохранилища, порты, транспорт, связь, здравоохранение и т. д.) и уровень ее развития.

2. Туристическая инфраструктура (т. е. то, что непосредственно задействовано в обеспечении приема туристов – транспорт, гостиницы, рестораны и кафе, наличие квалифицированных гидов, система безопасности и пр.);

3. Туристические услуги, их качество и разнообразие.

Японцы, выезжая за рубеж, руководствуются знаниями о стране пребывания и ее туристических ресурсах, которые они могут почерпнуть из справочников, проспектов и пр., предоставляемых им туристическими компаниями. Наличие полной и свежей информации о стране (территории) предполагаемого путешествия – важный стимул в принятии решения о поездке имен-

Таблица 1

Предпочитаемые цели путешествий по половозрастным категориям и семейному положению*

	1994 г.	1995 г.	1996 г.	1997 г.	1998 г.
	n=969	n=806	n=910	n=802	n=784
Любование природой и ландшафтами	74,1	71,0	67,4	71,3	73,0
Посещение исторических и архитектурных достопримечательностей	57,0	40,3	42,9	45,1	46,4
Блюда любимой кухни или экзотические местные блюда	47,9	34,7	34,3	39,0	38,1
Восстановление сил и неспешный отдых	36,8	36,1	33,2	34,9	37,1
Шоппинг	43,1	26,8	31,0	31,8	33,0
Знакомство с инородной культурой	34,7	26,1	28,1	26,2	30,2
Музеи и выставки	32,5	23,7	24,4	27,9	26,8
Общение и связи с местным населением	17,2	16,4	17,5	20,2	19,6
Водный спорт (серфинг, подводное плавание и т. д.)	10,4	10,3	8,8	11,8	14,0
Проживание в знаменитых гостиницах	17,0	9,1	10,4	11,0	12,2
Концерты и другие музыкальные мероприятия	9,6	5,8	7,0	6,7	8,2
Знакомство с последней модой	6,3	5,1	5,8	5,9	8,0
Изучение иностранных языков, усвоение специальных знаний	8,2	5,6	4,9	6,7	7,8
Спорт (теннис, гольф и т. п.)	8,9	3,7	4,7	5,9	6,6
Международные спортивные мероприятия, празднества, карнавалы и т. п.	8,3	4,5	4,5	5,1	6,1
Азартные игры и шоу	8,3	3,5	4,0	4,2	5,2
Горные лыжи и прочие зимние виды спорта	8,8	3,2	5,8	4,0	4,1

* Источник: Фонд «Японское бюро путешествий», «Изучение предпочтений, касающихся зарубежных путешествий», 1997 г.

Таблица 2

Факторы, препятствующие совершению зарубежного путешествия*

	1994 г.	1995 г.	1996 г.	1997 г.	1998 г.
	n=833	n=348	n=345	n=346	n=371
Беспокойство по поводу безопасности	28,7	44,5	36,5	32,9	42,6
Беспокойство в связи с недостаточным уровнем знания языка	29,8	44,5	36,8	36,1	38,8
Слишком дорого	45,6	24,4	24,9	30,1	33,4
Нелюбовь к зарубежной пище	13,9	35,1	29,3	36,7	30,7
Беспокойство по поводу здоровья	12,2	21,8	30,4	28,9	27,0
Нелюбовь к полетам на самолете	12,5	28,2	27,8	29,5	23,2
Нелюбовь к зарубежным путешествиям	8,9	19,0	16,8	17,6	17,8
Отсутствие свободного времени	27,9	15,8	13,9	14,5	14,0
Необходимость ухода за семьей, животными или растениями	16,9	11,8	11,9	10,1	11,1

Окончание табл. 2

	1994 г.	1995 г.	1996 г.	1997 г.	1998 г.
	n=833	n=348	n=345	n=346	n=371
Утомительность процедуры оформления	10,8	18,1	6,7	12,7	10,8
Неприятие зарубежных обычаев (например, чаевых в гостиницах)	3,7	8,9	8,7	11,6	10,2
Зарубежное путешествие – это роскошь	12,7	8,0	7,8	8,1	9,4
Слишком много времени, чтобы добраться до аэропорта	2,9	6,0	7,0	6,9	5,1
Не с кем ехать (никто не приглашает)	5,9	4,0	3,2	2,3	3,8
Отсутствие тура, подходящего в плане графика, маршрута, цены и т. д.	3,5	1,7	2,3	3,2	1,3
Не разрешают родители	1,7	0,3	0,3	0,3	0,5
Не настолько сильное желание, чтобы оплачивать поездку самому	12,2	–	–	–	–
Нелюбовь к долгим перелетам	7,6	–	–	–	–
Нелюбовь к групповым турам	6,0	–	–	–	–

[*] Источник: Фонд «Японское бюро путешествий», «Изучение предпочтений, касающихся зарубежных путешествий», 1997 г.

но в эту страну. При этом нужно обращать внимание на особенности различных сегментов туристического рынка (женский туризм, семейные путешествия и т. д.).

Например, многие японские инвалиды путешествуют за рубежом. Им, безусловно, хотелось бы знать есть ли в гостиницах, в которых они будут останавливаться специальные приспособления в туалете, ванной комнате, лестницах, так как этому туристу трудно в гостиницах, не имеющих таких приспособлений. Это же касается обслуживания инвалидов в аэропорту, на транспорте. Молодые японки, в свою очередь, заинтересованы в совершении покупок, и в этом отношении информация, должна учитывать и их интересы.

Стимулирование туризма или развитие рынка туристических услуг невозможно без информационного обеспечения. Нужна непрерывная работа по предоставлению информации, созданию информационного продукта. Важную роль в создании информационного продукта играют маркетинговые исследования. Они определяют направления развития туризма, привлекают дополнительных клиентов.

Резервы в развитии регионального туризма на Сахалине есть и немалые. Иностранных туристов привлекают древние поселения на Сахалине, современная жизнь аборигенов, памятные места, связанные с историческим прошлым Сахалина. Большой потенциал заложен в организации путешествий школьников. Общение старших школьников и подростков – это можно только приветствовать. Совместные летние лагеря, школы выживания, спортивные состязания, мероприятия и события – еще одна точка интереса к путешествию к вам. В районе предполагаемого путешествия должно быть много развлечений. Знакомство с культурой и историей территории – обязательный компонент путешествия. Нужна большая подготовительная работа и по другим моментам, но самое важное, теплый прием, безопасность, налаженный социальный порядок.

Туризм способствует мирным и дружественным связям, общению, но, прежде всего, – это бизнес и он должен развиваться как бизнес. Надо постоянно думать, что нужно делать в своей области. Инвестиции в туристический бизнес осуществляются частными предпринимателями, побуждаемые получением прибыли. В сферу ответственности органов государственно-общественного сектора входит обеспечение сохранности вложенного капитала и гарантия свободной хозяйственной деятельности.

Для специалистов очевидно сходство японского туристического рынка с рынком туризма Восточной Азии. По своей модели поведения, вкусам и предпочтениям японские туристы во многом схожи с туристами из Восточной Азии. Если в деле привлечения японских туристов будет достигнут успех, это приведет к увеличению туристов из Восточной Азии.

ИНДУСТРИЯ ОТДЫХА В ГОРАХ

Ю. П. Супруненко, *канд. геогр. наук, член Союза писателей России*
Институт географии РАН

«Охота к перемене мест» – одно из самых массовых пристрастий нашего времени. Когда-то это было достоянием немногих, теперь же жажда путешествий и тем самым отдыха в новых местах охватила сотни миллионов людей.

Во все времена. Уже древние греки много путешествовали. Сохранился рассказ о купце Эвдоксе, который, по преданию, истратил все свое состояние на путешествия… В средние века люди посещали целебные источники. Лечение на первых европейских курортах стало целью многих путешествий XVII–XVIII вв. За паломничеством к святым местам тоже нередко стояла неистребимая тяга людей к познанию других стран и народов.

Получают распространение путешествия с образовательными и воспитательными целями, часто под руководством ученых и наставников. Но еще нередко горные хребты пугали и отталкивали. «Не только громадные, но и отталкивающие, внушающие ужас и отвращение руины». Это высказывание, которое не помешало бы знать основателям современных альпийских курортов, принадлежит Дж. Дэнису и относится к 1693 г. Оно не вызывало удивления по тем временам, когда считалось, что горы отнюдь не украшают лик Земли и «подобны бородавкам, прыщам и чирьям на теле человека…».

Отношение человека к горам стало меняться с эпохи Возрождения. Примечательна экскурсия-восхождение Франческо Петрарки (1304–1374) 26 апреля 1336 г. на Мон-Ванту близ Авиньона. Гора не выделялась особой высотой (1912 м), но это был, очевидно, тот случай, когда не гора возвеличила восходителя, а наоборот, он ее прославил – она стала с тех пор достоянием истории мировой культуры. Восхождение осталось описанным им в своеобразном «отчете» [5].

Восхождение стало обретать символическое очертание в эту начавшуюся эпоху открытия мира, природы и человека (составные части «формулы Возрождения»). Путешествия великого итальянского поэта и ученого положили начало новому европейскому мировоззрению [3]. Он один из тех первых, кто осознал, что гармония между человеком и природой является предпосылкой внутренней свободы. Своеобразная философия экскурсионности и «путешественности» (по терминологии замечательного русского историка и педагога XIX–XX вв. И. М. Гревса) складывалась, в том числе и на горных тропах.

Фрэнсис Бэкон [1] в своих известных «Очерках нравственных и гражданских» пишет о путешествии как об обязательной части воспитания. В главе «О путешествиях» он подробно рассказывает, какую пользу для своего духовного развития может получить человек от встречи с замечательными людьми, знакомства с памятниками, городами, искусствами и ремеслами. Очерк Бэкона положил начало английской эссеистике, посвященной духовному смыслу путешествий. И Англия стала одной из первых стран, в которых раньше других начали культивировать любовь к путешествиям в часы досуга, что составляет сущность туризма как одного из видов рекреации. Термин «tourist» впервые стал употребляться в Англии начиная с 1800 г., когда она слыла наиболее передовой и богатой страной Европы.

До сих пор продолжаются споры о том, как в настоящее время позиционируются туризм и рекреация. Автор придерживается точки зрения ряда специалистов по рекреации, что такое разделение единых глобальных тенденций – от лукавого. Это – стремление людей все больше свободного от работы времени проводить в знакомстве (пассивном или активном) с новыми пейзажами и достопримечательностями, причем с оздоровительным эффектом и положительными эмоциями (как, к примеру, в экстремальном туризме). Представляется, что рекреация как общеметодологическое, теоретическое междисциплинарное научное направление включает туризм – описательно-прикладную область. И туристические организации активно используют рекреационные разработки – по оценке ресурсов, районированию, экономическим расчетам. Но туризм – все же более удобное и общеупотребимое (можно даже сказать «агрессивное») понятие, хотя туристические фирмы занимаются планированием всего досуга людей на отдыхе (собственно рекреацией), а не только организацией путешествий и прокладкой маршрутов.

И вот сформированная в 2004 г. кафедра рекреационной географии и туризма (возглавляет ее профессор, доктор географических наук В. И. Кружалин) на географическом факультете МГУ попыталась уже в своем названии «примирить» и даже объединить эти два понятия. Это

одно из первых учебных подразделений в стране, которое осуществляет обучение студентов в рамках нового образовательного стандарта для вузов по специальности «Туризм».

Рекреационный взрыв. Мерилом богатства общества является продолжительность не рабочего, а свободного времени. От того, насколько рационально обеспечивается организация отдыха населения, во многом зависит продуктивность и качество производительного труда. Но отдых, обогащающий человека, физически закаляющий его, способствующий познанию и общению, важен и сам по себе, для развития личности, для реализации творческого духовного потенциала. Чем внутренне богаче, культурнее человек, тем содержательнее он использует свое свободное время. Как заметил Р. Тагор, «самые достойные плоды цивилизации порождены в часы досуга».

Сфера отдыха или, как ее принято называть, рекреационная отрасль хозяйства, включающая санаторно-курортное лечение, оздоровительный отдых и туризм, в наше время выступает одним из ведущих звеньев социальной инфраструктуры. Она вносит существенный вклад в сохранение трудовых ресурсов и таким образом играет важную роль в повышении эффективности общественного производства, увеличении национального богатства. В этом заключается главный экономический потенциал рекреационной отрасли.

Рекреационное хозяйствование в горах является одним из основных и наиболее эффективных видов землепользования. Это подсчитано экономистами и доказано на примере многих стран. (Доход от туризма, например в Австрии, превосходит прибыль от сельского хозяйства.) Рекреационная сфера оправдывает вложенные инвестиции за несколько лет (современные горные подъемники окупаются за 3 года). Это подходит для слаборазвитых стран, таких, например, как Непал. Нередко рекреацию развивают наравне с другими видами хозяйствования, для которых так же важны природоохранные ограничения (сельское хозяйство, научно-исследовательский вид природопользования, гидроэнергетическое освоение). Эти виды горного природопользования могут гармонично дополнять и обогащать друг друга.

Необходимо всесторонне изучать общие и специфические рекреационные запросы, совершенствовать формы активного отдыха, одним из главных полигонов для которого выступают горы.

Научно-технический прогресс открывает широкие возможности для ускоренного и оптимального развития горно-рекреационной деятельности: расширяется объем свободного времени (в развитых странах он уже составляет треть общего бюджета времени), увеличивается набор услуг сферы отдыха, создаются предпосылки для дальнейшего роста материально-технической базы горно-рекреационных учреждений и центров туризма. В то же время туризм подвержен влиянию моды, это, можно сказать, «индустрия моды», когда спрос на различные виды деятельности, а с ними и на жилье, одежду, спортинвентарь и различные специфические услуги возникает, растет, изменяется.

Совершенствуется горно-туристский инвентарь, экипировка, оборудование. Фирмы-производители уже составляют целую рекреационную индустрию. Появляются и отечественные производители, и все же пока основная масса туристско-рекреационных товаров приходит из-за рубежа. Палатки различных модификаций, спортивная обувь из кевлара и углеводородных соединений, тапочки с шипами для скалолазания, яркие куртки с термопрокладками, широкие непромокаемые штаны, прошитые золотыми нитями, сетчатые полупрозрачные маечки для маунтбайкеров, изготовленные из переработанных пластиковых бутылок, – они прекрасно «дышат», охлаждая тело…

Особенно активно горная индустрия работает на горнолыжный отдых. Горные лыжи за последние 10–20 лет – бурно развивающийся вид спорта. На его обеспечение работают лучшие модельеры, дизайнеры и конструкторы. Горнолыжные ботинки теперь представляют собой настоящее произведение искусства. Они собраны из пластиков разной жесткости, внутренняя вставка имеет гелевый язык и даже систему индивидуальной термоподгонки, которая адаптируется к любой форме ноги. Специальные барокамеры производства Норвегии и Финляндии моделируют условия среднегорья. Спортсмены тренируются на равнине, а остальное время проводят в этих домиках, т. е. после работы в привычной обстановке восстанавливаются и отдыхают в горах.

На начальных этапах освоения во многих горах требуется инвентаризация природных ресурсов и условий, определение профильных видов рекреации, выделение территорий, на которых организация отдыха будет одним из наиболее эффективных видов хозяйствования. Это так называемый рекреационный кадастр – свод данных о территории, предназначенной для отдыха и восстановления здоровья человека, включающий природные и социально-экономические сведения, эстетические и бальнеологические характеристики, информацию о степени сложно-

сти маршрутов и доступности мест для отдыха. Рекреационное районирование с обозначением преобладающего типа рекреационного освоения в каждом районе – очередная стадия рекреационного анализа. Такая работа дает необходимый материал в руки специалистов, ответственных за последующие этапы освоения местности – планировщиков, медиков и психологов, архитекторов и строителей, экономистов.

Горная рекреация в широкомасштабном понимании – достаточно капиталоемкая отрасль хозяйства и организация ее требует многофакторного учета. Экономически прибыльной рекреационная инфраструктура в горах становится через более продолжительное время, чем на равнине. Поэтому выбор самых привлекательных для туристов, а значит, и приносящих бóльшую прибыль горных местностей обретает первостепенное значение. На первых этапах освоения целесообразно локализованно располагать рекреационные объекты на базе существующих населенных пунктов. Во избежание урбанизации гор при создании рекреационной инфраструктуры надо учитывать сложившиеся взаимодействия горцев с природой.

Массовый или элитный? Изучение рекреационного потенциала собственной территории дает возможность планировать отдых соотечественников внутри страны, привлекать инвестиции в рекреационную сферу, пополнять бюджет.

Кажется, в России наступает время, когда все более популярными вновь становятся уголки родного отечества. Канары все-таки «страшно далеки от народа». А ведь главный доход (как в тех же американских национальных парках) дает массовый, а не элитный отдых. Да и обеспеченных людей можно заинтересовать при комфортной подаче отечественными рекреационными центрами. И горные районы при этом, безусловно, будут не на последнем месте.

Но специфика гор в том, что люди здесь чаще ищут дискомфортные условия, удаленные и неосвоенные места. Все шире внедряются в массы спортивные, и даже экстремальные, виды рекреации. По прогнозам психологов, в наступившем веке наибольшую зрительскую аудиторию и популярность получат так называемые экстремальные виды спорта. А они требуют немалых затрат и подходящих условий, тех же гостиниц, где можно отдохнуть и прийти в себя после сверхнапряженных спортивных занятий. К примеру, похвастаться трассой спид-скиинга (скоростного спуска на лыжах) может редкий горнолыжный курорт. Добиваются быстрой лыжни лишь при определенной температуре воздуха и снега, к тому же, чтобы достигнуть максимальной скорости (около 230 км/ч), снег на склоне в 50 должен быть в достаточной степени пропитан водой, а ледяная трасса – абсолютно гладкой.

Спид-скиингом не ограничиваются экстремальные забавы на горном склоне. Существуют еще ледолазанье, различные способы укрощения стихии на сноуборде: бигэйр – прыжки с трамплина, когда во время полета нужно умудриться накрутить побольше всяких замысловатых фигур; квотрпайп – практически то же самое, но с вылетом вверх по вертикали; хайфпайп – скатывание по специальному желобу с теми же прыжками; хэллибординг и хэллискиинг – когда сноубордистов и горнолыжников сбрасывают с вертолета на горные вершины, плато или перевалы; китайский даунхилл – все вышеописанные забавы сочетаются на одной трассе; фрирайд – свободный спуск по целинному, снежному склону. А еще катание на сноублейдах (коротеньких лыжах, напоминающих коньки, другими словами – зимних роликах), хождение на снегоступах по глубокому снегу, спуск горнолыжников или сноубордистов по опасным лавинным лоткам, полеты на параплане в лыжах.

Сноуборд дает больше степеней свободы для катания, чем горные лыжи, ему не нужны тщательно подготовленные трассы. А значит, это и более рискованный вид спорта, часто переходящий в экстрим. Сноубордистов ныне можно увидеть на всяких склонах, вплоть до лавиноопасных. И здесь рекомендации по безопасности будут в буквальном смысле жизнеобеспечивающими. Другое дело, что высшим пилотажем для рискованных фанатов остается катание на головокружительных склонах, с подрезкой лавиноопасных пластов снега и уход (или «улет») от мчащейся за тобой «белой смерти». Ладно бы рисковал сам катающийся, но он ведь подвергает опасности всех находящихся ниже.

Для особо неугомонных предлагается комбинированный вариант похода среди снегов и льдов высокогорья. Сначала на морском каяке преодолеваются пороги ледяной, но незамерзающей, стремительной горной реки. Далее возможно прохождение на плоту или других плавсредствах горных ущелий – каньонинг и рафтинг. Затем штурмуется обледенелый крутой берег (ледолазанье), потом следуют поход на снегоступах к заветной вершине, покорение ее и полет с высшей точки на сноуборде. И здесь уже не просто оздоровление, а бурно впрыскиваемый в кровь адреналин! Хочется уже не просто взойти на вершину и благополучно спуститься, а слететь с нее на горных лыжах за какие-то десятки минут.

Авантюрная фантазия (даже в хорошем смысле) не знает предела. В преддверии XXI в. стали проводиться экстремальные Олимпийские игры с девизом: труднее, круче, безумней. Были там и профессиональное скалолазанье, и сумасшедший скейтборд, и воздушный серфинг, и невероятное по нагрузке и сложности командное многоборье. Вот эти походы на выживание уже что-то новое даже для альтернативной олимпиады. На одном из предложенных маршрутов участникам предстояло за 4 дня преодолеть 225 миль, пересечь при этом четыре климатические зоны (игры проводились в калифорнийском Сан-Диего), в том числе мексиканскую пустыню с температурами до 50 °С, пройти горную трассу с подъемами до 2000 м, провести 24 ч на маунтбайке, а на финишном этапе – 30 ч в океане на байдарке, принять участие в соревнованиях по ориентированию на местности.

Опасности бывают разные. Опасности не так страшны, если знать их в лицо. Любая случайность – это непредвиденная закономерность. Ежегодно в освоенных Альпах по разным причинам гибнут 350–400 любителей горных путешествий. И даже в исхоженном и, казалось бы, «домашнем» Крыму каждый год 5–6 чел. находят последний приют. Нужно уметь отступить, когда достигнут предел разумного риска. Лучше преодолевать трудности, а не бороться с опасностями. Побеждает тот, кто обладает исчерпывающей информацией. Обеспечить ее – задача специалистов, занимающихся вопросами рекреационного освоения гор. Правильная организация горной рекреации с учетом научных рекомендаций, оценок и классификаций должна обеспечить и максимальную безопасность [4].

Неосвоенность многих гор для широких масс, отсутствие необходимого снаряжения, трудности с организацией отдыха или путешествия удручают. Как и в сфере обслуживания, здесь не обойтись без помощи квалифицированных инструкторов, организаторов, предпринимателей. Горы настойчиво зовут, восхищают, вдохновляют. Но услышавшим их зов, требуется обстоятельная помощь.

Рекреационная география – наука молодая. Но проблемы, которыми она занимается – намного старше. Как организовать досуг, выбрать территорию для этого и оформить, благоустроить ее, как преодолеть организационные трудности, вписать новый вид землепользования в сложившуюся экономику государства – такие вопросы занимали людей еще в XIX в. У рекреационной географии прямая ответственность за живописные процветающие ландшафты. И рекреационные зоны должны стать форпостами организованного, продуманного освоения территории, в том числе высотных этажей.

В зонах отдыха под воздействием масс туристов усиливается вытаптывание, загрязнение, активизируются эрозионные и особенно склоновые процессы, уничтожается растительность, нарушается ландшафтное равновесие. Живописные уголки захламляют отходами, устойчивыми в природном круговороте, сохраняющимися на долгие годы. И эти издержки связаны не только с недостатком экологической культуры, но и со слабой организацией и недостаточным обустройством зон отдыха.

Горнолыжные склоны бывают также переполнены отдыхающими. Снег на закатанных трассах уплотняется в 2–3 раза. Без доступа воздуха загнивают травы, нарушается структура почвы, она промерзает почти на метр, что не может не сказаться на возобновлении альпийского травостоя. Во время спусков лыжников значительная часть снега смещается вниз. На более крутых склонах с оголенных участков во время весеннего таяния смывается почва, и на них появляются эрозионные борозды. Создается лавино-, оползне-, селеопасная ситуация. Некоторые массивы в альпийских странах летом напоминают лунный ландшафт. В таких случаях уже требуется конструктивное укрепление склонов и подсев быстрорастущих трав. В профилактических же целях необходимо тщательно изучать возможные экологические последствия, предусматривать меры по сохранению уникальных природных ландшафтов, оценивать предельно допустимую антропогенную нагрузку, ограничивать число посетителей.

Экономические цели рекреации почти всегда преобладают над экологическими. Но индустрия туризма коварна и может легко внести непоправимые изменения в природную среду. Особенно очевидна такая опасность для гор.

Альтернативой индустриальному туризму становится экотуризм с его экологическими приоритетами и преобладанием интересов (экономика, стиль жизни, сложившиеся традиции) местных народностей над коммерческой выгодой. Доходы от такой «мягкой» рекреации, «биотуризма» делятся между федеральным бюджетом и местными структурами власти (непальская модель). На долю экотуризма, по некоторым оценкам, уже приходится до 20 % всего рынка мирового туризма [2]. Не случайно 2002 г. был объявлен ООН не только Годом гор, но и Годом экотуризма.

По прогнозам Всемирной туристской организации, в ближайшее десятилетие экотуризм станет одним из четырех-пяти наиболее перспективных направлений развития мировой индустрии туризма. XXI век должен стать веком окружающей среды, по крайней мере, веком перехода к глобальной экологической политике [6]. Экотуристический подход начинает преобладать во многих аспектах рекреационного освоения местности. Это модель взаимовыгодного сотрудничества рекреантов и организаторов отдыха, с одной стороны, и коренных народностей – с другой, с безусловным приоритетом последних. Это тем более важно, что рекреация представляет нередко единственную возможность активизации слаборазвитого района.

Трудности освоения дают основания полагать, что дольше всех ландшафтов на Земле неокультуренными останутся горные. Их природа хрупка и уязвима несмотря на внешнюю неприступность. Горы – это новые надежды и новые заботы.

Литература

1. Бэкон Ф. Новая Атлантида. Опыты и наставления нравственные и политические / Акад. наук СССР. Лит. памятники. – М.: Изд-во Акад. наук СССР, 1954. – 243 с.

2. Дроздов А. В. Как развивать туризм в национальных парках России: методические рекомендации по выявлению, оценке и продвижению на рынок туристских ресурсов и туристского продукта национальных парков. – М.: Экоцентр «Заповедники», 2000. – 61 с.

3. Итальянский гуманизм эпохи Возрождения / Вступит. ст. и ред. С. М. Стампа. – Саратов: Изд-во Саратовского ун-та, 1984. – 240 с.

4. Маринов Б. Проблемы безопасности в горах. – М.: Физкультура и спорт, 1981. – 208 с.

5. Петрарка Ф. Избранное. – М.: Худ. лит., 1974. – 443 с.

6. Супруненко Ю. П. Горы зовут… (Горно-рекреационное природопользование). – М.: Тровант, 2003. – 368 с.

ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННЫЙ ПОТЕНЦИАЛ ЯПОНИИ И ЭКОЛОГИЧЕСКИЙ ТУРИЗМ[1]

И. С. Тихоцкая, *канд. экон. наук, доцент кафедры географического факультета МГУ им. М. В. Ломоносова*

Япония обладает высоким ресурсным потенциалом для развития туризма. Природное и географическое разнообразие страны, протянувшейся с юго-запада на северо-восток почти на 3 тыс. км, предопределяет наличие притягательных своей экзотикой мест для жителей разных регионов. В окруженной со всех сторон морем стране, где покрытые лесами горы составляют более 60 % территории, много великолепных пейзажей. Все это само по себе создает объективные предпосылки для развития рекреаций. Древние традиции здесь соседствуют с самыми передовыми технологиями, и то, что составляет привлекательность для путешественников, часто прямо противоположно.

В оздоровительных целях в Японии традиционно широко используются горячие источники, а лесные прогулки, как в общем и купание в море, как ни странно, не получили большого развития. К лесным прогулкам интерес проявляется лишь в последние годы, и теперь даже ставится вопрос о «лесной терапии»[2]. Вероятно, отсутствие склонности совершать лесные прогулки можно связать с труднодоступностью многих лесных массивов, добраться до которых стало намного легче благодаря высокоразвитой транспортной сети, в том числе и железных, и скоростных автомобильных дорог.

Важный рекреационно-туристический ресурс представляют национальные парки Японии, закон о которых впервые был принят в 1931 г. В настоящее время их насчитывается 28, об-

[1] Автор выражает глубокую благодарность Японскому фонду, при поддержке которого в 2003–04 гг. были проведены комплексные полевые исследования в Японии, и в том числе посещены многие регионы и упоминаемые в статье объекты.

Если не указано иначе, источниками статистических данных послужили «Нихон токэй нэнкан» (Токио, 2006) и «Канко хакусё» (Токио, 2006).

[2] См. об этом Ивао Уэхара. Синрин-но моцу хокэн кюё кино-но аратана кацуё-но хокосэй. «Синри рёхо»-но каносэй-о кангаэру // Синри кагаку. – 2006. – № 48. – С. 4–8.

щей площадью около 2 млн га, что составляет 5,4 % территории страны. Их критериями являются: наличие выдающейся природной красоты, ценность в физико-географическом и геологическом смыслах, уникальность флоры и фауны. На территории многих из них находятся объекты, имеющие большую культурно-историческую значимость. В систему национальных парков также входят префектурные (их 300) и квазинациональные природные парки (55) – от самого южного Ириомотэ на Окинаве до Рисири-Рэбун-Саробэцу на Хоккайдо. В 1993 г. прославившийся древнейшими японскими кедрами остров Якусима и знаменитая девственными буковыми лесами горная цепь Сираками были включены в Список мирового наследия ЮНЕСКО. В 2005 г. к ним добавился и природный парк Сирэтоко – одноименный полуостров с хорошо сохранившейся дикой природой, где сочетание крутых гор, покрытых хвойными и лиственными лесами, быстрых рек, морских утесов и с трех сторон подступающего Охотского моря позволяет вольготно обитать многим исчезающим видам животных.

Через территорию Японии проходит 7 вулканических поясов, и множество действующих вулканов представляют впечатляющее зрелище. Особенно выделяется знаменитая на весь мир гора Фудзи, спящий вулкан, которую японцы с давних пор обожествляют, воспевают, запечатлевают – настоящая визитная карточка Японии. У ее подножия расположен один из самых посещаемых в мире природный парк Фудзи – Хаконэ – Идзу. Привлекают туристов и вулканы Асо и Сакурадзима на Кюсю.

В стране насчитывается около 2,5 тыс. курортов с горячими источниками, которые здесь так же привычны, как постоянные подземные толчки. Их можно найти повсеместно, но больше всего на Хоккайдо (243) и в префектуре Нагано (215), а меньше всего на Окинаве (3)[1]. По-японски горячий источник – «онсэн» – слово, знакомое каждому, кто хотя бы раз побывал в Японии, поскольку это не просто рекреационные объекты, а очаги-хранители традиционной японской культуры. Посещение онсэн – ритуал, выходящий далеко за пределы простой гигиенической и оздоровительной процедуры. Особенно популярны онсэн, находящиеся в естественных условиях, под открытым небом.

В Японии выделяют «три самых прекрасных вида» и «три самых красивых сада». Это «плавающие» тории – стоящие в море ворота синтоистского храма на острове Миядзима, длинная песчаная коса, получившая название «мост на небеса» – Аманохасидатэ, и залив Мацусима с множеством покрытых соснами островов. Лучшие три в категории «сад»: Кайраку-эн, Кэнроку-эн и Кораку-эн. Но столь же изумительные, а подчас и еще более интересные пейзажи и сады можно найти и в других частях страны. Каждый турист в Киото непременно посещает знаменитый сад камней храма Рёандзи, пытаясь отыскать его 15-й камень.

Жители японского архипелага, подверженного разным стихийным бедствиям, ощущают особенно тесную связь с природой, стремятся жить в согласии с ней. Любование природой – одна из давних японских традиций, сохраняющихся и поныне. Здесь популярны фестивали ирисов, камелий, азалий и пр., праздники цветущей сливы, но особенно сакуры. Поистине, это завораживающее явление природы представляет важный туристский ресурс.

Япония – страна уникальной культуры, бережно оберегаемых традиций и десятков тысяч интересных туристических объектов, 13 из которых, в том числе 3 природных, включены в Список мирового культурного наследия ЮНЕСКО.

В стране более 80 тыс. синтоистских и чуть меньше буддистских, около 10 тыс. христианских, а всего порядка 230 тыс. религиозных храмов, многие их которых представляют собой центры притяжения туристов. Особая атмосфера царит на территории главного синтоистского святилища – Исэ, где хранятся главные синтоистские сокровища.

Сохранилось относительно немного древних памятников старины[2], но зато множество было восстановлено в первоначальном виде после постигших их пожаров, землетрясений и пр. Это касается и многих храмов, и активно возводившихся в средние века замков. Самым красивым замком считается расположенный в городе Химэдзи (западный Хонсю), который называют «белой цаплей», поскольку своей элегантностью он напоминает именно ее. Ему присвоен статус Национального сокровища, он включен в Список ЮНЕСКО. Самый крупный из замков – Осакский, был построен военным правителем Тоётоми Хидэёси в XVI в. как олицетворение могущества новой власти.

---

[1] Наруходо нихон тидзутё 2004/05. – Токио, 2004. – С. 46-47.

[2] Примером могут служить остатки возведенной в XIII в. после попытки монгольского нашествия в целях защиты от внешних врагов стены, фрагменты которой можно видеть и на территории одного из университетов в городе Фукуока.



Художественных музеев, по уровню сопоставимых с крупнейшими мировыми сокровищницами, нет, но японцам свойственно всегда и везде во всем находить свою нишу, и каких только музеев здесь нет! Множество хорошо оснащенных музеев науки и техники, отдельных отраслей знания, землетрясений и вулканов, а также динозавров, полотенец, буракумин (это социальная группа японских париев), камикадзэ, вызванной загрязнением воды болезни Минамата… В Хиросиме сохраняется исторический объект особого рода – Атомный дом, разрушенный атомной бомбардировкой города в 1945 г. В Кобэ нетронутыми оставлены небольшие участки, исковерканные землетрясением 1995 г., а музей землетрясений на острове Авадзи создан на месте заметного сдвига земной поверхности, сохранен и полуразрушенный дом с попадавшими предметами. Имеются и заслуживающие внимания художественные музеи, например самый крупный в стране (100 тыс. экспонатов) Токийский государственный музей.

В целом в Японии около 4 тыс. музеев, в том числе примерно 2 тыс. исторических, 800 художественных, около 100 аквариумов, более 500 зоопарков. Около 4 тыс. общественных парков и более 430 «парков для проведения досуга», порядка 2 тыс. площадок для игры в гольф, более 730 мест для катания на лыжах и 230 катков, более 1300 мест для занятий морскими видами

спорта. Кроме того, 1600 мест, куда туристы могут приехать на рыбалку, и более 1,5 тыс. деревень, где можно на практике ознакомиться с ведением сельского хозяйства.

С конца 1980-х годов в стране активно возводились тематические парки самых разных направлений, чему в немалой степени способствовал феноменальный успех Диснейленда, первого парка такого рода в Японии, до сих пор не утратившего своей притягательности. В числе наиболее известных и такие, как парк аттракционов, воспроизводящих сцены из самых известных фильмов Голливуда, – Юнивёсал Студиос в Осака, и вариант Диснейленда на воде – Диснейси.

Главной особенностью туристско-рекреационного потенциала Японии является близость в пространстве интересных и разнообразных объектов, которые благодаря развитой транспортной инфраструктуре легкодоступны в любом регионе страны. Кроме того, Японию отличает быстрое внедрение инноваций в повседневную жизнь, а также высокий уровень сервиса и безопасности туристов. Уже много лет и сами японцы называют свою страну «страной избыточного сервиса». Куда бы ни пришел посетитель – в гостиницу, ресторан, магазин, – он везде желанный гость, и служащие собьются с ног, чтобы он был доволен (недаром понятия «клиент» и «гость» обозначаются одним и тем же иероглифом 客).

Вышеперечисленные факторы позволяют легко сочетать деловой туризм с культурно-познавательным, рекреационным и пр., поэтому Япония часто становится местом проведения различных международных мероприятий, в частности, Олимпийские игры проводились здесь уже трижды.

С конца XX в. отмечается настоящий бум туризма, связанного с активным общением с природой – восхождение в горы, дайвинг и пр. Уставшим от городской жизни людям снова хочется прочувствовать и ушедший сельский стиль жизни. Для более близкого общения городских жителей и людей, проживающих в сельских, горных, рыболовецких деревнях, при поддержке различных государственных органов создаются возможности для такого рода встреч.

Популярны в Японии и поездки с целью участия в сборе урожая различных фруктов, некоторое количество которых предлагают приобрести по льготной цене. Для этого заранее, за 1–1,5 месяца планируют групповые туры, а сбор участников предполагается уже на станции назначения (т. е. можно отправиться в такое путешествие и на собственной машине). При этом туристам предоставят максимально полную информацию, откуда и как туда можно добраться, укажут все возможные маршруты с расписанием поездов и пр. Нередко в таких мероприятиях участвуют целые семьи вполне состоятельных людей – не ценовой фактор играет здесь ведущую роль, главное – прочувствовать связь с природой, получить собранные собственными руками только что созревшие фрукты.

Все шире распространяется и еще один новый вид туризма – наслаждаясь катанием на велосипеде, не спеша знакомиться с особенностями регионов. Для развития этого направления создают специальную инфраструктуру, облегчая доступ на велосипеде к достопримечательностям, рекам, портам. В разных частях страны создано 15 модельных районов велосипедного туризма, и во все большем числе небольших, но часто посещаемых туристами поселений организуется прокат велосипедов прямо на железнодорожной станции. Тут же выдается и карта основных достопримечательностей.

В Японии давно придают большое значение и много внимания уделяют экологическому образованию граждан. Уровень сознательности, понимания сути и важности экологических проблем достаточно высок среди всех поколений японцев. Вероятно, во многом благодаря этому многих здесь привлекает экологический туризм, который призван играть важную роль в экологическом просвещении людей.

Активная рекреация среди нетронутых ландшафтов дает горожанам то, чего не может дать ни один другой вид проведения досуга. Путешествия, во время которых человек наслаждается природой, а одновременно и культурой различающихся между собой территорий, для современных людей, стремящихся к познанию и самосовершенствованию, здоровому образу жизни, разнообразию впечатлений, стали неотъемлемой частью жизни. Экологический туризм не просто дает возможность тесного соприкосновения с природой, но и позволяет посетить уникальные уголки природы, попасть в которые самостоятельно далеко не всегда можно, а также получить новые знания, яркие впечатления.

Рост популярности экотуризма, несомненно, связан и с растущим пониманием людей необходимости защиты окружающей среды, актуальности экологических проблем и важности посильного участия каждого в охране природы. С другой стороны, отмечается спад интереса к посещению «искусственно созданных» туристических объектов, сокращение групповых поездок на крупные курорты, в тематические парки и т. д. Интерес к экотуризму мно-

гие[1] проявляют вследствие того, что он коренным образом отличается от привычного для японцев стиля путешествий – приобщения к изысканным блюдам местной кухни и покупки сувениров, к которому за рубежом добавляется приобретение товаров известных мировых брендов. Если до сих пор японцы предпочитали приобретать пакетные туры с целью посещения достопримечательностей, то теперь все более заметно присутствие на туристическом рынке туров, предполагающих активное участие или приобретение какого-либо опыта[2].

Впервые экотуризм в Японии стал развиваться на о. Ириомотэ в преф. Окинава. Это уникальное место в стране. Помимо первозданной природы, островитянам изначально была присуща жизненная мудрость бережного отношения к собственной природе. Здесь сохранилось множество эндемиков, а также традиционных религиозных верований и праздников. А в 2002 г. развитие экотуризма впервые было оформлено законодательно, когда в «Закон о специальных мерах по содействию развитию Окинавы» включили развитие экотуризма на Ириомотэ «в качестве приобретения опыта по защите окружающей среды»[3]. В 2004 г. министерство по делам окружающей среды выделило уже 13 районов для осуществления модельных проектов развития экотуризма. Предположительно в каждом из выбранных районов будет создан специальный совет, в который войдут и представители местных властей, и туроператоры, неправительственные организации и пр., в чьи обязанности будет входить установка границ участков с ограниченным доступом людей и недопущение деятельности несанкционированных гидов[4].

В Японии действует целый ряд законов, направленных на защиту окружающей среды, живой природы, культурного достояния, но «сводного» закона, обеспечивающего защиту и сохранение природы, нет, и, по мнению некоторых должностных лиц, действующие законы «слишком фрагментарны, чтобы быть эффективными»[5].

Во время пребывания во главе кабинета министров Дз. Коидзуми был принят целый ряд крупномасштабных проектов, велась разработка принципиально новых законов, и в частности, была начата подготовка законодательства, призванного активизировать в стране развитие экотуризма как средства стимулирования местных экономик и сохранения окружающей среды.

В преамбуле проекта закона об экологическом туризме, который подготовили депутаты от правящей ЛДП Японии, сказано, что пока еще нет четкой ясности в отношении определения экологического туризма, но «желательно не ограничиваться природной средой. Япония – страна, в которой на протяжении длительного времени в результате тесного взаимодействия человека с природой в регионах формировалась особая природная среда и воспитывалась региональная культура жизни. Представляется, что это тоже важный ресурс, который должен стать объектом экотуризма»[6]. Замечания и исправления в законопроект внесли специалисты японского отделения Всемирного фонда дикой природы, и теперь продолжается его обсуждение и доработка с привлечением оппозиционных партий и в тесном взаимодействии с Японским обществом экотуризма (в которое в 2002 г. был переименован созданный в 1998 г. Совет по содействию развитию экотуризма), в 2003 г. получившее статус НПО.

Хотя концепция экологического туризма в Японии окончательно еще не сложилась, как правило, как и во всем мире, подчеркивается его значимость в качестве средства развития регионов без нанесения ущерба окружающей среде. Экологический туризм называют и «устойчивым туризмом» – по аналогии с «устойчивым развитием». Существуют разные подходы, мнения, позиции, но, по сути «устойчивый туризм» – «это отрасль, разработанная специально для достижения устойчивого использования ресурсов»[7], которая стремится оказывать минимальное воздействие на окружающую среду и местную культуру, способствуя созданию доходов и занятости и сохранению местной экосистемы. Это «ответственный туризм, деликатный и в экологическом, и в культурном смысле»[8].

В то же время усиливается обеспокоенность тем, что растущее число туристов может оказать негативное влияние на экосистемы. Законодатели намерены решить такого рода проблемы

---

[1] По данным обследования Японской ассоциации туристических агентств 2000 г., более 50% людей разных возрастов хотели бы участвовать в экологических турах, а среди токийцев старше 45 лет таковых более 90%. См. www.ecotourism.gr.jp/DOCS/0805.pdf; www.jata-net.or.jp/english/reports/2002/2nd-ecotour.htm.

[2] http://www.kantei.go.jp/be-nippon/.

[3] www.ecotourism.gr.jp/DOCS/0805.pdf.

[4] См. об этом, например, 'Koizumi children' to draft bill promoting ecotourism. («Japan Times», 05.03.2006).

[5] http://www.wwf.or.jp/eng/wildlife/jp0058.html.

[6] http://ecozy.fc2web.com/definition/definition.htm.

[7] http://www.apo-tokyo.org/gp/e_publi/gplinkeco/15chapter13.pdf.

[8] www.gdrc.org/uem/eco-tour/eco-tour.html.

путем тщательной проработки закона. Особая роль в регулировании проблем развития экотуризма на местах отводится упоминавшимся советам, которым поручат составление общего плана, обоснованно определяющего границы района развития экотуризма и регламентирующего всю деятельность по предоставлению услуг экотуризма.

В целом Японию отличает более широкая трактовка понятия экотуризма. Как отмечает немецкий эколог Н. Муритц, в Японии к экотуризму относят и посещение пастбищ, и любование орхидеями в теплицах, а также то, что является «туризмом по интересам», иными словами, любое проявление интереса к природе, которое легко смешать с массовым туризмом, доказательством чему служат ряды автобусов в местах обитания журавлей на Кюсю или лебедей на Хоккайдо[1]. В действительности японская трактовка экотуризма, как это явствует не только из официальных документов, но и туристических вебсайтов, выходит далеко за пределы природы. На Хоккайдо, интерес к которому со стороны иностранных туристов заметно возрос, во многом именно благодаря экологическому туризму айну удается сохранять свою идентичность. В разных районах депопуляции возлагают надежды на то, что экотуризм поможет сохранить местное культурное наследие и оживить населенные пункты.

В целом, как показали результаты исследований и Японской ассоциации турагентств, и Японского общества экотуризма, наиболее перспективные клиенты – люди в возрасте 55–64 лет, именно на них и физические возможности людей такого возраста, прежде всего, обе организации и рекомендуют ориентироваться разработчикам экотуров. Люди этого возраста менее заняты, чем более молодые, достаточно финансово обеспечены и реже «не могут покинуть дом»[2].

Исходя из этого в Японии предлагают более тысячи самых разных туров, анонсируемых в качестве экологических. В преф. Кумамото на о. Цудзи среди наиболее доступных наблюдение за поведением дельфинов и акул. На о. Якусима туристам предлагают путешествие по каньонам, лесные прогулки, плавание под водой с маской и трубкой. Эти туры существенным образом отличаются от обычного отдыха на свежем воздухе. Например, прогулка в горах – не обычная двухчасовая прогулка, а пятичасовое восхождение с гидом – специалистом в области экологии девственных лесов. Такие туры пользуются большим спросом, причем немало людей предпочитают провести несколько дней на острове, чтобы насладиться и океаном, и горами, и реками, т. е. пройти по всем маршрутам.

Разнообразны и формы экотуров, предлагаемых на Окинаве, хотя в общем их содержание сводится к следующему: «защита окружающей среды» – туры, имеющие целью возродить и приукрасить природные, исторические, культурные богатства; «наслаждение природой» – туры, предполагающие тесное общение с природой (наблюдение за совами, перемещение на каноэ); «изучение природы» – туры с упором на экологическое образование[3].

Поскольку экотуризм относительно новое направление в туризме, то, как и в других странах, возникают такие проблемы, как недостаток квалифицированных кадров и информированности потенциальных туристов. Согласно результатам опроса Японского общества экотуризма, недостаток информации об экотурах отмечает почти половина респондентов, а 47,4 % считают, что они слишком дороги (менее характерна озабоченность высокой стоимостью для людей старшего возраста: среди мужчин от 50 до 59 лет таковых 28 % и среди женщин старше 60 лет – 36 %). Еще 30 % в качестве негативного фактора назвали зависимость от погоды[4].

В настоящее время в Японии реализуется целый ряд крупномасштабных программ, так или иначе связанных с туризмом, и постоянно подчеркивается, что туризм следует позиционировать как одну из ведущих отраслей экономики. В целях стимулирования конкуренции между регионами и активизации их усилий по разработке интересных продуктов предложена новая национальная кампания – «один регион – один туристический продукт»[5].

Таким образом, ресурсный туристский потенциал Японии высок и разнообразен: это и природные, и рекреационные, и культурно-исторические объекты, функции которых часто переплетаются между собой, что позволяет за одну поездку и насладиться природой, и отдохнуть, и приобщиться к культурным и историческим ценностям, а также к последним научно-техническим достижениям.

---

[1] The Japan Times, Sept. 14, 2005.

[2] www.jata-net.or.jp/english/reports/2002/2nd-ecotour.htm.

[3] «Тюрасима (Окинава-кэн канко дзёхо фуайру)» 2002. – Окинава, 2002. – С. 82. «Окинава-о сиру дзитэн». – Токио, 2000. – С. 244.

[4] «Экоцуридзуму-ни кансуру сёхися нидзу тёса». – Токио, 2006. – С. 12.

[5] http://www.kantei.go.jp/foreign/policy/kankou/houkoku_s_e.html.

Как представляется, резервы эффективного использования этого потенциала, так же, как и развития туристской индустрии страны, огромны. На пути их практического использования существуют препятствия как объективного, так и субъективного характера, однако постоянные усилия всех задействованных в развитии туристической индустрии сторон – от государственных структур до неправительственных организаций, местного населения – позволяют их преодолевать. Так, после принятия в Японии в 2003 г. государственной программы расширения въездного иностранного туризма, цель которой – 10 млн интуристов к 2010 г., число посещающих страну зарубежных туристов резко увеличилось и в 2006 г. превысило 7,3 млн по сравнению с 5 млн в 2003 г.

Можно ожидать, что принятие закона о развитии экологического туризма ускорит развитие этого относительно нового направления в туристическом бизнесе. Потенциал Японии и в этой области огромен, а свойственная японцам любовь к природе, склонность к ее созерцанию, наблюдению за сменой времен года, развитием растений и поведением животных и насекомых позволяет предположить, что популярность данного туристического направления будет расти. Этому будут во все большей степени способствовать и стремление к здоровому образу жизни, поддержанию хорошей формы среди людей молодых и средних возрастных групп, и быстро увеличивающаяся армия японских пенсионеров, имеющих и достаточно хорошую физическую форму, и время, и финансовые средства для совершения разнообразных экологических туров.

ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННЫЙ ПОТЕНЦИАЛ КАНАДЫ

Е. Е. Тотонова, *канд. геогр. наук, доцент*
Якутский государственный университет

В настоящее время передвижение людей в туристских целях охватило все страны земного шара, и благодаря этому контакты между людьми из разных стран стали повседневной реальностью. В результате – туризм является сейчас одним из самых динамично развивающихся видов мировой экономики. Практически туризм является сложной, комплексной сферой экономики, которая влияет на хозяйство регионов и стран. Кроме того, туризм связывает отдельные отрасли экономики – такие, как транспорт, связь, торговля, строительство, сельское хозяйство, и приводит к их тесному взаимодействию. В рамках каждой страны внутренний туризм играет важную роль в решении социальных, политических, экономических проблем регионов. За счет туризма появляются новые рабочие места, улучшается экономическое и финансовое состояние, повышается уровень жизни населения. Туризм оказывает влияние на развитие культурного потенциала, а также на оздоровление и сохранение окружающей среды.

Развитие туристского спроса зависит от многих факторов, наиболее важными из которых являются: природно-географические, демографические, социально-экономические, материально-технические, политические, историко-культурные, информационные. В настоящее время в условиях нарастания психологических нагрузок, интенсификации ритма жизни людей туризм действует и как средство рекреации. Из предмета роскоши он превращается в потребность населения.

Туристов в Канаду привлекает красивая природа, богатые и разнообразные природные ресурсы, причем страна выигрывает по сравнению с США по сохранности первозданной природы. Канада, расположенная на севере американского континента, между Атлантическим и Тихим океанами, по своей площади занимает 2 место в мире после России. Бескрайние просторы этой северной страны простираются с запада на восток – на 7 700 км, а с севера на юг – 4 600 км, и при этом около 90 % населения живет вдоль 6379-километровой границы с южным соседом США. В северных районах, которые занимают 70 % территории страны проживает только 1,5 % населения. Поэтому размещение населения Канады крайне неравномерное. Рельеф страны разнообразный, почти половину территории занимает древний Канадский щит, расположенные на юге низменности и равнины (долина Св. Лаврентия, часть Внутренних равнин), на юге-востоке расположены древние Аппалачские горы, а западную часть Канады занимает горная система Кордильер, максимальная высота которой – гора Логан, 6 тыс. м. Природные ландшафты страны весьма разнообразны и относительно мало освоены. В северной части страны можно увидеть безмолвные полярные пустыни с ледниками и бескрайние просторы тундры. Центральная часть страны богата красивыми водопадами, каньонами, бореальной тайгой с широколиственными лесами, в западной Канаде можно любоваться бескрайними степями, а на

востоке – познакомиться с «кусочком» Европы на североамериканском материке, французской Канадой – Квебеком.

Страна также располагает прекрасными горнолыжными базами, курортами на восточном и западном побережьях с прекрасными гостиницами и индустрией всевозможных развлечений, так что туристам обеспечены яркие и незабываемые впечатления. Кроме того, в Канаде бережно хранят культуру первых жителей континента – индейцев и инуитов (эскимосов), одинаково уважительно относятся к языкам и культурам всех проживающих на территории страны народов.

По данным ВТО 2002 г., Канада занимала 10 место по наиболее популярным туристическим направлениям в мире (20 млн чел.) и доходы страны от поступления туризма за этот год составляли примерно 9,4 млрд долл., доля доходов от туризма в ВНП составляла 1,5 %, что доказывает – туризм в стране является крупнейшей экспортной статьей[1]. Хотя Канада не является страной развитого экскурсионно-познавательного туризма, она привлекает туристов не только первозданной природой, но и своими современными городами, многочисленными музеями, историческими парками.

Канада проводит целенаправленную политику для привлечения иностранных туристов, усиленным развитием транспортных, гостиничных, ресторанных цепей, культурно-развлекательных комплексов, систем безопасности, бронирования и информирования связи, т. е. экономика страны и вся система ее регулирования нацелены на максимальное привлечение туристов. Благоприятными факторами для развития туризма в Канаде являются: соседство с США, чьи туристы по количеству посещений в страну занимают лидирующее положение (отсутствие пограничных формальностей) по сравнению с другими странами мира, развитие воздушного транспорта, которое обеспечивает приток туристов из отдаленных регионов мира, таких как Япония и Европа, высокий уровень социально-экономического развития. На развитии туризма в Канаде отрицательное влияние оказывает отсутствие теплых морей.

Несмотря на северное и отдаленное расположение Канады от Европы и азиатских стран, по туристским прибытиям она входит в 10 самых посещаемых стран и имеет высокий показатель интенсивности туристских прибытий (600 человек на 1000 местных). Удельный вес Канады в общемировой структуре туристских поступлений уступает доле страны в структуре туристских прибытий, что связано с краткосрочным периодом пребывания туристов, с небольшими туристскими расходами. Наибольшее количество иностранных туристов прибывает из соседних США (80 %), чьи поездки носят однодневный или кратковременный характер. Значителен показатель туристов, приезжающих из стран Европы (Великобритания, Франция, Италия, Германия) и из близлежащих стран Карибского бассейна (Мексика, Куба, Доминиканская Республика)[2]. Основным поставщиков туристов для Канады является Великобритания, которая имеет давние, двухвековые историко-политические связи и общий язык. В основном туристы приезжают в Канаду летом, но месяцы декабрь – март также остаются привлекательными для туристов.

Зарубежные туристские поездки, по данным 2002 г., совершили 19 млн чел. (свыше половины населения страны). Основные выездные потоки страны направлены к теплым морским курортам юга США, Мексики и стран Карибского бассейна (40 %). Посещение канадскими туристами Великобритании связано с посещением родственников и друзей (38 %). Расходы на международный туризм составляют свыше 11 млрд долл., в результате чего Канада, как и многие высокоразвитые страны, имеет дефицит туристского баланса в размере 1 млрд долл.

Исходя из сложившихся природно-географических региональных различий, а также уровня развития туристской инфраструктуры выделяют следующие туристские районы: Центральный (Приозерный), Приморский (Атлантический), Средне-Западный (Степной), Тихоокеанский (Дальний Запад) и Север.

Центральный район (Приозерный) – имеет высокоразвитую туристскую инфраструктуру и включает две центральные провинции страны – Онтарио и Квебек. Главная достопримечательность района Великие озера и Ниагарский водопад принимающий ежегодно 16 млн туристов. Благодаря инженерно-техническому оборудованию (подвесная канатная дорога, смотровые площадки, система освещения в вечернее время) Ниагарский водопад хорошо подготовлен к экскурсионному показу[3]. Вокруг водопада построены гостиницы, мотели, смотровые площадки, подвесная дорога, казино, музеи, разбиты прекрасные парки. Крупнейшие города страны

[1] Alain Mesplier. Le tourisme dans le monde. – Paris, 2005.
[2] www.statcan.ca.
[3] Гайдукевич Л. М. География туризма. – М., 2003.

Монреаль, Торонто, Квебек, Оттава привлекают туристов своей элегантностью, прекрасными гостиницами, всевозможными развлечениями и многочисленными музеями, историческими ценностями.

Торонто – наиболее американизированный город из канадских городов, крупный деловой и промышленный центр, который имеет характерную прямолинейную сеть улиц. Старая часть города – Даунтаун в 60–80 годы была застроена небоскребами (самый высокий имеет 72 этажа), где размещаются крупные канадские корпорации и банки, также здесь находится одна из высоких телевизионных башен мира (553 м). Торонто является крупным культурным центром Канады, где работают драматические театры, Национальный балет, Центр искусств, консерватория, Королевский музей и др.

Оттава (по-индейски – обмен) расположена на берегу реки Оттава (левого притока реки Св. Лаврентия), и это место в начале освоения Канады европейцами служило пунктом торговых встреч, затем здесь был основан поселок лесорубов, а в настоящее время Оттава является столицей страны. Здания города построены в готическом стиле и напоминают памятники средневековой архитектуры, в центре города возвышается комплекс парламентских зданий с центральной башней Мира (высота которого 96 м).

Франкоязычная провинция Канады Квебек является одним из наиболее посещаемых районов страны, который привлекает туристов природными богатствами, прекрасными туристическими центрами, горнолыжными курортами, песчаными пляжами и заповедными зонами. Квебек – жемчужина франкоязычной Канады – воплощает в себе сочетание европейских традиций и американского размаха. Провинция Квебек включает в себя горный и озерный край Лаврентид, Эстри и Шарлевуа, равнины и великолепные леса низовий реки Святого Лаврентия, прибрежный район Гаспези. Сагеней и озеро Сен-Жан, остров Мадлен – край моряков и рыбаков. Провинция Квебек со своим европейским очарованием представляет также сплав индейских, французских и английских традиций.

По данным 2002 г., доходы от туризма провинции Квебек составляли 6,3 млрд долл. (2 % ВВП провинции), что соответствует 6 месту в экспорте провинции. За 1992–2002 гг. доходы от туризма в провинции выросли на 3,5 % (с 4,6 млрд до 6,3 млрд долл.). Индустрия туризма Квебека состоит из 32 турфирм, 18 тыс. ресторанов, более 5 тыс. отелей и гостиниц, в секторе туризма занято 117 тыс. служащих, что составляет 3,5 % ЭАН провинции[1].

Город Квебек является колыбелью франкоязычной провинции, а его квартал Старый Квебек – Всемирным культурным достоянием и входит в Список особо ценных исторических памятников ЮНЕСКО. Монреаль, один из крупнейших городов Канады, притягивает туристов своей европейской элегантностью и является центром современного искусства, с театрами, музеями, фестивалями и выставками. На эти 2 города провинции Квебек приходится 41 % посещений туристов (соответственно 24,1 % и 16,9 %). Так за один туристический сезон город Квебек посещает 2,2 млн, а Монреаль 1,4 млн туристов.

Приморский (Атлантический) район – включает провинции Новая Шотландия, Нью-Брансуик, острова Ньюфаундленд и Принца Эдуарда, с протяженными морскими побережьями, живописными склонами Лаврентийского плоскогорья, красивыми реками и озерами. Солидную долю в экономике провинций и крупных городов составляет туризм. Остров Принца Эдуарда (площадь 5,7 тыс. км^2), расположенный в заливе Св. Лаврентия, пользуется особенной популярностью из-за своих лучших на Атлантическом побережье песчаных пляжей, красивых дюнных ландшафтов, сохранившихся в сельских районах старинных шотландских обычаев, обрядов, праздников (на острове нет промышленных предприятий). Несмотря на небольшие размеры острова на нем оборудованы удобные места для лагерей, мотели, лодочные пристани и купальни, игровые площадки, прогулочные тропы (с материком остров связан паромной переправой). Музеи, исторические памятники, театры и другие зрелищные предприятия обеспечивают самые разнообразные культурные мероприятия. Ежегодно остров посещает около 665 тыс. туристов.

Средне-Западный (Степной) район – провинции Саскачеван, Манитоба, Альберта – край с лесами, озерами и болотами, сохранившими первозданный вид, с крупными городами Виннипег, Эдмонтон, Калгари. Примерно 60 % территории Альберты занимают леса, из которых 10 % – национальные парки. Организованные здесь многочисленные провинциальные парки и зоны рекреации обеспечивают необходимые удобства для отдыха и общения с дикой природой. С июня до сентября здесь можно совершить путешествие на «поезде первооткрывателей», который следует от города Виннипег, столицы провинции, до порта Черчилл на берегу Гудзо-

[1] www.statcan.ca.

нова залива, где можно познакомиться с природой, поселениями и достопримечательностями Ближнего Севера Канады, в том числе с музеем эскимосского искусства в Черчилле. Ежегодно в Манитобе проводится множество всемирно известных фестивалей, где можно познакомиться с музыкальными новинками, предметами изобразительного и прикладного искусства.

Более длительные туристские маршруты проложены в Канадских Кордильерах. Круговой маршрут на юге Британской Колумбии следует по автодорогам и позволяет увидеть многие красоты горного пояса Кордильер: каньон реки Фрейзер, перевал Йеллоухед, высшую вершину Канадских Скалистых гор – Робсон (3954 м), знаменитые Колумбийские ледяные поля – самое крупное скопление ледников, находящееся к югу от полярного круга.

Тихоокеанский район – провинция Британская Колумбия, обширная территория между Тихим океаном и Скалистыми горами, привлекает туристов красивыми ландшафтами национального парка «Джаспер», большими каньонами, индейскими поселениями с тотемными столбами (ритуальные сооружения, вырезанные индейцами из цельных стволов гигантских деревьев), великолепными фьордами и долиной Ониган с ее виноградниками и фруктовыми садами. Бухта Ванкувера известна своими многочисленными пляжами, а зимой здесь можно посмотреть праздник моржей, который проходит 1 января.

Северный район Канады – Юкон, Северо-Западные территории и Нунавут. Территория Канады, расположенная к северу от 60-й параллели, является наименее населенной частью страны. Север Канады составляет 40 % от площади всей страны и включает 3,9 млн км^2 лесов, тундры, рек, озер и морских вод. На ее площади проживает менее 100 тыс. человек, что составляет 0,3 % от всего населения Канады, которые являются аборигенами (индейцы, инуиты). В последнее время в экономике Севера Канады значительную роль стал играть туризм. Туристические агентства предлагают интересные маршруты в Арктическую зону, где можно окунуться в дикую, первозданную природу севера и познакомиться с культурой и искусством инуитов.

Суровая природа Юкона привлекает туристов – любителей спортивного и экстремального туризма. Однако наибольший интерес вызывают достопримечательности Юкона, связанные с эпохой «золотой лихорадки». В 1896 г. на реке Клондайк рядом с городом Доусоном были обнаружены месторождения россыпного золота, а позже были найдены новые россыпи на притоках Юкона. Тысячи золотоискателей хлынули на Юкон со всего света и началась «золотая лихорадка». Город Доусон стал центром золотодобычи, крупнейшим городом Западной Канады. К 1899 г. золото, которое было легко добывать, исчезло и население Юкона стало уменьшаться. Разработка золотых россыпей в основном велась старателями вручную на мелких приисках.

Нынешний Доусон – центр туризма, вторая по важности отрасль хозяйства Юкона. Туристов привлекает первозданная природа, рыбная ловля и знакомство с достопримечательностями, связанными с «золотой лихорадкой». В Доусоне воссоздана обстановка времен «золотой лихорадки», открыты зрелищные и питейные заведения («салуны»), отреставрированы старые здания. Ежегодно 1 июля проводятся соревнования по кустарной добыче золота. Приезжающие сюда многочисленные туристы могут пройти по старым «тропам золотоискателей» и, взяв напрокат промывочные лотки, попытаться намыть немножко золота.

Нунавут – представляет туристам древнюю культуру инуитов и уникальную северную природу и ежегодно привлекает 18 тыс. туристов со всего мира. Туристы имеют возможность заниматься спортивной охотой, рыбалкой, сплавляться по горным рекам и многим другим. Основной достопримечательностью этих мест являются национальные парки (Ойуитттук, Наани, Вуд-Баффало), прекрасные нетронутые человеком места с арктическими пейзажами, каньонами и водопадами на юге. Обширный парк Ойуитттук находится на северо-востоке Нунавут, где можно любоваться ледниками, бескрайними снежными долинами, окруженными горами. Самый большой национальный парк Канады Вуд-Баффало расположен на границе северо-западных территорий и провинции Альберта. Этот уголок дикой природы находится под охраной ЮНЕСКО, в заповеднике обитают 2,5 тыс. бизонов. Круизные лайнеры ежегодно посещают 4 населенных пункта района Баффин, тем самым являясь важным источником доходов местного населения.

В Канаде сформировалась разветвленная система охраняемых территорий, которые подразделяются на природные и культурно-исторические. Преобладают среди них особо охраняемые природные территории (площадь которых составляет 900 тыс. кв. км), которые разделяют на национальные парки, экологические резерваты, национальные реки и национальные морские парки, что составляет мощную базу для развития экологического вида туризма, который в последнее время, развивается быстрыми темпами.

Наибольшее значение среди них имеют национальные парки. Первые национальные парки в Канаде возникли еще в конце XIX в. (Банф – 1885 г.). В конце 1990-х годов в стране насчиты-

валось 37 национальных парков общей площадью 225 тыс. км^2, национальные леса (охраняемая территория – 3,9 млн км^2), 46 национальных фаунистических резерватов и 101 национальное убежище для птиц. По общей площади ООПТ, превышающей 900 тыс. км^2 (9 % всей территории страны), Канада уступает только США. Сначала национальные парки создавались для развития туризма, затем стало возрастать значение их природоохранной функции. В Канаде исходят из того, что национальные парки должны прежде всего отражать типичные образцы основных экосистем страны для развития на этой базе познавательного туризма и обеспечения природоохранных мероприятий[1].

В Канаде путешествия в дикую природу составляют около одной четверти объема внутреннего туризма. За счет налогов от природных путешествий правительство страны получает 1,7 млрд долл. Это более чем в 5 раз превышает те средства (300 млн долл.), которые ежегодно вкладываются в программы по охране дикой природы. Низкая плотность населения этой страны и огромные незаселенные пространства создают прекрасные возможности для экологического туризма[2].

Таким образом, туризм влияет на регион, страну и город. Влияние на экономику оказывают либо сами туристы (тратя свои сбережения в местах назначения), либо экспорт туристических услуг (расходы туристов, приехавших в данное место из других стран). Сегодня туризм – самый быстрорастущий бизнес, которому глобализация, информатизация, развитие транспортных средств в мире за последнее время придали стремительную динамику развития. Основной причиной такого быстрого роста туризма является связь туризма с ростом доходов и повышением уровня жизни населения. Чем благополучнее страна, тем выше доля населения, формирующего мировые туристические потоки. В то же время туризм является мощным катализатором социально-экономического развития как развитых, так и депрессивных стран и регионов, обеспечивает приток иностранной валюты, инвестиций, способствует бурному росту смежных отраслей, помогает решать проблемы занятости населения.

Литература

1. Гайдукевич Л. М. География туризма. – М., 2003.
2. Максаковский В. П. Географическая картина мира. Часть 2. – М., 2004.
3. Социально-экономическая география зарубежного мира / Под ред. В. В. Вольского. – М., 2003.
4. Alain Mesplier. Le tourisme dans le monde. – Paris, 2005.
5. www.statcan.ca.

НАУЧНЫЙ ТУРИЗМ КАК ВАЖНЕЙШИЙ ЭЛЕМЕНТ ГЕОГРАФИЧЕСКОГО ОБРАЗОВАНИЯ (на примере Южноамериканской экспедиции 2007 года)

В. М. Федоров, *канд. геогр. наук, ведущий научный сотрудник НИЛ геоэкологии Севера, географический факультет Московского государственного университета им. М. В. Ломоносова*

На географическом факультете Московского университета много лет проводится ставшая уже традиционной меридиональная студенческая практика. Ее цель – натурное знакомство студентов с широтной структурой различных компонентов природной среды. Территориально эта практика охватывает Европейскую часть России. В связи с этим возникла идея проведения подобной меридиональной практики первоначально для сотрудников и преподавателей факультета и в территориальном масштабе отдельных материков. В качестве материка была выбрана Южная Америка, прежде всего в связи с тем, что крупнейшее горное сооружение этого материка – Анды образуют самую протяженную (более 7000 км) горную цепь на Земле, ориентированную почти меридионально. Идея проведения такой экспедиции имела и научную аргументацию.

В связи с происходящими в современную эпоху глобальными изменениями природной среды, во многом связанными с деятельностью человека, географические исследования приобре-

[1] Максаковский В. П. Географическая картина мира. Часть 2. – М., 2004.
[2] www.statcan.ca.

тают особую актуальность и значимость. Экспедиционные исследования были и остаются самым эффективным способом получения новых знаний в системе географических наук. С экспедициями и путешествиями связаны самые крупные географические открытия в прошлом. Получение новой географической информации о меняющемся природном мире, окружающей человека природной среде имеют особое значение и в настоящем. Это связано как с необходимостью мониторинговых наблюдений для оценки изменений природной среды и поисками решений, направленных на минимизацию ущерба от стихийных природных бедствий, так и разработкой мероприятий по сохранению природных ландшафтов и рациональному природопользованию.

Русские географические экспедиции в Южное полушарие, как в прошлом, так и в настоящем, явление достаточно редкое. В связи с этим они приобретают особую ценность. Это, во-первых, возможность использования российского потенциала географических знаний в натурных исследованиях новых районов с целью получения новой научной информации. И в этой связи экспедиционные географические исследования природы от Огненной Земли до Эквадорских Анд представляются информативными для мониторинговой оценки изменения отдельных компонентов природной среды в меридиональном разрезе как для Южного полушария, так и для природы Земли в целом. Во-вторых, подобные экспедиции имеют важное социально-экономическое значение в аспекте укрепления активной позиции российской университетской географической науки и образования на международном научном рынке.

Научно-туристическая географическая экспедиция в Южную Америку была организована географическим факультетом МГУ им. М. В. Ломоносова и Русским географическим обществом.

Экспедиция началась в Татьянин день 25 января 2007 г. Ее основными целями были: проведение комплексных географических (гляциологических, экологических и рекреационных) исследований и развитие международного университетского сотрудничества в сфере комплексных географических исследований и мониторинга природной среды. Этим определялись задачи экспедиции: осуществление широтного мониторинга отдельных компонентов природной среды южноамериканского континента; сбор этнографических и исторических краеведческих материалов; исследование состояния и динамики репрезентативных горных ледников Патагонского сектора Анд (Мартьяль, Де Лос Трес); изучение истории вулканической активности Эквадорских Анд (совместно с факультетом гуманитарных наук католического университета Эквадора) и исследование динамики эндогенного рельефообразования; исследование рекреационно-туристического потенциала района проведения экспедиции; создание лекционных пособий на основе фото- и видеоматериалов экспедиции; проведение научно-информационных мероприятий в научных организациях в интересах координации международного научного сотрудничества и укрепления дружбы между народами.

Всего на автомобиле-внедорожнике участниками экспедиции было пройдено 14500 км (от архипелага Огненная Земля до экватора). Из них более 5000 км в условиях высокогорья (3000 м над уровнем моря и выше; при этом несколько перевалов превосходили по высоте Монблан) и около 4500 км по пустынным областям (Патагонская пустыня, пустыни Атакама и Сечура). Территория Боливии была пройдена в условиях чрезвычайного положения из-за тропических ливней и разлива рек.

Основные этапы экспедиции

Огненная Земля – это архипелаг, отделенный от южной оконечности Южной Америки Магеллановым проливом. Он состоит из главного острова – собственно Огненной Земли и большого числа островов меньшего размера. Ушуайя – самый южный город земли. Это «край света» (Fin del Mundo). Сюда мы прибыли по приглашению Департамента природных ресурсов Министерства экономики Аргентины. Ушуайя расположен на берегу фьордообразного пролива Бигль и окружен горами со снежными вершинами и каровыми ледниками. Здесь находится национальный парк «Тьерра дель Фуэго». Мы поднимаемся на ледник Мартьяль, где совместно с аргентинскими гляциологами проводим балансовые измерения. Российские гляциологи на этом леднике побывали впервые.

Южное Патагонское ледниковое плато. Это ледниковое плато протягивается с севера на юг на 360 км при средней ширине в 40 км. Общая площадь ледникового плато (с выводными ледниками) 12 000 км^2. По широким долинам между хребтами стекают многочисленные выводные ледники. На западе многие из них достигают уровня моря, впадая во фьорды Тихого океана, а на востоке спускаются в заливы крупных предгорных озер: Сан-Мартин, Вьедма, Лаго-Архентино, продуцируя айсберги. Здесь, в районе города Калафате, находится национальный парк

«Лос Глясьярос», объявленный в 1981 г. ЮНЕСКО природным достоянием человечества. Здесь же одно из красивейших и крупнейших озер Южной Америки – Лаго-Архентино, в которое спускаются ледники Спегаццини (крутой стеной высотой 55–60 м) и Упсала. Подобное ледниковое величие характерно и для ледника Перито Морено – одного из красивейших ледников мира. А вот ледник Упсала – самый большой ледник Южного Патагонского ледникового плато и всей Южной Америки отступает и фронт его не так выразителен как плановые размеры (длина – 60 км, площадь – 595 км^2). Здесь же встречаются многочисленные айсберги, окрашенные в различные оттенки голубого и белого (тона аргентинского флага).

Немного севернее, в районе национального парка «Лос Глясьярос», расположен поселок Чалтен. Он окружен вершинами, образующими исключительную по красоте горную панораму (Торре – 3102 м, Сент-Экзюпери – 2558 м, Рафаэль – 2482 м, Пуансено – 3002 м и фантастическая по красоте вершина Фицрой – 3405 м). Кстати, Фицрой был капитаном корабля «Бигль», в плавании на котором молодой Ч.Дарвин размышлял о происхождении видов. На карте Огненной Земли в связи с этими событиями есть пролив Бигль (на берегу которого находится Ушуайя) и горный хребет Кордильера-Дарвин – центр оледенения Огненной Земли. В Чалтене мы совершаем пеший трек на ледник Де лос Трес, расположенный у подножья Фицроя. На этом леднике в 1996 г. В. В. Поповниным, участником нашей экспедиции, начаты балансовые измерения. Продолжая их, выясняем, что с 2003 г. ледник отступил на 78 м.

Еще одно из крупнейших озер континента – озеро Буэнос-Айрес (на территории Аргентины) и Хенерала Каррера (на чилийской территории). Озеро Буэнос-Айрес – ледникового происхождения, расположено в Патагонских Андах на высоте 215 м. Площадь 2100 км^2. Фьордообразная западная часть озера прорезает восточные склоны Анд, обрамлена крутыми залесенными склонами, широкая восточная часть расположена на плато и ограничена моренами. Сток в Тихий океан через реку Бейкер, в Атлантический – по реке Рио-Десеадо. Это самое большое озеро Чили (несмотря на то, что его восточная часть принадлежит Аргентине). Четвертое по площади озеро в Южной Америке. Здесь распространены «мраморные» берега. Это уникальные по красоте скульптурные формы (гроты и каналы), выработанные волнами в метаморфизованных известняковых породах.

Национальный парк «Лос Алерсес». Наблюдаем огромные и высоченные (до 70–80 м) лиственные леса. Далее в районе города Сан Карлос де Барилоче (край «семи озер») посещаем национальный парк «Науэль Нуапи». Здесь распространены араукариевые леса на вулканических базальтах. Делаем трек к горе Сьерра-Тронадор (3478 м) и визуально исследуем ледниковый комплекс Рио-Мансо. Здесь и «мертвый лед», и морены, и основной ледник, и возрожденный. И водопады. Если подробнее, то главная вершина Сьерра-Тронадор окружена зоной сильнотрещиноватого льда, который обрушиваясь, питает лавинами языки нескольких возрожденных ледников: Рио-Мансо (длина 5,2 км, площадь 7,3 км^2), с мощной конечной мореной у верхней границы леса на высоте 950 м; Алерс (5,2 км и 7,3 м^2), оканчивающийся на высоте 1460; Фриас (7,4 км и 14,4 км^2), спускающийся до 975 м; Кастаньо (5,3 км и 8,9 км^2), высота фронта ледника 1114 м.

Город Мендоса – это рукотворный оазис в полупустынном районе. Центр виноделия и гляциологии. Десятилетиями в этом месте создавалась и поддерживалась система орошения, которая способствовала созданию высокого растительного яруса, в уютной тени которого расположен весь город. Кроны деревьев создают атмосферу комфорта, дружбы и сотрудничества. Поэтому в гляциологическом институте нам была организована дружеская встреча, посвященная как укреплению международного научного сотрудничества вообще, так и обсуждению актуальных проблем гляциологии, в частности.

Пасхи – остров в южной части Тихого океана (с 1888 г. – территория Чили). Местное название острова – Рапа-Нуи. Это уникальная территория в юго-восточной части Тихого океана. Это один из самых удаленных от суши населенных островов в мире (наряду с архипелагом Тристан-да-Кунья). Расположен в 3703 км от побережья ближайшего материка на востоке (Южной Америки) и удален от ближайших населенных островов на западе (остров Питкэрн) на 1819 км. Площадь острова – 163,6 км^2, протяженность с запада на восток 24 км, с севера на юг – 12 км. Остров имеет форму прямоугольного треугольника, гипотенуза которого – юго-восточный берег. Стороны этого «треугольника» имеют длины в 16, 18 и 24 км. По углам острова возвышаются потухшие вулканы: Рано-Као (324 м) рядом с поселением Матавери; Пуа-Катики (377 м) и Теревака (539 м – высшая точка острова). Остров был открыт голландским путешественником Якобом Роггевеном в Пасхальное воскресенье 1722 г. Столица острова и его единственный город – Ханга-Роа. Всего на острове проживает 3,7 тыс. человек (2005). Остров известен благодаря моаи, или каменным статуям, в которых, по поверьям рапануйцев, заключена сверхъесте-

ственная сила предков первого короля острова Пасхи – Хоту-Матуа. В 1995 г. национальный парк «Рапа-Нуи» стал объектом Всемирного наследия ЮНЕСКО.

Здесь очень комфортный климат, миролюбивые и доброжелательные жители. Вероятно, все как во времена Тура Хейердала. Те же каменные маои (поднятые вновь после сильного землетрясения), те же протяженные пещеры, открывающиеся в крутых скалистых берегах, у которых с шумом разбивается прибой. Одноэтажные постройки (строительство более высоких зданий не разрешается) сохраняют патриархальный колорит острова. Здесь ощущается дух времени и начала человеческой цивилизации. Это крохотный кусочек суши, затерянный в огромных просторах Тихого океана. И на этом острове есть жизнь и уникальные памятники ее истории.

Пустыня Атакама. Ее площадь 90 км^2. Меридиональная протяженность составляет около 3000 км. Это самая аридная область в мире. В Антофагасте осадки не превышают 2,5 мм в год, в Арике – 0,6. Но это в среднем, потому что осадки выпадают в редкие годы. В некоторых районах Атакамы осадки вообще не отмечались в историческое время. Атакама – это и песчаная пустыня, и каменистая, и глинистая. Здесь можно встретить все – и горы, и барханы, и каменные россыпи (там, где сильными ветрами выдувается мелкозем). Здесь и селитряные солончаки огромной протяженности, и, ближе к окраинам, оазисы с пасущимися гуанако и стаями розовых фламинго. Но все на высоте более 3000 м. И фламинго, и гуанако, и «Лунная долина», и Сан Педро де Атакама – центр всей земной аридности. «Лунная долина» – по аналогии с пейзажами известного небесного объекта. Они образованы горами из красной (с желтовато-белой селитрой) глины.

Боливия. В это время здесь было введено чрезвычайное положение из-за тропических ливней. Панамериканская автострада на юге страны представляет собой труднопроходимую грунтовку с огромными лужами и колеями от огромных автобусов. Иногда дороги просто не нет. Есть река и, предполагается, что это и есть дорога. И все это здесь платное. И на высотах 3000 м и более. Вообще про дороги Боливии и Перу писали еще И. Ганзелка и М. Зигмунд: «Короче говоря, с одной стороны над вами будут скалы. Ну …а с другой – то, к чему вы должны привыкнуть». И. Ганзелка и М. Зигмунд более полувека назад провели около двух лет в Южной Америке, путешествуя на автомобиле «Татра». Рассказы об этих путешествиях издавались и у нас в стране. Там дети по-прежнему играют на дорогах и горы с тех пор не стали ниже. И те же глинобитные хижины с земляным полом, нередко без дверей (только с дверными проемами).

Далее были города Туписа, Потоси (с легендарной, но оскудевшей «серебряной горой»), горняцкий город Оруро. К высоте пришлось привыкнуть. По необходимости. Но Ла-Пас, который снова оказался внизу, очаровал всех. Расположенный в долине (от 3200 до 4100 м) он, тем не менее, является самым высоким столичным городом в мире. Сверху он напоминает сложенный из крошечных домиков с красными черепичными крышами город каких-то карликовых сказочных персонажей. После этого нас ждала встреча с озером Титикака – священным озером инков. На Альтиплано расположены два крупных озера: Титикака (3812 м и пл. 8290 км^2, глубина 304 м) – пресноводное и самое высокогорное из крупных и судоходных озер мира и мелкое (3–5 м максимальные глубины) и соленое Поопо (3690 м и 2530 км^2). Здесь индейцы кечуа начали выращивать картофель (который Колумб позднее завез в Европу, а Петр Первый в Россию). В Титикаку впадает 45 рек и ручьев, вытекает одна – Десагуадеро. По площади это второе (Титикака) и третье (Поопо) озера в Южной Америке после Маракайбо (Венесуэла). Четвертое место у озера Буэнос-Айрес. Альтиплано – самое высокое и обширное плоскогорье во всей Америке. Это центрально андийское плоскогорье, расположенное между Западной и Восточной Кордильерами на высотах 3400–4700 м (от 14 до 27° ю. ш.). Некоторый аналог тибетского нагорья в Азии.

Пустыня Наска. Про загадочные линии и фигуры известно многим, но посмотреть на них суждено не всем. У нас такая возможность была и на 4-местной «Цесне» мы около часа летали над фигурами Наски. А затем смогли подобраться к ним с земли вплотную (панамериканское шоссе проходит через пустыню) и непосредственно убедиться в том, что линии Наски представляют собой полосы борозд глубиной до 20 см. Эти полосы образуют навигационные и другие линии, фигуры (геоглифы) человека, растительного и животного мира, фантастические изображения, достигающие размеров 500 и более метров в длину. Геоглифы можно увидеть только сверху. Их создание относится к VI в. н. э. До настоящего времени не ясно их предназначение (навигационные изображения, культовые фигуры, астрономический календарь и т. д.).

Кордильера-Бланко. Известно, что Перуанские Анды – самый обширный район современного оледенения в пределах тропической зоны Земли. Кордильера-Бланко является одним из крупнейших центров оледенения этой области. Это мощный горный хребет, образующий водораздел южно-американского континента на протяжении 180 км. Он включает 14 вершин высотой более 6000 м. Высочайшая вершина хребта – гора Уаскаран (6768 м – третья вершина Юж-

ной Америки). Общая площадь оледенения Кордильеры-Бланко составляет около 828 км^2. Гора Уаскаран известна печальными событиями 1962 и 1970 гг., когда в результате обрушения льда, снега, скальных пород погибло около 4 тыс. и более 15 тыс. человек соответственно. Во втором случае были полностью уничтожены города Юнгай и Ранраирка. Ранее в 1941 г. сель, связанный с прорывом морено-подпрудного озера, уничтожил город Уарас и унес 6 тыс. человеческих жизней. С этим местом связаны самые трагические гляциологические катастрофы. В этом месте мы встретили прибывших в Перу на конференцию своих коллег и соотечественников, занимающихся изучением снежных лавин и селей.

Кито. Здесь, в католическом университете, состоялась встреча с руководством географического факультета. На ней обсуждались различные аспекты научного сотрудничества, а из специальных вопросов – динамика процессов эндогенного рельефообразования и ее мониторинг, динамика ледников Эквадорских Анд. Затем было посещение национального парка «Котопахи». Вулкан Котопахи (5897 м) – самый высокий из действующих вулканов мира. Его вершина покрыта ледяной шапкой, в которой прослеживаются прослои вулканического пепла и шлака. Периодические извержения вулкана вызывают бурное таяние льда и снега, приводящее к разрушительным наводнениям в бассейне реки Напо. Последнее извержение произошло в 1976 г. Мы поднялись до высоты 4800 м и поехали к «середине земли».

«Середина земли» (Mitta del Mundo) имеет реальное выражение в виде высокого монумента, увенчанного земным шаром. Здесь, 21 марта, в день весеннего равноденствия в северном полушарии и осеннего – в южном, экспедиция была успешно завершена. Наша экспедиционная программа была выполнена полностью.

В результате научно-туристической экспедиции подготовлено более 7 тыс. уникальных новых фотоматериалов, около 6 часов видеоматериалов для использования в образовательном процессе на географическом факультете МГУ; получены новые данные по динамике ледников Южного полушария, установлены новые научные контакты. Получены новые реальные впечатления о природе Южной Америки и многие страницы дневниковых записей, которые еще предстоит обрабатывать. В настоящее время фотоматериалы экспедиции уже используются в 6 лекционных курсах на кафедрах криолитологии и гляциологии, гидрологии суши, физической географии мира и геоэкологии географического факультета.

ИНДИЙСКИЙ ШТАТ КЕРАЛА КАК ПЕРСПЕКТИВНАЯ ДЕСТИНАЦИЯ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА

Т. Т. Христов, *канд. геогр. наук, доцент ГОУ ВПО города Москвы «Московская академия туристского и гостинично-ресторанного бизнеса (институт) при Правительстве Москвы»*

Индия – страна, обладающая колоссальным туристским потенциалом. На ее территории можно увидеть гималайские снега и пески пустыни Тар, искупаться в океане, побывать в джунглях. Еще в Индии богатейшие традиции религиозной жизни, храмовой архитектуры, кулинарии, танцев, лечения и оздоровления организма по методикам Аюрведы, даже боевых искусств. Судите сами. В Индии насчитывается 1652 языковые формы (разговорные и литературные языки, диалекты, говоры), несколько алфавитов. Здесь проживают приверженцы индуизма, мусульмане (шииты и сунниты), христиане (католики, протестанты и монофиситы), буддисты (последователи махаяны, ваджраяны (тибетского буддизма) и тхеравады), зороастрийцы, бахаисты, анимисты и т. д.

Индия в последние десятилетия добилась впечатляющих успехов в своем экономическом развитии: ликвидирована угроза голода значительной части населения, в стране успешно развиваются высокие технологии, образование, имеются собственные космическая и ядерная программы и т. д. Достаточно хорошо функционирует железнодорожный транспорт; внутренние авиалинии обслуживают «боинги» и «аэробусы» и т. д.[1]. Вместе с тем проблемой остается бед-

[1] Авиаперевозки в Индии переживают настоящий бум. Возникают новые направления и авиакомпании. Так, 9 мая 2005 г. свои услуги стала оказывать новая компания Kingfisher Airlines. Ею руководит знаменитый Виджай Маллая, владелец известного индийского пива того же названия. На январь 2007 г. 22 самолета Kingfisher Airlines обслуживали 20 направлений внутри страны. Ожидается пополнение парка воздушных судов еще на 75 лайнеров.

ность значительной части населения, высокая рождаемость, обезлесение вследствие хозяйственной деятельности человека, экологическая обстановка.

Индия пока не входит в группу стран – лидеров по числу туристских прибытий. По данным правительства Индии, в 2005 г. страну посетило почти 4 млн иностранцев, а доходы от туризма составили 5,7 млрд долл., что на 20 % выше уровня 2004 г. Туризм занял третье место в ВВП по объему валютной выручки, обеспечивая работой 38,8 млн индийцев [11]. Штат Керала – один из тех, в который в последние годы приезжает все большее количество туристов из-за рубежа.

Общая информация о Керале. Природа штата

Керала – достаточно небольшой штат, вытянувшийся вдоль побережья Аравийского моря (Малабарское побережье) на крайнем юго-западе Индии. Именно здесь в 1498 г. высадился Васко де Гама, положив начало экспансии европейцев в Индии. За прибрежными низменностями (от 35 до 120 км шириной) расположены Западные Гаты (наивысшая точка – гора Анаймуди – 2694 м).

Через всю Кералу простираются три основных ландшафтных пояса, имеющие разные типы заселения и ярко выраженные хозяйственные различия: 1) аллювиальная прибрежная низменность, на которой проживает основная масса населения, 2) холмистое латеритное предгорное плато и 3) залесенные горные массивы, рассеченные речными долинами.

Климат в Керале близок к экваториальному. Он здесь очень благоприятный. В течение всего года температуры в приморских районах 21–27 градусов, в горах – прохладнее. Это выгодно отличает Кералу от большинства районов Индии, где в мае, самом жарком месяце года, температура превышает 40–45 градусов в тени. Это и один из самых увлажняемых районов страны. Основную массу дождей приносит юго-западный муссон в июне-сентябре. Идут дожди и в октябре-декабре (северо-восточный муссон). С гор к морю течет более 40 рек. Прибрежная полоса рассечена многочисленными лагунами и заводями, по которым очень любят кататься на лодках туристы.

1/4 Кералы занимают леса. Здесь произрастает около 600 видов деревьев и кустарников, в том числе розовое, эбеновое деревья, тик, эвкалипт, бамбук.

Социально-экономическое развитие штата

Керала занимает первое место среди штатов Индии по индексу развития человеческого потенциала (ИРЧП). Сложен ее религиозный состав. Индусов здесь лишь примерно 60 % (в Индии в целом – около 80 %). Среди населения штата велика доля мусульман и христиан (табл.).

Следует отметить однако, что для Кералы характерно практически полное отсутствие религиозно-общинных конфликтов, периодически возникавших в Индии со второй половины прошлого столетия. Однако у штата есть и свои проблемы: чрезвычайно малы крестьянские землевладения, велика доля безземельных сельскохозяйственных рабочих, относительно слабо развита промышленность.

Керала – главный производитель в Индии кокосовых орехов, каучука, черного перца, кардамона, имбиря, орехов кешью. Здесь выращиваются арековые пальмы, кофе, чай, какао; деревья, дающие специи и пряности – мускатный орех, корица, гвоздика; а также известные пряности кардамон и имбирь. Многое из этого Керала экспортирует. Видное место в хозяйстве штата занимает рыболовство, лесодобыча и деревообработка.

Современный индустриальный узел сформировался в районе городов Кочи – Эрнакулам – Алвае. В Кочи действует современная судостроительная верфь. На реках штата построен ряд ГЭС, обеспечивающих Кералу дешевой электроэнергией. Алвае – город энергоемких отраслей (производство алюминия и азотных удобрений).

Объекты туризма и достопримечательности Кералы

Пляжный туризм. Керала знаменита своими песчаными пляжами. Ковалам и Варкала в южной Керале, пожалуй, наиболее известные центры пляжного отдыха. Уровень сервиса в этих местах гораздо выше, чем во многих других приморских местах штата. Север Кералы пока меньше освоен в туристском отношении. В районе форта Бикала путешественники могут уходить на километры по пустынным песчаным пляжам.

Лечебно-оздоровительный туризм. Керала – родина аюрведы, уникальной методики лечения и омоложения организма, предотвращения возможных заболеваний. Широко известна специальная методика (панчакарма), предназначенная для комплексного очищения организма от шлаков и токсинов. В Керале находится много аюрведических курортов, а знаменитый массаж с целебными маслами можно найти практически везде.

Ряд показателей штата Керала

Показатель	Величина (характеристика)
Площадь	38863 кв. км
Население	31,8 млн чел.
Преобладающая нация / язык	Малаяли / малаялам
Религии населения штата	Индуизм, христианство, ислам
Грамотность населения (женщин)	90,92 % (87,86 %)
Средняя плотность населения	819 чел. /кв. км
Крупнейшие города	Кочи (440 тыс. чел.), Тируванантапурам (столица, 410 тыс. чел.)

Источник: [1].

Одним из аюрведических центров является Маналтхирам (Manaltheeram). Маналтхирам находится к югу от Ковалама, в живописном месте с девственной природой на берегу моря. Коттеджи для проживания представляют собой круглые кирпичные здания с покрытой тростником крышей, имеющие вид на море.

В деревне имеются все удобства – ванная с горячей водой, вентиляция, телефон в номере, почта с доставкой корреспонденции, сейф, доктор, обмен валюты, стоянка для автомобилей, прачечная. В комплекс услуг также входят зонты и лежаки на пляжах, культурные программы, различные игры в коттеджах и за их пределами, прокат лодок и, конечно же, главное – аюрведическое лечение и йога. В меню питания входит продукция индийской, китайской, местной кухни, а также морепродукты.

Центр предоставляет 12 различных программ по лечению, некоторые из них:

- Пижичил (Pizhichil), продолжительностью 14 дней. Эта программа предусматривает нанесение слегка подогретых масел, содержащих травяные экстракты, на тело человека. От 2 до 4 массажистов специальными ритмичными движениями втирают масла в тело на протяжении 60–90 минут. Эта программа очень полезна при ревматизме, нервных расстройствах и ряде других заболеваний.
- Дхара, включающая мягкое вливание на лоб специальным методом различных растительных масел, молока и молочных продуктов в течение 45 минут. Это лечение рекомендуется людям, страдающим кожными заболеваниями, умственными напряжениями и бессонницей.
- Сировастхи (Sirovasthi). Пациенту на голову надевается герметичная шапочка «без верха», в которую наливается теплое масло и держится 15–60 минут в зависимости от его состояния. Это лечение очень эффективно при лицевом параличе, суровых головных болях, сухости в ноздрях, рту и горле и других болезнях.

В Маналтхираме имеется ряд общеоздоровительных программ. Например:

- Терапия омоложения (Rasayam Chiklsa). Это комплексная терапия омоложения, включающая ручной и ножной массаж двумя специалистами с использованием масел, ряда лекарств и лечебной паровой бани. Терапия длится 1,5–2 часа в день.
- Программа красоты. Включает в себя массаж, принятие аюрведических чаев и бани. Курс улучшает кожу, особенно лица, делает более красивой фигуру.

В городе Каликут имеется центр омоложения и лечения с проживанием в апартаментах гостиничной группы Тадж. Предлагаются разнообразные методики лечения и омоложения организма с гибкой системой скидок, особенно в низкий сезон.

Российские туроператоры «Према» и «Кайлаш» отправляют туристов в Кералу на лечение по методикам Аюрведы.

Экологический туризм. В Керале есть ряд заповедников и национальных парков. В Западных Гатах расположен заповедник Перияр. Здесь обитает около 1000 диких слонов и 40 тигров. Сюда регулярно приезжают туристы – заповедник даже назвали «Ковалам в Гатах». Туристы также посещают заповедник Чиннар.

Паломничество и религиозно-экскурсионный туризм. В Керале имеются многочисленные индусские храмы, мечети, церкви. В Кочи расположена синагога XVI в. В некоторые индусские храмы, например Шри Падманабхасвами в Тируванантапураме, вход неиндусам не разрешен.

Паломническим центром индусов в Керале является Калади, где родился знаменитый философ и мистик VII в. Ади Шанкарачарья (Ади Шанкара). В Калади, находящемся в 50 км к северо-востоку от Кочи, построен небольшой храмовый комплекс и Шрингери Матх – на месте дома, где родился Ади Шанкара. Другим важным центром привлечения паломников Кералы является Шабарималаи, 190 км к северу от Тируванантапурама с храмом Аяппы, сына Шивы. Паломники в основном мужчины, так как в храм не пускают женщин. В прошлом году высказывались предложения по отмене запрета на посещение храма женщинами. Противники утверждают, что это нарушит древнюю традицию. Как кто-то посчитал, ежегодно до 25 млн паломников посещают храм. За 41 день до посещения паломник должен соблюдать целибат и есть только вегетарианскую пищу. По всей южной Индии можно наблюдать паломников в черных, синих или цвета охры одеждах, направляющихся к храму.

Туристы, путешествующие с экскурсионно-познавательными целями религиозной направленности, могут посетить храм Вадаккунатхан в день праздника Тричур Пурам, в праздничной церемонии которого участвует 30 красиво наряженных и разукрашенных слонов. Храм Чоттаниккара возле Кочи посещают больные люди, так как около него можно избавиться от негативных энергий.

В Колламе находится знаменитый ашрам (духовный центр) известной гуру наших дней Мата Амритананда Маи (Амма[1], Аммачи). Ее часто называют «Обнимающая мама» за то, что она может обнять тысячи людей во время даршана (встречи с ней). В ашраме постоянно проживает около 2000 чел., включая последователей Аммачи из западных стран. Здесь также можно пройти лечение по аюрведе, практиковать йогу, медитации. Пища в ашраме вегетарианская, одежда посетителей должна быть скромной.

Недалеко от Тируванантапурама действует Шивананда Йога Веданта Дханвантри ашрам, в котором предлагаются месячные курсы йоги и массажа, здесь также можно практиковать медитации.

Экскурсионно-познавательный туризм. В Керале имеется масса возможностей совершить и автобусную экскурсию, и поездку на лодке по многочисленным заводям. Скажем, из столицы штата можно совершить однодневную автобусную поездку в Каньякумари (соседний штат Тамилнад) – самую южную точку Индии с посещением трех объектов по дороге (включая дворец Падманабхапурам).

В районе Коллама можно поплавать на каноэ по водам озера Аштамуди. Туристы могут наблюдать за дикой природой, деревенской жизнью, изготовлением кокосового масла и т. д.

В Кочи действует индо-португальский музей. Здесь можно увидеть объекты наследия католических общин страны, включая предметы одежды, церковную утварь и т. д.

Собственно и сами города Кералы могут рассказать о стране очень много. Есть где побывать и туристам, путешествующим самостоятельно. Скажем, Тируванантапурам (как и Москва, построенный на семи холмах) считается одним из наиболее приятных городов Индии. Можно совершить покупки на центральной улице Махатмы Ганди, тянущейся на 4 км от зоопарка и музеев до храма Шри Падманабхасвами. В городе можно посмотреть на тренировки в стиле боевых искусств каларриппаят. А в туристском парке Вели выставлены скульптуры знаменитого деятеля искусств Канаи Кунхирамана, передающие дух баланса и гармонии, иногда совмещенные с сюжетами эротической тематики.

Приключенческий, событийный туризм. В Кочи, Коваламе туристы с удовольствием наблюдают за знаменитым индийским танцем катхакали. Перед представлением делается специальный комментарий: им рассказывают о том, что означает этот танец. Традиция этого танца, как и других (бхаратанатьям, одисси и др.), очень древние, они зародились задолго до того, как первые европейцы побывали в этой удивительной, непостижимой стране.

Как видно из вышесказанного, Керала, один из 28 штатов страны (причем далеко не самый большой), имеет большой туристский потенциал. Посетители могут удовлетворить различные цели и желания, от сугубо материальных до духовных, увидеть здесь богатые культурные традиции и самобытную природу.

---

[1] Многие в Индии и за ее пределами почитают Шри Амму, супругу Шри Бхагавана, основателя Университета Единства в Золотом городе (юг Индии). Цель деятельности Университета – помочь людям обрести духовное, душевное и физическое здоровье, улучшить основу основ – свои взаимоотношения. В Золотом городе реализуется уникальный проект – строительство беломраморного Храма Единства. Планируется научно доказать положительное влияние мероприятий в Золотом городе (дикши Единства, молитвы, медитации и т. д.) на сознание человечества.

Литература

1. Индия сегодня / Под ред. Т. Л. Шаумяна. – М., 2005.
2. Христов Т. Т. Религиозный туризм. – М., 2005.
3. India, Серия Lonely planet. – Footscray,Victoria, 2005.
4. Manorama Yearbook. – Mumbai, 2005.
5. http://www.mapsofindia.com.
6. http://www.flykingfisher.com.
7. http://www.matgr.ru.
8. http://www.onenessuniversity.org.
9. http://www.periyartigerreserve.org.
10. http://www.prema.ru.
11. http://www.rian.ru.

ПЛАНИРОВАНИЕ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В РЕГИОНЕ

Г. Ю. Цыщук, *ст. преподаватель кафедры Конаковского филиала РМАТ*

Развитие сферы туризма и гостеприимства позволяет эффективно использовать рекреационный потенциал региона и участвовать в воспроизводстве рабочей силы, что предполагает получение значительной социально-экономической выгоды. Для успешного развития туризма в рамках рыночных условий необходима координация деятельности туристских фирм, региональных и муниципальных органов управления, разработка долгосрочной программы развития туризма.

Анализ практики реализации утвержденных программ развития туризма в стране свидетельствует о низком уровне их выполнения. По мнению А. В. Емельянова[1], основными проблемами, возникающими на пути разработчиков региональной программы развития туризма, являются:

1. Отсутствие системного подхода в развитии регионального туризма.
2. Сосредоточение информации о различных компонентах туристского потенциала в десятках организаций разной ведомственной принадлежности.
3. Ведомственные планы освоения территорий, как правило, разрабатываются без учета планировочных ограничений, возникающих в результате деятельности соседних ведомств (в том числе работающих в рамках ограниченного доступа к информации – военные ведомства, геологи и т. д.).
4. Отсутствие квалифицированных специалистов в области управления туристским бизнесом.

К указанным проблемам необходимо добавить:

- дефицит финансовых ресурсов;
- несовершенство механизма правового регулирования туризма;
- отсутствие эффективной системы управления региональными программами развития туризма;
- недостаточную государственную поддержку отрасли;
- отсутствие надежной системы обеспечения гарантий и льгот для инвесторов.

Разработка программы развития туризма требует оценки потенциальных возможностей региона, паспортизации туристских ресурсов с указанием их состояния и степени вовлечения в туристскую деятельность, формирования собственного туристского продукта региона.

Конаковский филиал РМАТ проводит научно-исследовательскую работу с целью изучения рекреационно-ресурсного потенциала экономически выгодных для туризма районов Тверской области. Нами предложена методика исследования туристских ресурсов, апробированная в Вышневолоцком районе Тверской области летом 2006 г. Целью работы являлся сбор и анализ информации по природно-ресурсному потенциалу, объектам туристской индустрии, объектам хозяйственного комплекса Вышневолоцкого района Тверской области для формирования туристского паспорта района и разработки программных мероприятий по развитию туризма.

Работа проходила в три этапа. Первый этап включал проведение обобщающего анализа собранных ранее данных об объектах различного функционального назначения района. Второй этап состоял из сбора и систематизации информации по природным, историческим, социально-культурным объектам, гостиницам и иным средствам размещения, объектам общественного питания, развлечения, объектам познавательного, делового, оздоровительного, спортивного

[1] Емельянов А. В. Механизм разработки региональной программы развития туризма. – http://www.mstu.edu.ru.

и иного назначения, организациям, осуществляющим туроператорскую и турагентскую деятельность, а также организациям, предоставляющим экскурсионные услуги и др. Для прохождения второго этапа были разработаны технические задания на исследование различных объектов. Результатом первых двух этапов исследования стал туристский паспорт Вышневолоцкого района Тверской области.

Вышневолоцкий район (районный центр – г. Вышний Волочек) расположен в северо-западной части Тверской области. Занимает выгодное географическое положение, пересекается железнодорожной и автомобильной магистралями Москва – Санкт-Петербург. Территория его составляет 3,4 тыс. кв. км, население более 29 тыс. человек.

Экономика района представлена предприятиями и организациями различных форм собственности, в числе которых крупные предприятия стекольной и деревообрабатывающей промышленности, карьероуправление по разработке и добыче нерудных строительных материалов. На территории района реализуются крупные инвестиционные проекты по строительству ЗАО «Тверская керамика» и животноводческого комплекса с конференц-залом для презентативной и рекламной деятельности. Многопрофильное сельскохозяйственное предприятие «Арфедо» является уникальным для Тверской области. Находящийся на территории района завод «Красный май», бывший одним из крупнейших центров российского художественного стеклоделия, к сожалению, прекратил свою деятельность. Судьба уникальных экспонатов музея стекольного завода неизвестна. По территории вышневолоцких земель проходит участок полосы главного европейского водораздела рек Балтийского и Волго-Каспийского склонов, что объясняет обилие речной и озерной сети. Центральную часть района занимает Вышневолоцкое водохранилище, созданное для поддержания судоходного уровня в Вышневолоцкой водной системе. Богатый природный и историко-культурный потенциал при определенном задействовании в экономических отношениях мог бы способствовать саморазвитию населенных мест.

Проведенный анализ туристских ресурсов Вышневолоцкого района показал следующее:

- строительство первого искусственного водохранилища в России является одним из наиболее ярких исторических событий земли Вышневолоцкой, но на сегодняшний день водохранилище не используется в рекреационных целях (за исключением самодеятельного туризма);
- Вышневолоцкий район богат реками и озерами. Существующие водные маршруты были разработаны в советский период и требуют корректировки;
- наибольшим спросом среди туристов в настоящее время пользуются экскурсионные маршруты, так как большинство туристов – транзитные. Турфирмы города предлагают экскурсию по Вышнему Волочку (редко по району) и обед в одном из городских предприятий питания. Таким образом, туристы задерживаются в городе всего на 3–4 часа, а размещаются на отдых или ночлег в соседней Новгородской области. В Вышневолоцком районе невозможно разместить туристов, путешествующих на автобусе, так как количество мест в средствах размещения ограниченно (20–26 мест). Единственная гостиница в городе, которая способна разместить группу туристов 40–50 человек, на момент исследования находилась на реконструкции, цены и условия размещения были не определены. Таким образом, по итогам исследования объекты размещения могут иметь ограниченное применение в туристской индустрии;
- Дом творчества «Академическая дача» им. И. Е. Репина, расположенный на берегу реки Мста на высоком лесистом полуострове, один из старейших центров, активно способствующих развитию русского искусства, является значимым туристским ресурсом. Однако для активного использования в туристских целях необходима реконструкция;
- формированием и разработкой новых туристских продуктов на рынке занимаются туроператорские компании. Однако в последнее время появляется мало новых предложений, так как, во-первых, туроператорских компаний, занимающихся внутренним туризмом, мало, а, во-вторых, фирмы не хотят вкладывать средства в разработку, обкатку и продвижение новых туристских продуктов из-за высоких трансакционных издержек;
- культурное наследие района находится в плачевном состоянии и требует реконструкции и восстановления.

Наряду с этим исследование выявило положительные моменты:

- выгодное экономико-географическое положение на трассе Москва – Санкт-Петербург;
- заинтересованность местных жителей и органов власти в развитии туризма в районе;
- экологическое состояние территории Тверской области может быть оценено как благополучное ввиду относительно невысокой антропогенной и техногенной нагрузки и особенностей географического положения и климатических особенностей региона;
- на территории района расположены памятники природы: «Орхидная горка» (на площади в 1 га произрастает 17 видов растений семейства орхидных, среди них «Венерин башмачок»,

занесенный в Красную книгу), Бор Серебряники (территория 375 га, сосновые массивы на берегу р. Мсты) и др.;

♦ на базе сельских библиотек, школ, Домов культуры сохранились народные промыслы (вышитые тканые половики, полотенца, подзоры, деревянная посуда и бондарные изделия, лубяные изделия и др.);

♦ в 2006 г. возрождена традиционная межрегиональная ярмарка, собравшая около 2,5 тыс. гостей. Участники – муниципальные образования Тверской и др. областей России, производители сельскохозяйственной и промышленной продукции. В широком ассортименте были представлены овощи, молочные продукты, изделия народных промыслов и др. Для гостей ярмарки организованы спортивные состязания, выступления местных коллективов художественной самодеятельности, игры, конкурсы, народные забавы, мастер-классы декоративно-прикладного творчества;

♦ раз в два года проходит конкурс «Вышневолоцкая княжна». Участие в нем принимают женщины от 20 до 35 лет из сельских поселений района. Конкурсанткам предстоит предстать в русских народных костюмах, показать знания традиций русского быта и русской культуры, рассказать об особенностях своего сельского поселения, поведать сказку, притчу или легенду и по старинным русским рецептам приготовить блюдо;

♦ на территории района расположены шесть функционирующих охотничье-рыболовных баз.

Проведенный анализ позволяет обоснованно выделить туризм наряду с сельским хозяйством, стекольной и деревообрабатывающей промышленностью в значимую отрасль в социально-экономическом развитии Вышневолоцкого района. Развитию регионального туризма в динамике должны способствовать имеющиеся смежные отрасли экономики района.

Третий этап работы включает разработку программы развития туризма. По результатам проведенного исследования была предложена модель программы, включающая два раздела: систему программных мероприятий по развитию туризма в районе и механизм реализации системы программных мероприятий. Такой подход обусловлен тем, что одной из основных проблем реализации конкретных мероприятий по развитию туризма является неопределенность участников, сроков, объемов финансовых средств и источников финансирования.

Предложенный подход позволяет сделать программу реальным инструментом развития туризма в районе.

«ЕВРОПА В ДВУХ ЧАСАХ», ИЛИ «ТУРИЗМ НА АМУРЕ»: К ВОПРОСУ О МАРКЕТИНГЕ ТУРИСТСКОГО РЕГИОНА

В. А. Чернов
Дальневосточный государственный университет путей сообщения, Хабаровск

В работе проанализирован опыт продвижения туристских территорий на внешнем рынке, на основе которого были разработаны и внедрены рекомендации по продвижению Хабаровского края как туристской дестинации, а также создан слоган (имидж-нэйм) для привлечения японских туристов в Хабаровск.

Принятие решения о том, что именно будет продавать туристский регион иностранным посетителям, на первый взгляд кажется простым. Однако довольно часто оно становится самой трудно разрешимой задачей среди всех проблем, связанных с развитием въездного туризма [4, с. 38]. Безусловно, у некоторых общностей или компаний нет никакой проблемы выбора решения о том, что продавать. Они просто продают образ дестинации, сформировавшийся за период их развития еще в до- и советское время, например Москва, Санкт-Петербург (Ленинград), Золотое кольцо, Байкал и Камчатка.

В 2001 г. на выставке ITB[1] в Берлине Иркутская область «выставилась» своим стендом и естественно под брендом «Байкал». Посетителей этого стенда было значительно больше, чем у стенда «Бурятия» на подобной выставке в Лондоне за полгода до этого, несмотря на то, что Бурятия была представлена не только стендом, но и юртой, и национальным ансамблем. Если в европейской части нашей страны далеко не все смогут указать на карте, где находится Буря-

[1] Международная туристская биржа ITB является одной из крупнейших туристских выставок в мире и проводится ежегодно в начале марта, где задействуется 26 выставочных павильонов, часть из которых двухэтажные.

тия, и вряд ли объяснят ее отличие от Якутии или Калмыкии, то что спрашивать с иностранцев[1]? Иностранные посетители выставки просто пробегают мимо малоизвестного – им не хватает времени на посещение известных брендов.

Еще большего успеха в Берлине достигла «крохотная» компания «Лена и друзья», арендовавшая такую же площадь, что и все регионы России, объединенные «под флагом» Департамента туризма Минэкономразвития. Маленькая компания со стендом «Камчатка», за два дня продала все туры на Камчатку на год вперед. Объединенный же стенд регионов России имел маловразумительную для иностранца вывеску «Министерство экономического развития и торговли Российской Федерации». Не надо объяснять, что «толкотня» была только среди участников стенда, которым приходилось выставляться по графику.

Следует учитывать основные трудности, с которыми сталкивается рекламирование дестинаций: ограниченные средства, политические давления, отсутствие контроля за продуктом и схожесть предлагаемой продукции [2, с. 375]. Поэтому опыт участия в Берлинской выставке 2001 г. заставил поменять взгляд на «подачу» Хабаровского края на внешнем туристском рынке. Прежнее название «Туризм в Хабаровском крае» оказалось ничего не значащим для иностранца.

К примеру, в США штат Северная Дакота относит существенную часть трудностей по увеличению своей притягательности на счет неудачного имени, вызывающего невыгодные климатические ассоциации. Понятно, что Южная Дакота в этой конкуренции явно выигрывает. Дело дошло до горячих дискуссий о необходимости изъятия прилагательного «северная» из названия штата [3]. В последнее время в российской истории появились примеры изменения названия регионов за счет добавления второго «имени»: это Республика Якутия – Саха и Ханты-Мансийский автономный округ – Югра. Но в то время необходимы были другие ориентиры.

И такой ориентир был найден. Это река Амур. Все крупнейшие реки мира известны, как и их местонахождение. Но на удивление тут же нашлось бесчисленное количество оппонентов использования названия реки и защитников названия края. Основной довод оппонентов заключался в том, что на Амуре помимо Хабаровского края находятся и другие территориальные образования, такие как Читинская, Еврейская автономная и даже область, названная по имени реки, – Амурская. Чиновники доказывали, что необходимо продвигать территорию под своим названием, «раскручивать» свое имя, а продвижение под «амурским» названием приведет к рекламе еще и других территорий.

В ответ оппонентам приведем несколько примеров. Мало кто знает, где расположен город Нион. Если кто сообразит, что это в Европе, то обычно путают Нион в Швейцарии с Лионом во Франции. Ниону удалось по-настоящему закрепить за собой статус международного туристского центра тогда, когда, обуздав свою местную гордыню, он начал рекламировать себя так же, как его жители объясняли, где они живут: «Нион – это в 10 минутах езды от Женевы». А где Женева, все знают [4, с. 46].

Понятно, что для многих государственных служащих продвижение частного туристского объекта или другой территории за счет государственных средств может быть психологически трудным делом. Однако в сфере международного туризма такие способы стимулирования жизненно необходимы. Например, Орландо, город в штате Флорида, занимает прочные позиции на карте международного туризма, потому что там расположен «Дисней Уорлд». Без этого он, по всей видимости, не пользовался бы таким успехом. В результате Орландо умело и успешно продолжает использовать статус и притягательную силу «Дисней Уорлд» в мероприятиях по своему продвижению на мировом туристском рынке [4, с. 49].

Итак, если на внутреннем рынке словосочетание «туризм в Хабаровском крае» имеет право на существование, то на внешнем его уже необходимо было заменить на более понятное иностранному туроператору, турагенту и простому туристу – «туризм на Амуре». Таким образом, с 2001 г. туризм Хабаровского края на внешнем рынке стал продвигаться под брендом «Туризм на Амуре».

Помимо этого обсудим необходимость определения индивидуального, доминирующего туристского продукта, чего-то материального и легко узнаваемого, что привлечет иностранных туристов к гостиницам, ресторанам и достопримечательностям региона.

По сути выбор туристского объекта для стимулирования продвижения на международном рынке всегда больше зависит от желаний и финансовых возможностей иностранных туристов,

[1] Даже депутаты Госдумы РФ «умудрились» перепутать Алтайский край с Республикой Алтай при рассмотрении законопроекта об игорных зонах.

чем от взглядов местных туроператоров или туристских властей. Если они эту доктрину не примут, то потратят время впустую. Как отмечал один английский комментатор, «… реклама комитета по туризму – это (обычно) рекламный листок, выпускаемый в конце года… представляющий новые места… чаще всего так, как их хозяевам хотелось бы, чтобы их увидели, а не так, как …их хочет увидеть турист».

Необходимо позиционирование как туристского продукта, так и туристской территории. Позиционирование – это разработка такого имиджа товара, который создавал бы ему определенную позицию среди конкурирующих товаров, обеспечивал бы товару в сознании и иерархии ценностей потенциального покупателя своеобразное место (нишу), отличающееся от положения товаров-конкурентов. Суть позиционирования состоит в точном нахождении символического образа товара (в единстве его словесной и визуальной составляющих – брэнд-нэйма и брэнд-имиджа), который запечатлевается в сознании целевой аудитории [1, с. 244].

Поэтому без мнений, взглядов, впечатлений, ощущений и оценок иностранных специалистов здесь нам не обойтись.

В 1996 г. комиссия французского посольства знакомилась с Хабаровском и Владивостоком для размещения в дальнейшем дальневосточного представительства посольства по вопросам культуры и развития французского языка. По окончании визитов делегации посольства автору, как организатору пребывания делегации в Хабаровске, не терпелось узнать о выборе комиссии, на основании которого будет принято решение в пользу одного из городов. Больше всего поразил ответ о выборе Хабаровска, так как в то время все иностранные дипломатические учреждения стремились обосноваться во Владивостоке. Дальнейшие пояснения также были неожиданными и удивительными: «Хабаровск – это еще европейский город», а «Владивосток – это крупный международный порт, торговый, динамичный, подобно Сан-Франциско и другим крупным портам, он интернациональный, международный, но не европейский». Так мог прочувствовать и выразиться только истинный европеец, мы же не сможем уловить этот дух. Через несколько лет эти впечатления были использованы для продвижения Хабаровска как туристского центра.

В 2001 г. во время встречи российских и японских туроператоров генеральный консул Японии сказал, что для привлечения японских туристов в Хабаровск необходимо придумать лозунг, девиз или слоган, без которого очень сложно привлечь японцев. Учитывая опыт работы с французами – истинными европейцами, автором был предложен лозунг для Хабаровска – «Европа в двух часах», так как время в полете от Ниигаты до Хабаровска составляет всего два часа. На что был получен ответ, что это то, что нужно, так как и сам генконсул был необычайно удивлен и поражен Хабаровском. Японцы же очень хорошо знают Европу. К сожалению, российских туроператоров на той встрече эта фраза не «зацепила», и никто в своей практике сразу ее не использовал, а японцы взяли ее на вооружение. Позже в прессе российские туроператоры высказывали неоднократно, что «Европу в двух часах» придумали японцы.

Для справедливости стоит отметить, что китайские туристы менее чувствительны к духу Европы, и при позиционировании Владивостока для них и он – Европа.

И в заключение еще один пример, который указывает на необходимость взглянуть на турпродукт глазами иностранца. Во время зимней прогулки по набережной Амура с французским атташе ему было предложено спуститься на берег, а затем и пройтись до сидящих на льду рыбаков. Он настолько не был готов к таким впечатлениям, что даже спросил: «А можно?» После фотографирования и возвращения по льду на берег чувства француза были выражены фразой: «Дома не поверят, что я ходил по воде». Этот пример подтверждает, что мы часто не задумываемся над тем, за какими впечатлениями готовы ехать к нам и платить иностранные туристы.

Литература

1. Запесоцкий А. С. Стратегический маркетинг в туризме. Теория и практика. – СПб.: Изд-во СПбГУП, 2003. – 352 с.

2. Морган Н. Реклама в туризме и отдыхе / Н. Морган, А. Причард; пер. с англ. под ред. Б. Л. Еремина. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2004. – 495 с.

3. Панкрухин А. П. Маркетинг территорий. – СПб.: Питер, 2006.

4. Харрис Г. Стимулирование международного туризма в XXI веке / Г. Харрис, К. М. Кац; пер. с англ. – М.: Финансы и статистика, 2000. – 240 с.

ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В ОСОБОЙ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЗОНЕ ПРИБАЙКАЛЬЯ

К. Ш. Шагжиев
Бурятский государственный университет
Е. Ж. Гармаев
МГУ им. М. В. Ломоносова

В современных рыночных условиях российские регионы нуждаются в новом позиционировании своих возможностей в рамках межрегионального разделения труда. Изначально разные стартовые условия территорий (географическое расположение, природно-ресурсный потенциал, уровень технологического развития) привели к нарастанию диспропорции между регионами-лидерами и аутсайдерами. В межрегиональной конкурентной борьбе требуются новые комплексные подходы к продвижению достижений и особенностей региона как универсального экономико-культурного продукта, перепозиционирование негативных сторон его имиджа и оценка недостатков и преимуществ основных региональных характеристик: геополитического положения, природно-ресурсного потенциала.

Геополитическое положение Республики Бурятия отличается рядом уникальных особенностей:

1. Территория республики является транзитной по отношению к проходящей через нее транссибирской магистрали. Кроме того, республика – крупный транспортный терминал с наличием междугородного аэропорта и автодорог магистрального значения.
2. Республика относится к категории приграничных территорий и имеет границу с Монголией.
3. Озеро Байкал, водные ресурсы которого содержат 20 % пресных запасов воды в мире.

Именно озеро Байкал является уникальным конкурентным преимуществом, которым обладает Байкальский регион. Достаточно сказать, что в рейтинге регионов России, вызывающих наибольший интерес у иностранных туристов, Байкал занимает пятое место.

Это неудивительно, так как озеро Байкал и его водосборный бассейн принадлежат к уникальным геосистемам мира. В районе его местонахождения сходятся границы различных флористических и фаунистических ареалов, создавая не имеющие аналогов биогеоценозы. Байкал – одно из величайших озер планеты, озеро «превосходной степени»: самое глубокое (1637 м) и самое древнее (около 25 млн лет), содержащее самое большое количество эндемиков (более 1000 видов) и представителей флоры и фауны (более 2600 видов), обитающих в пресных водоемах Земли. Озеро обладает уникальным по объему (23,6 тыс. куб. км) и качеству запасом пресных вод (20 % мировых). Необычно мягок для Сибири климат байкальских побережий – количество солнечных дней здесь выше, чем на многих черноморских курортах.

Весь бассейн озера представляет собой своеобразную и очень хрупкую природную геосистему, основой которой является система самого озера с его естественным процессом формирования чистейших вод питьевого качества.

Эти особенности Байкала привлекают к нему множество туристов. Потенциальная рекреационная емкость на побережье озера Байкал в границах Бурятии оценивается в 1 млн человек в год, при этом экономический потенциал развития сферы туризма в республике составляет более 2,5 млрд руб. в год. Настоящая стоимость использования рекреационных ресурсов составляет порядка 1 млрд руб. в год.

Несмотря на значительную привлекательность региона и богатые рекреационные ресурсы в структуре ВРП Республики Бурятия туризм занимает пока незначительную долю (меньше 1 %). Тем не менее благодаря активному формированию туристической инфраструктуры, повышению культуры обслуживания, разработке новых экскурсионных и туристских маршрутов количество посетивших республику туристов увеличилось с 143 тыс. человек в 2003 г. до 166,7 тыс. человек в 2005.

На наш взгляд, в повышении конкурентоспособности Байкальского региона в целом и Республики Бурятия в частности решающую роль сыграет именно развитие туристско-рекреационного кластера. В настоящее время он относится к числу аутсайдеров как с точки зрения занятости, так и с точки зрения заработной платы, однако у него имеется большой потенциал для роста.

Такой же точки зрения придерживаются региональные власти: в 2003 г. в республике была принята Концепция развития туризма, определяющая основные подходы и принципы развития туристской отрасли до 2010 г. Согласно ей Бурятии имеет смысл ориентироваться на три основных сегмента туристов:

1. Жителей городов Байкальского и близлежащих регионов: основным критерием для них является сравнительная дешевизна отпуска (с учетом низких транспортных издержек) и «привычность» обстановки и климата;

2. Любителей активного/экстремального отдыха из других российских регионов (сплавы, конные маршруты и т. п.);

3. Любителей экологического, приключенческого и культурного туризма из иностранных государств. На сегодняшний день это наиболее перспективный сегмент.

При условии вложения требуемых инвестиций за год республику может посетить до 500 тыс. чел. Ежегодные доходы от туризма в таком случае составят около 200 млн долл. Кроме того, развитие туристического сектора позволит республике существенно повысить качество структуры экономики.

В настоящее время региональная власть уделяет значительное внимание этому направлению: помимо Министерства экономики РБ для развития туристического кластера было создано специальное госучреждение – Агентство по развитию туризма Республики Бурятия.

Наш регион располагает исключительными туристическими активами, в республике достаточно высокий уровень подготовки кадров (отметим, что Восточно-Сибирский государственный технологический университет с сентября 2007 г. начнет готовить специалистов в сфере туризма и гостиничного сервиса), низкая стоимость рабочей силы, развитый сектор общественного питания. Правильное использование этих конкурентных преимуществ позволит республике повысить рейтинг среди российских регионов и улучшить свои социально-экономические показатели.

Развитие территорий туристских центров, зон туризма и особо охраняемых природных территорий, а также территории республики в целом с ориентацией на туризм считается на настоящий момент одним из наиболее перспективных направлений социально-экономического развития на Байкале в рамках Концепции устойчивого развития Российской Федерации[1].

При этом следует учитывать, что существенное влияние развития туризма на экономику Байкальского региона может быть достигнуто только в случае кардинального увеличения турпотока в регион. Республике Бурятия желательно фокусировать туристический продукт таким образом, чтобы он был в первую очередь привлекателен на рынках крупнейших в мире стран – источников выездного туризма: Германии, Великобритании и Японии, а также (с учетом географического расположения Байкальского региона) – Китая, Южной Кореи, США и других стран АТР.

Оценим качество туристических активов республики (таблица).

Таким образом, получается достаточно интересная ситуация. В направлениях «Природа», «Культура / Религия», «Оздоровление» и «Экстрим» Республика Бурятия имеет достаточно высокий потенциал, однако коммерциализировать его сравнительно сложно. В первую очередь потому, что это требует значительных инвестиций как в формирование инфраструктуры, так и в продвижение получившегося продукта на международные рынки. Дополнительную сложность здесь создает тот факт, что необходимо провести масштабные вложения не только в специальную туристическую инфраструктуру (гостиницы, курорты, маршруты, восстановление историко-культурных памятников и т. п.), но и в базовую инфраструктуру – автодороги, аэропорты, энергоснабжение, телекоммуникации и т. п., поскольку в таком удаленном регионе, как Республика Бурятия, подобная инфраструктура недостаточно развита.

Вместе с тем отдача от инвестиций может быть очень велика. Сопоставляя возможности Республики Бурятия с аналогичными возможностями других стран, мы можем предположить, что при самых скромных подсчетах при условии произведения необходимых инвестиций за год Республику Бурятия может посетить до 500 тыс. чел. Считая, что в среднем въезжающий турист задержится в регионе минимум на 5 дней и может оставить в регионе до 400 долл., получаем ежегодные доходы от туризма в размере 200 млн долл., или около 6 млрд руб. в текущих ценах. По современным российским меркам, это не так много. Однако для Республики Бурятия с ее 46 млрд ВРП в 2003 г. это уже около 14 % от ВРП. Кроме того, необходимо учитывать, что Республика Бурятия – это в значительной степени «сырьевой» регион. В структуре ВРП Бурятии значительное место занимают отрасли, связанные с добычей и переработкой природных ресурсов, энергетический комплекс и транспорт, а рыночные услуги составляют только 12 % от ВРП, так что развитие туристического сектора позволило бы республике существенно повысить качество структуры экономики.

[1] Концепция развития туризма в Республике Бурятия на период до 2010 года // Официальный сервер органов государственной власти Республики Бурятия. – http://egov-buryatia.ru/.

Оценка качества туристических активов Республики Бурятия[1]

Основные категории	Уникальность/ значимость	Масштаб/ емкость	Многообразие/ богатство выбора	Качество	Сложность коммерциализации
1. Природа	Очень высокая. Озеро Байкал является уникальным природным объектом мирового значения – крупнейшим и самым глубоким пресноводным озером мира	Выше среднего. Территория республики достаточно велика и разнообразна	Высокое. Ландшафт Байкальского региона и Забайкалья весьма разнообразен – от лесостепи и степи до горных районов	Среднее / выше среднего. Тогда как в Иркутской области сравнительно высокое развитие промышленности создает некоторые проблемы для туризма, в Бурятии экологические нормы и требования достаточно высоки	Высокая. Необходимы затраты на строительство гостиниц, баз отдыха, оборудование маршрутов, а также на продвижение
2. Религия/ культура	Высокая. Байкальский регион является центром смешения двух крупных мировых культур как на светском, так и на религиозном уровнях – русской, земледельческой, христианской и тибетско-монгольской, кочевой, буддистской	Высокие. Территория региона и количество разнообразных объектов очень велики	Высокие	Выше среднего. Многие из самых известных памятников относительно хорошо сохранены или восстановлены	Средний. Коммерциализация затруднена из-за большого территориального «разброса» основных историко-культурных объектов, отстоящих друг от друга нередко на сотни километров с затрудненным доступом
3. Экстрим	Выше среднего. Относится прежде всего к сплаву по горным рекам, имеющим высокие категории сложности	Высокие. Большое количество разнообразных возможностей	Высокие	Высокое. Многие активы имеют высокие категории сложности	Низкая / ниже средней. Активы этого рода относительно легко коммерциализировать. Кроме того, коммерциализацию упрощает потенциально очень сильный бренд «Байкал»
4. Оздоровление	Средняя / выше среднего. Помимо разнообразных природных оздоровительных ресурсов (воды и т. п.), большое значение имеет традиционная бурятская медицина, являющаяся самобытным ответвлением тибетской медицины	Средние	Средние	Среднее / выше среднего	Средняя. Необходимо осуществить достаточно масштабные вложения в инфраструктуру (гостиницы, лечебные корпуса и т. п.)

[1] Стратегия социально-экономического развития Республики Бурятия до 2027 года // Официальный сервер органов государственной власти Республики Бурятия. – http://egov-buryatia.ru/.

ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННЫЙ ПОТЕНЦИАЛ РЕГИОНА КАВКАЗСКИХ МИНЕРАЛЬНЫХ ВОД

М. В. Щедловская
Филиал Российского государственного социального университета, г. Наро-Фоминск

Туризм – одна из ведущих и наиболее динамично развивающихся отраслей экономики, и за быстрые темпы он признан экономическим феноменом XX столетия.

Выявление и оценка туристского потенциала и доступных туристских ресурсов – одна из важнейших задач для организаторов туристской деятельности. Для того чтобы решать эту задачу корректно и профессионально, необходимо достаточно четко различать содержание этих понятий, владеть методами оценки потенциала и принципами формирования эколого-туристского продукта.

Словосочетания, в которых «потенциал» используется как терминообразующее слово («рекреационный потенциал», «разность туристских потенциалов» и др.), стали достаточно часто употребляться и в популярной, и в специальной туристской литературе.

В общих толковых, а также в энциклопедических словарях термином «потенциал» (от латинского potentia – сила) обозначаются «возможности, средства, запасы, которые могут быть использованы для решения какой-либо задачи».

Туристским потенциалом какого-либо объекта (или территории) именуется совокупность приуроченных к данному объекту природных и рукотворных тел и явлений, а также условий, возможностей и средств, пригодных для формирования туристского продукта и осуществления соответствующих туров, экскурсий, программ.

Рассмотрим туристско-рекреационный потенциал уникальной курортной жемчужины России – Кавказских Минеральных Вод (КМВ).

Краткий исторический экскурс: целебные свойства минеральных источников этого региона, их выдающаяся сила были издавна известны местному населению. О лечебных ключах на землях древних аланов писал в 485–425 гг. до н. э. историк Геродот, в 860–870 гг. арабский ученый Абуль Касим, в 1334 г. арабский путешественник Ибн-Батут. За 20 миллионов лет здесь образовался своеобразный архипелаг скалистых островов из 17 гор-лакколитов, родителей большинства минеральных источников региона.

Официальной датой рождения курортов принято считать 1803 г., когда было признано государственное значение Кавказских Минеральных Вод и началось изучение их лечебных свойств. Тогда же вблизи источников возникают поселения. С учетом местного ландшафта застраивались курортные города, которые ныне выросли, изменились, но и сейчас сохраняют присущее им своеобразие.

Район Кавказских Минеральных Вод занимает южную часть Ставропольского края и расположен на северных склонах Главного Кавказского хребта. Район КМВ обширен, но курорты Кисловодск, Пятигорск, Ессентуки, Железноводск расположены довольно компактно. Всего 60 км отделяют станцию Минеральные воды от самого южного курорта Кисловодска. Курортные города связаны между собой электрифицированной железной дорогой и автострадой.

Рекреационный комплекс в регионе КМВ сосредоточен в четырех городах-курортах – Ессентуках, Железноводске, Кисловодске и Пятигорске. В других городах региона курортная отрасль практически не представлена.

Наиболее крупными центрами являются Кисловодск и Ессентуки, где сосредоточено более 66 % санаторно-курортной базы, и менее всего санаторно-курортных учреждений в Железноводске. Однако Железноводск можно считать самым специализированным городом-курортом, так как на 1000 человек населения в нем приходится более всех (244) мест санаторно-курортных учреждений. Примерно на одном уровне специализации находятся Ессентуки и Кисловодск, а самым неспециализированным по этому показателю является Пятигорск, где на 1000 человек населения приходится лишь 57 мест в санаторно-курортных учреждениях.

Пятигорск – бальнеологический и грязевой курорт, в котором проживает свыше 180 тыс. человек. Город и железнодорожная станция находится в 24 км от г. Минеральные Воды, входит в группу курортов КМВ. Пятигорск располагает разнообразными природными ресурсами. Имеется свыше 40 минеральных источников, благоприятные климатические условия позволяют использовать их для климатотерапии: лечебная грязь озера Тамбукан.

На развитие курорта Пятигорска выделялись большие государственные капиталовложения, средства различных министерств, ведомств и предприятий. В Пятигорске функционирует 16 здравниц, 7 пансионатов, 10 бальнеологических учреждений, одна курортная поликлиника. Наиболее известные санатории в г. Пятигорск: «Пятигорье», Центральный военный санаторий, санаторий им. М. Ю. Лермонтова, «Родник», «Машук», «Ласточка». Санаторий «Пятигорье» расположился в живописном месте курортной зоны, в 150 м от легендарного озера Провал. Санаторий построен единым комплексом, где имеются палаты, лечебные кабинеты, столовая, клуб и куда можно пройти по теплым переходам. В санатории – 120 коек. Лечебная база расположена в цокольном этаже главного корпуса и представлена полным комплексом всех необходимых диагностических и лечебных процедур. Это создает условия эффективного лечения тяжелых больных, лиц труднопередвигающихся. Получив тепловые процедуры (ванны, грязи), взрослые и дети не подвергаются переохлаждению, проходят в палаты, где отдыхают после лечения.

Курорт *Ессентуки* считается крупнейшим и наиболее популярным питьевым и бальнеологическим курортом нашей страны. Это курорт федерального значения. Главные лечебные свойства курорта – более 20 минеральных источников. Город находится в 43 км от ст. Минеральные Воды и в 17 км от г. Пятигорск. Ессентуки несколько меньше Кисловодска и Пятигорска, но больше Железноводска. Площадь его – 4500 га, а население – более 911 тыс. человек. В Ессентуках размещено 26 санаториев и пансионатов, два санатория-профилактория. Наиболее известные санатории в г. Ессентуки: санаторий Центросоюза, «Целебный ключ», «Металлург», «Казахстан», «Жемчужина Кавказа» и др. Санаторий «Целебный ключ» состоит из трех корпусов, соединенных между собой крытыми переходами: построенное в 1874 г. в дворцовом стиле старинное трехэтажное здание спального корпуса, оснащенное лифтами, клуб-столовая и лечебный корпус, рядом расположен оздоровительный центр.

Сердцем курорта по праву считается бальнеофизиотерапевтическое отделение (БФО), в состав которого входят грязелечебница, три бальнеолечебницы, ингаляторий, отделение механотерапии, источники.

Кисловодск – бальнеологический и климатический курорт, самый южный в группе городов-курортов КМВ. Находится в 38 км к юго-западу от Пятигорска, в 21 км от Ессентуков и в 64 км от ст. Минеральные Воды.

Кисловодск – крупнейший и наиболее благоустроенный из курортов КМВ. В Кисловодске проживает 99,4 тыс. чел., общая площадь составляет 6441 га. В Кисловодске 36 здравниц, в том числе 14 пансионатов и 29 санаториев, наиболее известные: санаторий «Семашко», «Красные Камни», «Виктория», им. Орджоникидзе, им. Кирова и др. Санаторий (Медицинского центра УДП РФ) «Красные камни» расположен в живописном уголке курортного парка на высоте 912 м над уровнем моря, близко к центру города и транспортным магистралям. Санаторий построен в дворцовом стиле, размещение производится в основном корпусе, оснащенном лифтом, и двух дачных корпусах. Лечебно-диагностическая база санатория рассчитана на одновременное лечение 127 пациентов, позволяет размещать отдыхающих в комфортабельных одно-двухместных номерах в двух- и трехкомнатных люксах.

Железноводск – бальнеологический и грязевой, самый живописный из четырех курортов КМВ, находится в 19 км к северу от г. Пятигорска и в 21 км от ст. Минеральные Воды. По численности населения Железноводск меньше остальных городов КМВ – около 5 тыс. чел. Общая площадь 9313 га, в том числе леса – 3900 га. Основные лечебные свойства курорта – минеральные источники, их свыше 20. В лечебных целях используется иловая грязь из Тамбуканского озера. В Железноводске функционируют 21 санаторий и пансионат. Наиболее известные санатории в г. Железноводск: «Бештау», «Эльбрус», «Русь», санаторий им. 30-летия Победы и др. Санаторий «Бештау» расположен в парке курорта Железноводск у подножия горы Железная, недалеко от центра города и городского парка, в 10 минутах ходьбы от городской питьевой галереи, на территории санатория расположен бювет минеральной воды «Славяновская». Лечебный профиль курорта Железноводск – заболевание органов пищеварения и урологический.

По комплексной оценке потребительского рынка текущей конъюнктуры РФ регион КМВ, будучи менее емким (39,1 %), чем курорт Кавказско-Черноморского региона (51,2 %), занимает 2-е место, тем не менее обладает большим потенциалом (1-е место), так как используется круглогодично, но по фактической загрузке отстает от Кавказско-Черноморского, потенциал используется лишь на 29,9 %.

В соответствии с природно-лечебными факторами сложились профиль и специализация городов-курортов. Ессентуки и Железноводск специализируются как бальнеологические курорты для лечения органов пищеварения, Кисловодск специализируется как климатический и баль-

неологический курорт для лечения сердечно-сосудистых заболеваний, Пятигорск – бальнеологический радоновый для лечения органов пищеварения, опорно-двигательного аппарата, нервных, гинекологических кожных заболеваний; на всех курортах широко используется минеральная вода для внутреннего потребления.

На территории КМВ в настоящее время работает 47 специализированных заводов и цехов по разливу минеральной воды. Регион обладает уникальными запасами минеральных вод с различным химическим составом, минерализацией и температурой: углекислые, сероводородные, углекисло-сероводородные, йодо-бромные, радоновые. Если в 1998 г. их добыча для целей разлива в среднем составила 296 $м^3$ в сутки, то уже в 1999 г. – 550 $м^3$ минеральной воды в сутки, или 1100 бутылок в таре по 0,5 л ежедневно. В 1999 г. введены в эксплуатацию еще два завода по разливу минеральной воды: в Ессентуках – «Кавминкурортрозлив», в Железноводске – «Железноводскавминрозлив», а также завод по производству пищевой кислоты. Администрация КМВ рекомендует официальным инвесторам Лысогорское месторождение вод, запасы которых в объеме 1037 $м^3$ в сутки утверждены Государственной комиссией по запасам полезных ископаемых.

Загрузка санаториев Кавминвод в советское время была круглогодичной. В последний период количество отдыхающих в регионе увеличивалось из года в год. За период с 1950 по 1990 гг. число отдыхающих увеличилось более чем в 4 раза с 208 тыс. до 860,3 тыс. человек. Это можно объяснить не только тем, что была другая социальная обстановка, но и тем, что в стране существовала другая политическая система, так как известно, что в советский период очень немногие могли выехать на отдых или лечение за рубеж.

Однако в послеперестроечный период и после распада СССР потоки отдыхающих хлынули на зарубежные курорты, такие как Кипр, Мальта и т. д. Свое отрицательное влияние оказала также и экономическая ситуация в стране. Произошло расслоение общества, и одну его часть уровень обслуживания на курортах уже не удовлетворял, а для другой его части туристские путевки оказались слишком дороги (сказались низкий уровень заработной платы и постоянные задержки с ее выплатой). С другой стороны, государственная политика туристской отрасли привела к тому, что из приоритетных отраслей экономики, какой она является во многих странах мира, таких как Испания, Франция, она превратилась в придаток социальной сферы экономики. Таким образом, туристская отрасль переросла из разряда бюджетно-образующих в разряд бюджетно-потребляющих.

Как следствие всего вышеперечисленного, уровень количества отдыхающих в 1995 г. упал ниже уровня 1950 г. и составил 206,1 тыс. человек, в 1996 – 128,2 тыс., а в 2006 – 97,8 тыс. человек – это самый низкий показатель.

На сегодняшний день главными покупателями санаторных путевок остаются различные фонды, в основном Фонд социального страхования, и оптовые покупатели – предприятия. Кроме того, курортные объединения Кавминвод заключили договоры с несколькими крупными внутрироссийскими туроператорами, но и они предпочитают работать с постоянными корпоративными клиентами. Розничную продажу санаторных путевок на курорты КМВ осуществляют турагентства. По словам руководителей курортных объединений Кавминвод, через туристские фирмы санатории реализуют не более 1 % путевок.

При этом из года в год фонды соцстраха покупают все меньше путевок из-за того, что цены на них постоянно растут. Руководство администрации Кавминвод неоднократно отмечало, что развитие курортов связано с активизацией работы по привлечению средств Фонда социального страхования (ФСС). Кроме того, не прекращаются споры вокруг снижения размеров отчисления в ФСС за счет санаторно-курортной отрасли.

Признавая необходимость сохранения льготного или бесплатного лечения для тех, кому это необходимо, многие представители турбизнеса Кавминвод считают, что ставка на ФСС ведет в тупик. Средства соцстраха дают возможность курортам выжить, но никак не способствуют их развитию. Стимул и средства, необходимые для развития курортов, могут дать туристы, т. е. те, кто платит за свой отдых сам, но к приему туристов курорты не готовы. По мнению представителей кисловодских турфирм, ни туристская инфраструктура, ни уровень сервиса на Кавминводах за последние годы практически не изменились, для развития курортов Кавминвод нужна реорганизация всей курортно-туристской отрасли и изменение законодательной базы, хотя бы на краевом уровне.

Есть у КМВ и другие проблемы, которые можно решить только на высоком уровне. Так, например, обеспечение городов исправным транспортом и обустройство дорог.

Острейшая проблема – большая доля налогов для туристских предприятий, имеющих свою собственную материальную базу. Весь туристский комплекс КМВ за 9 месяцев 2006 г.

внес в бюджеты всех уровней 3370 тыс. руб., или 83,5 % всех налоговых платежей; 50 % налоговых платежей поступили в местные бюджеты. Несмотря на это была предпринята попытка отменить 10%-ю льготу по НДС. По прогнозным подсчетам, только лишение льгот по НДС и земельному налогу повысит стоимость путевок на 30–35 %, т. е. сделает бесперспективными любые мероприятия по развитию въездного и внутреннего туризма. На грань банкротства при этом выйдут до 80 % туристских предпринимательских структур края. Здесь, напротив, необходима выработка мер, направленных на удешевление турпродукта КМВ и поиск резервов, тарифной политики, сфер транспортного и коммунального обслуживания. Необходимы и качественные изменения в уровне сервиса, и кропотливая кадровая работа, и изыскания возможностей льготной налоговой и инвестиционной поддержки предприятий отрасли.

Туристической деятельностью на территории КВМ занято около 120 предприятий, из них большинство специализируются на оказании санаторно-оздоровительных услуг (санатории, профилактории, пансионаты). Познавательно-развлекательному туризму как внутреннему, так и въездному, внимание уделяется очень мало. При этом материально-техническая база туристического комплекса не соответствует современным требованиям комфортности, качества и разнообразия услуг, нуждается в глубокой реконструкции.

Существуют проблемы недоразвитости сфер общественного питания, коммунального обслуживания, индустрии развлечений, проблемы загрязнения городской и природной среды. Чтобы решить эти проблемы нужны большие инвестиции. Условия для инвестиций остаются еще достаточно рискованными. На протяжении последних лет отрицательными факторами, сдерживающими инвестиционную активность, были резкий спад промышленного производства, огромный дефицит государственного бюджета, кризис платежеспособности государства и субъектов хозяйственной деятельности, политическая нестабильность в обществе.

Особое место среди факторов, оказывающих влияние на развитие туризма, занимает фактор сезонности. В зависимости от сезона объем туристической деятельности может иметь очень серьезные колебания. Туристские организации и учреждения предпринимают ряд мер, направленных на уменьшение сезонных спадов, например, введение сезонной дифференциации цен (разница в величине тарифов на проживание в гостиницах в зависимости от сезона может достигать 50 %), развитие тех видов туризма, которые не подвержены сезонным колебаниям – конгрессный, деловой и т. д.

Кисловодск, Ессентуки и Железноводск не являются в рамках КМВ крупными промышленными центрами, однако в них расположено значительное число предприятий, не связанных непосредственно с обслуживанием курортов. Это противоречит курортной специализации, ухудшает экологическую ситуацию. Промышленность выступает конкурирующей с курортным хозяйством отраслью в части использования ограниченных территориальных, водных, трудовых ресурсов. Пятигорск, входя в число уникальных курортов КМВ, в тоже время представляет собой крупный промышленный центр, сосредоточивающий почти одну треть промышленного потенциала региона, это ведет к противоречиям в развитии хозяйства города, к деградации курорта.

Как показывает анализ основных факторов, влияющих на развитие туризма в России, отрицательные факторы будут перевешивать положительные по меньшей мере еще 2–3 года, сдерживая поступательное развитие въездного туризма. Вместе с тем положительная динамика потока из стран СНГ позволяет надеяться на увеличение прибытий иностранных граждан в Российскую Федерацию темпами, превышающими общемировые показатели (в рамках 5–7 % в год).

Несмотря на все имеющиеся проблемы, есть и положительные моменты. Например, в последние годы санатории и пансионаты получили возможность размещать информацию о себе в каталогах, справочниках, региональной прессе. Как говорят сотрудники отделов реализации, реклама довольно эффективна в Ставропольском, Краснодарском краях, Ростовской области, поскольку клиенты отправляются в здравницу напрямую.

На туристских рынках регион реально может претендовать на совершенно конкретную нишу. Ставрополье – внутренняя территория, поэтому вести речь о приморских пляжных вариантах бесперспективно, за то в силу географического, геоклиматического и экономического положения, историко-культурного наследия, имеющейся базы, кадров и опыта мы можем и должны развивать прежде всего въездной и внутренний туризм: санаторно-курортный, спортивный и социальный. Здесь у Кавминвод серьезных конкурентов нет.

Сильны наши потенциальные позиции в экологическом туризме, включающем, к примеру, охоту и рыбалку. В крае два аэропорта международного значения. А это при условии их нор-

мального функционирования определяет перспективы организации обслуживания как наших земляков, пожелавших посмотреть мир, так и российских и зарубежных граждан, транзитных туристов, направляющихся за границу или на туристские объекты соседних субъектов РФ. Есть все необходимое для развития конгрессного туризма, создания пакетов предложений по бизнес-туризму.

Туризм способствует созданию благоприятной окружающей среды. Стимулирует местные власти к реставрации памятников, открытию музеев и национальных парков для привлечения туристов.

С развитием туризма растет необходимость совершенствования инфраструктуры. Новые аэропорты, дороги, морские порты, десятки других реализованных проектов способствуют существенному улучшению уровня жизни местного населения и что самое важное: туризм обогащает людей культурно, дает знания об экологии и социуме. Он содействует миру и сотрудничеству между нациями и народами.

Кампания по формированию положительного имиджа мирового и российского туризма только набирает обороты, но у России с ее потенциалом в туризме большое будущее. В ближайшем будущем можно прогнозировать следующие направления развития туризма:

- создание новых и развитие существующих туристских услуг и рынков, учитывающих состояние туристских ресурсов в странах пребывания туристов;
- широкое вовлечение местной общественности и муниципальных властей в планирование и развитие туристской деятельности, обеспечение ее безопасности;
- развитие связей между организаторами туризма и муниципальными структурами с целью достижения понимания потребностей каждого из них и поиске путей их удовлетворения;
- рост благосостояния местного населения, устранение налоговых, таможенных и других трудностей, которые могут препятствовать развитию туризма, при этом особое внимание должно быть уделено поддерживанию цен на услуги туризма на уровнях, которые являются приемлемыми для туристов и выгодными для туристской отрасли;
- при инвестировании капитала следует принимать во внимание вопросы защиты окружающей среды (строительство, архитектура, антропогенные нагрузки);
- осуществление более четкого маркетинга и выделение большего количества ресурсов для продвижения услуг, поиск определенных групп туристов и организация для них адресной информации по предлагаемым услугам;
- повышение профессионального уровня сотрудников сферы индустрии туризма.

Необходимо помнить, что для дальнейшего своего развития туризм должен выполнять две основные функции.

Первая касается оздоровления населения путем сохранения сети государственных санаториев, обеспечения лечением граждан, пострадавших от стихийных бедствий, аварий, военных конфликтов, и других категорий населения, нуждающихся в государственной поддержке.

Вторая состоит в обеспечении спроса состоятельной части населения России и зарубежных граждан на комфортный отдых и курортное лечение в условиях, удовлетворяющих разнообразные, в том числе и самые высокие, потребности лиц во время их пребывания на курорте (фешенебельные апартаменты, широкий ассортимент лечебных услуг, индустрия развлечений и т. д.).

Главное направление, над которым необходимо работать – возрождение туризма как социального явления и становление его в качестве доходной отрасли экономики, направленной на удовлетворение потребностей в туристских и лечебно-оздоровительных услугах населения и гостей КМВ.

Литература

1. Экономика современного туризма / Под ред. д-ра экон. наук Г. А. Карповой. – М.–СПб, – 2006. – 412 с.

2. Кавказские Минеральные Воды / Под ред. проф. Кривобокова. – М.: Слово. – 2004. – 301 с.

3. Иллиади И. А. Проблема туризма на КМВ // Кавказская здравница. – 1999. – 23 сентября. – С. 2.

4. Зорин И. В., Зорин А. И. Азбука для туроператора // Актуальные проблемы туризма–1999. – М.: Сов. спорт, 2000.

5. Яковлев Г. А. Экономика и статистика туризма. – М.: Изд-во РДЛ, 2003.

РОЛЬ ТУРИЗМА В СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОМ РАЗВИТИИ РЕГИОНА И ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ РЕГИОНАЛЬНОГО ТУРИЗМА НА ПРИМЕРЕ ДЕСТИНАЦИИ ТУЛЬСКОГО РЕГИОНА

Т. С. Элиарова, *канд. пед. наук, завкафедрой*
Е. В. Ключникова, *аспирант*
М. А. Морозов, *д-р экон. наук, профессор*
Российская международная академия туризма

Как показывает опыт многих стран, туризм может выступать мощным рычагом, грамотное использование которого позволяет оздоровить национальную экономику страны. Именно туризм во многих странах играет одну из первых ролей в формировании валового внутреннего продукта, в создании значительного числа дополнительных рабочих мест и в обеспечении занятости населения. Именно туризм является мощным катализатором в развитии многих отраслей экономики, в том числе таких ключевых, как транспорт, связь, строительство, производство товаров народного потребления, сельское хозяйство и т. д.

Влияние туризма на экономику региона нельзя определить однозначно – оно также многогранно, как и само явление туризм.

Прямое воздействие туризма можно проследить с помощью величины отчислений, производимых предприятиями, непосредственно задействованными в туристском бизнесе, в бюджеты разных уровней, в том числе и региональный, а также исходя из количества вновь созданных рабочих мест. Достаточно обратиться к статистическим данным. Так, например, ежегодно в бюджеты разных уровней за счет налоговых поступлений от туристской деятельности поступает более 6 млрд руб.

Наиболее интересен механизм косвенного влияния туризма на развитие так называемых туристских предприятий. Средства, расходуемые туристами, являются доходами предприятий, обслуживающих процесс путешествия, т. е. транспортных компаний, предприятий связи и питания, предприятий занятых в сфере развлечений и досуга и прочих туристских предприятий. В то же время, увеличение доходной части туристских предприятий дает им возможность и создает предпосылки для собственного развития. Производя внутренние инвестиции в расширение, туристское предприятие таким образом привлекает услуги и товары сторонних организаций (строительных, транспортных, поставщиков оборудования, строительных материалов и т. п.), увеличивая доходную часть этих организаций. Увеличение доходов туристских предприятий и предприятий, взаимодействующих с ними, означает увеличение налогооблагаемой базы, т. е. непосредственное укрепление экономики региона. От развития туристских предприятий и предприятий, взаимодействующих с ними, зависит укрепление благосостояния их работников, что находит свое отражение в увеличении расходов людей на приобретение товаров и потребление услуг организаций различных сфер деятельности. Туризм стимулирует развитие спроса на товары и услуги, сформированные туристскими интересами (сувенирная продукция, специализированное снаряжение, научно-исследовательская деятельность и т. д.).

Таким образом, деньги, которые турист тратит в месте назначения, создает доход, который приводит к цепной реакции: расходы – доход – расходы и т. д. Таким образом, доход, получаемый от одного туриста, превышает сумму денег, израсходованных им в данном месте назначения. Возникает мультипликативный эффект – влияние туризма на иные отрасли экономики. Так, по данным ВТО, мультипликативный эффект туризма распространяется на 32 отрасли экономики. Система определения мультипликативного эффекта достаточно сложная и, к сожалению, редко применяется при осуществлении анализа развития туристской индустрии в регионах.

В России на сегодняшний день туризму уделяется все еще недостаточное внимание. Проблема отсутствия осознания истинной роли туризма в развитии социально-культурной и экономической сферы четко проецируется практически на все регионы Российской Федерации. В последние годы внимание в основном уделяется развитию мегатуристских центров России: Москве и Санкт-Петербургу. Эти регионы, естественно, и пользуются наибольшим спросом у туристов. Например, только в Московском регионе сконцентрировано более 25 % всего туристского потока Российской Федерации.

Регион является самостоятельно хозяйствующей территориальной структурной единицей в составе страны. Регионы имеют право решать экономические проблемы, разрабатывать и осуществлять программы внутреннего развития, устанавливать и развивать межрегиональные и ме-

ждународные связи, имея при этом индивидуальные специфические особенности протекания социальных и экономических процессов. Одновременно механизмы функционирования региона, являясь подсистемой социально-экономического комплекса страны, обладают многими чертами основной системы. Вместе с тем каждый регион, имея свой внутренний потенциал (природные ресурсы, культурные традиции, исторические особенности, структуру хозяйства, уровень социально-экономического развития и т. д.), занимает определенное место в народнохозяйственном комплексе. Таким образом, из региональных частичек складывается общая картина социального уровня и экономического развития страны. Это придает особенно важную значимость не только изучению регионов, исследованию социально-экономических процессов их функционирования, но и разработке индивидуальных программ в туристской индустрии, направленных на социально-экономическое оздоровление регионов. Туризм – не балласт и не тяжкая ноша на плечах регионального бюджета, а настоящее золотое дно духовного, физического, психологического и, безусловно, экономического развития региона и, как следствие, России в целом при грамотном и целостном подходе к его развитию. Именно специфика регионального туризма имеет огромный потенциал, который может выступать в качестве мощного фактора подъема местной экономики и социально-культурной сферы. Немаловажным является факт уникальной возможности восстановления регионов за счет мобилизации имеющихся культурно-рекреационных ресурсов и развития туризма. К огромному сожалению, во многих регионах России при имеющихся туристских ресурсах социально-экономическое положение оставляет желать лучшего.

Несмотря на то, что во всех нормативно-правовых документах, программах речь идет о поддержке и развитии туризма в России посредством различных мероприятий, продолжают действовать многие факторы, сдерживающие развитие въездного и внутреннего туризма. Среди них можно выделить такие факторы, как:

- неразвитая туристская инфраструктура;
- значительный моральный и физический износ существующей материальной базы;
- невысокое качество обслуживания во всех секторах туристской индустрии из-за низкого уровня подготовки кадров и отсутствия опыта работы в условиях рыночной экономики;
- отсутствие современной маркетинговой стратегии продвижения туристского продукта как на внутреннем, так и на международном рынке;
- действующий порядок выдачи российских виз гражданам иностранных государств и т. д.

Основные причины, осложняющие процесс развития туризма в регионах:

- ♦ недостаточное понимание значения туризма как экономической составляющей развития региона;
- ♦ слабое развитие индустрии и инфраструктуры туризма;
- ♦ отсутствие достоверной туристской статистики;
- ♦ невысокая концентрация туристского потока;
- ♦ отсутствие программ поддержки туристских предприятий в регионе;
- ♦ отсутствие программ поддержки субъектов малого предпринимательства, функционирующих в туриндустрии;
- ♦ отсутствие учета и оценки прямого и косвенного влияния туризма на экономику региона местной администрацией.

Одна из глобальных проблем в развитии регионального туризма – отсутствие четкой комплексной программы развития регионов с высоким туристским потенциалом; отсутствие единого туристского пространства в регионах и в России в целом, государственной программы его развития и соответствующего контроля за реализацией программы.

В общем виде методику разработки программы развития туризма можно представить в виде следующего алгоритма:

Этап 1. Аналитический анализ.

Анализ туристского предложения – потенциала региона:

- сбор данных, их структурирование и формирование информационной базы данных с выделением реальных (действующих или требующих небольших финансовых затрат для придания конкурентоспособного состояния) и потенциальных (требующих значительных временных и финансовых затрат на приведение в конкурентоспособное состояние) туристских ресурсов региона;
- формирование базы данных по фирмам, предлагающим туристские услуги в регионе;
- формирование базы данных фирм, предлагающих туры по региону.

Анализ туристского спроса – формирование информационной базы:

- ♦ общие тенденции спроса на все виды туристского продукта;
- ♦ спрос российских граждан на зарубежные туры;
- ♦ спрос российских граждан на внутренние туры;

♦ спрос иностранных граждан на туры по России (с выделением спроса на туры в регион).

Создание аналитической модели финансово-экономического состояния туризма в регионе:

• совмещение тенденций развития спроса и предложения туристских услуг на региональном рынке;

• выделение максимально эффективных туристских центров на туристском рынке региона;

• формирование направлений развития туристского рынка региона с учетом его потенциальных возможностей.

Этап 2. Разработка проектов:

♦ определение нескольких краткосрочных проектов с равнозначным затратным механизмом (срок реализации до 5 лет);

♦ определение нескольких среднесрочных проектов с равнозначным затратным механизмом (срок реализации свыше 5 лет).

Разработка укрупненного бизнес-плана и оценка возможных социально-экономических, экологических последствий внедрения проекта.

Определение потенциальных инвесторов с последующей корректировкой программы по желанию инвестора:

• российские компании;

• государство;

• иностранные компании.

Этап 3. Разработка детального бизнес-плана наиболее жизнеспособных проектов.

Этап 4. Разработка инвестиционного плана реализации проекта:

♦ проведение инвестиционного конкурса;

♦ определение доли бюджетных ассигнований;

♦ разработка чрезвычайного плана (при необходимости);

♦ разработка плана экономических и правовых преференций на федеральном и региональном уровнях, стимулирующих развитие туризма в регионе (налоговые льготы, льготные программы кредитования и т. д.).

Этап 5. Разработка детального механизма реализации программы и контроля за его осуществлением.

Существует множество определений понятия «дестинация». Всемирная туристская организация трактует дестинацию как «место с набором аттракционов и связанных с ними туристскими учреждениями и услугами, которое турист или группа туристов выбирают для поездки и которое продают производители услуг». Можно сказать, что более полно сущность дестинации раскрывается при обобщении информации о видах, целях поездки и туристском продукте. Основополагающими в определении дестинация являются следующие принципы:

1. Место туристского назначения, безусловно, должно определяться с точки зрения потребителя. При этом географическое расположение местности имеет комплексную туристскую полезность. Таким образом, дестинация – местность, которую турист выбирает для посещения, формируя тем самым спрос на дестинацию. В то же время это местность, которую предлагают для продажи производители услуг, формируя предложение на дестинацию.

2. Несмотря на то, что дестинация как туристский продукт имеет определенные потребительские характеристики, свое «лицо», каждый турист воспринимает конкретную дестинацию в зависимости от своих личностных потребностей и индивидуальных особенностей восприятия.

3. Дестинация, представляя собой набор услуг, является не только продуктом для туриста, но и единицей конкурентной борьбы на рынке туристской индустрии, так как это «…место с набором аттракционов и связанных с ними туристскими учреждениями и услугами», т. е. в дестинации присутствуют все необходимые учреждения и организации, средства размещения и обслуживания, инфраструктура развлечений.

4. Дестинация, являясь продуктом в конкурентной борьбе на рынке туристских услуг (при условии действия в настоящее время законов рынка «покупателя», когда предложение услуг развивается опережающими темпами, чем спрос на них), требует все большего внимания к своим качественным характеристикам.

В качестве дестинации может выступить любая местность, обладающая туристским потенциалом, в зависимости от функционального назначения которого определяется цель-мотив поездки туриста, т. е. обладающая определенной привлекательностью для туриста. Это могут быть, например, места для культурного, познавательного туризма, активного отдыха, деловых поездок, оздоровительных поездок, религиозного туризма и т. д. Не следует забывать, что образование дестинаций – постоянно происходящий процесс, что является причиной обострения конкурентной борьбы на рынке туристских услуг.

Среди основных причин появления новых дестинаций можно выделить:
- насыщение традиционных дестинаций;
- интенсификация процесса передвижения людей;
- технологический прогресс в средствах связи, транспорте и других секторах, влияющих на туризм;
- расширение диапазона мотивов для совершения поездки.

Также важным для понимания сути дестинации является вопрос о возможных путях появления дестинации. Основными путями появления новых дестинаций являются следующие:
- стихийное появление дестинаций;
- реакция на новые виды спроса;
- целевое планирование новых дестинаций;
- осуществление развития районов экономической депрессии;
- создание рабочих мест с круглогодичной занятостью в новых дестинациях;
- понижение насыщенности традиционных дестинаций путем перераспределения процесса передвижения людей.

В формировании продукта участвуют множество государственных, негосударственных организаций и физических лиц, выполняющих свои функции или оказывающих сопутствующие услуги на пути следования туриста и, конечно, субъекты туристской деятельности. Но во многом качество турпродукта – дестинации находится в зависимости от профессиональной подготовки кадров, работающих в туристском бизнесе.

Поэтому одним из важнейших моментов при подготовке специалистов для развития дестинации выступает не только теоретическая база, но и практические стажировки специалистов, которые могут и должны осуществляться непосредственно в конкретной дестинации, т. е. туристская дестинация выступает в качестве места формирования профессиональных навыков специалистов для туристской индустрии. Таким образом, мы получаем некую схему развития: обучение и практика в дестинации – высококвалифицированные кадры для развития дестинации – повышение конкурентоспособности и развитие дестинации – улучшение социально-экономического положения места (например, региона), в котором находится конкретная дестинация.

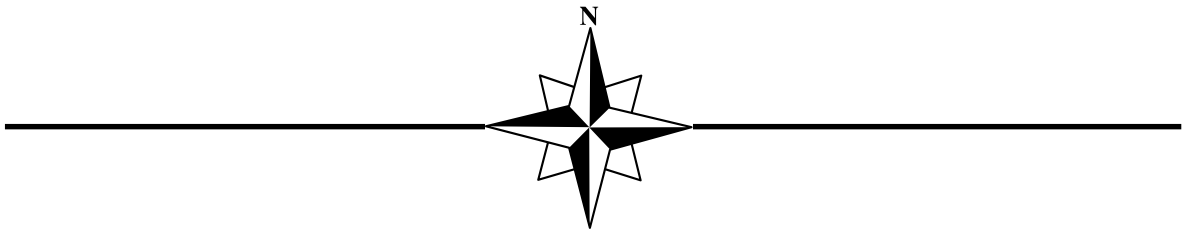
Дестинация Тульского региона имеет все потенциальные возможности для позиционирования как одна из ведущих в Центральном регионе, а также позволяет рассматривать туризм как одну из приоритетных составляющих в экономическом развитии региона. Данное декларирование является продуктом анализа потенциала туристских ресурсов региона, а также осознанием того, что достигнутый на сегодняшний день уровень развития туристской индустрии в регионе, также как и в стране в целом, намного меньше, чем его огромные реальные возможности.

Тульская дестинация обладает выгоднейшим географическим расположением (в центре России, вблизи Москвы, на линиях важнейших российских коммуникаций) и универсальным комплексом культурно-исторических и природных достопримечательностей, представляет значительный интерес для туристских посещений российских и иностранных граждан и имеет все перспективы стать одним из ведущих туристских регионов России.

Основная масса потенциальных туристских ресурсов Тульского региона географически достаточно компактно расположена на территории региона, что делает возможным формирование насыщенных и удобных маршрутов, усиливает их привлекательность. Значительная часть объектов расположена в малых городах, экономико-социальное положение которых, мягко говоря, в состоянии упадка. Многие объекты нуждаются в реставрации. Все это (от сохранности объекта до имиджа города) является основными составляющими привлекательности туристского маршрута и напрямую влияет на экономическую отдачу для региона. Следует напомнить, что на протяжении многих лет целенаправленно создавались ограничения для въезда зарубежных гостей в Тулу и прилегающие районы вследствие особой направленности промышленности региона. Поэтому ни в Туле, ни в других достопримечательных местах области долгие годы не строились гостиницы, кемпинги, мотели, предприятия питания и бытового обслуживания для отечественных и иностранных туристов, иными словами, не развивалась туристская инфраструктура.

Многие историко-культурные памятники уже освоены и действуют как туристские объекты, но используются они разрозненно и не в полном объеме. Таким образом, целесообразно говорить о создании туристской региональной сети и более эффективном использовании потенциала дестинации. Необходимо разрабатывать комплекс мероприятий по восстановлению объектов туристского значения, формированию инфраструктуры туризма, формированию благоприятного туристского имиджа тульской дестинации для успешного развития въездного и внутреннего туризма в Тульском регионе.

ПРОБЛЕМЫ ОБРАЗОВАНИЯ, БЕЗОПАСНОСТИ И УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА



ЕВРОДИП И БОЛОНСКИЙ ПРОЦЕСС

Сближение различных европейских систем высшего образования на период до 2010 г.

А. Себбан, *президент EURHODIP*

Во время работы Европейского совета в Лиссабоне в марте 2000 г. главы государств Европейского союза инициировали амбициозную программу, которая служит ответом на экономическую эволюцию, вызванную глобализацией. Страны Союза обязуются осуществлять необходимые реформы, чтобы сделать европейскую экономику конкурентоспособной и динамичной, основанной на знаниях и нововведениях.

В вопросах европейского образования Евродип придерживается тех же подходов, которые отражены в Белой книге и вполне соответствуют официальным решениям Европейской комиссии, касающихся образования.

Евродип принадлежит роль пионера, так как уже более 15 лет назад были созданы дипломы Евродип, которые подчеркивают роль европейских знаний, овладения европейскими языками, европейской стажировки, поощряющей мобильность студентов.

В настоящее время Евродип предлагает многочисленные инструменты для того, чтобы помочь гостиничным школам включиться в систему европейского образования:

- внедрение в сеть европейских партнеров, принимающих участие в проектах, финансируемых Европейской комиссией;
- Eurhodip Award for Student Innovation – EASI (приз Евродип за студенческие инновации). Студенты всех образовательных учреждений, являющихся членами Евродип, могут помериться своими знаниями (именно российская студентка выиграла первый приз в 2003 г. – первом году проведения конкурса, и каждый год российские образовательные учреждения принимают участие в этом конкурсе);
- знак качества Eurhodip, присуждаемый образовательным учреждениям, которые соответствуют критериям, определяемым профессией.

По примеру Европейской комиссии, которая выработала систему сотрудничества со странами третьего мира, Евродип вот уже несколько лет развивает сотрудничество со странами, не входящими в Европейский союз, и насчитывает среди своих действительных членов многочисленные образовательные учреждения России, Марокко и Турции.

Российские образовательные учреждения, готовящие специалистов в сфере гостиничного дела и туризма, должны примкнуть к Евродип и принципам Болонского процесса для того, чтобы подготовить будущее и мобильность молодых специалистов индустрии туризма.

LE PROCESSUS DE BOLOGNE

Faire converger les différents systèmes d'enseignement supérieur européens d'ici 2010

A. Sebban, *Eurhodip President*

Lors du conseil européen de Lisbonne en mars 2000, les chefs d'Etat de l'Union européenne ont initié un ambitieux programme qui a pour but de répondre aux évolutions économiques induites par la mondialisation. Les pays de l'Union se sont engagés à mettre en œuvre les politiques et les réformes nécessaires pour faire de l'économie européenne une économie compétitive et dynamique basée sur la *connaissance* et l'*innovation.*

Le *Processus de Bologne* s'inscrit dans les objectifs de cette stratégie.

La *Déclaration de Bologne,* signée le 19 juin 1999 par 29 pays, lance le processus dit de Bologne qui vise à:

- introduire un système qui favorise la *lisibilité* des grades académiques;
- promouvoir la *mobilité* des étudiants, des enseignants et des chercheurs;
- assurer la *qualité* dans l'enseignement;
- prendre en compte la *dimension européenne* de l'enseignement supérieur.

Le processus s'achèvera en 2010.

La Déclaration de Bologne s'articule autour de 6 actions:

♦ adopter un *système de grades académiques facilement lisibles et comparables* d'un pays à l'autre, visant la *reconnaissance des diplômes;*

♦ établir un *système fondé essentiellement sur deux cycles:* un 1er cycle (Licence/Bachelor) utile pour le marché du travail, d'une durée d'au moins 3 ans, et un 2e cycle (Master) de 2 ans exigeant l'achèvement du premier cycle;

♦ créer un *système d'accumulation et de transfert de crédits* du type de l'ECTS (European Credit Transfer System) utilisé dans le cadre des échanges, afin de faciliter l'accès des étudiants au marché du travail européen et de renforcer la compatibilité, l'attractivité et la compétitivité de l'enseignement supérieur européen;

♦ favoriser la *mobilité des étudiants, des enseignants et des chercheurs* avec la suppression de tous les obstacles à la liberté de circulation, et la reconnaissance académique des diplômes et des périodes d'études;

♦ promouvoir la *coopération* en matière *d'assurance de la qualité,* en développant des critères et des méthodologies reconnus mutuellement entre les établissements et les pays;

♦ développer la *dimension européenne de l'enseignement supérieur:* multiplier à tous les niveaux les modules, les enseignements et les filières dont le contenu, l'orientation ou l'organisation présente une dimension européenne, notamment par l'apprentissage des langues européennes.

D'autres actions viendront s'ajouter lors de chacune des conférences des ministres chargés de l'enseignement supérieur:

A Prague, le 19 mai 2001:

• promouvoir *l'éducation et la formation tout au long de la vie,* élément essentiel de l'espace européen de l'enseignement supérieur afin de faire face à la compétitivité économique;

• *impliquer les établissements d'enseignement supérieur et des étudiants:* les ministres soulignent l'importance de l'implication des universités et de tous les établissement supérieurs, et notamment des étudiants, pour créer de façon constructive l'espace européen de l'enseignement supérieur;

• promouvoir *l'attractivité de l'espace européen de l'enseignement supérieur* auprès des étudiants en Europe ainsi que dans d'autres pays du monde. C'est la dimension sociale du processus de Bologne qui vise à aider financièrement les étudiants afin d'élargir l'accès à l'enseignement supérieur.

A Berlin, en 2003: intégrer les *études doctorales et la recherche* au processus de Bologne afin de favoriser des liens étroits entre l'Espace Européen de l'Enseignement Supérieur (EEES) et l'Espace Européen de la Recherche (EER)

A Bergen, en mai 2005: favoriser la *coopération* entre l'Espace Européen de l'Enseignement Supérieur et *d'autres parties du monde* en favorisant un échange équilibré d'étudiants et d'enseignants et une coopération entre les établissements d'enseignement supérieur.

Aujourd'hui, plus de 40 pays participent au processus de Bologne. La prochaine conférence ministérielle est prévue à Londres en mai 2007.

Se préparer pour 2010

Au regard des succès accomplis jusqu'ici dans le cadre du Processus de Bologne, les pays européens souhaitent établir *un Espace Européen de l'Enseignement Supérieur fondé sur les principes de qualité et de transparence.* Les pays européens sont forts d'un riche héritage et d'une diversité culturelle qui contribuent à une société de la connaissance.

L'enseignement supérieur se situe au carrefour de la recherche, de l'enseignement et de l'innovation, et constitue la *clé de la compétitivité de l'Europe.*

EURHODIP et le Processus de Bologne

La vision d'Eurhodip en matière d'Euroformation, telle qu'elle est exposée dans le Livre Blanc, correspond parfaitement aux décisions officielles de la commission européenne concernant l'enseignement.

Eurhodip a fait figure de pionnier en créant, il y a plus de 15 ans, les diplômes Eurhodip qui mettent l'accent sur:

• les *connaissances* européennes;

• la maîtrise des *langues* européennes;

• le stage européen qui encourage la *mobilité* des étudiants.

Aujourd'hui, Eurhodip propose de nombreux outils afin d'aider les écoles hôtelières à intégrer la dimension d'un enseignement européen:

♦ la mise en réseau de *partenaires européens* qui participent à des projets financés par la commission européenne;

♦ *l'Eurhodip Award for Student Innovation, E.A.S.I.,* qui permet aux étudiants de toutes les écoles membres d'Eurhodip de confronter leurs connaissances (c'est une étudiante russe qui a remporter le premier prix en 2003, année du lancement du concours, et chaque année des écoles russes participent);

♦ le *label de qualité* Eurhodip, décerner aux écoles qui satisfont aux critères déterminés par la profession.

De plus, à l'instar de la commission européenne qui a mis en place un système de coopération avec des pays tiers, Eurhodip s'est ouvert, depuis quelques années, aux pays ne faisant pas partie de la communauté européenne, et compte parmi ses membres actifs, de nombreuses écoles de Russie, du Maroc et de Turquie.

C'est pourquoi, les écoles d'hôtellerie et de tourisme russes, compte tenu de l'histoire de la Russie, de son héritage culturel et de sa proximité avec l'Europe, doivent adhérer à Eurhodip et aux principes du processus de Bologne afin de préparer l'avenir et la mobilité des jeunes professionnels de l'industrie du tourisme.

ФУНДАМЕНТАЛЬНЫЕ И ПРИКЛАДНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ В ПРОГРАММЕ ПОДГОТОВКИ МЕНЕДЖЕРОВ ПО ТУРИЗМУ В ЭСТОНИИ

Х. Барабанер, *д-р наук, профессор PMAT,*
ректор Института экономики и менеджмента, Эстония

Институт экономики и менеджмента готовит менеджеров по туризму с 1993 г. За эти годы были подготовлены сотни специалистов, которые успешно работают не только в Эстонии, но и в других странах. На первой стадии проектирования учебных программ использовались разработки Российской международной академии туризма. В последующие периоды учебные программы были скорректированы с учетом требований ЕС и Болонского процесса. Прежде всего это касается введения исследовательского компонента в концепцию обучения менеджеров по туризму. В качестве основного примера использованы особенности этнокультурного и мультикультурного влияния на туристскую активность.

FUNDAMENTAL AND APPLIED RESEARCHES IN THE COURSE OF TRAINING OF MANAGERS OF TOURISM IN ESTONIA

H. Barabaner, *Doctor of Science, Professor of IABS, member of RIAT,*
Rector of the Institute of Economics and Management, Estonia

The Institute of Economics and Management has been conducting training of managers of tourism since 1993. For these years a few hundreds of specialists have been prepared who are successfully working not only in Estonia but in 14 countries.

At the first stage of preparation of curriculums the developments of RIAT have been taken into account. In the subsequent years the programs were corrected and updated in view of realities of the European union and the requirements of Bologna process.

Initially, during the developing of the concept of training of managers of tourism in the institute, the research component in the course of training was considered. Realization of such approach has allowed the institute to execute a complex of essential researches of both fundamental and applied character for the national economy.

A lot of these researches carry groundbreaking character and have an essential feature of scientific novelty. The research of the influence of the factors of multicultural interactions and ethnocultural features on tourist activity can be given as an example.

In the report the experience of modernization of curriculums on training of managers of tourism is generalized and the problematics and results of scientific researches of the institute in the field of tourism are presented.

РОЛЬ ЭСТЕТИКИ В ПОДГОТОВКЕ СПЕЦИАЛИСТОВ ПО ТУРИЗМУ

Р. Тронкон, *руководитель лаборатории «Aesthetics in Practice and Cultural planning», преподаватель филологическо-философского факультета Трентинского университета, Италия*

В качестве фона моего доклада выступает процесс обновления международной эстетики, процесс, в котором я вот уже несколько лет принимаю непосредственное участие в контексте Итальянской эстетической ассоциации (Società Italiana di Estetica) и моей лаборатории «Эстетика в практической деятельности и культурном планировании» («Aesthetics in Practice and Cultural Planning») в Трентинском университете[1]. Суть этого обновления заключается в смещении внимания эстетической теории с самого произведения искусства на процесс его производства и обстановку, в которой оно появляется. В преломлении моей разработки этого обновления эстетика может быть не только интерпретацией, но в перспективе также и проектированием объектов, контекстов, сообществ, мест и т. д., которые таким образом будут признаны принадлежащими культуре.

Это тематическое смещение и его методологические следствия могут послужить существенному обогащению программы обучения специалистов по туризму (tourism professionals), особенно важному в контексте стандартизации их подготовки вследствие развития Болонского процесса. В связи с этим в программах основное внимание уделяется менеджерской подготовке, при этом студентов часто оставляют опасно некомпетентными в таких сферах, как дизайн, культурное планирование и, собственно, в эстетике как способности понимать глубокий смысл контекста и среды как структур человеческого существования и культуры.

Включение в подготовку специалистов по туризму определенного экспериментального отношения – «concept aesthetics» (которое заключается в проектировании микро- и макропейзажей и эстетических «моделей») – будет способствовать более явному присутствию эстетической направленности туристского предложения, увеличивая разнообразие его форм, повышая его качество и успешность. Очарование и «человечность» должны снова занять свое место в туристском проектировании. Представляется возможным освободить туризм от примитивного маркетинга, который сводится к простому продвижению «товара», если апробирование новых эстетических «моделей» займет по праву принадлежащее ему место.

В контексте развития межкультурного взаимопонимания включение в обучение специалистов по туризму более внимательного отношения к роли эстетики принесло бы большую пользу локальным и национальным культурам. Действительно, в переосмыслении идеи «мизансцены» в туризме эти культурные сообщества получат важный шанс для сохранения своих традиций и, что важнее всего, для регенерации и переквалификации – достаточно просто научиться лучше понимать (в первую очередь, для самих себя) собственные культурные коды.

Лаборатория «Aesthetics in Practice and Cultural Planning» разрабатывает программу обучения «эстетического проектировщика» (или «эстетического разработчика»), подчеркивая таким образом важность включения курса эстетики в туристскую дидактику в будущем, аналогично уже имеющему место распространению курса прикладной этики или, к примеру, информатики.

ОСОБЕННОСТИ ВНЕДРЕНИЯ КРЕДИТНОЙ ТЕХНОЛОГИИ ПО СПЕЦИАЛЬНОСТИ «ТУРИЗМ» НА ГЕОГРАФИЧЕСКОМ ФАКУЛЬТЕТЕ КазНУ им. АЛЬ-ФАРАБИ

З. М. Абишева, С. Р. Ердавлетов
Казахский национальный университет им. аль-Фараби

Образование вошло в число основных государственных приоритетов многих стран мира. Большинство из них сегодня приступили к радикальным изменениям, стремясь создать гибкую мобильную систему высшего образования, отвечающую новым требованиям в условиях глобальной конкуренции. Идет процесс интернационализации образования, который проявляется

[1] Автор имеет публикации по философской теории цветов, феноменологии, философской антропологии, культурной политике и возможностям эстетики как теории и практики проектирования.

в разработке общих стратегий и принципов развития высшей школы. ЮНЕСКО инициирует разработку рекомендаций по развитию процессов интернационализации, созданию нормативной основы международного сотрудничества в сфере высшего образования. Базой для этих процессов становится наличие универсальных норм академической свободы и демократии и приобретающие все большее нормативное значение для национальных образовательных систем международные конвенции, всемирные декларации, принимаемые ЮНЕСКО и Советом Европы. Постепенно вырабатываются общие «правила игры» в образовательных системах.

В 1999 г. в Болонье 29 стран подписали Декларацию о своем участии в процессе создания единого образовательного пространства, согласно которой в Европе должна быть построена единая структура высшего образования, принята система сопоставимых степеней, способствующая облегчению академического и профессионального признания курсов, обеспечению возможностей трудоустройства выпускников во всех европейских странах. Сегодня к Болонскому процессу присоединились более 40 стран, в том числе и Республика Казахстан.

Все эти страны, подписавшие Болонскую декларацию, обязаны перейти на двухуровневую систему высшего образования. Первый уровень обучения длится 3–4 года. По его окончании выпускнику присваивается степень бакалавра, предоставляющая возможность работать в определенной области. Прохождение программ второго уровня позволяет получить степень магистра (1–2 года) и/или доктора (3–4 года).

В соответствии с Болонской декларацией предполагается «выработка критериев и методологии оценки качества образования», учреждение аккредитационных агентств, независимых от национальных и международных организаций.

Важнейшей составляющей общеевропейской системы образования являются кредиты. Для каждой учебной дисциплины, в зависимости от объема работы, ее значимости с точки зрения освоения будущей профессии, определяется кредитный «балл», оценка. В случае успешного освоения каждой дисциплины студент «набирает» в свою копилку знаний заранее установленное количество кредитов, общая сумма которых позволяет ему получить соответствующую степень – бакалавра или магистра.

Система зачетных единиц (или кредитная система) измерения и сопоставления образовательных программ на протяжении многих десятилетий применяется в западноевропейских и американских университетах. Кредитная система делает прозрачными, а главное – сопоставимыми учебные программы, что позволяет студентам повышать академическую мобильность.

Для Республики Казахстан развитие науки и образования становится неотъемлемым условием повышения конкурентоспособности экономической системы, способом занять достойное место на региональном и мировом уровнях, укрепить государственность и развивать национальные интересы. Концепция развития системы образования Республики Казахстан до 2015 г. как основополагающий методологический документ процесса модернизации принимает во внимание доминирующие современные системы. Но, модернизируя казахстанское высшее образование, следует учитывать сложившиеся традиции, особенности и потребности развития национальной модели образования. При этом образовательная система Казахстана формируется в лоне евразийской культуры и евразийского сотрудничества, которая была очень символично выражена Президентом Республики Казахстан Н. Назарбаевым в Послании народу Казахстана: «Казахстанский барс с присущими ему элитарностью, независимостью, умом, мужественностью и благородством, храбростью и хитростью… будет обладать и западной элегантностью, помноженной на передовой уровень развития, и восточной мудростью, и выносливостью» (Казахстан – 2030). В данном образе сочетаются лучшие черты человека восточной и западной культур.

Переход на кредитную систему обучения позволяет адекватно оценивать уровни, ступени, академические степени образовательной системы Республики Казахстан, сделать их транспарентными (прозрачными), рекогносцируемыми (узнаваемыми) и признаваемыми, что и является одним из главных условий вхождения в мировое образовательное пространство.

В КазНУ им. аль-Фараби в порядке эксперимента обучение в магистратуре на основе кредитной системы ведется с 2001 г., в бакалавриате – с 2004 г. Переход на кредитную систему образования обеспечивается пакетом из более 20 нормативно-правовых документов, в том числе государственного общеобязательного стандарта, типовых программ и структурно-логических схем взаимосвязи спецкурсов бакалавриата и магистратуры. В университете создана и функционирует «Система менеджмента качества КазНУ им. аль-Фараби», получены сертификаты IQNET, Русского регистра и Казахстанского центра качества.

Главной особенностью кредитной системы обучения является то, что она дает возможность значительно сократить объем готовой информации, предоставляемой преподавателями студен-

там, и развивает стремление обучающихся самостоятельно добывать знания. Переход к кредитной системе обучения предполагает общее сокращение аудиторных занятий при значительном увеличении трудозатрат преподавателя на учебно-методическое обеспечение (разработка учебников и учебных пособий, лекций, методических рекомендаций, тестовых заданий, консультирование студентов). При этом если студенту при традиционной системе обучения предоставлялась возможность пересдачи экзаменов и зачетов, то кредитная система предполагает только повторное полное освоение данного курса с соответствующей оплатой.

Внедрение кредитной технологии предполагает значительные изменения в структуре и организации учебного процесса (см. таблицу).

Изменения в структуре и организации учебного процесса при внедрении кредитной технологии

Характеристики учебного процесса	Необходимые изменения
Индивидуализация образовательных траекторий студентов	Свобода выбора элективных (выборных) дисциплин (40 %) и преподавателей. Самозапись студентов на дисциплины, составление индивидуальных учебных планов (ИУП). Возможность изучать часть элективных дисциплин в других вузах. Справочник-путеводитель, каталог элективных дисциплин (КЭД), учебно-методический комплекс (УМК) для каждого студента. Доступ студентов к информационной сети вуза, дистанционное образование
Изменение функций профессорско-преподавательского состава (ППС) и деканата	Должности ППС: лектор, тьютор, эдвайзер. Офис-регистратор
Формирование студенческих групп в зависимости от выборности образовательных траекторий	Состав студенческих групп непостоянен, количество студентов меняется в зависимости от выбора дисциплин
Изменения принципа организации учебного процесса, введение новой формы аудиторных занятий – самостоятельная работа студентов и магистрантов с преподавателем (СРСП и СРМП)	Введение 15 недельных семестров, изменение учебных планов и графиков. 1 кредит = 1 ауд. час + 1 ч. СРС + 1 ч. СРСП. 1 академический час – 50 мин. 2-уровневая система образования – бакалавриат и магистратура. Введение летнего семестра для ликвидации задолжностей
Изменения учебно-методических комплексов (УМК) специальностей и дисциплин	УМК специальности: ГОСО, типовой и рабочий учебные планы, КЭД. Каталог элективных дисциплин должен содержать краткое содержание дисциплин, быть доступен для студентов
	УМК дисциплин: типовая и рабочая программы, краткий конспект лекций, методические указания для лабораторных и практических занятий, СРС и СРСП, активные раздаточные материалы, силлабус. УМК должны быть доступны для студентов в печатном или электронном виде
Усиление роли самостоятельной работы обучающихся (СРО)	Усиление роли СРО, направленной на формирование творческих способностей, исследовательского подхода и формирование интереса к познавательной деятельности. Наличие методических разработок, форм контроля, графиков сдачи заданий СРС. СРСП выполняет консультативную и контролирующие функции, равно количеству аудиторных занятий
Изменение методики преподавания	Увеличение удельного веса активных, проблемно-стимулирующих, интерактивных методов обучения. Преобладание исследовательских, творческих видов учебной деятельности. Преобладание практических форм проведения занятий, соотношение часов теоретических и практических занятий (1+2+0 или 1+1+1)

Окончание таблицы

Характеристики учебного процесса	Необходимые изменения
Учебно-методическое обеспечение студентов	Обеспеченность кафедр учебно-методической литературой, ТСО, печатным и множительным оборудованием. Обеспеченность каждого студента УМК
Изменения в распределении учебной нагрузки преподавателей и оплаты труда	Уменьшение аудиторной нагрузки, интенсификация внеаудиторной и научно методической работы. Из общего объема рабочего времени 1584 ч. (44 нед. · 36 ч.): 1/3 – аудиторные занятия, 1/3 – СРСП и другие виды внеаудиторной работы, 1/3 – научно-методическая работа. Расчет учебной нагрузки не в часах, а в кредитах. Дифференцированная оплата труда (бонусы, надбавки за качество, методическую работу, СРСП и т. д.)
Контроль знаний студентов	Текущий, рубежный, итоговый контроль. Контрольно-измерительные средства. Промежуточная и итоговая государственная аттестация

Многие вопросы внедрения кредитной технологии на специальности «Туризм» уже решены. В первую очередь это коснулось изменений принципов организации учебного процесса:

- осуществлен переход на двухуровневую систему образования;
- в соответствии с требованиями кредитной технологии приведены УМК специальностей и дисциплин, продолжительность и расписание учебных занятий и семестров;
- составлены каталоги элективных дисциплин;
- введена рейтинговая система оценки знаний, промежуточная и итоговая государственные аттестации;
- создаются электронные базы учебно-методических комплексов (УМК) всех дисциплин специальности, включающие учебные программы, глоссарии, конспект лекций, методические рекомендации по выполнению практических, лабораторных и самостоятельных работ, тестовые задания, графики сдачи работ и т. д.;
- введены новые формы аудиторной работы – самостоятельная работа обучающегося с преподавателем (СРОП).

В настоящее время актуальна проблема реализации основных требований кредитной технологии – индивидуализация траектории обучения, высокая степень академической свободы и самостоятельный характер учебной деятельности студентов. Фактически при существующей системе расчета часов учебной нагрузки ППС, наличии организованных студенческих групп, отсутствии службы офис-регистратора студенты не участвуют в формировании своего индивидуального плана обучения, не могут выбрать преподавателя, не могут изучать отдельные элективные дисциплины не только в других вузах, но и на других специальностях своего факультета. Данная проблема может быть решена только при изменении структурной организации административных подразделений университета.

Важной проблемой является внедрение новых технологий обучения и учебно-методическая обеспеченность учебного процесса, особенно на казахском отделении. Решение этой проблемы тесно связано с повышением эффективности работы профессорско-преподавательского состава на основе творческого подхода к процессу обучения. Административные методы не позволяют решить эту проблему, здесь должны быть задействованы материальные и психологические факторы мотивации персонала.

В настоящее время в индивидуальной нагрузке ППС доля аудиторных занятий завышена, что препятствует повышению качества научно-методической работы. Пересмотр нормы аудиторной нагрузки будет способствовать интенсификации внеаудиторной и научно-методической работы.

Непрерывные и быстрые изменения в процессе обучения, рост коммуникационных возможностей требуют постоянного обучения персонала. Реального повышения квалификации ППС можно добиться за счет изменения системы работы ИПК, организовав проведение современных обучающих тренингов и семинаров (методических, компьютерных, языковых) для преподавателей. Важным фактором мотивации ППС могут служить улучшение условий труда за счет улучшения материально-технической базы кафедр для проведения учебных занятий и практик,

предоставления персональных компьютеров на рабочем месте, индивидуальной возможности доступа в Интернет и университетскую сеть, обеспечение копировально-множительной техникой. Частичное делегирование финансовых полномочий факультетам позволяет решить проблему своевременного материально-технического и учебно-методического обеспечения учебного процесса.

Повышение качества учебно-методической работы ППС – внедрение или освоение новых дисциплин, создание учебников и учебных пособий, внедрение инновационных технологий обучения – должны материально стимулироваться за счет дифференцированной оплаты труда.

Таким образом, в настоящее время сложная иерархическая структура управления вузов, устаревшая система расчета учебной нагрузки профессорско-преподавательского состава противоречат основным принципам кредитной технологии. Подразделения вузов (факультеты, кафедры) должны иметь большую финансовую самостоятельность в обеспечении материально-технического и учебно-методического оснащения пропорционально количеству обучающихся.

ТУРИЗМ – ВСЕДОЗВОЛЕННОСТЬ ИЛИ ДОСТИЖЕНИЕ МИРОВОЙ КУЛЬТУРЫ

В. В. Абрамов
Харьковская государственная академия городского хозяйства, г. Харьков, Украина

> На Земном шаре нет лишних континентов, а значит мы в ответе за сохранение их чистоты…

В статье затрагиваются аспекты развития «новых» видов и форм туризма и соответствие их человеческой этике. Всякое ли новшество является результатом интеллектуального развития общества?

XX век, уходя, оставил человечеству много незавершенных проблем. После атомной бомбардировки мирных японских городов Хиросимы и Нагасаки в августе 1945 г. на первое место среди общемировых проблем выходит борьба с гонкой ядерного вооружения. На второе место выходит проблема безжалостной, варварской эксплуатации природных ресурсов Земли, беспрецедентное загрязнение окружающей среды обитания. Научно-техническая революция подарила человечеству такое понятие, как свободное время, – это третья общемировая проблема. Несмотря на кажущуюся разноплановость, все эти проблемы взаимосвязаны между собой, и ключевым звеном в этой цепочке выступает ЧЕЛОВЕК.

Еще Карл Генрих Маркс говорил, что мерилом богатства является не рабочее, а свободное время, когда личность может реализовать свою потребность в самоутверждении (саморазвиваясь и самореализуясь). С октября 1917 г. по декабрь 1991 г. в бывшем Советском Союзе одним из инструментов, с помощью которого решалась проблема сводного времени, была система социального туризма, сочетавшая как активные, так и пассивные формы отдыха. Несмотря на порой заидеологизированность рекреационного процесса, профсоюзы, которые отвечали за социальную защиту, а с апреля 1936 г. и за отдых трудящихся, в целом пропагандировали принципы коллективизма, взаимовыручки, гуманистические идеи. Но времена меняются, а с ними меняются приоритеты человеческих ценностей. То, что раньше для нас было просто неприемлемо, в настоящее время становится фетишем, и в этом немалую роль сыграл прессинг американской массовой культуры. Примером тому может служить украинское телевидение (телепроекты: «Последний герой», «Слабое звено», «За стеклом» и т. п.).

Если Галльский петух периодически напоминает французам об опасности, которую несет Белоголовый орлан («лысый орел», как его называют американцы), то мы в это время, чего греха таить, занимаемся мифотворческими исследованиями об исключительности украинской нации и влияния ее на мировую историю и культуру.

Отрасль сильна тогда, когда у нее есть наука. Для науки нужны научные кадры. А для того чтобы учить, надо знать чему учить и как учить. И в науке, и в учебном процессе мы пользуемся иностранными терминами. Порою нам их преподносят переводчики, которые не всегда понимают специфику того или иного термина. Особенно это касается туризма. Какая-то странная манера появилась у нас с 1991 г. – быстро отказывается от того, что было создано предыдущими поколениями, и быстро перестраиваться на западный (а чаще всего на американский) жаргон, забывая порой о чувстве собственного профессионального достоинства и национальной гордости за свою науку. И в результате – систему обслуживания в гостиничных комплексах,

перевозки с сопровождением и информацию мы почему-то стали называть на американский манер «индустрией гостеприимства», хотя само гостеприимство – это функция, показатель уровня качества предоставляемых услуг, отношение к гостю, удовлетворение его запросов. (Можно подумать, что до этого мы были не гостеприимны, особенно с иностранными туристами!!!). Гостеприимство это еще и состояние души, открытость, ментальность. И если Достоинство, Уважение, Любезность всегда были в характере у восточных славян (русских, украинцев, белорусов) – гостя всегда садили в Красный угол и угощали всем самым лучшим, то американцам приходится доказывать это путем создания науки сервиса («умелое обслуживание, приносящее удовольствие и удовлетворение» [1]) с натянутой искусственной улыбкой. Хотя, просматривая кино- и видеоматериалы об американских горках и туннельных «жутиках», которые в большинстве случаев являются частью индустрии развлечения, пристегнутой к гостеприимству, приходится сомневаться в том, что такое «гостеприимство» можно считать нормальным явлением. Скорее всего это уже патология человеческой психики, требующей адреналина.

Но если мы так гордимся своей исключительностью и уважаем свою «крепость», то почему неухожены улицы многих городов Украины (кроме Киева и Львова), которые могли бы принять иностранного гостя? Или зловоние макдональдского ангара в центре города больше запомнится нашим гостям, чем самобытность того или иного городского объекта? Чтобы приглашать в гости иностранцев, надо, прежде всего, уважать самих себя, а не копировать манеру поведения заокеанского мещанина. Увидев в нас свое зеркальное отражение, иностранцу, который хочет увидеть «самое-самое», будет неинтересно с нами общаться.

В конце 90-х годов XX века человек, впервые попавший на главную улицу «Матери городов русских», из-за обилия рекламных щитов, пропагандирующих американские сигареты – «неперевершений м'який смак, аромат якого єднає 3і свггом» – становился в затруднительное положение, а именно: находится ли он в самом деле в Киеве, а не где-нибудь в Лос-Анжелесе или в Нью-Йорке? И это в то время, когда сами американцы ведут упорную борьбу за здоровый образ жизни своей нации, т. е. антиникотиновую войну. Но пусть это недоумение будет на совести руководителей городских советов (или как сейчас это принято называть модным словом – муниципалитетов), исполкомов, министра здравоохранения и лингвистов (которые лучше знают, на каком языке быстрее доходит до человека, что такое рак гортани, легких, трахеи), а у самих американцев, попадающих в г. Киев, по всей вероятности, складывается о нас мнение как о неполноценной нации, которая не думает о здоровье будущих поколений и где 40 % всего населения Украины «смолит» в возрасте от 6 до 90 лет в независимости от пола и положения в обществе. Может быть, таким образом кому-то и удается «самоутвердиться», но уж о саморазвитии здесь речи не идет. К слову, в Швейцарии, Швеции, Италии реклама на табачные изделия запрещена во всех средствах массовой информации, а в Англии, Германии, Бельгии и Финляндии – на телевидении и радио.

В перекосе понятия использования свободного времени мы не одиноки. К примеру, если брать за основу американскую так называемую индустрию гостеприимства с адреналином, то предложение всеми уважаемого господина Биржакова М. В. [2] поучаствовать в экстремальной ситуации, например совершении казни, публичных экзекуциях и др. disaster (бедствие) tour, можно отнести к этой категории. Вот только возникает вопрос: нормальные ли мы люди или обычные циники? Можно ли из трагедии делать рекламу? Американские «учителя» считают, что можно, и поэтому еще не прошло 40 дней после 11 сентября 2001 г., а они уже продавали куски бетона разрушенных зданий, фотографировались на память после рассказа гида. Людская боль работает на доллар. Являются ли прыжки вниз головой (банджи-джампинг) для собственного удовлетворения [3] нормальным явлениям? И если последнее вводится в ранг отдыха, то не пора ли нам понять, что такая форма рекреации может привести нас к воротам, над которыми будет висеть трагическая надпись – «Каждому свое».

Тем более непонятным является стремление некоторых туристских фирм получить дивиденды с трагедии украинского народа. Конечно, можно удовлетворить просьбу, допустим, японских туристов, и за небольшую плату, всего в 500–600 американских долларов разрешить им инкогнито пролететь над четвертым энергоблоком Чернобыльской АЭС и сфотографировать его на память. Как говорил римский император Веспасиан, «non olet pekunia» – «деньги не пахнут»: прибыль – туристской фирме, реклама – Украине! Но тогда такой экстремальный туризм с эксклюзивными авиа- или вертолетными турами ставит перед нами вопрос о простой человеческой морали. В этой связи небезынтересно будет вспомнить, что через 13 лет после окончания Второй мировой войны в бельгийской столице Брюсселе открылась Всемирная выставка ЭКСПО-58 – город из 200 павильонов, не считая ресторанов и кафе. Целью экспозиций, которые выставили 39 стран мира, был рассказ о том, к чему стремятся люди, чего хочет человече-

ство, каков завтрашний день мира. Мировую общественность поразили два экспоната: советский спутник ИСЗ-1 и небольшая записная книжка во французском павильоне, покрытая прозрачным защитным колпаком – это была записная книжка Марии Кюри-Складовской – единственного человека в истории, дважды удостоенного Нобелевской премии по физике и химии. Около этих экспонатов люди подолгу стояли в молчании, отдавая дань уважения героизму и научному подвигу народу страны Советов и «гордой полячке» с французским подданством. Рядом с ее книжкой стоял счетчик Гейгера – 24 года прошло со дня кончины Мари Кюри и почти 60 лет с того момента, как ею была сделана последняя запись в этой книжке, а счетчик неумолимо фиксировал количество частиц, испускаемых радием.

Реклама – двигатель не только прогресса и торговли, но и туризма. Обращение к сексуальному инстинкту – одно из основ современной рекламы, и туристская журналистика старается не отставать от «моды». (Пример тому «Навигатор Крым» [4]). Репортажи о фестивалях геев, лесбиянок и трансвеститов сменяются рассказами об улицах и кварталах красных фонарей, а пикантные фото нудистских пляжей чередуются с эротическими съемками для журнала «Playboy» или просто пейзажами, на фоне которых во всей своей неприкрытой красе предстают перед читательскими очами мулатки и креолки. Да, в человеке все должно быть прекрасным: и душа, и тело. Только что-то душа наша стала больно широкой на «эротическом» фоне – от журнала «GEO» [5] до «Путешественника» [6–12] и «Вояжа» [13–16], которые стали очень заботиться о развитии «SEX-туров с древнейших времен до наших дней» в таких странах мира, как Греция, Таиланд, Нидерланды, Хорватия, Шри-Ланка, Малайзия, США, Бразилия, Мексика и др. Здесь было бы уместно вспомнить о Глобальном этическом кодексе туризма (ст. 2. Туризм – фактор индивидуального и коллективного совершенствования, п. 3), который гласит: «Эксплуатация человека во всех ее формах, особенно по отношению к детям, противоречит основным целям туризма и является отрицанием туризма и в этой связи, в соответствии с международным правом, должна категорически преследоваться в сотрудничестве всех заинтересованных государств в соответствии с национальным законодательством».

Если говорить о распространении этических ценностей, общих для человечества, то допустимо ли для стран, членов Всемирной туристской организации, нарушать принципы Глобального этического кодекса туризма, принятого 1 октября 1999 г. на XIII Генеральной ассамблее в г. Сантьяго (Чили)? В назидание потомкам великий Сократ когда-то воскликнул: «Избегнуть смерти нетрудно, афиняне, а вот что гораздо труднее – это избегнуть испорченности: она настигает стремительней смерти» [17].

Эстетика подчиняется этике. Ханжество характерно для интеллектуальных импотентов. Вот почему хотелось бы, чтобы Амстердам, Гамбург, Париж, Сингапур, Бангкок, Токио или Лондон знакомили нас с эротической культурой, а не с порнографическим натурализмом, чтобы термин «туризм» ассоциировался у нас с социальным явлением, которое воспитывает этическое понимание достижений мировой культуры.

Проблемы, затрагиваемые в этой статье, становятся особенно актуальными в свете решения Министерства образования и науки о введении нового направления подготовки специалистов – 0504 «Туризм». Необходимо уже сейчас при утверждении новых учебных планов и программ думать о том, какое восприятие понятия «туризм» будет у обучающихся в вузах и у молодых специалистов Украины, какими методами они будут развивать индустрию туризма своей страны для повышения рейтинга Украины в международном туристском сообществе.

Литература

1. Гаврилов А. И. Туризм сегодня, перспективы развития // Туристские фирмы. Выпуск 20. – СПб.: Невский фонд, 2000. – 304 с.

2. Биржакова М. В. Введение в туризм. – СПб.: Издательский дом «Герда», 2001. – 320 с.

3. Стомахин И. Полный улет // Вояж и отдых. – 2002. – № 4. – С. 62–65.

4. Навигатор Крым: путеводитель. Вып. 2002 г. – Симферополь: И. А. «КЭЛКОМ», 2002. – 76 с.: ил.

5. Новая эра вечной любви (секс-любовь в новых декорациях) // GEO. – 2001. – № 12 (декабрь). – С. 74–120.

6. Публичный дом для женщин // Путешественник. – 1996. – № 1.

7. Sex-туры: с древности до наших дней // Путешественник. – 1997. – № 2(6). – С. 148–150.

8. Sex-туры: с древности до наших дней. Красные фонари // Путешественник. – 1997. – № 3(7). – С. 108–117.

9. Sex-туры: с древности до наших дней // Путешественник. – 1997. – № 4(8). – С. 118–121.

10. Горычев М. Sex-туры: с древности до наших дней. Розовые и голубые // Путешественник. – 1997. – № 9. – С. 120–125.

11. Sex-гид по Средиземноморью // Путешественник. – 1998. – № 15. – С. 104–105.
12. Горычев М. Парад любви (Фоторепортаж, Гаврилова И.) // Путешественник. – 1998. – № 16. – С. 48–54.
13. Ночная жизнь // Вояж. – 1999. – Апрель. – С. 48–52.
14. Ланге А. Модели снимают все // Вояж. – 2001. – Март. – С. 88–93.
15. Зуенко Е. Помпеи – город борделей // Вояж. – 2001. – Апрель. – С. 80–84.
16. Куракин С. Ямайский коктейль // Вояж. – 2002. – Октябрь. – С. 48–59.
17. Этическая мысль: научно-публиц. чтения / Редкол.: А. А. Гусейков и др. – М.: Политиздат, 1990. – 480 с.

ПРОБЛЕМЫ ПОДГОТОВКИ КАДРОВ В РЕКРЕАЦИОННОЙ СФЕРЕ

В. В. Абрамов, Н. Н. Влащенко
Харьковская национальная академия городского хозяйства, г. Харьков, Украина

На сегодняшний день индустрия отдыха и туризма оказывает значительное влияние на формирование валового национального и регионального продукта, бюджета государства и территории, на сокращение безработицы, балансирование валютных платежей и т. д. Но прежде чем оно начнет проявляться, необходимо включить этот сектор народного хозяйства в процесс развития экономики страны и региона, т. е. предпринять определенные меры по его планированию, поддержке и стимулированию.

Успешное развитие рекреационной сферы невозможно без привлечения квалифицированных кадров: сотрудников туристских фирм, обслуживающего персонала индустрии гостеприимства, санаторно-курортного комплекса. Именно взаимодействие с персоналом в процессе оказания туристских услуг оказывает определяющее влияние на восприятие качества обслуживания, которое на всем постсоветском пространстве остается крайне низким, что не позволяет конкурировать отечественным курортам с зарубежными. В связи с этим вопрос подготовки кадров в сфере рекреации и туризма остается весьма актуальным.

Формирование и концентрация кадрового потенциала в определенной сфере деятельности не происходит спонтанно, данный процесс всегда регулировался на государственном уровне. В связи с вышесказанным необходимо проследить соответствующие изменения в управлении туристской сферой Украины.

В Украине времен независимости наблюдаются постоянные реорганизации ведомства, обеспечивающего государственное регулирование туристской деятельностью. С ноября 1992 г. начала полноценно работать соответствующая структура – Государственный комитет Украины по туризму, непосредственно подчиненный Кабмину. Работа Госкомтуризма способствовала определенному наведению порядка в отрасли. В частности, в значительной степени вывели из «тени» деятельность турфирм, существенно уменьшилось количество случаев мошенничества во время организации путешествий за границу, расширился ассортимент и улучшилось качество услуг. Но имели место и справедливые нарекания по поводу ненадлежащего выполнения или невыполнения вообще поставленных перед Госкомтуризмом задач.

Впрочем, его ликвидация в 1999 г. и образование единого Государственного комитета молодежной политики, спорта и туризма на базе трех государственных комитетов тоже не принесли желаемого результата. Дальнейшая практика доказала: подобная политика была ошибочной – полностью дотационные молодежная и физкультурно-спортивная сферы отодвинули туристскую отрасль на третий план. Это произошло как на центральном, так и на региональном уровне. Суммарные показатели туристской отрасли в 1999–2000 гг. были худшими за все годы независимости (даже по сравнению с 1998 г., когда туризм понес значительные потери вследствие финансового кризиса).

Результатом осознания проблем, возникших в украинском туризме, стала реорганизация упомянутого выше комитета (ноябрь 2001 г.) и создание Государственного департамента по туризму. И, наконец, в апреле 2002-го указом президента Украины была создана Государственная туристская администрация Украины, что свидетельствовало об активизации политики государства в отношении поддержки развития туризма, создания новых механизмов продвижения качественного национального турпродукта. Как результат, в 2002 г. была принята Государственная программа развития туризма на 2002–2010 гг. Ее основная цель – усиление позиций Украины на международном туристском рынке, привлечение внимания мирового сообщества к украинскому турпродукту, увеличение поступлений в госбюджет. На основе это-

го программного документа принят и ряд региональных программ развития отдельных туристских центров.

За последние годы произошли изменения в национальном законодательстве по регулированию инвестиционной деятельности, функционированию туристских предприятий и организаций, гостиничного бизнеса. Принята новая редакция закона Украины «О туризме». При активном участии главы Гостурадминистрации В. И. Цыбуха туристская отрасль структурирована на законодательном и правовом уровне. В стране создана государственная вертикаль управления туризмом на уровне областей, а в отдельных регионах – и в районном звене. В октябре 2004-го по рекомендации Европейской туристской комиссии было принято решение о привлечении иностранных инвестиций в гостиничную индустрию Украины. Отменен дискриминационный гостиничный сбор, предоставлена возможность инвестировать путем концессионной деятельности в процессе строительства и эксплуатации туристских объектов, устанавливать равные цены и тарифы на услуги, предоставляемые как украинцам, так и иностранцам. Разрабатывается нормативная база для инвентаризации ресурсов туристско-рекреационной сферы и развития сельского туризма.

Министерство образования и науки Украины вместе с Гостурадминистрацией и Ассоциацией учебных заведений Украины туристского и гостиничного профиля, в которую входят 75 учебных заведений, впервые в Украине инициировали и ввели отдельное направление по подготовке специалистов – «Туризм»; также разработан и зарегистрирован в Минюсте отраслевой стандарт высшего образования по этому направлению. Сегодня кадры для туризма и гостиничного хозяйства в Украине готовят около 130 учебных заведений.

И вот очередной поворот реорганизации: в апреле 2005 г. указом президента Украины создано Министерство культуры и туризма. В целом это положительное явление, если исходить из необходимости консолидировать усилия в сфере туризма на новом этапе развития государства. Но для дальнейшего постоянного развития туристской отрасли нужна стабильность, научная прогнозируемость, предсказуемость. Ведь если за последние 15 лет орган государственного управления этой сферой претерпел в общем девять (!) реорганизаций, то о каких иностранных инвестициях может идти речь?

Необходимо, чтобы новый орган исполнительной власти в сфере туризма был сильной структурой в системе министерства и весомо влиял на государственное регулирование индустрии туризма. Для этого он должен иметь в структуре министерства отдельный бюджет, соответствующие полномочия, собственную коллегию, в состав которой будут входить настоящие профессионалы.

К сожалению, на сегодняшний день Украина существенно ограничена в своих возможностях в плане средств презентации и продвижения своего турпродукта на международном рынке, изготовления рекламно-информационных материалов. За счет постоянного урезания государственного бюджета на развитие туристской отрасли наша страна не имеет возможности активно сотрудничать с международными туристскими организациями, принимать участие в проводимых ими форумах, конференциях, симпозиумах. Это приводит к снижению положительного имиджа государства в мировом туристском сообществе, к уменьшению количества заключенных контрактов, потере завоеванных позиций на международном рынке.

В связи с вышесказанным следует вывод: данная отрасль становится менее привлекательной для персонала рекреационной сферы из-за отсутствия стабильности трудоустройства, в связи с высокими требованиями к качеству реализуемых услуг и низкой их оплатой. С каждым днем все сложнее функционировать малым туристским предприятиям по причине несовершенства отечественного законодательства. Как следствие, у производительных сил различных уровней пропадает мотивация получения образования в сфере гостиничного хозяйства и туризма. Набор и выпуск специалистов данной сферы в Украине не сокращается лишь по причине того, что выпускники соответствующих специальностей имеют право осуществления любой экономической деятельности, трудоустройства на должность экономиста, менеджера или бухгалтера в любой другой отрасли народного хозяйства.

Аналогичная ситуация складывается и в курортных регионах. Украина, располагая большим разнообразием природных лечебных факторов, всегда занимала передовые позиции среди республик бывшего Союза как по разнообразию форм организации, так и по обеспечению населения санаторно-курортной помощью. Постоянно расширялся спектр и объемы разнообразных организационных форм курортного дела (только для детей функционировало 13,9 койки на 10 тыс. детского населения) [1].

Крымский рекреационный регион – наиболее популярный в Украине и всемирно известный санаторно-курортный и оздоровительный центр. Он по-прежнему занимает одно из ведущих

мест в Украине по числу санаторно-курортных учреждений, их численность в настоящее время составляет 12 % общего количества по Украине, что позволяет обслуживать в Крыму свыше четверти всех отдыхающих в нашем государстве. Однако переход на рыночные условия хозяйствования оставил свой отпечаток на рекреационном комплексе нашей страны, в том числе и на Крымском регионе.

Резкое падение платежеспособного спроса населения, недоступность услуг курортного лечения привело к сокращению количеству здравниц, их банкротству и, как следствие, продаже и переходу значительной части из них в частную собственность.

Анализируя основные показатели здравоохранения (табл. 1), необходимо отметить негативные изменения практически во всех показателях.

Так, за исследуемый период темп снижения количества врачей всех специальностей составил 4,5 %, среднего медицинского персонала – 7,2 %, количества больничных учреждений – 16,1 %, количества больничных коек – 7,3 %. Исключение составляют врачебные амбулаторно-поликлинические учреждения, количество которых за период с 1999 по 2005 г. увеличилось на 6 единиц, или на 2,1 % [3]. Полученные результаты являются следствием социально-экономического кризиса, отсутствия координации и четкого контроля со стороны государственных руководителей, что привело к размытости официальной курортной стратегии.

Сокращение численности штатных сотрудников рекреационного комплекса порождает проблему обеспеченности данной сферы квалифицированными кадрами. В период с 2002 по 2006 г. количество штатных сотрудников, работающих в рекреационной сфере Крыма, сократилось на 11,6 % (см. рисунок).

Данная тенденция объясняется переходом значительной части специалистов, задействованных в рекреационной сфере, в другие сферы бизнеса, где они в полной мере смогут реализовать себя (торговля, частная коммерция и т. д.). Существенным фактором, влияющим на перераспределение производительных сил, является задолженность по заработной плате (табл. 2). При этом сумма задолженности в расчете на одного штатного сотрудника составляет 1977,02 грн.

Существующая ситуация осложняется фактором сезонности, вследствие которого в период межсезонья происходит высвобождение 80 % обслуживающего персонала, в связи с чем у них отсутствует мотивация повышения своей квалификации, получения образования. На сегодняшний день лишь только четвертая часть персонала, задействованного в рекреационной сфере Крымского региона, имеет высшее образование, несмотря на относительную его доступность.

В последнее время рынок лечебно-оздоровительного туризма претерпевает изменения. Традиционные курорты перестают быть местом лечения и отдыха лиц третьего возраста и становятся полифункциональными оздоровительными центрами, рассчитанными на широкий круг потребителей.

Современные трансформации курортных центров обусловлены, прежде всего, изменением характера спроса на лечебно-оздоровительные услуги. В моду входит здоровый образ жизни, и во всем мире растет число людей, которые хотят поддерживать хорошую физическую форму и нуждаются в восстановительных программах. В основном это люди среднего возраста, предпочитающие активный отдых и часто ограниченные во времени. По мнению многих экспертов [6, 7], потребители такого типа будут главными клиентами курортов и гарантами процветания лечебно-оздоровительного туризма в XXI в.

Значительное место в научных исследованиях занимает разработка принципа предоставления лечебно-оздоровительных услуг, ориентированных на различные группы профессий населения. При этом используются традиционные и новые, основанные на компьютерной диагностике, методы оценки иммунорезистентности, уровня здоровья и его улучшения как у детей, так и у взрослых в процессе пребывания в санаторно-курортных учреждениях. Новым подходом является обоснование и разработка структурно-графологических схем оздоровления с полным расчетом количества и последовательности лечебных процедур во временном и стоимостном их выражении для различных групп, включая семейный отдых, что позволяет оперативно решать вопросы оздоровления при различных сроках пребывания на курортах.

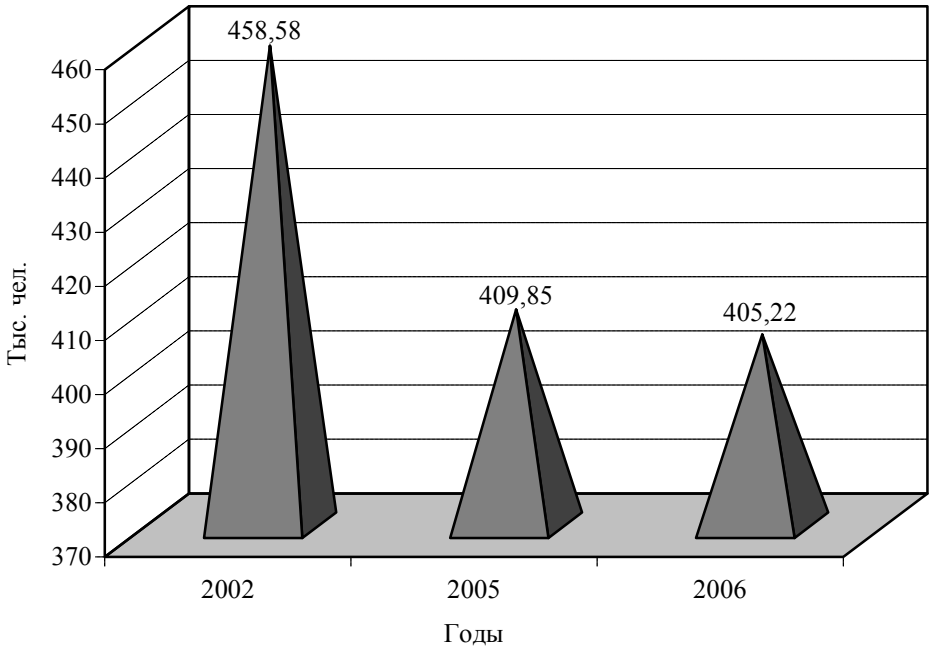
Рынок оздоровительных услуг характеризуется увеличением количества рекреантов с укороченными сроками пребывания, что предопределяет расширение дополнительных услуг. В мировой практике считается, что санаторно-курортное учреждение оказывает основные и дополнительные услуги в соотношении 40:60 (в России такое соотношение составляет 80:20) [8].

Комплекс дополнительных услуг является расширением видов деятельности, предоставляемых платных услуг, привлечения других потребителей, реально увеличивает доходы предприятия и является одним из сглаживающих факторов сезонности. Таким образом, выбор оптимальной производственной программы возможен посредством изучения спроса потребителей,

Таблица 1

Основные показатели здравоохранения (по данным [2])

Показатель	1999 г.	2000 г.	2001 г.	2002 г.	2003 г.	2004 г.	2005 г.
Численность врачей всех специальностей, тыс.	11,2	11,0	11,0	10,9	10,8	10,8	10,7
Численность среднего медицинского персонала, тыс.	23,6	23,1	22,9	22,9	22,9	22,9	21,9
Количество больничных учреждений, ед.	112	113	113	107	105	97	94
Количество больничных коек, тыс.	19,3	19,2	19,2	19,1	18,8	18,4	17,9
Количество врачебных амбулаторно-поликлинических учреждений	280	282	284	287	291	288	286



Динамика численности штатных сотрудников, задействованных в рекреационной сфере [4]

их платежеспособности. Эти факторы учитывают внешнюю информацию и формируют «портфель услуг» санаторно-курортного предприятия.

Появление новых функций и задач в управлении предполагает совершенствование организационной структуры управления на уровне курортных предприятий. Появляется необходимость введения новых служб (коммерческой, финансовой, маркетинговой) или наделения полномочиями уже существующих в структуре управления рекреационного предприятия. Вместе с тем следует отметить, что современная рыночная экономика предъявляет к специалистам курортного дела новые требования как по совершенствованию производства лечебно-оздоровительных и дополнительных услуг и особенно уровня их сервиса, так и по внедрению новых схем продвижения санаторно-курортного продукта на отечественном и международном рынках.

Не меньшее значение на современном этапе реформирования отрасли отводится профессиональной подготовке, переподготовке и усовершенствованию всех категорий руководителей и специалистов курортного дела. Доходность рекреационных предприятий определяется качеством обслуживания, а следовательно, и уровнем профессионального мастерства. Исследование регионального санаторно-курортного комплекса выявило несколько проблем, главные из которых – это недостаточное число специалистов среднего профессионального образования и имеющих высшее образование не по профилю туристской деятельности, для кото-

Таблица 2

Задолженность по заработной плате сотрудникам учреждений санаторно-курортного, гостиничного и туристского комплекса [4]

Показатель	Задолженность по заработной плате по состоянию на		Темп роста (снижения) по отношению к 2005, %
	1 октября 2005 г., тыс. грн.	1 октября 2006 г., тыс. грн.	
По всем видам деятельности, в т. ч.:	46623,4	52505,7	112,6
В санаторно-курортных учреждениях, гостиницах, учреждениях отдыха и туризма, из них:	276,6	362,6	131,1
Санаторно-курортные учреждения	30,6	39,3	128,4
Гостиницы	–	–	–
Другие учреждения для кратковременного размещения	–	–	–
Туристские агентства и бюро путешествий	62,6	19,1	30,5

рых необходимо повышение квалификации в области гостиничного, курортного и туристского бизнеса.

Профессиональная подготовка должна включать традиционные программы усовершенствования специалистов всех уровней и медицинских кадров, работающих в санаторно-курортной отрасли, а также их сертификацию и аттестацию. Целевая переподготовка руководителей и специалистов всех звеньев курортной отрасли страны предполагает овладение современным набором профессиональных, правовых, экономических и других специальных знаний, необходимых для удовлетворения потребностей всех отдыхающих на отечественных курортах.

В России имеется опыт качественной подготовки медицинских кадров. Для повышения квалификации, сертификации и аттестации медицинских кадров, работающих в санаторно-курортных учреждениях, создана оптимальная комплексная система сертификации и аттестации специалистов курортной медицины, позволяющая врачам и среднему медицинскому персоналу проходить усовершенствование, которое завершается сертификационным экзаменом и аттестацией на получение категории специалиста. Образовательные программы для этой категории слушателей учитывают специфику курортной медицины и включают последние достижения отечественной и зарубежной науки, направленные на оздоровление отдыхающих [5].

В Украине система повышения квалификации медицинского персонала, задействованного в санаторно-курортных учреждениях, размещается на базе медицинских институтов, в том числе на базе их филиалов, размещенных с этой целью в соответствующих курортных местностях. Подготовка и повышение квалификации персонала гостиничной и туристской сферы проводится на базе вузов, имеющих кафедры с соответствующей специализацией. Аналогичная практика существует и за рубежом: подготовка гостиничного персонала в школах и институтах гостеприимства, а медицинского персонала – в медицинских вузах.

В Федеральной программе развития курортов в России был поставлен вопрос о подготовке специалистов для санаторно-курортной индустрии. С этой целью должны быть организованы факультеты менеджмента санаторно-курортного дела в туристских вузах или специальные вузы, где бы готовили управленцев высшего звена и менеджеров для санаторно-курортных учреждений и турфирм, специализирующихся на разработке и продаже лечебных туров. Все это должно учитываться при планировании в системе образовательных услуг программ подготовки, переподготовки кадров данных специальностей, их востребованности и конкурентоспособности на рынке труда [5].

Подводя итоги по данной проблеме, необходимо отметить, что персонал, задействованный в рекреационной сфере, будет заинтересован в получении профильного образования только в том случае, если профессия будет способствовать повышению оплаты труда, продвижению по служебной лестнице, а главное стабильности трудоустройства, что отсутствует, к сожалению, на сегодняшний день. В свою очередь данный круг проблем возможно будет решить при разработке региональных программ развития курортов при поддержке Министерства культуры и туризма Украины.

Литература

1. Дриневский Н. П. К концепции развития санаторно-курортного дела в Украине // Медицинская реабилитация, курортология и физиотерапия. – 2002. – № 3 (31). – С. 39–42.
2. http://crimeastat.sf.ukrtel.net – Сайт Главного управления статистики в АР Крым.
3. Влащенко Н. Н. Анализ тенденций и перспектив развития санаторно-курортного комплекса Крымского региона // Коммунальное хозяйство городов: науч.-техн. сб. Вып. 73. – К.: Техника, 2006. – С. 398–403.
4. Санаторно-курортне лікування, організований відпочинок та туризм в АР Крим у 2005/2006 році: Статистичний збірник. – Симферополь, 2006. – 111 с.
5. Донскова Л. И. Рекреационный комплекс в условиях рынка: учеб. пособие / Алт. гос. техн. ун-т им. И. И. Ползунова. – Барнаул: Изд-во АлтГТУ, 2004. – 175 с.
6. Быков А. Т., Фетисова Ю. Г. Методика и организация технологии выбора оптимальных организационно-правовых форм собственности коллектива здравниц семейного отдыха и лечения пациентов в современных условиях. – Сочи: ЧРЦСМ, 1995. – 215 с.
7. Быков А. Т., Кветенадзе Л. А. Совершенствование управления организациями и предприятиями курортно-туристского комплекса // Труды Академии туризма. Вып. 3. – СПб., 2000. – С. 43.
8. Ветитнев А. М. Некоторые особенности маркетинга СКУ // Маркетинг. – 1997. – № 6. – С. 12.

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И МЕТОДИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ПРОВЕДЕНИЯ ЗАРУБЕЖНОЙ ПРАКТИКИ СТУДЕНТОВ, ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО СПЕЦИАЛЬНОСТИ «ТУРИЗМ»

Е. В. Аигина, *научный сотрудник*
К. В. Кружалин, *канд. геогр. наук, доцент*
Географический факультет МГУ им. М. В. Ломоносова

Исключительная важность практической подготовки специалистов в сфере туризма требует серьезного научного подхода к организации и проведению учебных и производственных практик студентов. Особое место в этом процессе занимает зарубежная практика студентов 2 курса, которая закрепляет и конкретизирует знания, полученные студентами как в рамках естественнонаучных и гуманитарных курсов, так и в рамках специальных дисциплин по основам туризма и рекреации. На географическом факультете МГУ накоплен значительный опыт проведения зарубежных учебных практик для студентов различных специализаций, однако реализуемая в настоящее время на кафедре рекреационной географии и туризма подготовка студентов по специальности 100201 «Туризм» требует существенного изменения принципов ее организации и содержания выполняемых в ходе практики работ.

В первую очередь зарубежная практика является логическим завершением интегрального курса «География», читаемого студентам на протяжении трех семестров преподавателями факультета – специалистами по разным направлениям географической науки. В соответствии с утвержденной программой в рамках данного курса студенты получают знания по физической, социально-экономической географии и страноведению, а также по туристскому ресурсоведению как составной части комплексного страноведения, которые затем могут реализовать в ходе практики на примере конкретной страны. Важной составной частью курса (а следовательно, и учебной практики) является раздел, посвященный географии туризма, дающий характеристику туристских центров и регионов мира, основных видов туризма, а также особенностей и тенденций формирования международных туристских потоков. Для более полной характеристики ресурсного потенциала страны студенты пользуются также знаниями, полученными в рамках курсов по всемирной и отечественной истории, культурологии и религиоведению. В результате создается комплексная страноведческая характеристика страны с выделением условий и предпосылок для организации и развития туризма на ее территории. Классический, «хрестоматийный» характер выполняемой работы позволяет четко отработать поставленные задачи и наиболее полно реализовать полученные студентами общепрофессиональные знания.

Другой, не менее важной частью выполняемых на практике задач, является применение студентами специальных знаний, полученных в рамках курсов по туристской проблематике: например по экономике и истории туризма, маркетингу, рекламе, психологическим аспектам туристской деятельности. Использование таких знаний существенно отличает практику студентов

по специальности «Туризм» от традиционной страноведческой практики. Вместе с тем включение таких элементов в круг исследуемых в ходе учебной практики вопросов придает ей проблемный характер, позволяет более ярко увидеть и объяснить специфику развития туристской отрасли в выбранной стране.

Третий существенный момент, характеризующий зарубежную практику по специальности «Туризм», – это прикладной характер исследований в сфере туризма, выражающийся в изучении опыта работы туристических компаний по данному направлению, определении наиболее популярных туристских маршрутов, районов и центров, в анализе формирования национального турпродукта и методов его продвижения на мировом туристском рынке. Знакомство с работой различных предприятий туриндустрии на конкретном направлении в реальных условиях рынка позволяет приобрести ценный практический опыт, который пригодится студентам в будущей самостоятельной работе.

Таким образом, основной целью зарубежной практики является закрепление знаний, полученных студентами в рамках теоретических курсов, и их применение для изучения развития туризма как отрасли в целом в рамках отдельной страны.

В соответствии с традиционной методикой проведения полевых исследований зарубежная практика состоит из трех этапов:

- подготовительный этап;
- этап полевых работ;
- этап камеральных работ.

Подготовительный этап зарубежной практики имеет особое значение, поскольку в ходе этого этапа формируется маршрут, определяются основные задачи и объекты показа. В ходе подготовительного этапа студенты получают задания и занимаются сбором и анализом информации по определенной тематике, связанной с общей характеристикой выбранной для поездки страны, оценкой ее туристско-рекреационного потенциала. Рефераты, которые пишут студенты, посвящены страноведческой характеристике выбранной страны, ее природным и культурно-историческим ресурсам, истории развития туризма в стране, описанию основных туристских центров и районов. При написании рефератов используются самые разнообразные источники, от энциклопедий, учебников и монографий до путеводителей, включая, безусловно, ресурсы Интернета. В ходе данного этапа у студентов формируется представление о потенциальных возможностях развития туризма в стране. Основные результаты выполненной работы студенты докладывают на проводимых в подготовительный этап семинарских занятиях.

Исключительно важное значение на подготовительном этапе имеют встречи с представителями национальной туристской администрации выбранной страны, которые дают представление о государственной политике страны в сфере туризма и ее туристском предложении. Студенты подробно изучают сайты национальной и региональных туристских организаций, которые с каждым годом становятся все более и более информативными и структурированными, многочисленные образцы рекламной продукции, а также обрабатывают материалы национальной статистики и данные Всемирной туристской организации.

Особо стоит отметить необходимость контактов с представителями крупнейших российских туроператоров по выбранному направлению, ведь именно они имеют наиболее полную информацию о соответствующем туристском спросе. В целом желательно оформление поездки студентов на практику в сотрудничестве с такими турфирмами, поскольку в ходе этой работы студенты имеют возможность познакомиться с особенностями туристских формальностей и визового режима страны, правилами оформления документации и другими тонкостями работы туристского предприятия по данному направлению, а также услышать точку зрения специалиста-практика.

Зарубежная практика развивает и закрепляет принципы учебно-ознакомительной практики 1 курса, в ходе которой студенты получают представление о факторах, определяющих систему туристского спроса и туристского предложения, о взаимодействии предприятий туриндустрии страны как компонентов единой системы, а также знакомятся с методами и приемами полевых исследований, сбора и обработки информации и другими навыками практической работы [2].

Что касается полевого этапа работ, то, на наш взгляд, оптимальной является поездка продолжительностью 10–12 дней (без учета дороги). Это позволяет сделать маршрут достаточно насыщенным, но в то же время не перегрузить студентов информацией и впечатлениями.

В ходе зарубежных практик могут использоваться разные принципы построения маршрута: однодневные радиальные выезды при постоянном базировании в 1–2 местах (например, в сто-

лице или в крупнейшем курортном районе) или кольцевые маршруты, в ходе которых посещаются все основные туристские центры выбранной страны. Это определяется спецификой территории, транспортными возможностями и другими факторами.

Выбор страны проведения практики, безусловно, очень важен. На наш взгляд, особый интерес в современных условиях представляют страны, находящиеся на пути перехода к рыночной экономике, в частности, страны Центрально-Восточной Европы. Именно в этих странах идет трансформация всей индустрии туризма – ее практически полная приватизация, продвижение нового туристского продукта и нового имиджа стран, формирование новых туристских центров и новых туристских потоков – но в то же время продолжается использование имеющихся туристских объектов, сохраняются старые связи, в том числе и с Россией. Изучение опыта и проблем развития туризма, развитие контактов с учеными и специалистами туриндустрии этих стран имеет большое значение для понимания аналогичных процессов, происходящих в нашей стране. Но в целом любая страна, в которой идет развитие туризма, может стать интересным объектом для проведения учебной практики студентов.

Если рассматривать маршрут практики с точки зрения его содержания, то необходимо отметить, что в него включаются как объекты, характеризующие природные и культурно-исторические ресурсы туризма, так и предприятия туристской инфраструктуры, гостиничного хозяйства, индустрии развлечений и др. Посещение наиболее известных достопримечательностей (памятников природы, истории и культуры страны, в том числе объектов, внесенных в Список Всемирного наследия ЮНЕСКО) и наиболее популярных туристских маршрутов очень важно, но этим изучение развития туризма не ограничивается. Необходимо знакомство с устройством и функционированием туристских центров и районов разной специализации (в которых получили развитие разные виды туризма, причем часто одновременно), в том числе посещение гостиниц разных категорий и других средств размещения, предприятий питания, спа-центров и т. п., а также изучение транспортного обеспечения, работы местных туристских информационных центров, органов управления курортными районами и др. К сожалению, организовать такую работу достаточно сложно, но без нее невозможно получить полное представление о развитии отрасли в целом.

Особое внимание в ходе проведения практики уделяется встречам с учеными-специалистами в области туризма и рекреации из университетов и вузов соответствующих стран, совместная работа с которыми способствует более глубокому пониманию современного состояния и проблем развития туризма, а также обмену опытом по научным разработкам и подготовке кадров для данной отрасли.

Имеются и широкие возможности для самостоятельной работы студентов в полевых условиях. Это ведение дневника практики, в котором отражается содержание всех выполняемых работ, маршрутные наблюдения, а также самостоятельные исследования предлагаемых и потенциально возможных маршрутов и объектов туризма. Интересные результаты может дать проведение социологических опросов туристов и отдыхающих, а также опросы сотрудников, занятых в организации их обслуживания.

Самостоятельные исследования, опросы и контакты с представителями туриндустрии выбранной страны способствуют решению еще одной важной задачи – активизации знания студентами иностранных языков, в том числе профессиональной лексики. Обычно к моменту практики студенты уже достаточно хорошо владеют английским языком и имеют начальные навыки во втором иностранном языке, но именно такие контакты способствуют переходу от пассивного к активному использованию языка и развитию профессиональной коммуникации. Использование знаний иностранных языков необходимо и при работе со статистическими и аналитическими материалами, собранными в ходе практики.

В ходе завершающего практику этапа камеральных работ студенты анализируют полученные в ходе практики данные, составляют карты, готовят графические и иллюстративные материалы и выполняют итоговый отчет. Структура отчета включает раздел с описанием маршрута и работ, проводившихся в ходе полевого этапа практики, выполненную в ходе подготовительного этапа комплексную страноведческую характеристику страны и развития туризма в ней (с коррективами и дополнениями, внесенными после пребывания студентов в стране), а также итоговый раздел, посвященный проблемам развития туризма в выбранной стране.

Последний раздел отчета является наиболее сложным, но в то же время наиболее интересным и важным, поскольку при его написании студенты переходят от простого обобщения фактического материала к самостоятельному научному мышлению и творческому исследованию. Работа над заключительным разделом отчета представляет большой интерес и для преподава-

телей, ведущих практику, так как в каждой конкретной стране есть своя специфика и свои проблемы, изучение которых дает материал для серьезных научных исследований. В качестве примеров вопросов, рассматриваемых в заключительной части отчета, можно отметить проблемы государственно-частного партнерства развития туризма, интеграционных процессов в туризме ряда стран, обеспечения туриндустрии трудовыми ресурсами, вопросы, связанные с диверсификацией видов туристской деятельности в стране и проблемами развития отдельных видов туризма, а также с устойчивым развитием туризма и др.

Защита отчета по зарубежной практике традиционно проводится в сентябре на заседании кафедры. Целесообразно сопровождать отчет презентацией в программе Microsoft PowerPoint и видеоматериалами, которые затем можно использовать в ходе учебного процесса и, например, во время дней «открытых дверей».

Таким образом, проведение зарубежной практики позволяет сочетать фундаментальную научную подготовку специалистов, усиленную языковую подготовку и практические навыки прикладных исследований в области туризма, т. е. все те задачи, на которые делается основной акцент в новом образовательном стандарте подготовки специалистов по специальности «Туризм». Проведение таких практик, несомненно, будет способствовать повышению качества подготовки студентов, обучению их навыкам практической и исследовательской работы и более полному соответствию уровня их подготовки потребностям туристского рынка.

Литература

1. Богданова Л. П., Хохлова Е. Р. Зарубежные учебно-ознакомительные практики как важный компонент профессиональной подготовки специалистов по туризму (из опыта факультета географии и геоэкологии Тверского государственного университета) // Рекреационная география: идеи, методы, практика. – Тверь: Научная книга, 2006. – С. 127–136.

2. Кружалин В. И., Шабалина Н. В. Рекреационно-географическая практика: содержание и роль в подготовке специалистов для индустрии туризма // Рекреационная география: идеи, методы, практика. – Тверь: Научная книга, 2006. – С. 112–126.

ИНФОРМАЦИОННЫЕ МОДЕЛИ ПРОГНОЗА ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ И ЭФФЕКТИВНОСТИ СИСТЕМЫ УРОВНЕВОЙ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ПОДГОТОВКИ СПЕЦИАЛИСТОВ ТУРИСТСКОГО БИЗНЕСА

В. В. Алимов, *канд. воен. наук*
Т. В. Сысоева, *ст. методист учебно-методического управления РМАТ*

Инновационная деятельность в России в настоящее время только начинает получать то теоретическое и практическое развитие, которое способствует преодолению затяжного экономического кризиса, изменению характера, объемов и уровня производства товаров и услуг во всех сферах экономического комплекса, не исключая и динамично развивающуюся отрасль предоставления туристских услуг. Основой развития туристского бизнеса наряду с развитием инфраструктуры туризма, совершенствованием рекреационных систем, несомненно, являются новые информационные технологии, поэтому следует совершенствовать подходы к развитию информационного пространства, компетенции специалистов в условиях динамичного развития рынка информационных продуктов и услуг.

Отсутствие профессиональных знаний, в том числе в области экономики и управления, у предпринимателей снижает эффективность работы предприятий и фирм среднего и малого предпринимательства, к которым относятся в том числе организации туристского бизнеса.

Совершенствование информационной поддержки туристского бизнеса также лежит в одном русле с проблемой качества подготовки предпринимателей. Современные руководители, менеджеры и персонал туристских организаций должны в совершенстве владеть методами оценки совокупных характеристик свойств, предоставляемого ими туристского продукта, с помощью которых наиболее полно удовлетворять возрастающие потребности людей и обеспечить динамичное развитие отрасли. Создание оптимальной системы уровневой экономической подготовки возможно только лишь на основе разработанной теории образования и в результате комплексного моделирования всей системы.

1. Разработка концептуальных основ и комплексной модели организации экономической и управленческой подготовки специалистов туристского бизнеса

Существующая система не является рациональной, отсутствуют методы ее диагностики. На сегодняшний день отсутствует научно обоснованный механизм ее совершенствования.

Процесс образования, как и любой другой социальный, технический, экономический и интеллектуальный процесс, должен строиться на научной основе с соблюдением закономерностей и принципов [1]. Поэтому для формирования теоретических положений необходимо определить закономерности и принципы, на которых должна строиться перспективная система подготовки и функционировать образовательный процесс. Эти закономерности можно сформулировать следующим образом (рис. 1). Только с соблюдением этих закономерностей и принципов система экономической подготовки специалистов туристского бизнеса может быть приведена в оптимальное состояние.

В этой связи представляется целесообразным разработать и обосновать концептуальные основы экономической подготовки специалистов туристского бизнеса как систему моделей, методов и этапов деятельности менеджмента образовательного процесса по созданию на базе существующей системы рациональной подготовки, а также функционирования и управления этой системой [2].

Таким образом, необходимо провести комплексное моделирование системы подготовки в целях выработки направлений перехода от существующей системы к абсолютно новой и оптимальной по структуре и содержанию системе подготовки. Для ее описания и осмысления можно воспользоваться символами математики и математической логики, т. е. произвести ее формализацию.

Представим комплексную модель (Мкомп) как результат взаимодействия шести компонентов в виде кортежа:

$$Мкомп = < Мпрог, Мспец, Мм, Мфункц, Мструк, Мупр >,$$

где Мкомп – комплексная модель организации экономической подготовки специалистов туристского бизнеса; Мпрог – модель прогноза развития направлений экономической подготовки специалистов туристского бизнеса на среднесрочную перспективу; Мспец – обобщенная модель специалиста; Мм – обобщенная модель менеджмента образовательного процесса; Мфункц – модель функционирования специалиста; Мструк – структурная модель циклической экономической подготовки специалистов туристского бизнеса; Мупр – модель управления процессом функционирования и рационализации системы подготовки, а также учебно-методических мероприятий.

Проведение декомпозиции составляющих частей комплексной модели позволяет приступить к основному этапу ее построения – параметризации, т. е. к оценке величин частных составляющих каждой из моделей и параметрического контроля качества всей комплексной модели [3]. Выявленные на предварительном этапе анализа исследуемого процесса образования параметры моделей численно или квалиметрически оцениваются по данным имеющихся статистических наблюдений (экспертного опроса, экспериментальных данных и др.) [4]. На этой основе можно производить различные операции над моделью или ее частями, например дать сравнительную оценку эффективности предлагаемой и существующей образовательных систем. При квалиметрической оценке необходима также сравнительная оценка с эталонной (базовой) системой.

Функция комплексной модели, в конечном счете, состоит в том, чтобы служить основой прогнозирования. Для совершенствования процесса экономической подготовки специалистов туристского бизнеса этот принцип важен тем, что процесс обучения обладает повышенной динамичностью ориентации – необходимостью проецировать свои действия на будущие состояния, поскольку экономическое образование – это подготовка субъекта обучения к будущей деятельности. Известно, что моделирование любого образовательного процесса невозможно без глубокого изучения деятельности будущего специалиста. Поэтому построение рациональной модели экономической подготовки специалистов туристского бизнеса должно начинаться с модели прогноза развития направлений подготовки на определенную перспективу (Мпрог) исходя из направлений развития экономики отрасли в целом. В конечном итоге цель данной модели – определить в общем виде направления подготовки обучающихся.

На основе этой модели представляется возможным синтезировать две другие равнозначные по цели: обобщенные модели специалиста (Мспец) и образовательного менеджмента (Мм). Их отличие заключается в том, что целью первой модели является определение функций деятельности, которым необходимо обучить конкретного специалиста, а второй – конкретный образовательный менеджмент, который должен обеспечить качественную подготовку специалистов туристского бизнеса. Принципы построения этих моделей во многом схожи.

Закономерности	Принципы
• Слияние этапов и уровней формального, неформального и информального туристского образования, создание на этой основе «сквозных» программ обучения; • соответствие программ обучения требованиям практики (с учетом прогноза развития); • зависимость образования от корпоративных интересов, экономической безопасности и экономических возможностей; • зависимость от государственной политики в области образования; • зависимость от опережающего развития науки и степени ее проникновения в практику; • усвоение и забывание учебного материала; • целеобразование (формирование целей обучения и их реализация); • самообразование как связующее звено между дискретно идущими ступенями специально организованного обучения; • зависимость от уровня учебно-методического и материально-технического обеспечения, от качества научно-педагогического потенциала	• Приоритет отраслевых интересов и экономического развития при определении содержания образования; • опережение образования практики в области туристского образования; • соответствие научно-педагогического потенциала и материально-технического обеспечения установленному качеству обучения; • адаптивность; • адекватность; • доступность; • добровольность; • знаниецентризм; • интегративность (слияние этапов процесса обучения, его форм и стадий); • информатизация; • мотивация; • непрерывность учебной деятельности; • поступательность; • плановость; • преемственность как необходимое условие достижения поступательности, плановости и интегративности; • поэтапное достижение целей; • персонификация; • формирование вертикальной и горизонтальной структуры; • целостность; • автономность; • единство системы; • «зонтиковая» структура; • междисциплинарная связь; • связь с практикой туризма в экономике и управлении; • актуализация деятельных • способностей; • полная самоокупаемость; • «освежающее» образование; • универсальность; • демократичность; • интердисциплинарность знаний, их качество, комплексная реализация кредитно-модульной системы и комптентностного подхода; • гибкость и разнообразие уровней, содержания, форм, средств и методов, времени и места обучения специалистов туристского бизнеса

Рис. 1. Основные закономерности и принципы экономической организации подготовки специалистов

Следующим важным шагом является определение бюджета учебного времени специалистов туристского бизнеса, исходя из определенного им бюджета рабочего времени. Разрешить эту задачу возможно, синтезировав модель функционирования системы подготовки и профессионального использования специалистов (Мфункц) и определив объем выполняемых ими задач в сфере туристского бизнеса.

Только лишь после определения этих исходных данных можно приступить к синтезу рациональной структурной модели экономической подготовки специалистов туристского бизнеса (Мструкт).

Цель данной модели – разработать рациональную структуру элементов системы, определить основные направления и формы обучения, их последовательность и распределить бюджет учебного времени между ними. В комплексной модели – это центральное и самое важное звено.

Следующим этапом по созданию высоко эффективной системы экономической подготовки является разработка модели управления процессом функционирования и рационализации системы подготовки и учебных мероприятий (Мупр), как системы методов и этапов деятельности образовательного менеджмента по оценке и повышению эффективности как всей системы подготовки, так и отдельных ее элементов [4]. Таким образом, научно-методический аппарат по-

зволяет менеджменту образования осуществлять мониторинг образовательного процесса, влиять на этот процесс посредством внесения изменений в учебные программы, планы подготовки и конкретные учебные мероприятия, а также менять формы, методы обучения и контроля. Только при наличии разработанного научно-методического аппарата образовательный процесс становится управляемым.

2. Синтез модели прогноза развития направлений экономической подготовки специалистов туристского бизнеса на среднесрочную перспективу

Как известно, подготовка управленческих кадров, в частности экономическая подготовка специалистов туристского бизнеса – сложный и дорогостоящий процесс. Его сбалансированность и стабильность – залог хорошего качества подготовки. Особое значение на современном этапе развития прогностики играют различные методы и процедуры эвристического прогнозирования, основанные не только на интуиции исследователя, но и на методах квалиметрической оценки. К ним можно отнести методы написания прогностических сценариев, исторических аналогий, морфологического анализа, построение «дерева целей», статистические, экспертные процедуры и др. [5]. Приоритет в выборе определяющих показателей качества экономической подготовки должен быть нацелен на успешное функционирование выпускников после окончания вуза.

В эпоху реформирования экономики, когда требуется не поэтапное «улучшение» системы подготовки, а кардинальные изменения, «проектирование», необходимо преодоление традиционного научного мышления, в основе которого лежит анализ. Сегодня нужен системный синтез.

Изменения в законодательстве государства – принятие ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон “Об основах туристской деятельности”» от 05 февраля 2007 года №12-ФЗ, а также предстоящий переход на уровневое образование по федеральным образовательным стандартам третьего поколения обусловлены значительным изменением в системе экономической подготовки туристских кадров.

Прогнозируя направления подготовки туристских кадров, необходимо детально смоделировать перспективы возможного дальнейшего экономического развития туристской отрасли. При моделировании системы экономической подготовки специалистов туристского бизнеса требуется проведение комплексного синтеза модели прогноза развития системы в целом.

Все эти и многие другие факторы необходимо учитывать при комплексном информационном моделировании системы и разработке новых методов ее квалиметрической оценки.

3. Разработка модели функционирования системы экономической подготовки специалистов туристского бизнеса

Ликвидацию многих негативных явлений в сфере экономической подготовки квалифицированных специалистов связывают сегодня с переходом к единой системе непрерывного образования. Существующая в Академии система подготовки туристских кадров по своей структуре в целом соответствует требованиям концепции непрерывного образования. Однако структурирование содержания образования на отдельных уровнях и этапах жизненного цикла и его некоторое несоответствие законам, закономерностям и принципам образовательного процесса не позволяют считать его непрерывным.

Обучение кадров в учебных заведениях и подготовка их на различных курсах, семинарах и тренингах должны рассматриваться как единый и непрерывный процесс повышения их квалификации. Цель непрерывного образования сводится к постоянной адаптации специалистов туристской отрасли к изменяющимся условиям профессиональной деятельности, к их периодической подготовке (переподготовке, повышению квалификации).

В целях разработки наиболее рациональной структуры элементов подготовки необходимо более детально рассмотреть процесс функционирования системы профессионального туристского образования в общей системе подготовки и профессионального использования специалистов [6].

Целесообразно также рассмотреть систему подготовки и профессионального использования (СППИ) специалистов как совокупность двух технологически взаимосвязанных подсистем: системы образования и системы профессионального использования (рис. 2). При этом система профессионального использования включает в себя три тесно связанные, и на практике неразделимые, подсистемы: подсистему образования; подсистему использования специалистов; подсистему самообразования.

В широком смысле СППИ представляет собой единство основной подготовки, переподготовки и повышения квалификации, единство обучения, воспитания и практической деятельно-

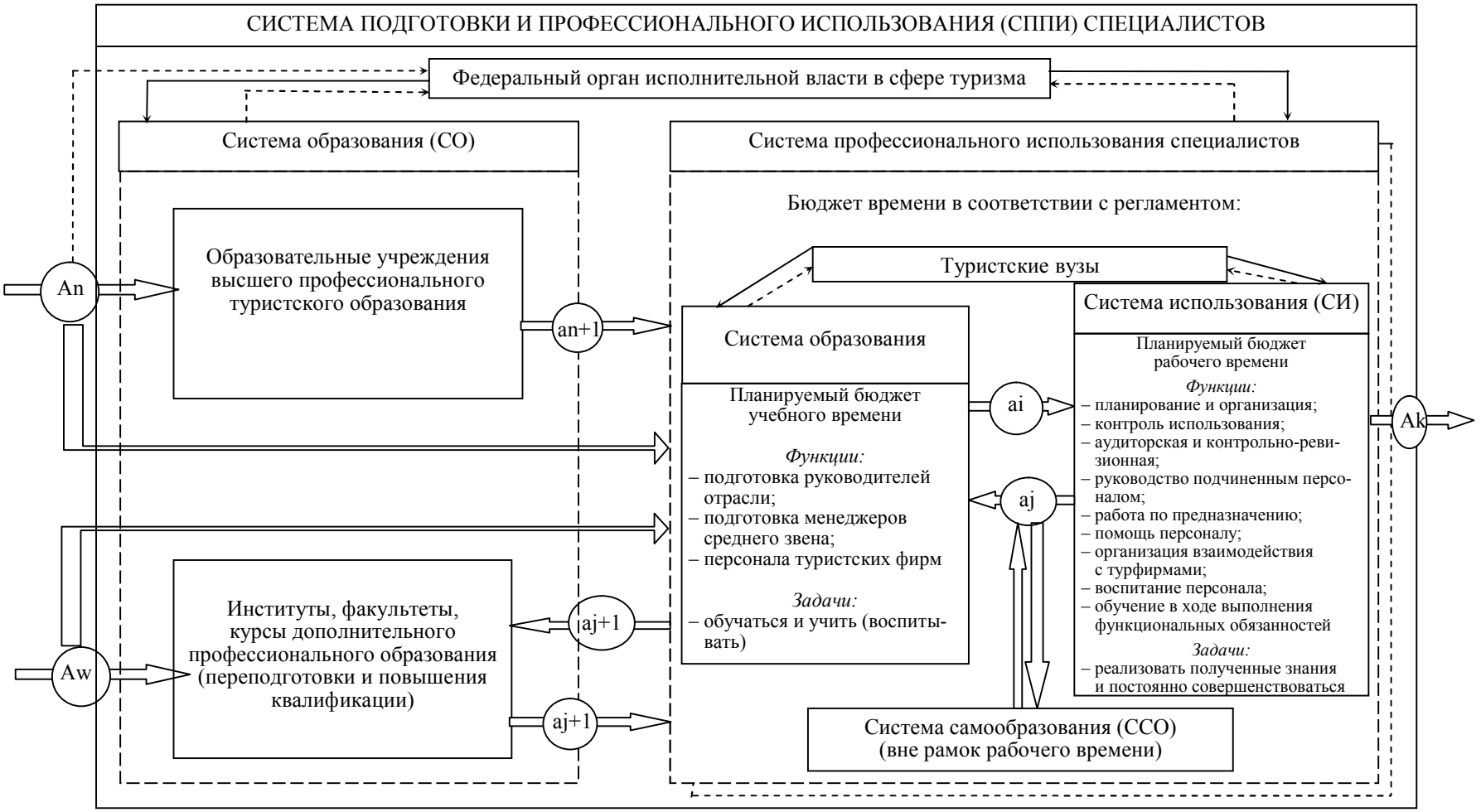


Рис. 2. Модель функционирования СППИ специалистов туристского бизнеса:

ai – состояние обученности специалиста профессиональной туристской деятельности;

– связь прямого воздействия органа управления на объект;

– обратная связь (сбора информации) о состоянии объекта

сти. Это единство предполагает внедрение элементов реальной деятельности в сферу процесса обучения и, наоборот, активное проникновение обучения в практическую деятельность.

В исследовательских целях есть необходимость условно разделить эти подсистемы в зависимости от выполняемых ими функций и задач, а взаимосвязь между ними осуществить посредством связей изменения состояния активных элементов (А, ai, aj) функционирования СППИ, т. е. изменения уровня обученности специалистов туристской отрасли в процессе функционирования этих подсистем или в процессе перехода из одного состояния в другое. При этом целевое значение подсистем по подготовке квалифицированных специалистов в СППИ не равнозначно.

Все виды подготовки кадров туристской отрасли осуществляются в интересах системы использования, но с обязательным учетом требований имеющихся в стране федеральных государственных образовательных стандартов высшего (среднего) профессионального образования и требований отрасли (работодателей). Достижение целей подготовки специалистов происходит в процессе взаимодействия обучающих и обучаемых – активных элементов системы функционирования.

Для проведения анализа структурных связей целесообразно рассмотреть СППИ в виде замкнутой модели кибернетического типа. На представленной модели структурных связей СППИ (рис. 3) показаны связи, которые должны устойчиво функционировать между системой образования (СО) и системой использования (СИ). На данной модели СО и СИ представлены, кроме того, собственными подсистемами: центральными управляющими Усо и Уси и функционально-исполнительными Fi, Fj. Подсистемы Fi, Fj являются подчиненными подсистеме Усо, но выполняют отдельные указания и реализуют общий замысел по подготовке ai – активных элементов функционирования [7]. При этом СИ рассматривается как основная система, а СО – как зависимая от нее, вспомогательная или обеспечивающая система, представляющая образовательные услуги потенциальным и реально работающим специалистам туристского бизнеса.

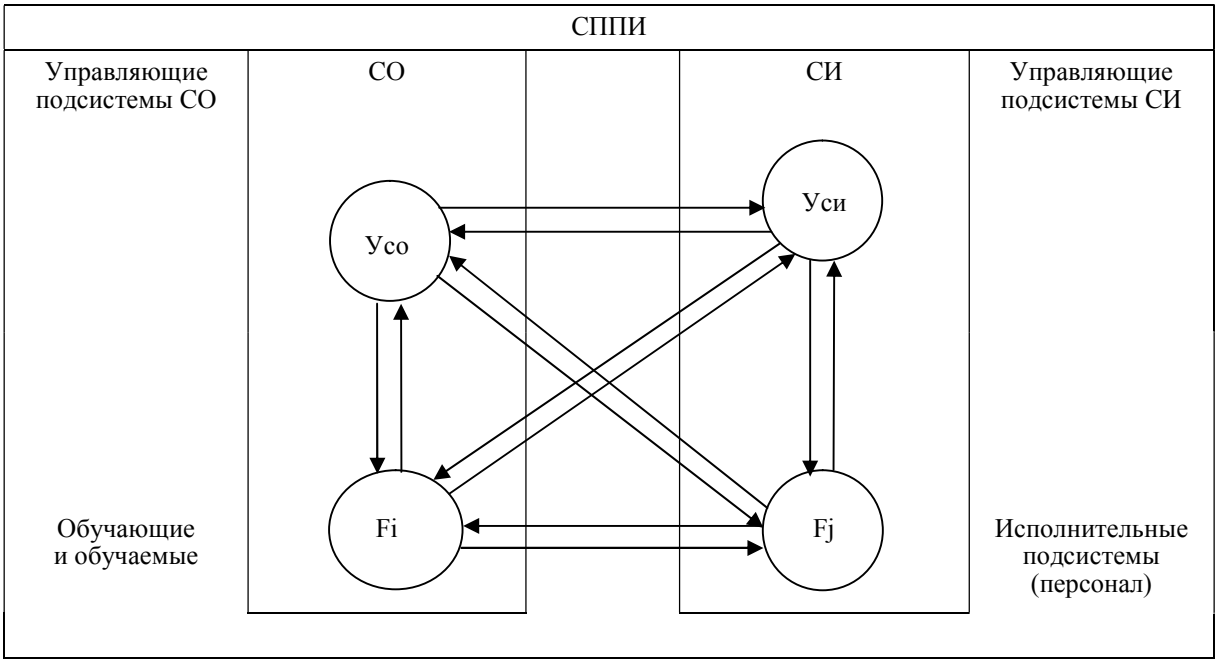


Рис. 3. Кибернетическая модель структурных связей СППИ

При рассмотрении структурных связей в СППИ наиболее существенными в формировании целей и содержания подготовки могут рассматриваться связи:

а) Fj – Усо – Fi – в форме различных стандартизованных требований туристской отрасли к специалисту;

б) Fj – Усо и Fi – Уси – в форме актов, отчетов, заключений и других результатов деятельности специалиста;

в) Fj – Уси – Усо – Fi и Fj – Уси – Fi – форме методических материалов, различных рекомендаций отрасли, законодательства в области предоставления туристских услуг;

г) Fj – Уси – в форме отзывов туристских организаций на специалистов;

д) Fj – Fi, Fj – Усо, Fj – Уси – в форме наблюдений, анкет, тестов, обзоров деятельности специалистов;

е) Уси – Усо и Усо – Уси – в форме согласованных указаний, рекомендаций, программ, учебно-методических мероприятий;

ж) Уси – Fj – в форме указаний, рекомендаций, программ, требований безопасности в туризме, тематики практических тренировок, бизнес-семинаров, практикумов и др.

Анализ структурных связей СППИ позволяет выделить три уровня управленческих функций: высший – регламентированный (а, е, ж); средний – слаборегламентированный (б, в); низший – нерегламентированный (г, д) [8].

Таким образом, единственно доступным и оправданным методом распределения времени между СО и СИ является экспертный метод численной оценки, что позволит образовательному менеджменту и руководителям туристской отрасли принимать адекватные управленческие решения в отношении качества подготовки специалистов туристского бизнеса и качественного предоставления туристских услуг.

Литература

1. Крутик А. Б., Решетова М. В., Никольская Е. Г. Инновации и инвестиции в предпринимательстве. – СПб.: Изд-во РГПУ им. А. И. Герцена, 2003. – 927 с.

2. Вербицкий А. А. Концептуальные основы создания и развития системы непрерывного образования // Исследования НИИ ВШ по проблемам перестройки высшего и среднего специального образования в 1987 г. – М.: НИИ ВШ, 1988. – С. 5–15.

3. Субетто А. И. Квалиметрия человека и образования. – М.: Исслед. центр по проблемам управления качеством подготовки специалистов, 1994. – 430 с.

4. Черняк Ю. И. Закономерности целеобразования в экономических системах // Информация и модели структур управления. – М.: Наука, 1993. – 210 с.

5. Петухов Г. Б. Основы теории эффективности целенаправленных процессов. Часть 1. Методология, методы, модели. – М.: МО СССР, 1989. – 660 с.

6. Фишберн П. Теория полезности для принятия решений. – М.: Наука, 1978. – 352 с.

7. Подиновский В. В. Коэффициенты важности критериев в задачах принятия решений // Автоматика и телемеханика. – 1978. – № 10. – С. 130–141.

8. Федюкин В. К. Квалинтология: учебное пособие. Ч. 1. – СПб.: СПбГИЭУ, 2002. – 274 с.

МЕТОДЫ СОВРЕМЕННОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ПЕРЕПОДГОТОВКИ СПЕЦИАЛИСТОВ В СФЕРЕ ТУРИЗМА

А. А. Белогорцев, *канд. пед. наук, директор турфирмы «Автоматика», г. Москва*

В последние 2–3 года в России отмечается быстрое развитие профессиональной переподготовки специалистов в сфере туризма. Причем, если ранее переподготовкой были заняты в основном государственные и крупные негосударственные образовательные учреждения, то ныне переподготовку ведут и крупные отечественные туроператоры, т. е. теперь российский турбизнес приступил к профессиональной переподготовке кадров для собственной отрасли. Помимо того, в профессиональную переподготовку вовлечены и продолжают вовлекаться индивидуальные работники турбизнеса как преподаватели или обучающие.

Примером профессиональной переподготовки может быть новая ее форма по схеме: «турбизнес (обучающиеся) – государственный университет – турбизнес (обучающие)» (рис. 1). По такой схеме крупный туроператор, желая повысить квалификацию либо своих собственных специалистов, либо специалистов своей турагентской сети, заказывает у государственного образовательного учреждения, имеющего высокую репутацию, профессиональную переподготовку. В свою очередь, под такой заказ педагоги госуниверситета подбирают работников туротрасли и приглашают преподавать тех, у кого имеется высокая квалификация и педагогические способности. Достоинством схемы является возможность подбора квалифицированных преподавателей для каждого раздела учебного плана. Например, дела визовых формальностей преподает специалист по визам, санаторное обслуживание – специалист из турфирмы, занятой санаторным обслуживанием и т. п. Другим преимуществом схемы является возможность легко менять преподавательский состав в зависимости от состава студентов для каждой учебной сессии.

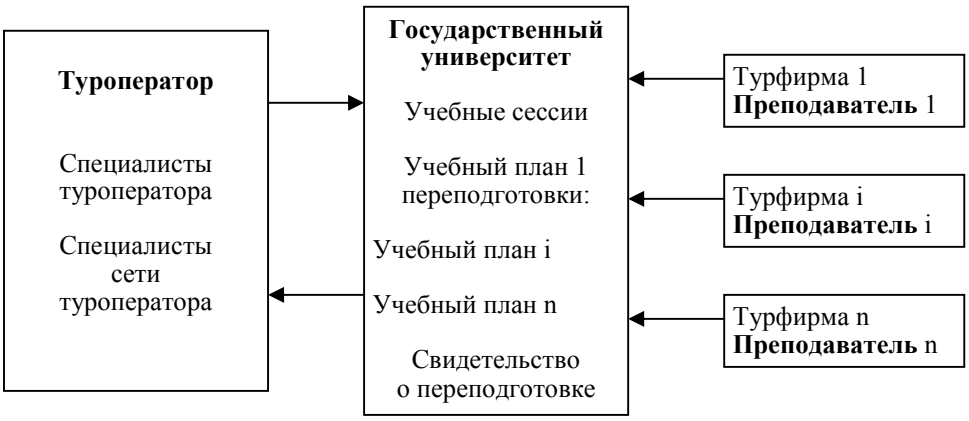


Рис. 1. Профессиональная переподготовка
по схеме «турбизнес (обучающиеся) – государственный университет – турбизнес (обучающие)»

Например, одна сессия для менеджеров, вновь поступивших в отрасль, другая – для менеджеров со стажем работы, третья – для владельцев и управляющих турфирм и т. д.

Другой формой профессиональной переподготовки, где отбирались и проверялись методы обучения, явилась профессиональная переподготовка по программе «Специалист по туризму» и высшего уровня по программе «Мастер делового администрирования (MBA)» в государственном университете (рис. 2).

В указанной исследовательской работе базой явились учебные занятия автора со студентами Московского государственного университета им. М. В. Ломоносова и Государственного университета управления по учебным планам «Экскурсионный менеджмент», «Современная практика турагентской деятельности», «Основы менеджмента туризма» в 2005–2007 учебных годах.

Для форм переподготовки по схемам рис. 1, 2 автором разработаны и освоены в педагогической практике следующие современные методы обучения.

Лекционная часть учебных планов компьютеризованна и полностью переведена на метод слайд-показа. Электронный формат учебных планов размещен на стандартном программном обеспечении Microsoft Power Point и поддерживается стандартной компьютерной рабочей станцией.

Преимуществами метода слайд-показа являются: наглядность материала; простота его компоновки, правки и обновления; обилие цветных иллюстраций, таблиц, схем помимо текстовых блоков; возможность передачи презентации в электронном формате от лектора к студентам для закрепления и проверки знаний; высокий результат по усвоению знаний.

Метод, однако, требует помещения для занятий, оснащенного компьютером, соединенным с видеопроектором и подключенным к сети Интернета, наличия в аудитории экрана и возможности зашторивания окон.

В аудиториях, не имеющих указанного оснащения, для групп с количеством студентов не более 5–6 человек метод слайд-показа возможен при использовании портативного компьютера-ноутбука.

Метод слайд-показа удачно сочетается с методом открытого диалога лектора и аудитории. С учетом того, что профессиональная переподготовка выполняется для лиц, уже имеющих и высшее образование, и опыт работы, метод открытого диалога способствует более тесному взаимодействию студентов с педагогом, которые в любой момент могут задать вопрос и попросить разъяснения в новом для них материале.

Педагогическая практика показала эффективность сочетания обоих методов для вышеуказанных форм обучения. Семинары по разделам указанных учебных планов также компьютеризованны в вышеуказанном формате и переведены на метод деловой игры.

Проводились игры по освоению турнаправления, навыков продажи турпродукта, актуальных проблем отношений «турагентство – заказчик» и «турагентство – туроператор». Метод игры автор представил как действия студентов в соревновании двух-трех команд при арбитраже судейской команды. Преподавателю отведена роль ведущего игрового слайд-показа и комментатора. По каждому этапу игры студенты-судьи определяют баллы за действия студентов-соревнующихся и в итоге выявляют победителя. Метод позволяет студентам самостоятель-

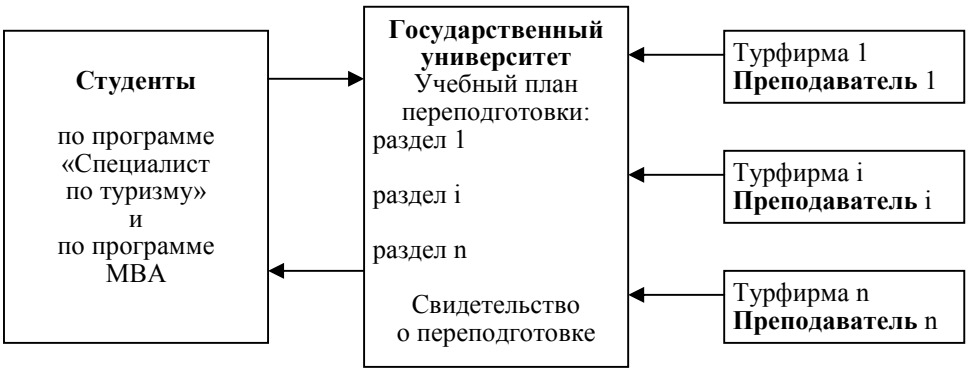


Рис. 2. Профессиональная переподготовка по программе «Специалист по туризму» и «Мастер делового администрирования (MBA)»

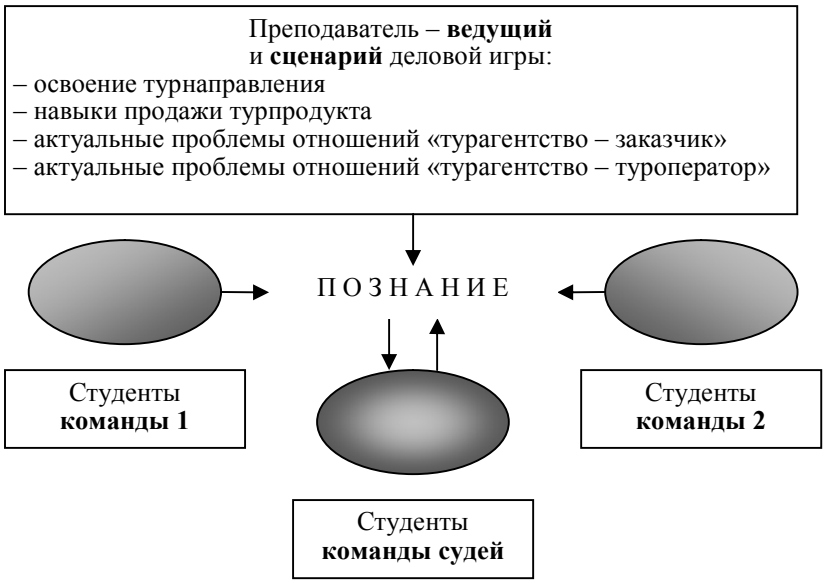


Рис. 3. Схема метода деловой игры

но в увлекательной и наглядной форме выявить возможные пробелы в собственных знаниях и своевременно их восполнить. Метод успешно и полностью заменяет вопросы-ответы обычного семинарского занятия.

Так, например, указанный метод успешно использовался во время трех сессий переподготовки персонала общефедеральной турагентской сети российского туроператора «Тез Тур» в 2006/2007 учебном году. Переподготовка была заказана «Тез Туром» и проводилась в Государственном университете управления. Аудитория студентов была составлена в 1-й сессии из директоров турагентств и учредителей, во 2-й – из менеджеров со стажем работы, в 3-й сессии – из вновь принятых в турагентства работников. География аудитории была также представительная – от Калининграда до Хабаровска и от Мурманска до Барнаула. Количество студентов в группах превышало 25 человек. Метод деловой игры применялся автором как эквивалент семинарских занятий по учебному плану «Современная практика турагентской деятельности». Занятия всех групп с применением указанного метода фотофиксированы. В зависимости от состава и географии студентов каждой группы подбирались контрольные вопросы, облеченные в игровую форму. Численность групп позволяла выделить в них три команды соревнующихся числом по 5–7 студентов и судейскую коллегию тем же числом. В командах студенты выбирали капитана – директора турфирмы, менеджеров по продажам, курьера, готовили название фирмы, ее девиз, логотип (как элементы маркетинга). Современное демонстрационное оборудование аудиторий университета позволяет вести презентации. Сценарий игры предусматривал

проведение последовательных конкурсов маркетинговых находок студентов (от названия до логотипа), соревнования капитанов-директоров, а также последовательно всех звеньев организованных студентами турфирм. Жюри, также из студентов, четко фиксировало ответы и расставляло оценки без участия преподавателя, ведущего игру. Эффект превзошел ожидания: студенты всех трех, разных по составу групп, отразили свои положительные отзывы в итоговых опросных листах университета.

В учебных программах экскурсионного менеджмента широко применялся метод демонстрации тематических авторских фотовыставок в реальном и электронном формате. Одной из них является фотовыставка «Стамбул-Константинополь – Царьград – Второй Рим». В ней представлено более 50 цветных фотографий исторических мест Стамбула, Москвы, Владимирской и Московской областей. Размер фотографий 40×60 см. Количество фотографий является достаточным для раскрытия важной культурно-исторической темы в образовательных целях для специалистов туристского профиля, а размер фотографий является достаточным для создания сильного и надолго запоминающегося впечатления. Выставка создана автором при поддержке Российской международной академии туризма и Туристского офиса Республики Турция в Москве. Фотовыставка демонстрировалась на ряде конференций, в частности на Международной научной конференции «XVII Пуришевские чтения», проводившейся Московским государственным педагогическим университетом, и получила положительные отзывы, в том числе педагогов-ученых разных стран. Достоинства метода в наглядности, расширении кругозора студентов и экономии ресурсов. Например, в аудиториях МГУ им. Ломоносова, которые еще пока не оборудованы проекционным оборудованием, метод показа тематической фотовыставки оказался весьма кстати. В ходе семинарских занятий, при переподготовке в вечерние часы, демонстрация выставки помогает студентам увидеть и соприкоснуться с крупным размером цветных фотокопий с произведений искусств, расположенных достаточно удаленно от аудитории, в музеях Москвы, других городов и даже в других странах. Студенты буквально замирают, внимательно вглядываясь в уникальные образы мировых художественных ценностей, запоминая их детали. Метод реализован в учебном плане «Экскурсионный менеджмент» в период 2005–2007 учебных годов. В результате зрительные восприятия помогли систематизации, усвоению новых знаний, а также помогли найти альтернативу посещению того или иного музея, на которое у работающих студентов-вечерников практически не остается времени.

Для получения результатов применения разработанных методов проводились опросы с последующим лонг-этюдным сопровождением выпускников – специалистов туротрасли. Указанный вид сопровождения также является новым в педагогической практике туризма. Студенты, получившие документ о профессиональной переподготовке, остаются в отрасли и работают в ней. Одновременная занятость в турбизнесе и преподавателя, и выпускников делает возможным постоянный практический обмен мнениями между ними об уровне переподготовки. В полученных результатах выпускники положительно оценивают предложенную методологию.

Иллюстрацией лонг-этюдного сопровождения могут быть постоянные встречи автора статьи со своими бывшими студентами. Встречи и беседы проходят во время текущих деловых контактов, когда выпускники уже трудоустроены, заняты на рабочих местах, в известных крупных туроператорских компаниях, на ежегодных туристических выставках на экспозициях разных стран. Например, имеются постоянные контакты бывших студентов с преподавателем – автором статьи в визовом отделе фирмы «Пегас Туристик», на выставочных стендах г. Серпухова Московской области и туроператора «Алемар Турс» из Греции.

Таким образом, разработка и успешное применение описанных выше методов переподготовки менеджеров по туризму обязаны активному развитию связей профессионального образования и турбизнеса.

Литература

1. Белогорцев А. А. Основы профессиональной подготовки менеджера туризма в новых социально-экономических условиях // Преподаватель. XXI век. – 2006. – № 3. – С. 7–12.

2. Белогорцев А. А. Вебсайт «Турфирма “Автоматика”» // Интернет-страницы «Вклад в образование». www.avtru.com.

ТУРИЗМ КАК ДЕЙСТВЕННОЕ СРЕДСТВО СОЦИАЛИЗАЦИИ И ИНТЕГРАЦИИ ДЕТЕЙ И ПОДРОСТКОВ – ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

А. Ю. Бухарина

В мире живет много людей, но некоторые отличаются от остальных. Это люди с различными проблемами со здоровьем. Тем не менее, несмотря на недуг, одолевший их, они также хотят узнавать новые страны и ради этого путешествуют по всему миру. На Западе делается все возможное для того, чтобы облегчить передвижение таких людей. В России же проблема туризма для лиц с ограниченными возможностями здоровья находится в самом начале развития. Туризм очень важен для этой категории людей, особенно для детей и подростков, ведь это шанс не замыкаться в себе, своей проблеме, а общаться с людьми, открывать что-то новое, познавать мир, интегрируясь в общество.

По определению ВОЗ, лицо с ограниченными возможностями здоровья – это человек, который имеет стойкие расстройства функций организма, обусловленные заболеванием, последствием травм или дефектами, приводящими к ограничению жизнедеятельности. Ограничение жизнедеятельности человека проявляется в полной или частичной утрате им способности осуществлять самообслуживание, передвижение, ориентацию, общение, контроль над своим поведением, а так же заниматься трудовой деятельностью.

Во всем мире передвижению туристов с ограниченными возможностями уделяется пристальное внимание. Разрабатываются специализированные туристские программы. Как уже отмечалось ранее, многие из них рассчитаны на детей, так как осуществляемые по этим программам поездки являются действенным инструментом коррекционной деятельности в области адаптации, социализации и интеграции детей в общество здоровых людей. Однако нельзя не отметить удручающий факт недостатка этих разработок в нашей стране, как и слабое развитие социального туризма в целом. Социальный туризм (social tourism) – разновидность любых видов туризма, субсидируемая из средств, выделяемых на социальные нужды в целях создания условий для путешествий школьникам, молодежи, пенсионерам, инвалидам, ветеранам войны и труда и любым иным гражданам, которым государство, государственные и негосударственные фонды, иные благотворительные организации и фонды, а также предприятия оказывают социальную поддержку при использовании их конституционного права на отдых. Положение о социальном туризме было закреплено в Манильской декларации по туризму 1981 г.

Социальная интеграция лиц с ограниченными возможностями является на сегодняшний день одним из наиболее актуальных и приоритетных направлений государственной политики в социальной сфере, поскольку объективные данные, полученные при изучении здоровья подрастающего поколения в России, заставляют серьезно задуматься над проблемой усиления медицинской, социально-психологической, педагогической помощи детям, испытывающим трудности в развитии с самого раннего детства. Сегодня примерно каждый 10-й житель Земли относится к категории лиц с ограниченными возможностями здоровья, при этом, как отмечается в специальных исследованиях, трое из них – дети. В России, по официальной статистике, число лиц с инвалидностью составляет около 5 млн чел., из них 1,7 млн детей, т. е. 4,5 % всей детской популяции относятся к категории детей с ограниченными возможностями и нуждаются в социальной реабилитации.

В соответствии с «Конвенцией о правах ребенка» (1989) и «Всемирной декларацией об обеспечении выживания, защиты и развития детей» (1993) каждому ребенку должно быть гарантировано право на развитие, воспитание и образование в соответствии с его индивидуальными возможностями. Положения, отраженные в этих документах, распространяются на всех детей, в том числе и детей с ограниченными возможностями здоровья. Они обеспечивают правовую защиту детства, поддержку семьи как естественной среды жизни ребенка, охрану здоровья, обеспечение воспитания, развития и образования детей, поддержку тех из них, которые наиболее в этом нуждаются.

Также в ст. 33 Закона «О социальной защите инвалидов» говорится о том, что «органы государственной власти и управления обеспечивают инвалидам необходимые условия для свободного доступа к местам отдыха и досуга».

Осознание необходимости специальной разработки содержания, форм и методов коррекционно-развивающей работы, одним из направлений которой является туризм, связано с измене-

нием общественной позиции по отношению к детям с интеллектуальной недостаточностью и различными физическими ограничениями и возникновением тенденции к их интеграции в среду нормально развивающихся сверстников, усилением роли семьи в их воспитании.

Таким образом, туризм для детей с ограниченными возможностями здоровья является актуальной и весьма острой проблемой, требующей незамедлительного решения. Недостаточно сказать, что создание и внедрение соответствующих программ на основе зарубежного опыта туристской деятельности является важной отраслью социального туризма, выполняющего гуманистическую роль в современном обществе. Дело не только в этом. Принимаемые и реализуемые проекты туризма для лиц с ограниченными возможностями здоровья, которые поддерживаются обязательствами различных благотворительных фондов, становятся все более привлекательными с точки зрения инвестиционной деятельности.

В нашем исследовании мы опирались на сведения, почерпнутые из доступных нам источников информации, и личные интервью.

Всех лиц с ограниченными возможностями здоровья можно разделить на две большие группы:

- лица, страдающие нарушением познавательной деятельности (умственного развития) – более многочисленная группа;
- лица с нарушениями физического развития.

В наиболее развитых странах туризму для детей с различными интеллектуальными отклонениями уделяется много внимания. Однако в России ими занимается один-единственный центр Роналда Макдоналда. Соответствующие центры существуют в странах Евросоюза, например «Либенау Зонненшайн» в Германии, есть центры во Франции, Венгрии, Канаде (московский центр построен по проекту центра в Торонто). Но разве можно сравнить масштабы России и Германии? Если для европейских, сравнительно небольших стран, одного специализированного центра достаточно, не говоря уже о различных мелких реабилитационных центрах и благотворительных фондах, то для нашей страны – это капля в море. Справедливости ради следует отметить, что в московском центре Р. Макдоналда, который находится в районе метро «Крылатское», работают также с детьми с физическими нарушениями (глухими, слепыми, ДЦП, онкологическими больными). Есть еще один филиал в Санкт-Петербурге, открытый в 2002 г., который, правда, пока только набирает силу.

Неудовлетворительное состояние туризма для детей с нарушениями умственного развития аналитики объясняют тем, что в России практически не освещены проблемы и потребности этих детей. Социальная реклама, а также просветительская и общественная деятельность в этом направлении не ведется в нужном объеме. Отсутствие развитой системы фондов ведет к резкой нехватке средств и ставит любой, даже самый удачный проект, в кризисные, невыполнимые условия.

Несмотря на все вышеперечисленные трудности центр Р. Макдоналда, финансируемый благотворительным фондом «Дом Роналда Макдоналда», намерен не только продолжать реализовывать свои выездные программы, в которых участвует около 900 детей и подростков, но и расширять их диапазон.

Сотрудники центра имеют большой опыт работы в области выездов с детьми, имеющими различные отклонения в развитии. Их выездной программе уже 16 лет. Однако проекты по-настоящему туристского характера были осуществлены только в прошлом году. Экскурсионная программа «Путешествие» рассчитана на 10–12 детей, сопровождаемых взрослыми. Она разбита на несколько блоков. Первый из них знакомит ребенка/подростка с Москвой и ее окрестностями. Дети уже посетили храм Христа Спасителя, Новый Иерусалим, Троице-Сергиеву лавру. Дальше планируется посещение Красной площади и Кремля, Парка победы, усадьбы Архангельское, музеев Москвы. Второй блок «В мире животных» планируется запустить в 2007 г. Сюда входит посещение московского Дарвиновского музея, Московского зоопарка, дельфинария и цирка. В проекте также значится программа, не имеющая пока названия, куда входят туристское ориентирование и походы выходного дня (с рюкзаками и палаткой). С помощью этой программы дети получали бы необходимые знания о природе, могли бы лучше ориентироваться на местности, осваивали законы походной жизни (как приготовить еду, постирать и посушить одежду, залечить ранку и т. д.).

Как сообщила в личном интервью главный менеджер центра Татьяна Башарина, центр с удовольствием реализовывал бы программы внутреннего и выездного туризма, любезно предоставленные директором турагенства «Водолей-М» (Москва) Б. Б. Барановой. Ребята могли бы увидеть Санкт-Петербург, города «Золотого кольца», посетить детские парки развлечений (Леголенд, Диснейленд, Парки Астерикса и Обеликса и т. д.), известнейшие мировые музеи, такие как Лувр и Дрезденская галерея, заповедники и национальные парки. Это дало бы им

возможность не только обогатить себя новыми знаниями и впечатлениями, но и почувствовать все краски мира, а следовательно, и понять его. Несравненно полезным оказался бы опыт поездок по обмену в семьи из других стран. Дети могли бы общаться со своими сверстниками, на практике применять знания, полученные дома, в ситуациях, когда нужно куда-то пройти или что-то спросить на улице, в магазине, аптеке. Такой опыт бытового ориентирования мог бы сослужить огромную роль в их социализации.

Все бы это могло быть реализовано, если бы не извечный вопрос финансирования, который как Берлинская стена, отделяет проект от тура. Даже фонду Макдоналда с такими мощными спонсорами, как Нестле, Вимм-Билль-Данн, HP, отели Mariott, Sheraton, Radisson Славянская, ООО «Интур-Ренессанс» и др. (всего более 100), не под силу осуществить подобные проекты. Что тогда говорить о других фондах и центрах, которые, возможно, уже появились, но о которых ничего не известно широкому кругу людей?

Перспектива туризма для детей с физическими отклонениями развития кажется более оптимистичной на фоне первой. В Башкирии в 1996 и 1997 гг. проводились слеты туристов-инвалидов, Всероссийские соревнования по туристскому многоборью среди инвалидов, в которых принимали участие дети и подростки-инвалиды. В Казани после проведения круглого стола на тему «Город равных возможностей для всех и для каждого», на котором руководители предприятий и учреждений социальной защиты обсудили проблемы людей с ограниченными физическими возможностями, было принято решение об оборудовании пандусами 200 подъездов.

К сожалению, во времена Советского Союза проблема инвалидности вообще «не существовала», и сейчас приспособить всю городскую среду под инвалидную коляску невозможно. Проблема безбарьерной среды, особенно ее культурно-исторической части, существует и остается очень острой. Проблему доступности всей городской среды решить невозможно, но, разработав и приспособив под колясочника определенные маршруты, можно оживить городское пространство для данной категории инвалидов.

Разнообразные фонды, как государственные, так и существующие на благотворительные пожертвования, – неотъемлемая часть механизма туризма для лиц с ограниченными возможностями. Туризм для детей и подростков-колясочников является наиболее прогрессивной и активно-продвигаемой турдеятельностью в этом направлении. Организации, объединяющие инвалидов-колясочников именно с целью туризма, например ИнваTravel, предлагают программы социальной адаптации и реабилитации инвалидов-колясочников г. Москвы с помощью экскурсионного туризма. Фондом совместно с туристской фирмой были подготовлены туристские маршруты, которые предполагается оборудовать для передвижения на инвалидных колясках:

- «Москва сквозь века» – обзорная по городу. Красная площадь, панорама Кремля, Воробьевы горы, Поклонная гора, Кутузовский проспект, мост Багратион, Новый Арбат, храм Христа Спасителя;
- «Тайны московских монастырей» – с посещением Даниловского, Новоспасского, Новодевичьего и Покровского монастырей;
- «Славный род графов Шереметевых», с посещением усадьбы Кусково;
- Посещение Троице-Сергиевой лавры в г. Сергиев Посад.

Развитие экскурсионного туризма для инвалидов позволит людям (в первую очередь детям и подросткам) с ограниченными возможностями как Москвы, так и России, и туристам-инвалидам из других стран, знакомиться с историческими ценностями, получать не только положительные эмоции, но и укреплять физическое и духовное состояние.

Естественно, что в одиночку справиться со всеми затратными статьями бюджета тура для детей и подростков с ограниченными возможностями одному фонду невозможно. Только для запуска самых первых программ туристского обслуживания данной категории людей необходимо:

- создание парка автобусов и микроавтобусов с подъемником для инвалидных колясок, а также оборудованных с точки зрения длительного путешествия людей с ограниченными возможностями;
- дополнительное оборудование, специально разработанных экскурсионных маршрутов;
- специально обученный персонал – это волонтеры (помощь инвалидам по месту проведения экскурсий и путешествий) и медицинские работники;
- создание условий для проживания этой категории граждан в гостиницах города.

Для реализации такого проекта первоначально требуется около 500 тысяч долларов.

Помимо самих туров, отдельно следует рассмотреть такую неотъемлемую их часть, как размещение. Эта сторона вопроса становится еще более актуальной в спектре рассмотрения ее с точки зрения интереса, который представляет Россия для туристов из-за рубежа. Этим факто-

ром также обусловлено мощное строительство новых гостиниц по всей стране и реконструкция существующих площадей. Однако при строительстве новых отелей технологиям и оснащению номеров, позволяющим принимать людей с ограничениями здоровья, уделяется недостаточное внимание. Вопрос создания полноценного комплекса для приема таких туристов, предъявляющих особые требования к проживанию, поднимался в последний раз в 1992 г. Тогда подобную гостиницу предлагалось возвести на месте недостроенной гостиницы «Октябрь». Но, к сожалению, эта идея так и не была воплощена в жизнь. Возможно, не стоит строить отдельный комплекс для этих людей, чтобы лишний раз не акцентировать внимание на их «отличии» от обычных людей. Гораздо эффективнее мог бы работать комплекс, рассчитанный на прием как обычных туристов, так и с различными дополнительными потребностями. Ведь тот комплекс приспособлений, который нужен таким людям, не помешает и здоровым.

В Москве есть гостиница, специально построенная для инвалидов по зрению. Это реабилитационно-спортивный гостиничный комплекс Всероссийского общества слепых (ВОС) – единственная в России гостиница для незрячих. Здесь на входе и при подъеме на каждый этаж (всего три этажа) установлена звуковая сигнализация. На перилах есть специальные металлические пластины, на которых написан номер этажа с помощью азбуки Брайля. На каждой лестнице первая и последняя ступеньки окрашены в ярко-красный цвет, чтобы человек со слабым зрением мог их заметить. Такая маркировка принята во всем мире, это международный стандарт. В номерах рядом с телефонами лежат инструкции по пользованию телефоном, на плотной бумаге, с надписями на азбуке Брайля.

Подводя итоги, приходится делать неутешительный вывод, что российские гостиницы пока еще сильно отстают от общемировых стандартов, а большинство из них не готовы принять как своих туристов с ограниченными возможностями здоровья, так и иностранцев. Все это негативным образом влияет как на туриндустрия России в целом, так и на ее имидж на Западе, подрывая заявления о толерантности и развитости нашего общества.

Необходимо также сказать несколько слов об инвестиционной привлекательности туризма для лиц с ограничениями здоровья. Инвестирование в данную отрасль туризма не столько прибыльное, сколько гуманное дело. Всем известно, что социальный туризм не может приносить доход, сравнимый с коммерческой деятельностью. Зато участие в благотворительных акциях и финансирование социальных программ оказывают иногда более значимую услугу инвестору – они создают имя и благоприятно влияют на общий имидж спонсора. Главное, чтобы такие деяния поощрялись со стороны государства и общественности, чтобы в нашей стране стало почетным занятие благотворительностью.

Туризм для лиц с ограниченными возможностями не только помогает детям и подросткам увидеть мир, получить положительные эмоции, которых им так часто не хватает, но и помогает преодолеть свои страхи и комплексы, пересмотреть свое мировоззрение, не обращать внимания на косые взгляды прохожих (дети не виноваты, что у нас в стране до перестройки «не было инвалидов»). Впоследствии эти люди смогут создать семью, добиться независимости, наконец, получить возможность управлять своей судьбой, иметь свободу выбора.

При таком подходе к активной реабилитации инвалидов польза очевидна для всех:

1) ребенок/подросток получает новое отношение к жизни, у него формируется новая психология поведения;

2) общество получает полноценного, активного, сильного духом человека. Снижается социальная напряженность;

3) государство получает более стабильное общество.

В заключение надо сказать, что проблема туризма для детей и подростков с ограниченными возможностями здоровья – проблема, требующая пристального внимания, незамедлительных действий и твердых решений.

В Конституции РФ провозглашается принцип стремления России к гуманистическим целям. Поэтому мы должны признать за детьми с ограниченными возможностями здоровья их право на познавательные, эмоциональные положительные переживания, которые делают человека полноправным членом общества, интегрируют его в это общество. Туризм является одним из действенных средств обогащения жизни этих детей, формируя и расширяя, дополняя их картину мира.

Необходимо вести просветительскую и общественную деятельность:

• распространять информацию о действующих реабилитационных центрах и их программах среди детей и подростков с ограниченными возможностями и их родителей, общественных и государственных организаций, а также среди специалистов в области медицины, педагогики и туризма;

• государство должно всячески поощрять создание новых центров, программ и проектов, а также помогать в их непосредственной реализации;

• организовывать новые благотворительные фонды, целью которых будет финансирование поездок для детей и подростков с ограниченными возможностями здоровья;

• рассылать информацию о деятельности центров и фондов в средства массовой информации и в компании, создавать мощную социальную рекламу;

• привлекать к участию в программах максимальное количество профессионалов, специальных учреждений;

• выпускать сборники материалов о работе центров и фондов, создавать сайты в Интернете.

Также следует активно заниматься привлечением средств для нужд фондов и центров, а именно:

♦ проводить мероприятия по сбору средств;

♦ рассылать в компании-перевозчики, отели, предприятия питания письма с просьбой оказать поддержку и благотворительную помощь центрам и бесплатно предоставить билеты/номера/питание.

Туризм для лиц с ограниченными возможностями здоровья несет огромный потенциал благодаря тому, что он выгоден всем. Дети/подростки, которые являются потенциальными туристами, получат необходимые впечатления и эмоции, туристские предприятия – прибыль, инвесторы – соответствующий имидж. Но значение этого туризма имеет более глобальный характер. Общество получит новых, полноценных, активных членов, что в свою очередь укрепит государство, которое базируется на стабильном обществе.

При правильном подходе к данной проблеме, внимании и активном участии различных субъектов туристской индустрии, а также других организаций и государства, туризм для детей и подростков с ограниченными возможностями здоровья может не только оказаться одним из перспективных направлений развития данной деятельности в России на ближайшие 10 лет, но стать одним из ведущих.

Литература

1. Егорова Т. В. Социальная интеграция детей с ограниченными возможностями. – Балашов, 2002.
2. Ульенкова У. В. Дети с задержкой психического развития. – Нижний Новгород, 1994.
3. Баряева Л. П., Гаврилушкина О. П., Зарин А. П., Соколова Н. Д. Программа воспитания и обучения дошкольников с интеллектуальной недостаточностью. – СПб.: «Союз», 2003.
4. Носкова Л. П., Соколова Н. Д., Гаврилушкина О. П. и др. Дошкольное воспитание аномальных детей. – М.: Просвещение, 1993.
5. Особый ребенок. Исследования и опыт помощи: Материалы семинара «Организация службы социально-психологической помощи детям с острой школьной дезадаптацией и их семьям» (Москва, 4–7 мая 1998). – М.: «Теревинф», 1998.
6. Ранняя социализация детей дошкольного возраста с особенностями психофизического развития: Сборник докладов Межреспубликанской научно-практической конференции (Молодечно, 22–24 декабря 1997). – Минск, 1997.
7. Социокультурные и социально-психологические аспекты интеграции в общество лиц с тяжелыми и множественными нарушениями: Материалы международной научно-практической конференции (Псков, 28–31 мая 2003). – Псков, 2004.
8. Проблемы туристов с ограниченной подвижностью // Отель. – 1998. – № 6.
9. www.arfi.mhost.ru/Turizm.htm.
10. www.invatravel.ru.
11. www.voi-ufa.narod.ru/turizm2.htm.
12. www.yarmarka.net/news.

ДОСУГОВАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ЖИТЕЛЕЙ БОЛЬШИХ ГОРОДОВ КАК ФАКТОР РАЗВИТИЯ СЕЛЬСКОГО ТУРИЗМА

Г. И. Гладкевич, *доцент географического факультета МГУ им. М. В. Ломоносова*
А. А. Сурнева, А. А. Пуцято, *сотрудники туристической компании, Москва*

Досуг – важнейшая сфера человеческой деятельности. Жизнедеятельность населения в свободное время связана с удовлетворением весьма важных духовных, физических и социальных потребностей, что необходимо не только для отдыха, восстановления израсходованных в про-

цессе трудовой деятельности сил, оплачиваемой и неоплачиваемой, но и для самореализации способностей людей, развития их умственных и физических сил, повышения качества рабочей силы.

После распада Советского Союза, на ранних стадиях формирования стран СНГ, наблюдалась общая для этих стран тенденция кризиса как в экономической, так и в социальной сфере. Спад отразился и на рекреационно-досуговой деятельности населения. Резко сократился вклад государства в социально-культурную и досуговую сферу, что привело к удорожанию рекреационно-досуговых услуг, соответственно уменьшился процент населения, проводящего досуг вне дома, участвующего в организованной рекреационной деятельности. Пансионаты, дома отдыха, санатории, пионерские лагеря в большинстве своем оказались невостребованными и нерентабельными, вследствие чего снизился поток отдыхающих, инфраструктура не реконструировалась, постепенно приходила в упадок.

В настоящее время происходит постепенный рост экономики стран СНГ, соответственно растут доходы и потребности населения. Досуговые потребности населения возрастают, повышаются требования к качеству досуга. В связи с этим встает вопрос восстановления утраченной за годы кризиса рекреационной инфраструктуры.

Отдельно следует рассматривать досуговую деятельность жителей больших городов. Горожане предъявляют высокие требования к уровню развития досуговой инфраструктуры, испытывают большую потребность в культурном и познавательном досуге. Вместе с тем остро стоит проблема оторванности жителей больших городов и агломераций от природы, что, помимо отрицательного воздействия на физическое здоровье, вызывает психологический дискомфорт. Поэтому актуальным остается развитие загородного кратковременного отдыха москвичей.

Досуг подразделяется (рис. 1) на пассивный (домашний), культурный, активный, развивающий. Исследование кратковременного отдыха москвичей, проведенное на основании социологического опроса, позволило сделать выводы о приоритетных направлениях его развития.

Видовая структура досуга заметно различается по социально-демографическим группам (рис. 2). Самообразование, посещение библиотек, прием гостей, а также эстетически ориентированные формы досуга (посещение театров, концертов, музеев, кинотеатров) наиболее распространены у учащихся и в целом респондентов в возрасте до 30 лет. Посещение развлекательных заведений и шопинг наиболее распространены среди предпринимателей, работников коммерческих структур с высоким доходом в возрасте до 40 лет. Работа на садово-огородном участке чаще заполняет свободное время пожилых горожан с низкими доходами, чаще это семьи с детьми. Другие формы физически активного досуга (занятия спортом, выезд на природу) более популярны у молодых людей в возрасте до 30 лет с высоким доходом, несемейных или в семьях без детей, чаще мужчин. Доля респондентов, предпочитающих пассивный бессодержательный отдых, выше в целом у респондентов с низким образовательным уровнем. Просмотр телепередач и видеофильмов одинаково популярен во всех социально-демографических группах.

Уровень удовлетворенности горожан досугом достаточно невысок. Так, только 27 % опрошенных вполне удовлетворены тем, как удается проводить свободное время.

Отдельные претензии по поводу возможностей проведения досуга высказали 35 % горожан. Около 15 % горожан придерживается мнения, что для удовлетворения их досуговых потребностей требуется ряд преобразований досуговой сферы Москвы и Подмосковья. Совершенно не устраивают досуговые возможности 13 % респондентов. 10 % опрошенных затруднились ответить. Выше среднего значения уровень удовлетворенности досугом у респондентов в возрасте до 30 лет, чаще мужчин с высоким уровнем образования и дохода, несемейных и из семей без детей. Наиболее критично оценивают возможности проведения досуга женщины, имеющие детей, чаще это работники бюджетной сферы с низкими доходами.

Среди факторов неудовлетворенности досугом доминируют объективные обстоятельства, не связанные с качеством работы учреждений культуры. Главными из них являются материальные затруднения (62 %, в основном у горожан с низкими доходами) и нехватка свободного времени (54 %, чаще в высокодоходных категориях). 9 % респондентов высказали неудовлетворенность досугом в связи с неудовлетворительным состоянием здоровья. 13 и 19 % ответов приходится, соответственно, на такие факторы, как сложная криминальная ситуация и собственная пассивность и неорганизованность.

Кроме того, значительную роль в неудовлетворенности досугом москвичей играет организация самой досуговой системы Москвы и Московской области. Каждый четвертый респондент отметил удаленность мест проведения досуга от места жительства, каждый пятый опрошенный – низкую транспортную доступность мест краткосрочного отдыха (особенно москвичи

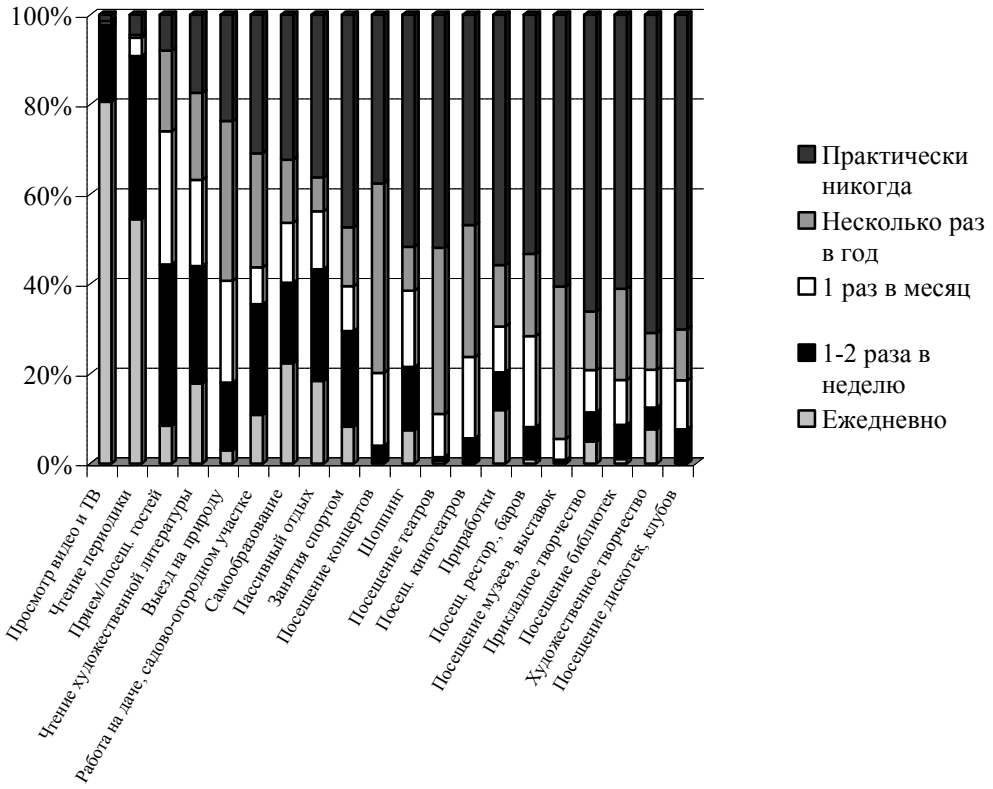


Рис. 1. Структура досуга

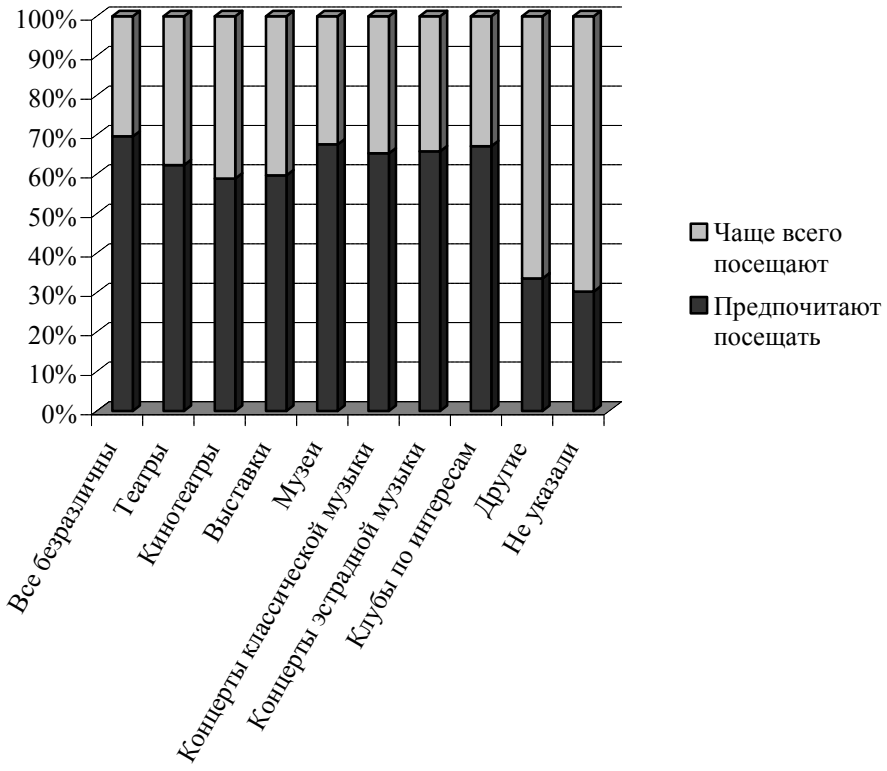


Рис. 2. Соотношение предпочтений москвичей и реального выбора

с низким и средним уровнем дохода, а также из молодежной группы до 25 лет, вынужденные добираться до мест отдыха на общественном транспорте). 18 и 17 %, соответственно, среди причин неудовлетворенности досугом назвали отсутствие досуговых учреждений и мест отдыха на природе и нехватку информации и рекламы.

Факторы, затрудняющие проведение досуга, приведены на рис. 3.

Для более глубокого понимания удовлетворенности москвичей досугом был поставлен вопрос об отношении горожан к все большей коммерциализации досуговой сферы. Отношение к коммерциализации сферы досуга у горожан скорее отрицательное – лишь 4 % москвичей с одобрением относятся к этому процессу (рис. 4). 36 % опрошенных полагают, что отдых – необходимое условие жизни человека, поэтому все досуговые услуги должны быть бесплатными (особенно распространено это мнение у пожилых респондентов с низким уровнем образования и дохода). Еще около половины опрошенных допускают возможность оплаты только за элитарные и обучающие виды услуг. Взгляды на необходимость платить за досуг различаются по доходным группам населения. Готовы платить за все досуговые услуги 12 % москвичей с высоким доходом, для которых наиболее важное значение играет качество досуга, 5 % – со средним уровнем дохода, и менее 1 % респондентов с низким доходом.

Исследование осведомленности москвичей о наличии на территории Москвы и Московской области мест активного и экстремального досуга показало низкую информированность населения о некоторых новых для данной территории видах досуга, еще более низкая осведомленность о конкретных местах, где возможно участие в данных видах активного отдыха. Участие же принимают единицы респондентов в основном из молодежной группы. Более высокая осведомленность о традиционных для Москвы и Подмосковья видах спортивного досуга: бассейнах, снегоходах, велоспорте, коньках, лыжах, верховой езде, туристических походах, охоте и рыбной ловле. Однако даже для традиционных видов сказывается дефицит информации о конкретных местах на территории Москвы и области.

Московский регион является туристским центром мирового значения. Здесь сосредоточены объекты мирового культурного наследия, создана самая плотная рекреационная сеть в стране. При условии грамотного восстановления, организации и управления досуговый комплекс Московской области способен удовлетворять не только элементарные потребности в отдыхе, но и эксклюзивные, растет многообразие рекреационной и досуговой деятельности, увеличиваются требования к сервису и комфорту, расширяется комплексность предоставляемых услуг.

Однако в настоящее время в Московской области (как частном примере сельской территории, который рассматривался в данном случае) максимальное развитие получили виды активного отдыха, требующие значительных материальных затрат со стороны рекреанта, достаточной степени физической подготовки и специальных навыков (например, горнолыжные курорты, гольф-поля и т. д.).

Несомненно, появление и развитие новых для Московской области видов рекреации положительно, но эти виды рекреации охватывают в основном молодых людей, преимущественно с высоким уровнем дохода. Спрос же на загородный досуг велик во всех социально-демографических группах населения больших городов.

Именно поэтому актуальным становится развитие так называемого сельского туризма. Сельский туризм дает возможность вовлечения новых рекреационных территорий и объектов, ранее не охваченных рекреационной деятельностью, что привлекает горожан, неудовлетворенных предложением однотипных экскурсионных туров, позволяет сочетать отдых на природе с познавательной рекреацией, подходит рекреантам с детьми, людям пожилого возраста, так как не требует специальных навыков и подготовки, специальных усилий со стороны отдыхающих, вроде поддержания дачных домов, ухода за дачными участками, экономит средства и время горожан, дает возможность приобщения к традициям сельских жителей, потребления экологически чистых продуктов, физического и психического оздоровления, позволяет отдыхать в холодное время года.

Агротуризм – широко развитая отрасль туристической индустрии в мире. В мировой практике сельский туризм рассматривается как стратегическое направление развития сельской местности, как важнейшая, носящая комплексный характер точка роста местных сообществ. Обязательным условием является то, чтобы средства размещения туристов (как правило, индивидуальные, специализированные) находились в сельской местности. Функционально агротуризм включает в себя культурно-познавательный, экологический, этнический, экстремальный и другие виды туризма, объектами которых являются ресурсы сельской местности.

В условиях России перспективны несколько моделей развития сельского туризма. Первая модель предполагает создание региональных агротуристических сетей через развитие малого,

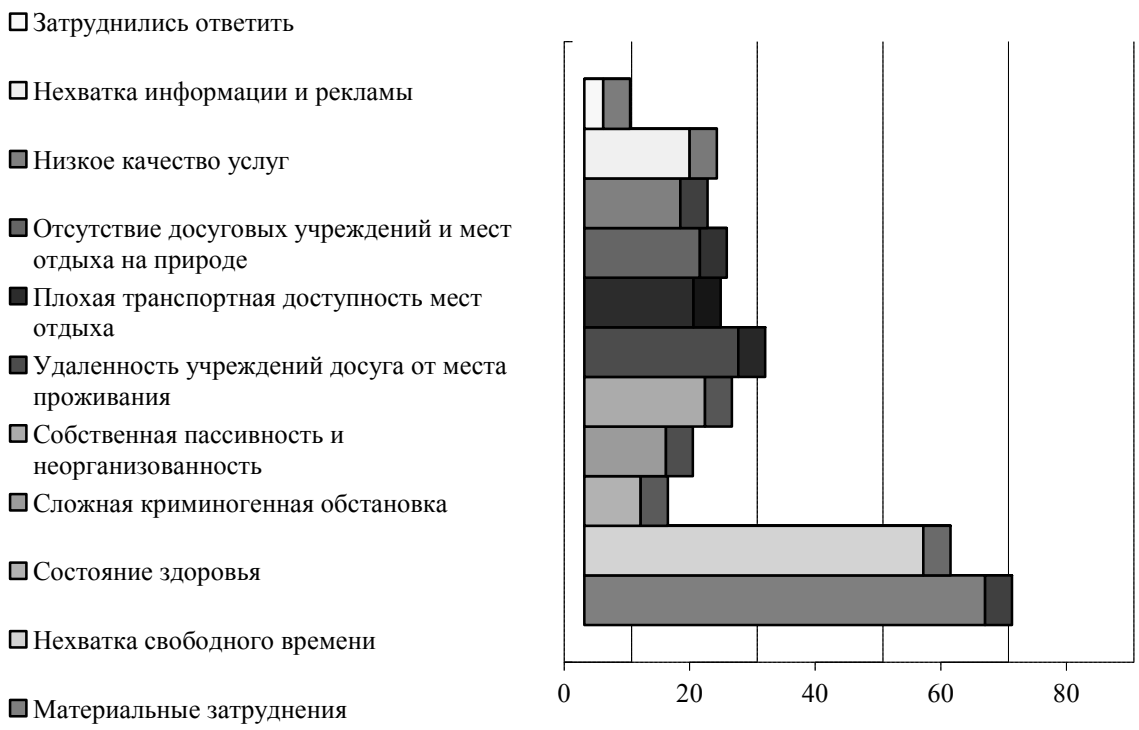


Рис. 3. Факторы, затрудняющие досуговую деятельность

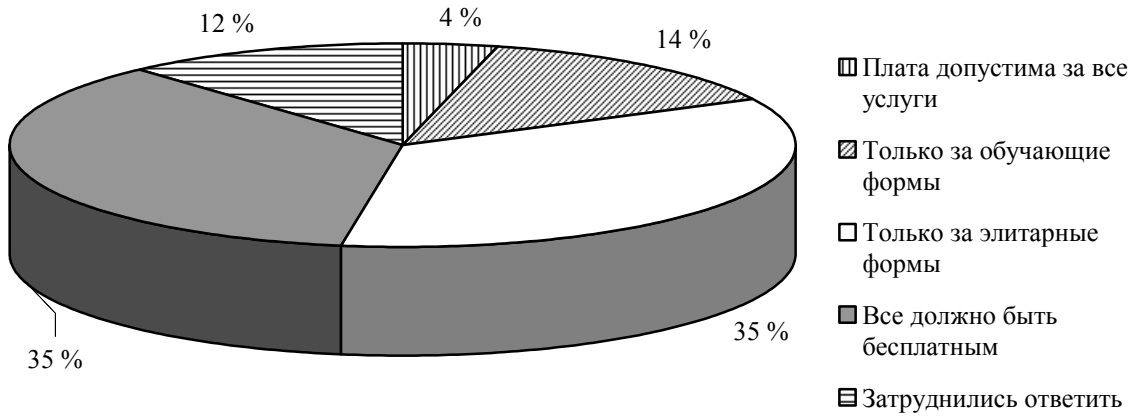


Рис. 4. Отношение москвичей к коммерциализации досуга

семейного и индивидуального агротуристического бизнеса на базе существующих туристических ресурсов сельской местности: средств размещения (малого семейного гостиничного хозяйства) и инфраструктуры агротуризма (включая различные агротуристические объекты и виды бизнеса, связанные с обеспечением агротуризма). Размещение в данном случае организовано в домах сельских жителей. Важным фактором является достаточно развитый жилищный фонд в сельской местности, транспортная и инженерная инфраструктура, а также высокая плотность сельского населения.

Вторая модель – воссоздание социокультурной среды исторического поселения – «исторической деревни», «национальной деревни» или иного типа поселения, воссоздание социокультурной среды иных исторических объектов (дворянские и купеческие усадьбы, монастыри и т. д.).

Третье направление развития агротуризма – создание крупных и средних специализированных агротуристических объектов, ориентированных на прием туристов и организацию их полноценного отдыха. Это могут быть специализированные центры (спортивные, культурные, ку-

линарные и т. п.), стилизованные «агротуристические деревни», а также «рыбацкие», «охотничьи деревни».

В рамках последних двух моделей размещение осуществляется в стилизованных под традиционное жилище, но оборудованных всеми удобствами отдельных коттеджах частного туристического центра, предлагающего полный пакет туристических услуг и специально построенного в сельской местности с уникальным ландшафтом, природой, историей, этническими особенностями. Данный тип размещения – для регионов с очаговым сельским расселением, невысокой плотностью населения, недостаточным уровнем развития жилищного фонда в сельской местности, а также транспортной и инженерной инфраструктуры.

Подводя итог, можно сказать, что, судя по проведенному исследованию потребностей жителей большого города (на примере Москвы) в досуговой деятельности, принимая во внимание богатый природно-культурный потенциал сельской местности России а также необходимость выработки новых способов восстановления и поддержания сельских территорий, сельский туризм имеет очень большие перспективы развития на территории нашей страны.

ОБРАЗОВАТЕЛЬНО-ОЗДОРОВИТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ ТУРИЗМА

Ю. Н. Голубчиков, *канд. геогр. наук*
Географический факультет МГУ им. М. В. Ломоносова

Все больше молодежи страдает сегодня избыточной энергией, нередко проявляющейся в хронической агрессивности. Многие болезни и человека, и человеческого сообщества порождаются такой неизрасходованной вовремя энергией. Время и силы у людей теперь не уходят целиком на борьбу с нуждой. Появилось свободное время. Человек зачастую не в состоянии сам распорядиться этой дарованной ему свободой выбора. Его душа опустошается скукой. Но природа не терпит пустот. Опустошенные личности с высокой энергетикой быстро наполняются ненавистью, алкоголем и наркотиками. Все психические расстройства, болезни, разрушения и войны коренятся в этом страшном чувстве опустошенности. В путешествии же открываются новые возможности реализации переизбытка накопленных и невыплеснутых сил человека. Даже трудные подростки, пройдя тяжелые маршруты, возвращаются другими людьми.

Бывает и так, что работа заставляет человека выкладываться до дна, не оставляя никакого ресурса для выходных, отпусков, развития и отдыха. Результаты этого чаще всего плачевны и для человека, и для работы. Постепенно личный ресурс человека истощается, и он теряет свои свойства как работник.

«Бросайте все и езжайте в природу», – говорили врачи человеку, потерявшему душевное или физическое равновесие. Всем известна исцеляющая сила прогулок, созерцания движущихся вод, бегущих облаков и колыхания ветвей на легком ветру. Они доступны каждому, поскольку каждый живет в той или иной географической среде и может использовать ее лечебно-профилактические свойства. Почему же сегодня врач не предложит пациенту эти самые простые и эффективные методы исцеления?

Отношение современной медицины к человеческому организму видный французский философ XX в. Мишель Фуко именует «метафорой часов». Наступает время, часы изнашиваются и жизнь субъекта подходит к концу, как бы истекает ее гарантийный срок. Чтобы продлить жизнь, необходимо своевременное внесение поправок в жизненный ход. Так врачи уподобились механикам. Организм для исправлений помещается ими в клиники, напоминающие гаражи. При этом врача, в отличие от автомеханика, практически невозможно привлечь к судебной ответственности за совершенные ошибки.

С этой медициной связываются огромные достижения. Если организм всего лишь сложная версия механизма, то его можно совершенствовать. Мыслители заговорили о жизни в будущем без болезней и боли, увеличении продолжительности жизни, о преодолении смерти, о переносе человеческого разума в компьютеры. Самым важным из достижений медицины считают кардинальное снижение смертности благодаря победам над инфекционными заболеваниями. Но вот исследователь западноевропейских исторических источников А. Б. Соколов проясняет, что вакцинации в этих победах имели небольшое значение. Гораздо большую роль сыграли введение таможенно-карантинных служб, препятствующих переносу инфекционных заболеваний, и достижения коммунального хозяйства, улучшившие гигиеническое состояние городов и водоснабжения.

До возникновения современной формы европейской медицины для объяснения человеческого организма широко применялась, по словам Фуко, «метафора лампы». Лампа горит, пока в ней есть масло. Жизнь продолжается, пока в организме не израсходована «врожденная энергия». Циолковский полагал, что понятие времени следует вообще заменить энергией, как существующей в действительности. Заболевший человек теряет энергию и естественную способность к самоисцелению. Больной говорит об упадке сил. Когда энергия полностью иссякает, наступает естественная смерть. Болезнь является материальным выражением утраты энергии. Однако на расход энергии можно как-то повлиять, например замедлить или еще проще ускорить.

С глубокой древности для пополнения энергии человека использовали те или иные территории или, как сказали бы сейчас, ландшафты. Древние врачи и философы были убеждены, что в природе все вылечивает, каждое растение, животное, минерал. В XVI в. врач Филипп Ауреол Теофраст Бомбаст фон Гогенгейм, взявший себе научный псевдоним Парацельс в знак уважения к великому врачу древности Цельсу, писал о целительной силе растений в природе. Они очищают атмосферу, принимая в себя окись углерода, выдыхаемую животными и людьми, но таким же образом перенимают болезни от людей и животных.

Само слово курорт (от нем. kur – лечение, ort – место) означало «лечение местом» или, точнее, «лечение ландшафтом», ландшафтотерапию. В каждом из ландшафтов создается свой микроклимат, по разному текут воздушные и водные потоки, поступает солнечный свет. Ландшафты отличаются друг от друга горными породами, камнями, минералами и кристаллами, песками и глинами, биоразнообразием, а следовательно, шумовыми, световыми и цветовыми ощущениями, количеством отрицательно заряженных ионов, эфирных масел и ароматов.

Сферы всех муз звучат в ландшафте. Выдающийся страновед В. П. Семенов-Тяншанский считал художественную прозу особенно близкой к научному географическому описанию, живопись – ближе всего подходящей для отражения главных особенностей страны, а музыку находил самой синтетической передачей образа местности и ее невидимых свойств.

Канадский композитор Меррей Шейфер в книге «Звучащий мир» исследует музыку ландшафта: воды, ветра, деревьев, птиц, зверей, насекомых. Каждый вид дерева имеет свой голос. Когда ветер пролетает в елках, – они всхлипывают и стонут, ясень шипит, березы шелестят, сосны гудят. Для каждого региона Земли существует своя собственная «птичья симфония». Шейфер создает теорию «звукового ландшафта», через соприкосновение с которым человек обретает внутреннюю гармонию. Все неделимые царства природы и истории так или иначе взаимодействуют с нашими утонченными вибрациями и эманациями, открывая один из наиболее мощных источников восполнения человеческой энергии. Ведь следование природе и есть здоровье, а законы природы это законы красоты.

Особые целебные свойства приписывались горам – элите ландшафтного царства, где спектр всех природных зон и подзон «спрессован» на доступном для человека преодолении. В горах легче фокусировать на себе разнокачественные энергии и влияния. Целеустремляюще действует на нас даже созерцание искусственных гор: пирамид, храмов, устремленных вверх зданий, например высотного комплекса МГУ.

Доверяя своим ощущениям, опыту и интуиции, каждый сам может осознать для себя целительную силу тех или иных ландшафтов, а не быть ремонтируемой кем-то машиной. Критерием выбора на первых порах вполне может быть то, что нравится, где возникает ощущение отдохновения и соприкосновения с иным. Есть места, куда так и тянет, где хочется пожить, а есть, из которых хочется побыстрее уйти. Тут советов нет. «Собственные наблюдения человека над тем, от чего ему польза и от чего вред, – вот вернейшее средство сберечь здоровье», – писал Френсис Бэкон (1561–1626) в своих «Опытах».

Возникает вопрос: имеет ли право географ быть в определенной степени врачом и рекомендовать людям те или иные ландшафты для подъема жизненных сил? А почему бы нет. О лечебных свойствах многих растений современные медики почти ничего не знают, но с ними знакома народная медицина, в настоящее время возрождающаяся с помощью геоботаники и медицины. Представляется, что подобного рода содружество возможно между медициной и географией. Оно послужит переориентированию географии от преобразования природы и ее охраны к преображению человека и его спасению.

Думается, что пользоваться ландшафтотерпией лучше всего, совершенно отрываясь от привычной обстановки на не длинный срок – от недели до месяца. Каждый знает, как переполнен событиями и впечатлениями день на новом месте и как быстро проскакивает он, когда занимаешься привычным делом. Воспоминания о первом дне приезда и последнем дне отъезда всегда при прочих равных обстоятельствах «длиннее», чем о днях, проведенных на одном месте. Таким образом, путешествие способно менять плотность времени в нашем сознании. Когда мы

переезжаем в другое место, мы «растягиваем» время, и ход его замедляется. Путешествуя, мы тем самым как бы продлеваем жизнь.

Отдых не всегда бегство от городской жизни. Самыми посещаемыми туристическими объектами являются как раз города Европы, Азии и США. Урбанизация создала существенно нового человека. Важна любая смена среды, перемена мест и впечатлений. И. В. Зорин считает такую перемену наиболее эффективным средством балансирования энергии организма в наше нервное время, но только не изоляцию от новых источников информации, не эмоциональную и интеллектуальную «спячку» или физический покой. Человек же, живущий духовной жизнью, ставит целью своего путешествия созерцание разумного, эстетически организованного мироустройства.

По своей сути культурно-познавательный, образовательный и учебный туризм призваны преодолевать барьеры между самыми разнообразными дисциплинами, как естественными, так и гуманитарными, как религией, так и наукой. Они напитывают душу состоянием поиска, объединяют эстетическое восприятие с размышлениями, обучают через сопричастность с тайной. На этом поприще идет синтез школы и храма, музея и обсерватории. Один из основоположников отечественной туристической науки и учебы В. И. Кружалин не устает подчеркивать, что «туризм – это все», это новый тип оздоровительного образования и образовательного оздоровления. Возможно, это и есть прообраз постдисциплинарного обучения завтрашнего дня.

СОЦИАЛЬНЫЙ ЗАКАЗ И СОЦИОКУЛЬТУРНОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ МЕНЕДЖЕРА ТУРИЗМА РЕГИОНА

Н. А. Гулиев, *канд. пед. наук, профессор, завкафедрой, проректор Омского государственного института сервиса*

Современная индустрия туризма, особенно региональная, нуждается в компетентных менеджерах.

Проектируя свою деятельность, менеджер выстраивает логическую цепь действий, ориентируясь на потребности и возможности региона.

Одним из первых шагов менеджера является получение социального заказа. В идеале социальный заказ выступает как соглашение (договор) между органами управления региона (муниципалитета) и туристской организацией (фирмой). Сам договор выступает как целевая социокультурная творческая программа.

Социальный заказ должен быть ориентирован: на удовлетворение духовных и познавательных потребностей человека; развитие и совершенствование физических сил населения, прежде всего молодежи; нравственное образование, воспитание патриотизма, любви к родному краю; разрешение существующих социокультурных проблем, выступающих как проблемные ситуации.

Практика деятельности туристских фирм и подготовки менеджеров регионального туризма должна основываться на принципах: целеполагания, выделения главного звена (проблемы), историзма, ориентации на социокультурные ценности, комплексном подходе, принципе активности.

ФОРМИРОВАНИЕ ТУРИСТСКИХ ЗОН И СОЦИОКУЛЬТУРНАЯ ПОДГОТОВКА МЕНЕДЖЕРА ТУРИЗМА

Н. А. Гулиев, *канд. пед. наук, профессор, завкафедрой, проректор Омского государственного института сервиса*
И. И. Дуранов, *менеджер турфирмы «Путник», г. Омск*

Формирование туристских зон выступает продолжением политики, намеченной правительством в национальных проектах.

Практика свидетельствует, что развитие региональной туристской индустрии, а вместе с этим и туристских зон, их функционирование зависят от решения комплекса проблем, к которым следует, в первую очередь, отнести:

• подготовку компетентных специалистов-менеджеров социокультурной сферы, способных эффективно работать с людьми;

• создание региональной инфраструктуры индустрии туризма, особенно в сфере обустройства объектов туристской деятельности;

• развитие региональной информационно-коммуникативной системы, обладающей всесторонней информацией о туристских центрах и способной оперативно довести ее до самых широких кругов населения.

Мы должны вести речь о формировании социокультурной компетентности специалиста, ядром которой являются ценности. Присвоение личностью этих ценностей выступает генеральной линией в подготовке менеджера туризма в вузе.

Сама социокультурная компетентность представляет собой ориентированность специалиста в социокультурных ценностях, готовность с помощью этих ценностей управлять процессом удовлетворения потребностей как социума, так и отдельной личности.

СТАТИСТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ АНАЛИЗА ДИНАМИКИ ЕВРОПЕЙСКОЙ ТУРИСТСКОЙ ОТРАСЛИ

Д. А. Ефимов, *канд. экон. наук, директор центра международных программ РМАТ*

В течение последних пятидесяти лет туриндустрия стала важнейшим сектором экономики стран Европы. Астрономические темпы роста даже такого простого индикатора, как количество въездов, показывают насколько сильное влияние на общее состояние экономики может оказывать туристский сектор – с 1950 г. количество въездов в страны Европы возросло с 25,3 до 414 млн человек в 2003 г., при этом прогнозы показывают устойчивый рост туристского потока до 717 млн человек к 2020 г., что означает примерно двукратное увеличение количества въездов каждые двадцать лет. Несомненно, такие темпы роста туристского сектора требуют определенного осмысления. С точки зрения статистики особую актуальность здесь приобретает анализ структурных изменений туристского сектора.

Анализ демографической ситуации в странах ЕС, по данным EUROSTAT, показывает, что наметился устойчивый рост доли населения возрастной категории свыше 65 лет (16,2 % в 1999 г., 26,3 % в 2040 г.). Фактически можно говорить о новой категории туриста – «резидентный турист», который проводит несколько месяцев в году на отдыхе в более благоприятных климатических условиях, особенно в зимний период. Европейская демографическая статистика показывает также неуклонный рост доли туристов с ограниченными физическими возможностями (до 25 % в 2000 г.). Следует, однако, отметить, что простые статистические модели роста не в полной мере описывают развитие туристского сектора европейской экономики. Так, например, известно, что около 97 % предприятий туристской отрасли принадлежит сектору отелей, ресторанов и кафе (HORECA), генерирует 71 % оборота, в то время как остальные 3 % (туроператоры и турагенты) «поднимают» 29 % поступлений денежных средств. При этом 99 % этих предприятий являются малыми или «микропредприятиями» с численность работников до 9 человек. Заслуживает также внимания процесс структурного изменения рынка туроператоров и турагентов. Если в середине 90-х гг. этот сектор состоял примерно из 44 тыс. предприятий, то к 2000 г. пять основных «игроков» уже представляли 35 %. Прогноз показывает, что через два года не менее 70 % рынка туристских услуг будет сконцентрировано у пяти крупнейших предприятий отрасли. Менее интенсивным изменениям подвержен рынок гостиничных услуг. Несмотря на значительную вариативность внутри стран ЕС, увеличение средней емкости европейских отелей плавно увеличилось с 45,3 комнат в 1995 г. до 48,0 комнат в 2001 г., при этом крупным гостиничным цепям принадлежит только 10–20 % общего фонда.

Приведенные данные в целом могут охарактеризовать туристскую отрасль и ее динамику, однако важнейший вопрос оценки влияния этого сектора экономики на ВВП до сих пор остается открытым. В отличие от других отраслей европейской экономики, где практически внедрена система национальных счетов, туристский сектор нуждается в существенной корректировке методологии статистического учета. Связано это прежде всего с самой природой потребления туристских услуг как набора сервисов, взятых из различных отраслей экономики. В этом аспекте, например, количество въездов в стану (индикатор ЮНВТО) не может адекватно коррелировать с показателями, отражающими денежные потоки. Вторым примером трудностей в стати-

стическом учете является оценка пропорции туристов, прибывающих в страну, но останавливающихся вне гостиниц (у друзей, родственников, в кемпингах и т. д.). По результатам исследования компании PricewaterhouseCoopers, к настоящему времени до 21 % прибывающих в страны ЕС не поддаются статистическому учету классическими методами. Данная проблема, по всей вероятности, может быть решена только путем реализации системы вспомогательных счетов (TSA), позволяющих аккумулировать и анализировать статистические данные по спросу и потреблению в рамках туристского сектора целиком.

Изменение подходов к статистическому анализу туристского сектора позволяет по-новому оценить влияние туриндустрии на экономику в целом. Так, до недавнего времени официальная статистика разделяла основную цель путешествия на две большие категории: бизнес и отдых/туризм. В 1990–2000 гг. доля деловых поездок в страны Европы составляла 17–20 % общего числа путешествий. Как показывает практика, до сих пор не разработан механизм оценки влияния бизнес-туризма на экономику в целом. К трудностям статистического учета можно также отнести исключительно высокую вариативность стоимости билетов бизнес-класса (до 60 %). Альтернативные исследования, проведенные в Германии Ассоциацией деловых поездок в 2003 г., доказывают сопоставимость полученных доходов от деловых поездок (48,7 млрд евро) и обычных путешествий (51,6 млрд евро). Оценка стандартными методами прогнозирования говорит о постоянном годовом приросте этих двух направлений туристского сектора в 3,1 и 3,7 % соответственно.

Анализ результатов исследований, проводимых в последнее время экспертами в области статистики туризма, показывает, что наиболее полную картину развития туристского сектора в европейском пространстве можно получить, используя методы многомерного статистического анализа. В рамках процедур многомерной статистики (регрессионный, дискриминантный, факторный и кластерный анализ) можно достаточно эффективно решать целый спектр макроэкономических задач: оценка влияния спроса на туристские услуги на развитие смежных секторов экономики, оценка доходов по субсекторам по регионам Европы. Если в качестве основных субсекторов туристской отрасли взять *ресторанный бизнес, отели, туроператоров и турагентов,* то, по состоянию на 2002 г. по данным EUROSTAT, участие их в общем доходе находится в следующей пропорции: 49 % : 22 % : 29 %. Определенный интерес представляет распределение по странам. Оно, как видно из таблицы, имеет определенную вариативность.

Распределение доходов по субсекторам и странам европейской туристской отрасли

Страны ЕС	Гостиничная инфраструктура	Предприятия питания	Туроператоры и турагенты	Среднее количество турагентов/туроператоров на 100 тыс. жителей
Бельгия	12	53	34	12
Дания	19	47	33	7
Германия	23	44	32	11
Испания	24	54	22	15
Франция	29	53	19	6
Ирландия	23	60	18	12
Италия	24	58	18	11
Люксембург	21	56	23	20
Нидерланды	21	56	23	20
Австрия	39	36	25	24
Португалия	19	59	23	12
Финдляндия	23	56	21	14
Швеция	21	42	37	16
Великобритания	15	46	39	9

Источник: EUROSTAT.

ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ КАК ОСНОВОПОЛАГАЮЩИЙ ФАКТОР ПОДГОТОВКИ ПЕРСОНАЛА ДЛЯ ТУРИНДУСТРИИ г. СОЧИ НА УРОВНЕ МИРОВЫХ СТАНДАРТОВ

Л. А. Иванова, *председатель Комитета по туризму Общественной палаты г. Сочи*
С. М. Филипьева, *канд. пед. наук, доцент, начальник отдела международных связей Сочинского института моды, бизнеса и права*

Город Сочи находится на новом этапе своего развития – повышение уровня курорта до мировых стандартов. Это означает в первую очередь подготовку персонала, соответствующего данному уровню квалификации. Специалистов среднего и управленческого звена готовят средние и высшие профессиональные учебные заведения.

Для того чтобы теоретические знания привели к практическому внедрению, необходимо, чтобы будущий специалист имел возможность получить навык работы в производственных условиях. И, конечно, в идеале этот процесс должен проводиться на базе предприятий, имеющих статус дестинаций и отелей мирового уровня. Именно поэтому Южная ассоциация предприятий курортно-туристской отрасли (ЮАПКО), созданная по инициативе и при поддержке администрации г. Сочи, рассматривает организацию международных стажировок в отелях Испании, Греции и Турции как чрезвычайно важный фактор подготовки персонала для туриндустрии г. Сочи.

Основные задачи международных стажировок:

- повышение уровня знания иностранных языков;
- получение знаний нескольких иностранных языков;
- повышение общего мировоззренческого уровня;
- умение общаться с клиентами разных стран;
- формирование умений и навыков на соответствующих должностях;
- умение адаптироваться в иноязычной среде и в условиях другой культуры;
- знакомство со спецификой туристской индустрии соответствующей страны;
- выработка чувства корпоративности к фирме-работодателю.

В свете организационных вопросов необходимо определить основные этапы реализации программы международных стажировок. Самыми важными моментами в этой связи являются: выбор партнера, подготовка кандидатов для участия в программе, критерии отбора и организационные вопросы, связанные с отправлением группы стажеров.

При заключении договора с партнерами важно определить направления совместной работы, ключевыми из которых следует считать подготовку стажеров на месте, коррекцию языковых навыков, ротацию рабочих мест, а также адаптацию студентов к новой для них обстановке.

Весь период стажировки за рубежом должен четко контролироваться координаторами с обеих сторон. По окончании непременно подводятся итоги.

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ЭЛЕКТРОННОЙ ТАБЛИЦЫ MS EXCEL ДЛЯ ПОСТРОЕНИЯ МАРШРУТА ДВИЖЕНИЯ

В. Д. Кильдишов, *канд. техн. наук, доцент, профессор РМАТ, завкафедрой Западно-Подмосковного института туризма*

С помощью электронной таблицы MS Excel можно изобразить на карте маршрут движения и рассчитать его характеристики. Для этого в первую очередь нужно иметь электронную географическую карту местности, по которой проходит маршрут движения (похода). Сейчас нетрудно найти в Интернете карту любого участка местности.

Методика построения маршрута состоит из следующих основных этапов:

1. Определение «размеров» участка местности, использование его в качестве фона области построения диаграммы с установкой начала и диапазона изменения координат.
2. Построение маршрута.
3. Расчет характеристик маршрута.

Рассмотрим более детально этапы методики.

В Интернете находим географическую карту нужного участка местности. Самое главное оценить масштаб и систему координат, в которой представлена карта. Обычно походы имеют небольшую протяженность. Следовательно, при построении маршрута можно смело применять прямоугольную систему координат.

Итак, выбрав участок местности, нужно сохранить его в файле или сфотографировать экран с картой (нажав кнопку *Prt Sc*). Последний вариант более подходит в силу своей универсальности. Поэтому и остановимся на нем.

В приложении Photoshop через меню *Файл* и команду *Новый* создаем файл с записью в диалоговом окне соответствующего имени.

Далее через меню *Редактирование* и команду *Вклеить* вставляем изображение экрана с картой. С помощью инструмента *Рамка* выделяем участок карты. Инструментом выделяем участок карты так, чтобы размеры изображения в километрах имели целые значения. Это обеспечит в дальнейшем целые значения координат основных или промежуточных значений шкал на диаграмме, с которыми более привычно работать. Здесь требуется достаточная аккуратность. Для облегчения работы устанавливаем линейки через меню *Просмотр,* где можем контролировать размеры рамки. Сохраняем выделенный участок карты с кадрированием изображения (меню *Файл,* команда *Сохранить как*) и расширением TIFF. Часто карты имеют недостаточную яркость и контрастность. Можно достаточно просто улучшить изображение через меню *Изображение,* команду *Коррекция* и диалоговое окно *Кривые.* После этого определяем линейные размеры изображения участка карты в километрах с учетом масштаба. Через меню *Изображение* и команду *Размер изображения* в диалоговом окне находим размеры изображения в сантиметрах (Высота и Ширина). Далее используем масштаб карты (Масштаб) для вычисления размеров изображения (В, Ш) в километрах:

$$В = Масштаб * Высоту \text{ и } Ш = Масштаб * Ширину,$$

где В – высота в километрах, Ш – ширина в километрах.

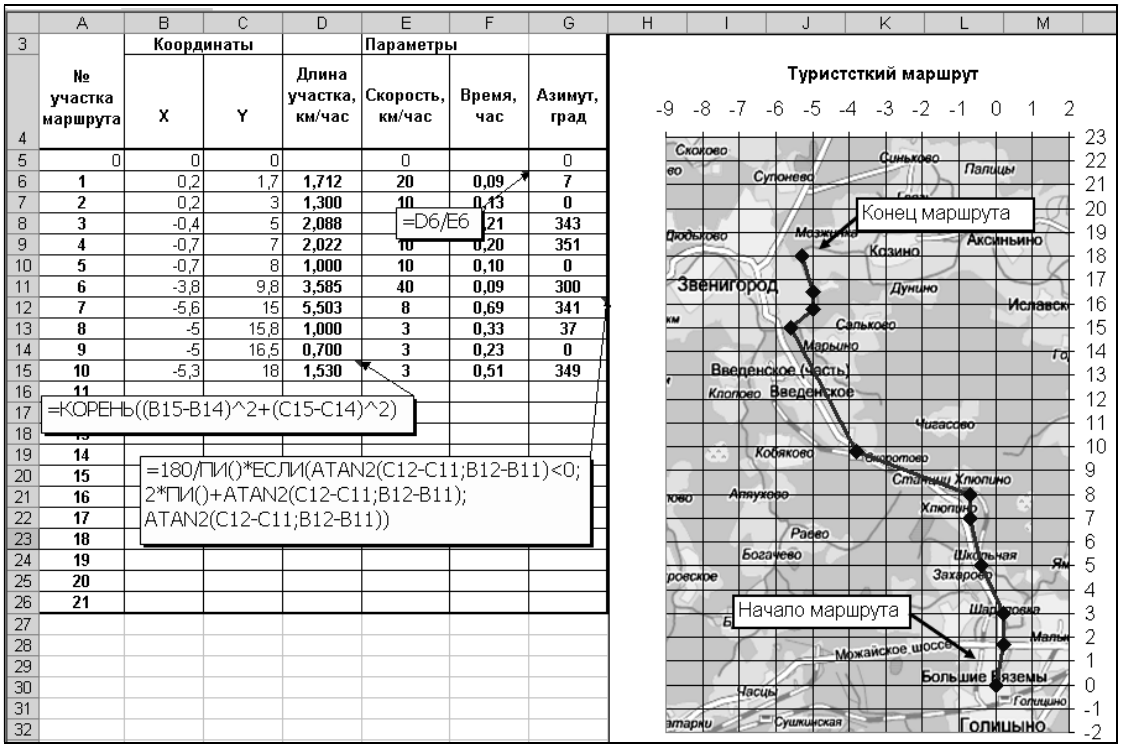
Вызываем MS Excel и подготавливаем таблицу исходных данных для построения маршрута, где должны быть указаны координаты начала и конца каждого участка маршрута. Количество строк должно соответствовать предполагаемому количеству участков маршрута. Обращаемся к мастеру диаграмм, выбираем тип диаграммы *Точечная.* По усмотрению значения диаграммы можно соединять отрезками или сглаживающими линиями. Нажимаем на кнопку *Готово.* Через контекстное меню диаграммы вызываем диалоговое окно *Формат области построения* и на закладке *Вид* щелкаем по кнопке *Способы заливки.* В диалоговом окне *Способы заливки* на закладке *Рисунок* щелкаем по кнопке *Рисунок* и выбираем файл карты, а затем его вставляем в качестве фона. Теперь можно по карте установить начало координат. Начало координат целесообразно привязать к точке, из которой начинается маршрут (рис.). Для этого используем последовательно контекстное меню осей x и y. В диалоговом окне *Формат оси* для каждой оси на закладке *Шкала* устанавливаем максимальное и минимальное значения, при которых начало координат совпадает с точкой начала маршрута. При этом соответствующие диапазоны координат должны соответствовать ширине (Ш) или высоте (В) изображению карты. Также задаем цену основных и промежуточных делений. Устанавливаем флажки пересечения осей в максимальных значениях для помещения значений координат по периметру карты. Для отображения основных и промежуточных линий сетки координат необходимо вызвать диалоговое окно *Параметры диаграммы* и на закладке *Линии сетки* установить флажки отображения соответствующих линий.

После задания системы координат приступаем непосредственно к построению маршрута. Для этого в первой строке таблицы заносим нули в ячейки координат x и y. Далее в последующие ячейки заносим значения координат в соответствии с намеченным маршрутом движения и системой координат. При этом на карте автоматически отображается маршрут, который корректируется путем изменения значений координат. Линия маршрута форматируется через диалоговое окно *Формат рядов данных* на закладке *Вид.* Там же можно выбрать нужные параметры для линии и маркера.

После построения маршрута рассчитываем параметры участков: длину участка (d), время (t) и азимут (A). Длину участка определяем по координатам начала и конца участка (см. примечания на рис):

$$d_{i+1} = ((x_{i+1} - x_i)^2 + (y_{i+1} - y_i)^2)^{0,5},$$

где d_{i+1} – длина (i+1) участка маршрута, (x_i, y_i) и (x_{i+1}, y_{i+1}) – координаты начала и конца (i+1) участка маршрута, i = 0, 1, 2, ….



Маршрут движения с рассчитанными параметрами

Время рассчитываем по заданной скорости движения (v) и длине участка:

$$t_{i+1} = d_{i+1} / v_{i+1}.$$

Азимут – по формуле

$$A_{i+1} = \text{arctg}\,((x_{i+1} - x_i) / (y_{i+1} - y_i)).$$

Для перевода значений азимута из радиан в градусы производим умножение на $180/\pi$. Так как азимут определяется по часовой стрелке от направления на север, то с учетом особенностей расчета функции арктангенса вводим дополнительные условия для оценки азимута.

В заключение можно с помощью функции автосуммы вычислить длину маршрута, общее время в пути. При наличии других исходных данных можно без труда также построить на карте маршрут с применением соответствующих формул. Расчеты и маршрут движения можно распечатать и вручить участникам похода.

ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ТУРИСТСКОГО ОБРАЗОВАНИЯ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

Н. П. Кущёв, *канд. социол. наук, проректор РМАТ*

Отличительной чертой XXI в. является усиление таких тенденций, как глобализация, сокращение сроков внедрения новых технологий (особенно в области информатики и телекоммуникаций), высокая мобильность рабочей силы, бурный рост развития индустрии туризма, культуры и отдыха. Эпоха глобализации фактически ликвидировала границы для свободного перемещения капитала, товаров и информации, а также создала условия для беспрепятственной миграции населения в мире. Иными словами, процессы глобализации сопровождаются небывалым ростом международной экономической интеграции.

В настоящее время становится все более очевидной необходимость развития туризма как одной из важнейших сфер экономики России, а одним из основных факторов развития туризма является подготовка высокопрофессиональных кадров. Важной тенденцией глобализа-

ции профессионального образования, в том числе туристского, как подчеркивает профессор И. В. Зорин, является его интегрирование в системе непрерывного образования и обеспечение эффективного взаимодействия с системами среднего, высшего и послевузовского образования [1].

Глобализация ставит новые проблемы перед туристским образованием. Например, рост туристских потоков предполагает наличие единых профессиональных квалификаций туристской деятельности, т. е. знания языка, культуры, экономики, правовой и социальной систем странпартнеров, соблюдения единых технологических и гуманитарных норм. Поэтому профессиональному туристскому образованию приходится одновременно взаимодействовать со взаимосвязанными процессами глобализации и стремительного технологического развития. Вследствие этих процессов полученные знания быстро устаревают, а умения и навыки, необходимые в туристской деятельности, требуют постоянного обновления.

Болонский процесс, в который вступила Россия и вступает отечественное профессиональное образовательное сообщество, создает не только трудные проблемы институциональных и методологических преобразований, но и предпосылки прогрессивного развития профессионального туристского образования и его диверсификации. Однако позитивные тенденции диверсификации профессионального туристского образования сдерживаются системой противоречий, среди которых наиболее значимы:

- приоритетность функционирования профессионального образования в ущерб его развитию, что только углубляет кризисные тенденции социокультурной и экономической динамики в стране;
- несоответствие действующей аккредитационной нормы проектирования содержания профессионального туристского образования современным потребностям рынка труда;
- ориентированность сложившегося содержания профессионального туристского образования преимущественно на традиционную «знаниевую» концепцию в ущерб настоятельной необходимости его аксиологической переориентации на основе личностно-деятельностной парадигмы;
- отсутствие системной связи между концепциями современной педагогической науки и концепциями теории и практики туризма (туристики), без которой невозможен синтез содержания профессионального туристского образования.

Эти противоречия могут быть разрешены в результате синтеза концепций профессиональной педагогики и концепций туристики, который и следует положить в основу формирования содержания профессионального туристского образования [2].

Практически все специалисты в области профессионального образования вынуждены согласиться с тем, что само профессиональное образование в настоящее время должно соответствовать реалиям глобализации и уровню мирового технологического развития. Они же рассматривают глобальность как процесс всемирного сближения.

Следовательно, проблемы и тенденции развития профессионального туристского образования необходимо рассматривать исключительно во взаимосвязи как с процессами преобразований в сфере туристской индустрии, так и с учетом реформирования российской высшей школы. Тем более, что процесс реформирования содержания и методологии высшего профессионального образования (ВПО) в настоящее время набрал полные обороты и получает реальное воплощение:

1. С 1 сентября 2007 г. вступили в силу изменения к Закону РФ «Об образовании», закрепляющие переход к двухуровневой системе высшего профессионального образования (бакалавриат и магистратура), которые обусловлены прежде всего взятыми Россией обязательствами по вхождению в европейское образовательное пространство. Базовой формой ВПО при этом становится бакалавриат как основное направление подготовки специалистов.

2. Принципиально изменяется подход к содержанию и форме образовательных стандартов, являющихся базой основных образовательных программ подготовки специалистов. Так, решением коллегии Минобрнауки России от 31 января 2007 г. приняты требования к содержанию и структуре, а 22 февраля 2007 г. утвержден макет нового поколения федеральных государственных образовательных стандартов, что обеспечивает дальнейшее развитие уровневого высшего профессионального образования. С учетом запросов рынка труда основу развития ВПО составляют:

- формирование требований к результатам освоения основных образовательных программ подготовки бакалавров, специалистов и магистров;
- ведение научно-исследовательской работы как обязательного компонента основной образовательной программы подготовки специалиста;

• расчет трудоемкости основных образовательных программ в зачетных единицах вместо часовых эквивалентов, что соответствует основным мировым тенденциям развития высшего профессионального образования.

Принципиальным отличием нового поколения образовательных стандартов является введение понятия компетентностного подхода:

♦ сформулированы его сущность, особенность и роль;

♦ обозначена ориентация на студента как ведущего фактора обновления высшего профессионального образования;

♦ разработаны требования к выпускникам в форме результатов и компетенций;

♦ определен состав каждой группы компетенций, что обеспечивает подробное изложение требований, предъявляемых к результатам освоения основных образовательных программ (ООП);

♦ унифицированы требования к кадровому обеспечению образовательного процесса.

Проект рассматриваемого стандарта выгодно отличается от ГОС ВПО I и II поколений, так как устраняет их главный недостаток – возможность измерить и оценить результаты освоения ООП. Введение вариативной части позволяет создать условия ориентации на потребности региона, вуза и личности обучающегося, что в целом соответствует международной практике и основным принципам Болонской декларации. Переход на новые федеральные государственные образовательные стандарты планируется осуществить до 2010 г.

3. Правительством Российской Федерации одобрен доклад Минобрнауки России «О приоритетных направлениях развития образовательной системы Российской Федерации», где развитие и повышение качества системы непрерывного профессионального образования названы одними из важнейших приоритетов государственной образовательной политики.

При этом задачу повышения качества деятельности образовательных учреждений предлагается решить за счет перехода *от управления образовательными учреждениями к управлению образовательными программами.*

Реализовать это положение без классификатора образовательных программ невозможно, поэтому в рамках научного проектирования Федеральной программы развития образования впервые в истории России подготовлен и проект Общероссийского классификатора.

Российская международная академия туризма (РМАТ), являясь одним из ведущих вузов страны в области профессионального туристского образования, активно развивает международные связи с лучшими туристскими вузами Франции, Италии, Швейцарии, Турции и других стран, нацеленными на совместную разработку образовательных программ и обеспечение подготовки специалистов на основе лучших программ международного уровня. Тем самым Академия в условиях реального вхождения России в Болонский процесс, характеризующийся требованием к мобильности студентов и преподавателей, создает предпосылки для ликвидации противоречия между ограниченным количеством направлений (специальностей и специализаций) подготовки кадров и многообразием видов туризма, дает студентам возможность выбора образовательных траекторий в соответствии с запросами туристского рынка, с одной стороны, и потребностями личности в построении собственной карьеры – с другой.

Учеными и специалистами Академии обосновано эффективное решение проблемы соответствия «знаниевой» концепции высшего профессионального образования, основанной на профессионально-квалификационных модулях специализаций, реальным запросам рынка труда, требующим готовности выпускников к практической деятельности на рабочих местах в учреждениях туристской индустрии.

Вторым основным направлением деятельности педагогического коллектива РМАТ является формирование структуры и содержания основных образовательных программ в новой двухуровневой системе подготовки специалистов, переход на которую начнется в ближайшей перспективе. При этом учитывается, что формирование содержания профессионального туристского образования нуждается в постоянном мониторинге процесса развития туриндустрии, в систематических исследованиях, учитывающих изменения, происходящие в обществе, на туристском рынке и рынке труда. Поэтому одной из главных является задача выявления тенденций и выработки концепций развития туризма, без которых невозможно обосновать содержание и востребованный практикой уровень туристского образования. Содержание профессионального туристского образования обеспечивается также и его корпоративностью, когда уже на стадии обучения закладываются будущие корпоративные связи (технологические стандарты гостиничных и туристских цепей; франшизные отношения; нормы лицензирования и сертификации и пр.). Туристской индустрии требуются высокопрофессиональные кадры, способные адаптироваться к быстро меняющимся условиям. Обеспечение доступности профессионального

образования на протяжении всей жизни является единственным способом вооружения людей знаниями, умениями и навыками, успевающими за быстрой сменой технологий.

Содержание профессионального туристского образования, нацеленное, прежде всего на позитивное изменение жизни молодых людей, должно гарантировать им трудоустройство и эффективную карьеру. Это в полной мере соответствует основным принципам, изложенным в Болонской декларации:

- обеспечение совместимости систем высшего образования, функционирующих в рамках европейского образовательного пространства;
- введение двухуровневой системы высшего образования;
- введение кредитно-модульной системы;
- обеспечение академической мобильности студентов и преподавателей;
- применение компетентностного подхода при формировании содержания образования;
- образование в течение всей жизни.

Двухуровневая система высшего профессионального образования, реализуемая в РМАТ в рамках поэтапного эксперимента по созданию (1992–2000 гг.) и развитию (2001–2005 гг.) многоуровневой системы непрерывного профессионального туристского образования на условиях небюджетного финансирования и самоуправления, в современных условиях перехода на образовательные стандарты нового поколения получает новый импульс к развитию благодаря совершенствованию системы сопряжения основных образовательных программ на уровнях: среднего профессионального образования (подготовка техников); бакалавра с профилизацией подготовки (подготовка технологов туризма и гостеприимства) и магистра (подготовка концептуалистов рекреационного проектирования).

При этом представляется целесообразным сохранение фундаментальной подготовки, обеспечивающей траекторию «бакалавр наук – магистратура», и развитие практической направленности подготовки, обеспечивающей траекторию «бакалавр менеджмента (профили: туризм, гостеприимство, анимация, экскурсоведение, рекреация и др.) – практическая работа в турбизнесе – МВА (мастер делового администрирования)».

Перспективная модель разработки основных образовательных программ в новых условиях, в том числе с привлечением зарубежных партнеров, была впервые представлена туристской общественности для обсуждения в апреле 2007 г. на I Международном форуме «Туризм: наука и образование», одним из организаторов которого явилась Российская международная академия туризма.

Литература

1. Зорин И. В. Феномен туризма: Избранные сочинения. – М.: Наука, 2005. – 552 с.
2. Зорин И. В., Зорин А. И. Профессиональное образование и карьера в туризме. – М.: Советский спорт, 2005. – 528 с.

ВЛИЯНИЕ КАЧЕСТВА ТУРИСТСКИХ УСЛУГ, ПРЕДОСТАВЛЯЕМЫХ НА ТЕРРИТОРИИ ДЕСТИНАЦИИ, НА ЭКОНОМИКУ РЕГИОНА

Т. В. Львова, *преподаватель кафедры РМАТ*

Дестинация – это любой город, область или страна, которые на рынке туруслуг могут представлять единое пространство [2]. Согласно другой точке зрения [4], дестинация – это географическая территория, обладающая определенной привлекательностью для туристов. Здесь на первый план выходит привлекательность, которая может быть разной для различных групп туристов. Привлекательность дестинации является первичным фактором, определяющим ее развитие, а вторичным фактором является развитие соответствующей инфраструктуры дестинации, что делает туризм в этой дестинации возможным. Для того чтобы место (территория) могло называться дестинацией, оно должно отвечать следующим основным требованиям:

1) наличие определенного набора услуг, необходимых для принятия туристов, причем, это должен быть именно тот набор услуг и *обязательно такого качества, которые турист ожидает,* приобретая предлагаемый ему туристский продукт;

2) наличие определенного набора достопримечательностей, которые могли бы заинтересовать туристов;

3) наличие информационных систем, которые являются необходимым инструментом деятельности дестинации на туристском рынке.

Одним из важнейших условий успешного развития предпринимательской деятельности в туристской дестинации является правильное и корректное определение тех причин, по которым туристы посещают данную территорию. Сложность заключается в том, что туристский интерес может быть выражен неявно или может преднамеренно скрываться.

Именно то, как оценивает качество туристских услуг потребитель, будет решающим моментом в развитии конкретной дестинации, а как следствие, и развития экономики региона, на территории которого находится дестинация.

Нематериальность, неосязаемость обслуживания представляют основную проблему для оценки и контроля качества оказываемых услуг. Качество услуги невозможно предугадать, заранее опробовать. Даже услуга, предоставляемая одним и тем же сотрудником, может иметь разное качество, так как на процесс оказания услуги влияет множество факторов.

Производителям туристских и гостиничных услуг необходимо задуматься над увеличением уровня положительного опыта туристов (потребителей), так как в условиях рыночной экономики потребитель будет повторно покупать и рекомендовать знакомым услуги данного предприятия только при условии, что полученный ими опыт выше ожидаемого. Следовательно, при оказании услуг необходимо изучать и учитывать ожидания потребителей. На рисунке представлена схема формирования гостем оценки качества услуги на основе сопоставления своего ожидания и фактического восприятия получаемого обслуживания. Эта схема показывает, как формируется субъективная оценка качества.

Ожидание потенциального потребителя относительно качества предполагаемого турпакета складывается по той информации, которую он получает в процессе предпродажного обслуживания, в результате общения с потребителями, уже посещавшими данную дестинацию, самостоятельного поиска информации в различных источниках.

Перемены в мировой экономике за последние 25–30 лет вызвали радикальные изменения в социальной структуре, а также в культурных ориентациях и потребительских запросах населения развитых стран. Экономика развитых стран становится информационно-сервисной [1]. Так, обладание знаниями, высоким профессионализмом, широким кругозором начинают рассматриваться в качестве предпосылок жизненного успеха, а также как необходимое средство индивидуального развития. В современном ритме жизни, с повышенным коэффициентом стресса и ограниченностью свободного времени, особое внимание приобретает вопрос об организации отдыха и его соответствии ожиданиям потребителя. Принятие решения о покупке и формирование ожидания потребителя зависят от качества, количества, доступности и достоверности информации об услуге.

В настоящее время в мировом сообществе наблюдается тенденция недоверия «официальной» информации: раньше основным источником получения информации об услугах и их качестве были турагентства, рекламные проспекты гостиниц и регионов посещения, сейчас – отзы-

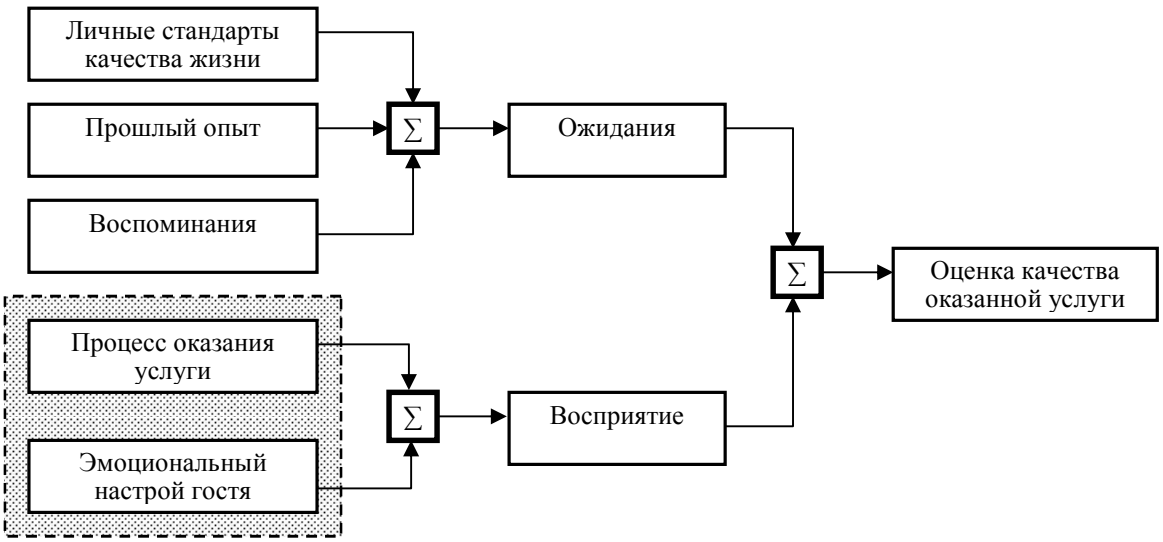


Схема формирования гостем оценки качества услуги [3]

вы совершенно неизвестных людей, размещающих свое мнение (претензии, благодарности и впечатления) на независимых сайтах по туризму. Информация, созданная потребителями, продолжает расти в важности и популярности. Форумы, блоги, сайты общественных сетей, такие как MySpace, LinkedIn; сайты отзывов клиентов (TripAdvisor), а также блоги, посвященные исключительно гостиницам (HotelChatter.com), доминируют на сегодняшний день в Интернете и стали неотъемлемой частью информации при планировании поездок.

В сложившейся ситуации предприятиям, предоставляющим туристские услуги, необходимо отслеживать информацию, созданную потребителями, и быстро на нее реагировать. Необходимо предоставить полную информацию о качестве услуг и инфраструктуре дестинации, позаботиться о доступности информации. Вопросы, которые касаются неосязаемой составляющей услуг, можно дать описать потребителям, имеющим опыт посещения данного предприятия, с обязательным указанием рода деятельности данного потребителя, а также перечислением «опыта путешествий», что поможет читателю определиться со степенью достоверности информации. Отрицательные отзывы неизбежны, с ними необходимо считаться, изучать и в соответствии с ними улучшать качество услуг. Отрицательные отзывы должны сопровождаться пояснениями сотрудников служб, отвечающих за данную составляющую услуги. Потребители должны знать, что их мнение важно и предприятие совершенствуется в соответствии с их потребностями.

Литература

1. Аванесова Г. А. Сервисная деятельность. Историческая и современная практика, предпринимательство, менеджмент: Учеб. пособие для студентов вузов. – М.: Аспект Пресс, 2005. – 318 с.

2. Глоссарий и толковый словарь терминов, применяемых в гостиничном менеджменте и туризме / Международный институт гостиничного менеджмента и туризма. – М.: Изд-во ЗАО «Корпорация Академсервис», 2000. – 173 с.

3. Международные стандарты обслуживания для предприятий гостиничной индустрии / Н. Ю. Володоманова, М. А. Морозов, А. Н. Умнов. – М.: ИПФ «Талер», 2001. – 104 с.

4. Морозов М.А. Туристские дестинации и закономерности их развития: Монография. – М., 2005. – 156 с.

К ПРОБЛЕМЕ КОМПЕТЕНТНОСТНОГО ПОДХОДА В ОЦЕНКЕ ПРАВОВОЙ ПОДГОТОВКИ СТУДЕНТОВ ТУРИСТСКОГО ВУЗА

В. Ю. Маноляк, *проректор РМАТ*

Федеральный государственный образовательный стандарт высшего профессионального образования как комплексная федеральная норма качества высшего образования определяет требования к формированию совокупности компетенций специалистов различного профиля, в том числе и для сферы туризма. В совокупности компетенций, которые должны быть освоены выпускниками вуза в процессе получения высшего образования, выделяются универсальные (общенаучные, инструментальные, социально-личностные и общекультурные) и профессиональные. Все перечисленные компетенции присущи будущему специалисту туристского вуза, однако в профессиональной подготовке, на наш взгляд, имеются некоторые варианты в неоднозначности отнесения некоторых компетенций к определенной категории. Прежде всего это относится к правовой подготовке, которая, с одной стороны, относится к общекультурному компоненту профессионального образования, а с другой – составляет основу профессиональных компетенций будущего специалиста туризма.

Необходимость включения компетентностного подхода в систему образования определяется происходящей в последнее десятилетие сменой образовательной парадигмы: «знаньевой» на «деятельностную», или традиционной на компетентностную.

Компетентностный подход интегрирует интеллектуально-информационную и навыковую составляющие образования и нацеливает обучающегося на личностную интерпретацию содержания образования, применение знаний в практической деятельности, что является условием успешности в жизни. Переоценка приоритетных целей образования состоит в том, что его результаты признаются значимыми не столько как показатель успешности учебного процесса, но как инструмент успешной деятельности за пределами системы образования.

Таким образом, можно утверждать, что подготовка будущего специалиста в логике компетентностного подхода строится на деятельностной основе, путем обучения методам решения задач, возникающих в реальных ситуациях профессиональной деятельности того или иного специалиста, с использованием знаний, профессионального и жизненного опыта, ценностей и наклонностей.

Для построения учебного процесса на компетентностной основе важнейшим является выбор понятия компетенции и номенклатуры компетенций, поскольку в них фиксируются цели обучения и тем самым определяется построение учебных планов, содержание обучения, организация контроля качества обучения и т. д.

Для определения сущности компетентностного подхода к образовательному процессу в высшей школе необходимо изначально определить понимание компетенции. При всем различии определений понятие компетенции (компетентности), как отмечается всеми исследователями, ассоциируется со способностью личности успешно выполнять определенную профессиональную деятельность. Поэтому так или иначе компетенции определяются исходя из анализа задач, решаемых специалистами определенной предметной профессиональной области.

Рассматривая компетенции в сфере правовой подготовки специалиста для туризма, необходимо выбрать основу для их классификации и проектирования в учебном процессе. Мы полагаем, что такой основой для формирования профессиональных правовых компетенций должны стать технологии, применяемые в профессиональной деятельности в туризме.

Решение профессиональной задачи можно разбить на решение отдельных, элементарных, частных профессиональных задач. Количество задач, на которые декомпозируется исходная задача, зависит от ее сложности, качеств работника или работников, участвующих в ее решении (чем более крупное предприятие, тем на большее число отдельных задач можно производить деление). Способности работника решать отдельные, элементарные задачи, которые могут быть выделены в профессиональной деятельности, называются компетенциями. Таким образом, далее под компетенцией понимается характеристика личности, означающая наличие у нее знаний, умений, навыков, опыта в решении некоторой частной профессиональной задачи. Успешное выполнение профессиональной деятельности требует наличия компетентности – целостной, интегрированной характеристики личности, объединяющей в себе отдельные компетенции и личностные отношения к деятельности. В таком понимании отдельная компетенция не содержит личностных характеристик, связанных с ценностными отношениями, эмоционально-волевыми регуляциями. Включение таких отношений в определение компетенции фактически делает почти невозможным его использование преподавателями, кроме психологов, в практической образовательной практике. Даже для социальных компетенций (компетентностей) разработка методики измерения мотивационных, эмоционально-волевых аспектов, включаемых в определение компетенции, будет иметь значительные сложности. Такой подход конкретизирует проблему оценки качества профессионально-правовых компетенций.

Как уже отмечалось выше, правовая подготовка обеспечивает формирование не только профессионально-правовых компетенций, но и общепрофессиональных, которые характеризуют правовую культуру выпускника туристского вуза. Общепрофессиональные компетенции включают знания, умения, опыт деятельности, методы решения профессиональных задач, общие для всех видов профессиональной деятельности в определенной области. Этими компетенциями в той или иной мере должен владеть любой выпускник туристского вуза независимо от профиля подготовки. Знания, умения, навыки, опыт общепрофессиональных компетенций необходим для формирования специальных компетенций. Поэтому они также определяются видами дальнейшей профессиональной деятельности. Вместе с тем они носят «метапрофессиональный» характер в рамках определенной группы профессий. Из этого следует, что перечень общепрофессиональных компетенций формируется не только на основе профилей профессиональной деятельности. В их определении участвуют не только работодатели, но и академическое сообщество, выделяющее в процессе преподавания надпредметные, обладающие стабильностью базы знаний, умений. Следует отметить, что отдельные компетенции формируются в течение всего периода обучения и далее развиваются в процессе профессиональной деятельности. Тем не менее можно выделить отдельные этапы учебного процесса, на которых достигается значительный уровень сформированности отдельных групп компетенций, образующих компетентности. Следовательно, следует говорить об уровневом подходе к формированию правовых компетенций.

Для реализации компетентностного подхода в учебном процессе необходимо решить ряд сложных проблем:

1. Определить перечень формируемых компетенций. Перечень компетенций задает цели обучения и, тем самым, определяет содержание и организацию обучения.

2. Перестроить учебный процесс на формирование компетенций (уменьшение предметоцентрированности).

3. Построить систему оценки степени сформированности отдельных компетенций.

На наш взгляд, наиболее сложной является проблема оценки качества правовой подготовки студентов. Существующая система оценки качества подготовки выпускника высшей школы адекватна предметно-знаниевой парадигме построения учебного процесса.

Поскольку общепрофессиональные компетенции включают знания, умения, навыки, то для оценки уровней сформированности компетенций могут использоваться традиционные формы контроля знаний, особенно на младших курсах. Вместе с тем требуется разработка и увеличение доли оценочных материалов, носящих междисциплинарный характер, содержащих модельные ситуации, аналогичные реальным профессиональным задачам и включающие элементы неопределенности и множественного выбора, предполагающие альтернативные методы и средства решения. Это прежде всего относится к профессионально-правовым компетенциям, которые появляются в деятельности, и зачастую эта деятельность осуществляется за рамками аудиторий.

Анализ существующей системы оценки качества подготовки специалиста, в том числе и в сфере правовой культуры, и в сфере профессионально-правовых компетенций, показал, что на сегодняшний день не разработана технология, позволяющая на основе объективно полученных оценочных данных управлять процессом формирования необходимых компетенций на различных уровнях профессионального обучения. На наш взгляд, это одна из глобальных проблем современной дидактики высшей школы.

МОДУЛЬНАЯ ТЕХНОЛОГИЯ ОРГАНИЗАЦИИ УЧЕБНОГО ПРОЦЕССА НА ОСНОВЕ КОМПЕТЕНТНОСТНОГО ПОДХОДА

Д. А. Махотин, *канд. пед. наук, декан гуманитарного факультета РМАТ*

Модульное обучение, или модульный подход к обучению, нельзя однозначно считать современной образовательной технологией хотя бы потому, что первые идеи модульности зародились в 60-е годы прошлого века и стали быстро распространяться сначала в англоязычных странах (США, Канаде, Великобритании), а затем и по всему миру.

В 1972 г. на Всемирной конференции ЮНЕСКО, проходившей в г. Токио, модульное обучение было рекомендовано в качестве наиболее оптимального подхода к обучению взрослых в рамках непрерывного профессионального образования. После этого 70–80-е гг. XX в. прошли под знаком распространения модульного обучения через высшую школу на другие уровни профессионального образования и общеобразовательную школу. И несмотря на то, что главной целью модульного подхода стала индивидуализация обучения, что фактически делало эту технологию альтернативной существующим образовательным системам, многие исследователи ставили во главу угла и индивидуальный темп работы учащихся, и выработку когнитивного стиля учения, и гибкое проектирование содержания обучения, и высокий уровень подготовки обучающихся (т. е. высокое качество образования).

Анализ зарубежного опыта теории и практики модульного обучения российскими исследователями на рубеже веков позволяет выявить преимущества и особенности данной технологии, обеспечивающие высокое качество учебного процесса:

- динамичность обучения, заключающаяся в вариативности элементов учебного процесса;
- формулирование целей обучения в способах действий учащихся и разделение их на циклы познания;
- концентрированность на содержании обучения, представляющем законченные модули и имеющем важное значение для достижения конкретных целей;
- максимальная индивидуализация обучения;
- осознанность перспективы обучения каждым обучающимся, активность учащихся на каждом этапе учебного процесса;
- ориентация обучающихся на проблемный подход и творческое отношение к учению.

Известный отечественный исследователь П. А. Юцявичене, обобщая идеи модульного обучения, говорит: «Сущность модульного обучения состоит в том, что обучающийся более самостоятельно или полностью самостоятельно может работать с предложенной ему ин-

дивидуальной учебной программой, содержащей в себе целевую программу действий, банк информации и методическое руководство по достижению поставленных дидактических целей» [12].

В начале развития идей модульного обучения принцип модульности трактовался как требование набора различных материалов в модуле для организации индивидуального обучения. В современном образовании такая идея трансформировалась в так называемые кейсы, пакеты или портфели, в которых собран основной и/или дополнительный учебный материал. Позже принцип модульности стал пониматься как формирование самостоятельной планируемой единицы учебной деятельности, помогающей обучающемуся достичь четко определенных целей обучения.

Более широкое понимание модульности – методологическое – предлагает в своих работах М. А. Чошанов. Он считает, что «модульность выступает как один их основных принципов системного подхода. Принцип модульности, наряду с таким важным принципом системного подхода, как принцип развития, определяет динамичность и мобильность функционирования системы. Причем сама система может быть представлена как совокупность модулей или рассматриваться как отдельный модуль в структуре более общей системы. … система может содержать как базовые, так и вариативные модули, а модуль в свою очередь, иметь базовый и вариативный компоненты. Такое построение модуля придает ему качества мобильности и гибкости. А использование принципа модульности в процессе обучения способствует формированию мобильности знания и гибкости метода, что является неотъемлемой частью компетентности» [11].

Такое широкое понимание модульности предполагает выделение в системе учебного процесса самостоятельных и логически законченных элементов (блоков, модулей, подмодулей и т. п.) как в разрезе содержания образования, так и с точки зрения методов его реализации (педагогических технологий), которые взаимодействуют между собой на разных уровнях и этапах, обеспечивая широкую вариативность и дифференциацию образовательных процессов для достижения высокого качества образования. Именно поэтому модульные технологии не могут быть не востребованы современной высшей школой, модернизация которой протекает в логике изменений Болонского процесса и компетентностной модели подготовки специалиста.

Компетентностный подход является методом моделирования и проектирования результатов образования и их представления как норм качества высшего образования (В. И. Байденко [1]).

На наш взгляд, компетентностному подходу свойственно более широкое понимание как совокупности технологических способов, условий и структурных компонентов проектирования содержания образования на языке компетенций (компетентностей), а также специфических особенностей субъектов образовательного процесса. Причем необходимо отметить как результирующую характеристику компетентностного подхода, выражающуюся в закреплении таких результатов образования, которые обучающийся готов продемонстрировать по итогам обучения; так и процессуальную характеристику, заключающуюся в реализации содержания образования посредством специфических педагогических технологий (в основном, не свойственных современной вузовской системе подготовки специалистов).

В данном контексте повышается актуальность и модульных технологий, которые, по мнению В. И. Байденко, становятся все более применимы в западноевропейских университетах. Им отмечается, что «в этом случае необходимо обеспечивать в процессе разработки учебных материалов четкую синхронность между результатами обучения и критериями оценивания. … для обеспечения требуемой синхронности следует разрабатывать необходимые оценочные задания и осуществлять преподавание соответствующего модуля таким образом, чтобы студенты добивались заданных результатов. … Такая синхронность делает весь процесс прозрачным для студентов и других заинтересованных сторон, а также позволяет обеспечить согласованность между модулями» [1].

Понятие «модуль» понимается неоднозначно в различных науках и непосредственно в технологии модульной организации учебного процесса. Наиболее общее понимание данного понятия можно найти в словарях и справочниках.

Модуль (от латинского *modulus* – мера) – … 5) Отделяемая, относительно самостоятельная часть какой-либо системы, организации, устройства (например, модуль космического корабля). (Современный словарь иностранных слов.)

Модуль – … 3. *тех.* Часть прибора или конструкция, собранная из типовых деталей и имеющая многоцелевое применение. (Словарь русского языка в 4-х томах.)

Модуль – … 3. *перен.* Вообще отделяемая, относительно самостоятельная часть какой-нибудь системы, организации. (Ожегов С. И., Шведова Н. Ю. Толковый словарь русского языка.)

В Большой советской энциклопедии (БСЭ) **модуль** как понятие из области электроники и технических наук в целом рассматривается как унифицированный функциональный узел, функционально законченный узел, оформленный конструктивно как самостоятельное изделие.

Таким образом, под модулем понимается относительно самостоятельная часть какой-либо системы, обладающая свойствами системности, многофункциональности, целостности, технологичности.

В педагогической практике понятие модуля рассматривают на разных уровнях педагогической системы. В. В. Карпов и М. Н. Катханов под модулем понимают «организационно-методическую междисциплинарную структуру учебного материала, предусматривающую выделение семантических понятий в соответствии со структурой научного знания, структурирование информации с позиции логики познавательной деятельности будущего инженера» [5]. По мнению авторитетного специалиста в области модульного обучения П. А. Юцявичене, «модуль – это блок информации, включающий в себя логически завершенную единицу учебного материала, целевую программу действий и методическое руководство, обеспечивающее достижение поставленных целей» [12]. Д. В. Чернилевский говорит, что под модулем следует понимать автономную организационно-методическую структуру учебной дисциплины (курса), которая включает в себя дидактические цели, логически завершенную единицу учебного материала (составленную с учетом внутрипредметных и междисциплинарных связей), методическое руководство и систему контроля [10].

Более широкое понимание модуля дает В. С. Сенашенко как завершенного фрагмента учебного плана, включающего блок информации, программу действий, методическое руководство, и обеспечивающего достижение поставленных целей как студентами, так и преподавателями. Учебные модули – это пространственно-временные структуры, которые в наиболее общем случае могут рассматриваться как структурные единицы содержания, регламентируемого государственными образовательными стандартами высшего профессионального образования. Их временная протяженность может быть различна и составлять не более четверти общей трудоемкости образовательной программы, реализуемой в течение учебного года [9].

В письме Минобразования РФ от 16.06.02 г. № 14-55-353/15, посвященном организации модульного обучения, говорится: «Основной учебный модуль (ОУМ) – это учебная дисциплина из образовательной программы, ее раздел или тема, непосредственно формирующие в ходе подготовки студентов их способность (готовность) отвечать тем или иным требованиям, предъявляемым к ним. Наиболее типичным вариантом будет наличие ряда основных модулей, относящихся к различным дисциплинам, но формирующих одно и то же интегральное знание или умение выпускника, включенное в качестве требования к нему. Причем каждый модуль может быть достаточным для формирования соответствующей способности, а может иметь только статус необходимого, т. е. формирующего данную способность только в совокупности с другими модулями».

Последнее понимание учебного (образовательного) модуля близко к современным идеям компетентностного подхода, в котором как интегративные результаты образования рассматриваются ключевые компетенции, формируемые, в первую очередь, одним из курсов (модулей) учебного плана.

В глоссариях, посвященных Болонскому процессу [2, 3], термины «модули» и «блоки дисциплин / блоки курсов» часто используются как синонимы. В отличие от Европейской системы переводных зачетных единиц – ECTS и Приложения к диплому, для концепции «модуляризации» не существует ни одного документа (например, стандарта, справочника пользователя, основных характеристик и т. д.), поясняющего толкование этого термина в европейской системе высшего образования. Поэтому можно обнаружить огромное разнообразие интерпретаций этой концепции, начиная от определения отдельного элемента (лекция, семинар и т. д.) как модуля и заканчивая очень сложными модульными системами, содержащими междисциплинарные элементы. Вследствие этого представляемая вузами информация значительно отличается и затрудняет проводить сравнение. Одним из множества толкований является следующее: модуль – это отдельный или последовательный блок дисциплин / блок курсов, чаще всего в течение одного семестра. Или же это часть модульной программы обучения, в которой учебный план разделяется на ряд примерно одинаковых по размеру сегментов.

Сочетание в современных направлениях модернизации образования модульной технологии обучения, системы оценивания результатов образования с помощью кредитов (ECTS) и компетентностного подхода к проектированию содержания обучения и его результатов позволяет современным исследователям сделать вывод о появлении кредитно-модульно-компетентностной технологии [6].

Исходя из вышеперечисленного, можно выделить основные особенности реализации модульной технологи обучения в условиях изменений Болонского процесса:

- построение иерархии результатов обучения в виде компетенций/компетентностей;
- разделение базового содержание образования на модули (блоки, курсы), представляющие собой относительно самостоятельные и законченные единицы учебного процесса, соразмерные по объему и времени с профессиональной подготовкой обучающихся и направленные на формирование ключевых для данного модуля компетенций (от 1 до 3);
- внутренняя организация образовательного модуля, включающая выделение подмодулей (3–5, максимум 7), описание конкретных результатов обучения, путей их достижения, особенности реализации учебного материала преподавателем и т. д.;
- достижение широкой вариативности содержания обучения за счет дополнения базовых (основных) модулей, формирующих ключевые профессиональные компетенции обучающихся, модулями дополнительного или специализированного характера, направленными на углубление основного содержания обучения, и модулями «широкого спектра действия», позволяющими расширять представления будущих специалистов за счет знаний из смежных областей наук и специальностей, развивать полипрофессиональные умения и навыки;
- выделение модулей последовательного обучения, необходимых для определения стержневой логики построения учебного процесса по данной специальности, модулей свободной последовательности обучения, которые можно изучать на любом этапе обучения, и модулей элективных курсов, для которых устанавливается лишь ограниченность по объему и времени изучения (в часах или кредитах);
- применение процессуальных оценочных средств, позволяющих отслеживать не только качество результатов обучения, но и качество процесса обучения, таких как рейтинг, дескриптивная оценка, портфолио, самооценка и другие;
- усиление прикладной направленности обучения и самостоятельности самих обучающихся, что ведет к развитию практических компетентностей обучающихся;
- повышение индивидуализации обучения не только за счет выбора обучающимися тех или иных учебных модулей, но и за счет выбора форм и методов обучения, времени и формы выполнения тех или иных учебных заданий, форм и методов текущего контроля, преподавателей как руководителей и консультантов (тьюторов), организующих самостоятельную работу студентов, и т. п.

Литература

1. Болонский процесс: середина пути / Под науч. ред. В. И. Байденко. – М.: Исследовательский центр проблем качества подготовки специалистов, 2005.

2. Глоссарий по Болонскому процессу – http://www.rudn.ru/?pagec=696.

3. Глоссарий терминов европейского высшего образования (уточненная версия). – http://www.rudn.ru/index.php?pagec=568.

4. Загрекова Л. В. Теория и технология обучения: учеб. пособие для студентов пед. вузов. – М.: Высшая школа, 2004.

5. Карпов В. В., Катханов М. Н. Инвариантная модель интенсивной технологии обучения при многоступенчатой подготовке в вузе. – М.; СПб., 1992.

6. Научные подходы к созданию образовательно-профессиональных программ на модульной основе в сфере гуманитарного образования / Е. Н. Ковтун, С. Е. Родионова. – М.: Изд-во МГУ, 2005.

7. Селевко Г. К. Современные образовательные технологии. – М.: Народное образование, 1998.

8. Сенашенко В. С. О соотношении зачетных единиц и модульной структуры учебного процесса // Инф. бюл. УМО. – СПб., 2005. – № 6.

9. Третьяков П. И., Сенновский И. Б. Технология модульного обучения в школе: практико-ориентированная монография / Под ред. П. И. Третьякова. – М.: Новая школа, 2001.

10. Чернилевский Д. В. Дидактические технологии в высшей школе. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2002.

11. Чошанов М. А. Гибкая технология проблемно-модульного обучения: метод. пособие. – М.: Народное образование, 1996.

12. Юцявичене П. А. Теория и практика модульного обучения. – Каунас: Швнеса, 1989.

БЕЗОПАСНОСТЬ И ОТДЫХ: СИСТЕМНЫЙ ВЗГЛЯД НА ПРОБЛЕМУ РИСКОВ

В. А. Минаев, *д-р техн. наук, профессор*
А. О. Фаддеев, *канд. физ.-мат. наук, доцент*

…Безопасность и отдых. Эти два явления неразрывно связаны друг с другом. Говоря об отдыхе, мы подразумеваем процедуры рекреационного характера в безопасном для человека месте. И наоборот, говоря о безопасности, мы подчеркиваем, что именно при ее обеспечении экскурсант, турист, рекреант могут по настоящему отдохнуть.

Действительно, если человек отправился восстанавливать свои силы и здоровье, он не должен даже задумываться о том, безопасно ли то место, куда он приехал, подстерегают ли его здесь какие-то угрозы и риски. В противном случае не достигается сама цель рекреации, отдых становится бессмысленным, поскольку не выполняется его первостепенная функция, направленная на оздоровление личности как в физическом, так и в духовном плане.

И совершенно противоестественно, когда во время отдыха человека подстерегает смерть. Тем не менее, к сожалению, события последних лет наглядно свидетельствуют о том, что сама процедура рекреационной деятельности в аспекте обеспечения ее безопасности оказалась достаточно уязвимой по отношению к проявлению опасных социальных, природных и техногенных явлений и процессов.

Так, 26 декабря 2004 г. недалеко от побережья индонезийского острова Суматра около восьми часов утра по местному времени произошло землетрясение, мощность которого, по разным оценкам, составила около 9 баллов по шкале Рихтера. Сейсмические колебания распространились до Андалузских островов в Индийском океане. Мощные подземные толчки вызвали цунами – разрушительную приливную волну, которая нанесла удар по ряду стран Юго-Восточной и Южной Азии и достигла даже восточного побережья Африки. Под ударами стихии оказались острова в Индонезии, остров Шри-Ланка, побережье Индии, Сингапура, Малайзии, Таиланда. Землетрясение и вызванное им цунами затронули традиционные курортные места, причем в самый разгар туристского сезона.

Последствия этой ужасной природной катастрофы буквально потрясли мир. Общее число погибших в Юго-Восточной Азии достигло 175,5 тыс. чел., прибывших из 11 стран. Только в Индии погибло 16 тыс. чел., более 5 тыс. – в Таиланде, в Индонезии же число погибших превысило 115 тыс. чел. Общий объем причиненного ущерба оценен экспертами более чем в 13 млрд долл. США.

Надо ли говорить о том, какой удар был нанесен по экономике пострадавших государств, насколько подорванным оказался в отношении безопасности престиж ряда самых оживленных и прекрасных курортных мест на земном шаре.

Как заметил в одном из своих интервью профессор И. В. Зорин, ректор Российской международной академии туризма: *«Туризм – это область рекреации, это область восстановления жизненных сил человека, и когда на ваши силы, которые вы по идее должны восстанавливать, вдруг агрессивно действует среда или другой субъект, конечно, нужна хорошая защита».*

Туризм оказывает стимулирующее воздействие на многие секторы экономики, являясь важным источником поступлений в казну государства. Поэтому развитие туристской и рекреационной деятельности в настоящее время представляет собой важную народнохозяйственную задачу, при решении которой возникает целый ряд серьезных проблем. Одной из них выступает проблема обеспечения безопасности туристской и рекреационной деятельности.

В Федеральном законе «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» под безопасностью туризма понимается «личная безопасность туристов, сохранность их имущества и не нанесение ущерба окружающей природной среде при совершении путешествий» [1].

На самом деле понятие «безопасность в туризме» гораздо шире [2]. Ведь чрезвычайные ситуации, кризисы в этой сфере опасны не только прямым ущербом от случившегося, но и, как было сказано, экономическими последствиями, прежде всего падением туристского спроса на путешествия. Порой экономический ущерб и затраты на восстановление доверия потребителей настолько велики, что могут привести к краху туризма в том или ином регионе.

Так, например, во Франции в 1989 г. перед началом вторжения иракских войск в Кувейт было аннулировано 18 тыс. групповых и около 50 тыс. индивидуальных поездок в Юго-Западную Азию. После операции «Буря в пустыне» на 5 млн туристских прибытий сократился туристский

поток из Америки, а в результате террористических актов в США в сентябре 2001 г. спрос на международные пассажирские авиаперевозки упал почти на треть [3, 4].

Сегодня, в период глобального расширения общений между людьми, проблема безопасности ощущается особенно остро. Безопасность человека, решившего отправиться в путешествие, является многоуровневой [3, 5, 6].

Первый уровень безопасности приходится на выбор туристской фирмы, предоставляющей тот или иной комплекс туристских услуг (так называемые опасности обмана). Второй уровень безопасности связан с вопросом переезда к месту рекреации. Это зависит не только от компании, которая обслуживает данные туры, но и от таких служб, как таможня, пограничники, полиция, службы аэропортов и т. п. Третий – уровень бытовой безопасности связан с вопросами проживания и питания. Четвертый уровень безопасности определяется влиянием самых разнообразных факторов риска (природных, техногенных, эпидемиологических, экологических и т. д.).

Сегодня глобальное значение приобретает проблема международной безопасности, которая связана с вопросами терроризма, распространением наркотиков, продажей оружия. Туристские группы нет-нет да и попадают в сферу деятельности криминала. Преступники зачастую делают заложниками целые группы туристов. Проблема международной безопасности представляет собой пятый уровень безопасности.

Таким образом, безопасность туризма – исключительно широкое понятие, включающее как защиту туристов от воздействия самых разнообразных негативных факторов, так и меры по восстановлению здоровья и нормальной жизнедеятельности.

Требования к туристско-экскурсионным услугам по обеспечению безопасности жизни и здоровья туристов и экскурсантов, а также методы контроля за соблюдением таковых отражены в ГОСТ Р 50644-94 «Туристско-экскурсионное обслуживание. Требования по обеспечению безопасности туристов и экскурсантов» [7]. Данные стандарты безопасности в туризме были впервые разработаны и введены в действие в 1994 г.

В них указывается, что при оказании туристских услуг должен быть обеспечен приемлемый уровень риска для жизни и здоровья туристов. Очевидно, что уровень приемлемости риска чрезвычайно сложно измерить не только для разных видов туризма (например, для приключенческого и делового), но и для разных людей (туристов).

Все виды опасностей в туризме можно классифицировать по природе явления и роли туристов (а также других людей) в возникновении опасной ситуации. Выделяют опасности субъективные (например, вызванные неверными действиями человека) и объективные (например, обусловленные природой гор) [4, 6, 8, 9].

В то же время в ГОСТ Р 50644-94 факторы риска в туризме классифицируются по их природе:

1) травмоопасность – результат перемещения механизмов и предметов (камнепады, сходы лавин и т. д.), неблагоприятных эргономических характеристик снаряжения (тесная обувь, некачественная страховочная система и т. д.), опасных атмосферных явлений (молнии и т. п.);

2) воздействие окружающей среды – опасность проявления неблагоприятных погодных условий;

3) пожароопасность;

4) биологическое воздействие – риск укусов животных, ядовитых насекомых, переносчиков инфекций, попадания в человеческий организм ядовитых микроорганизмов;

5) психофизиологические нагрузки – риск возникновения физических и нервно-психических перегрузок у туристов при прохождении трудных, опасных участков маршрута;

6) опасность ультрафиолетового и радиологического излучения;

7) химическое воздействие – токсическое, раздражающее, сенсибилизирующее.

8) повышенная запыленность и загазованность – прежде всего в помещениях и на транспортных средствах;

9) специфические факторы риска – возможность возникновения на маршруте природных и техногенных катастроф, других чрезвычайных ситуаций; плохое техническое состояние объектов материально-технической базы туризма (подъемников, средств размещения и т. д.); низкий уровень подготовки обслуживающего персонала и туристов для прохождения маршрута; недостаточное информационное обеспечение на маршруте (маркировка маршрута, метеопрогнозы и т. д.);

10) прочие факторы риска – например, опасности, связанные с отсутствием необходимой информации о рекреационных и туристских услугах.

При управлении безопасностью в туризме необходимо следовать определенным стратегиям, выражающим в понятной форме основные направления усилий по снижению уровня опасности и обеспечения устойчивого развития туристской и рекреационной деятельности.

Важнейшей составной частью рекреационного потенциала являются рекреационные ресурсы, под которыми понимаются компоненты природной среды, объекты хозяйственной деятельности, обладающие уникальностью, оригинальностью, целебно-оздоровительной значимостью, которые могут быть использованы для организации различных видов и форм рекреационных занятий. Рекреационные ресурсы обладают емкостью, т. е. способностью принимать определенное количество рекреантов и выдерживать определенные антропогенные нагрузки без нарушения состояния экологического и природного равновесия.

В настоящее время появилась необходимость составления территориальных балансов отдыха – современного и перспективного и, более того, необходим рекреационный кадастр – систематический свод данных, включающих количественную опись природных объектов и явлений рекреационного назначения [10]. Он должен содержать географическую характеристику, данные о динамике, степени исследованности объекта или явления, рекомендации по использованию, необходимые меры по охране.

Туризм основан на целевом и разумном использовании рекреационных ресурсов. Поэтому с проблемой геоэкологической безопасности в туризме тесно связана задача оценки природных рекреационных ресурсов. Как известно, существуют три основных типа оценивания природных ресурсов: медико-биологический, психолого-эстетический и технологический.

Медико-биологический тип отражает воздействие природных факторов на организм человека, их комфортность. Ведущую роль играет оценка рекреационных климатических ресурсов. Особое внимание уделяется состоянию организма человека как ответной реакции на погодные условия. При этом совершенно не принимаются в расчет такие факторы воздействий окружающей среды, как инфразвуковые волны техногенного происхождения и поля биоактивного диапазона геоэлектрической природы.

Технологическая оценка включает вопросы техники и технологии использования природных и других ресурсов для рекреационной деятельности в целом, того или иного вида рекреационных занятий, оценку возможностей инженерно-строительного освоения территорий для создания рекреационных учреждений.

Природные рекреационные ресурсы включают рекреационные ландшафты, биоклимат, гидроминеральные ресурсы. Обязательным условием пригодности природных рекреационных ресурсов является экологически благополучное состояние природной среды. Рекреационная оценка ландшафтов производится на основе пофакторной оценки каждой из составляющих ландшафта (рельефа, водных объектов и почвенно-растительного покрова), рассматриваемой с точки зрения использования ее конкретным видом туризма.

При оценке территории необходимо также учитывать не только абсолютную высоту местности, но и степень расчлененности рельефа, которая характеризуется глубиной и густотой расчленения и крутизной склонов. Для оздоровительных целей наиболее благоприятен крупнохолмистый или грядовый рельеф, относительно благоприятна слабохолмистая и волнистая местность. Ровная поверхность эстетически мало выразительна и неблагоприятна для проведения рекреационных занятий.

Неблагоприятны для строительства рекреационных учреждений и проведения рекреационных занятий районы с опасными природными явлениями: оползнями, селями, сходом снежных лавин, вулканизмом, землетрясениями, камнепадами и др.

При психолого-эстетической оценке исследуется эмоциональное воздействие отличительных черт природного ландшафта или его компонентов на человека. Эстетическая ценность зависит от морфологической структуры ландшафта, разнообразия элементов пейзажа. Нередко употребляют понятие «пейзажное разнообразие», которое складывается из внутренней структуры природного комплекса и внешних связей с другими такими комплексами. Внутреннее пейзажное разнообразие определяется морфологической структурой ландшафта (рельефом, растительным покровом, гидрографией, характером взаимосвязей с компонентами ландшафта).

Существуют такие показатели внутреннего пейзажного разнообразия, как степень мозаичности ландшафта – отношение количества контуров урочищ к площади изучаемых ландшафтов; степень разнообразия ландшафтов – отношение видов урочищ к площади ландшафта; частота встречаемости фоновых доминант и структурных детерминант по маршруту и др.

Но есть и обратная сторона медали. Морфологическая неоднородность ландшафта, его раздробленность тесно связана с проявлением экзогенных геологических процессов (ЭГП), таких как крип, оползни, провалы, карст, проседания, влияющих на геодинамическое состояние геологической среды, и сопутствующих им негативных воздействий психического и медико-биологического характера.

На сегодняшний день основными принципами защиты рекреационных территорий, курортных зон и национальных парков от опасных ситуаций всевозможного происхождения являются: заблаговременность подготовки и осуществления защитных мероприятий, дифференцированный подход к определению их характера, объема и сроков проведения, необходимая достаточность и комплексность проводимых мероприятий.

В таком случае сущность управления безопасностью и риском состоит в распознавании, выявлении и разрешении проблемных ситуаций, связанных с опасными социальными и природными процессами и явлениями, с обеспечением условий регламентной работы опасных техногенных объектов, точных и согласованных действий в случаях аварий и катастроф на них. Другими словами, речь идет о стратегии социальной, природной и техногенной безопасности рекреационных территорий и их рационального использования.

В последние годы в научных изданиях, проектных и строительных нормативных документах, а также в средствах массовой информации все больше внимания уделяется вопросам, связанным с экологической и геоэкологической безопасностью заселенных территорий.

В то же время практика последнего десятилетия в области строительства показала, что все чаще под застраиваемую территорию отводятся контрастные формы рельефа местности. Подобная практика крайне негативно отражается как на проведении строительных работ, так и на эксплуатации зданий и сооружений. Чрезмерное увеличение сетей коммуникаций влечет за собой развитие повышенной трещиноватости слоя приповерхностных грунтов, изменение гидрологической ситуации на территориях размещения гостиничных и иных рекреационных комплексов.

Величина ущерба, причиняемого зданиям, сооружениям, сетям коммуникаций, ощутимо возрастает вследствие протекания опасных геологических процессов, таких как землетрясения, оползни, обвалы, проседания, карст, сели, наводнения, подтопления, цунами и т. д. На действия этих процессов накладываются постоянные или периодические воздействия геофизических полей как природного, так и техногенного происхождения. Аномалии геофизических полей природного происхождения обычно связаны с имеющимися в верхних слоях земной коры глубинными тектоническими разломами, которые не всегда можно обнаружить путем геологических изысканий.

Требуют настоятельного изучения вопросы своевременного выявления на территориях курортов, зон отдыха, национальных парков и других рекреационных территориях структур распределения полей биоактивного диапазона, генетически связанных с сетью тектонических разломных нарушений верхних слоев земной коры. Вопросы количественной оценки этих полей, их влияния на психику и здоровье туристов, обслуживающего персонала, а также на здания и сооружения рекреационных комплексов. Необходимо учитывать влияние на человека аномалий электрических, магнитных, тепловых, радиационных, вибрационных, акустических, инфразвуковых полей, а также аномальных полей тектонических напряжений и деформаций.

В связи с этим проблема экологической и геоэкологической безопасности является весьма актуальной для туристской и рекреационной деятельности. Поэтому для нормального функционирования объектов туризма и рекреации необходимо постоянное и качественное проведение экологического и, особенно, геоэкологического мониторинга территории, на которых осуществляется или планируется реализация туристского продукта.

Сегодня можно констатировать, что до настоящего времени не выработано единой научно-обоснованной методологической и методической базы, позволяющей комплексно оценивать как опасные геологические процессы и явления, так и геоэкологическую ситуацию для территорий рекреационного назначения. Существующие методы и способы таких оценок дороги и не всегда являются эффективными.

Так, например, традиционно использующиеся технологии инженерно-геологических изысканий и геофизические исследования, как правило, не позволяют эффективно выявлять и достоверно картировать неоднородности геологической среды, представляющие геоэкологический интерес.

Рассмотрим в связи с проблемой безопасности вопросы обустройства рекреационной территории, являющейся важнейшим элементом туристского продукта. Обустройство названной территории, на наш взгляд, должно удовлетворять, по крайней мере, трем основным требованиям [11–15], показанным на рис. 1. Среди них не только собственно требования удобства и безопасности для посетителей, но и требования минимизации антропогенного воздействия на рекреационную территорию, и требования гармонии ее дизайна с окружающим пространством.

Важнейшими условиями обеспечения безопасности отдыха на конкретной рекреационной территории выступает факторный комплекс [16–22], показанный на рис. 2.

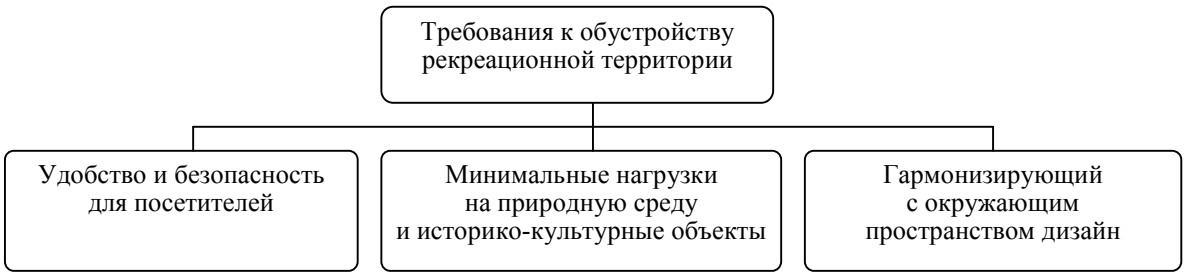


Рис. 1. Основные требования, которым должны соответствовать элементы обустройства рекреационной территории

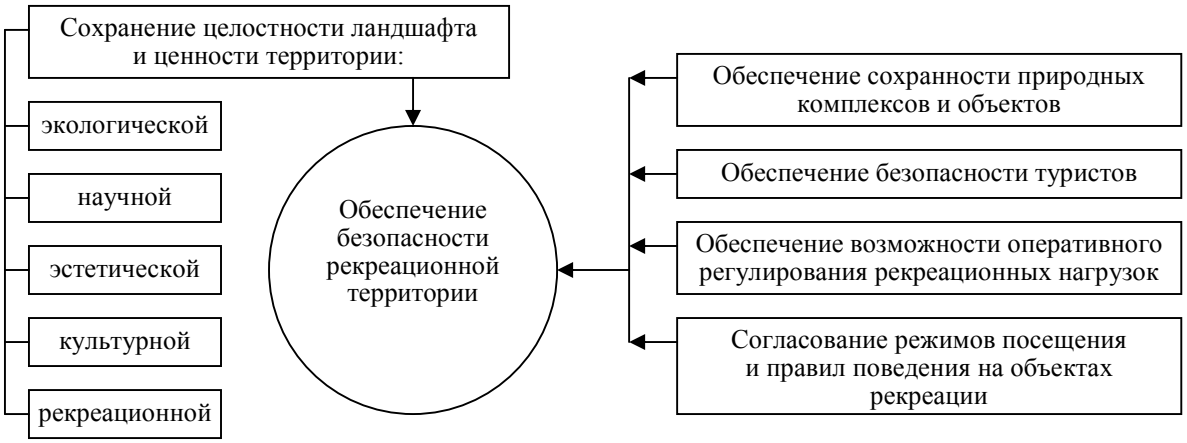


Рис. 2. Главные условия деятельности по обеспечению безопасности рекреационной территории

Таким образом, мы видим, что одним из специфических и весьма важных факторов риска на рекреационных территориях и в туризме в целом являются геоэкологические опасности геодинамической обусловленности. Все это вынуждает ставить вопрос о создании методологии, позволяющей на формализованном математическом языке комплексно рассматривать и решать задачи по оценке геоэкологического риска, а также разрабатывать новые и оптимизировать существующие стратегии управления этим риском и геоэкологической безопасностью в туристской и рекреационной деятельности. Такая методология должна давать возможность вывести решаемые практические инженерные, строительные, геологические, геофизические, туристские, управленческие и многие другие задачи на новый, более высокий качественный уровень – уровень методологических исследований.

Этот и многие другие вопросы, связанные с трагедиями и катастрофами на рекреационных территориях в последнее время, обусловленными опасными социальными, природными и техногенными процессами, побуждают подвергнуть серьезному анализу комплекс проблем, связанных с безопасностью и особенностями протекания данных процессов в зонах рекреаций.

Литература

1. Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» от 24 ноября 1996 г. № 132-ФЗ.

2. Закон Российской Федерации «О безопасности» от 05.03.1992 г. № 2446 (в редакции от 24.12.1993 г.).

3. Зорин И. В. Феномен туризма: изб. соч. – М.: Наука, 2005. – 552 с.

4. Храбовченко В. В. Экологический туризм: учеб.-метод. пособие. – М.: Финансы и статистика, 2003.

5. Зорин И. В., Некипелов А. Д. Вызовы цивилизации XXI века. Индустрия туризма: ее достижения и проблемы // Актуальные проблемы туризма – 2004–2005: Сб. науч. трудов. – М.: Советский спорт, 2005. – С. 5–13.

6. Штюрмер Ю. А. Опасности в туризме, мнимые и действительные. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Физкультура и спорт, 1983.

7. ГОСТ Р 50644-94 «Туристско-экскурсионное обслуживание. Требования по обеспечению безопасности туристов и экскурсантов».
8. Маринин М. Туристские формальности и безопасность в туризме. – М.: Изд-во ун-та гостиничного, туристского и ресторанного бизнеса, 1997.
9. Храбовченко В. В. Географические особенности развития международного туризма в горных районах Краснодарского края и Республики Адыгея. – Краснодар: Изд-во Кубанского гос. ун-та, 1999.
10. Кусков А. С., Лысикова О. В. Курортология и оздоровительный туризм: учеб. пособие. – Ростов н/Д: «Феникс», 2004. – 320 с.
11. Зорин И. В., Штюрмер Ю. А. Туризм и охрана окружающей среды. – М., 1986.
12. Колотова Е. В. Рекреационное ресурсоведение. – М., 1998.
13. Марков Ю. Г. Социальная экология. Взаимодействие общества и природы. – Новосибирск: Изд-во Сиб. ун-та, 2004. – 544 с.
14. Николаенко Д. В. Рекреационная география. – М., 2001.
15. Оценка и регулирование качества окружающей природной среды / Под ред. А. Ф. Порядина и А. Д. Хованского. – М.: Прибой, 1996. – 350 с.
16. Преображенский В. С., Зорин И. В., Квартальнов В. А. и др. Теория рекреалогии и рекреационной географии. – М., 1992.
17. Стукалов А.И. Экологический туризм и рациональное природопользование на Севере // Туристские фирмы. – СПб., 1998.
18. Туризм как вид деятельности / Под ред. В. А. Квартальнова. – М., 2001.
19. Туризм как объект управления / Под ред. В. А. Квартальнова. – М., 2001.
20. Туристские фирмы и гостиницы: нормативное регулирование деятельности. – М.: Современная экономика и право, 2001.
21. Устойчивое развитие туризма: пособие для специалистов по местному планированию. – Мадрид: ВТО, 1992.
22. Штюрмер Ю. А. Охрана природы и туризм. – М.: Физкультура и спорт, 1974.

АНАЛИЗ РАЗВИТИЯ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ТУРИНДУСТРИИ

М. А. Морозов, *д-р экон. наук, профессор, проректор МИГМТ*
М. М. Морозов, *студент МЭСИ*
Т. С. Элиарова, *канд. пед. наук, доцент, завкафедрой РМАТ*

Во всем мире индустрия туризма является высокоэффективной, и для некоторых стран доход от нее составляет существенную часть ВВП. В России туризм бурно развивается, особенно в последнее десятилетие. Эффективность и качество работы туристских предприятий напрямую зависят от скорости и качества обработки туристской информации. Успешное функционирование предприятия туриндустрии практически немыслимо без использования современных информационных технологий.

Туриндустрия относится к сфере сервиса, и ее основными продуктами являются туристские услуги (продукты). Специфика технологии разработки и реализации турпродукта требует таких систем, которые в кратчайшие сроки предоставляли бы сведения о доступности транспортных средств и возможностях размещения туристов, обеспечивали быстрое резервирование и бронирование мест, а также автоматизацию документооборота внутри фирмы. Это достижимо при условии широкого использования в туризме современных компьютерных технологий обработки и передачи информации. Развитие рынка информационных технологий в туризме соответствовало развитию самих информационных технологий (ИТ). Развитие ИТ можно рассматривать с точки зрения эволюции инфраструктуры. Каждое поколение ИТ-инфраструктуры решало существующие проблемы, что в свою очередь одновременно создавало новые. Сегодня ИТ-инфраструктура по-прежнему далека от идеала, что тормозит внедрение новых бизнес-процессов.

Изначально компьютерные технологии создавались для автоматизации различных вычислительных процессов, а не для содействия развитию самого бизнеса. Таким образом, на заре компьютерной эры ИТ-инфраструктура разрабатывалась для самой ИТ-отрасли, и только позднее ее начали модифицировать под нужды бизнеса. Условно в развитии ИТ-инфраструктуры можно выделить три этапа:

- *1960–1987 – Мэйнфреймы;*
- *1987–1994 – Клиент-серверная архитектура;*
- *1994–… Интернет-компьютинг.*

Монолитная ИТ-инфраструктура (1960–1987)

На первом этапе ИТ-инфраструктура идеально подходила для удовлетворения нужд ИТ, т. е. обеспечивала оптимальную загрузку оборудования, интеграцию приложений и была удобна для централизованного управления. Но бизнес предъявлял к ИТ-инфраструктуре того времени целый ряд претензий: она была для него слишком медленной и негибкой. Средства разработки на этом этапе были столь примитивными, что каждое приложение приходилось писать с нуля. Комплексный анализ бизнес-процессов был просто не под силу слабо развитой технике. Поэтому сначала были автоматизированы лишь отдельные задачи, такие как расчет зарплаты, учет кадров и т. п. Компьютерные технологии того времени не могли обеспечить оперативный доступ к информации для партнеров компаний. Инфраструктура создавалась в первую очередь для внутреннего пользования. В то же время техника была очень дорогой. Мэйнфреймы требовали огромных капиталовложений, что в свою очередь предполагало централизованное владение ими. В результате трудно было снабдить необходимыми вычислительными ресурсами мелкие подразделения и успевать реагировать на быстроменяющийся рынок. В туриндустрии стали появляться специализированные компьютерные системы резервирования авиабилетов CRS (Computer Reservation System). Первые системы резервирования появились на рынке в середине 1960-х годов. Это были системы System One (Continental Airlines), APOLLO (United Airlines) и SABRE (American Airlines), которые стали прототипами современных глобальных систем бронирования GDS (Global Distribution System). Первая отечественная автоматизированная система резервирования авиационных билетов «Сирена» была разработана в 1972 г.

Клиент-серверная ИТ-инфраструктура (1987–1994)

В конце 1980-х годов персональные компьютеры и локальные сети предоставили больше возможностей для бизнеса. Коммерческие организации получили большую самостоятельность и гибкость. Однако клиент-серверная модель, решив одни проблемы, создала другие. Во-первых, наметился огромный расход аппаратных мощностей. Вместо тонких клиентов в виде терминалов мэйнфреймов каждый пользователь должен был иметь мощный персональный компьютер и быстрое соединение. При этом большую часть дня эти машины простаивали, так как их нельзя было загрузить другими задачами. Во-вторых, разные подразделения корпорации, пользующиеся различными приложениями, обнаружили отсутствие интеграции между ними. В-третьих, выросли расходы на управление ИТ-инфраструктурой. Быстрая смена одной версии приложения другой заставила апдейтировать жесткие диски на каждой машине с высокой периодичностью. Еще одной проблемой стала необходимость обновления парка персональной техники практически каждые три года. Переход от вычислительного центра к персональным компьютерам привел к серьезным проблемам безопасности. С компьютера на компьютер посредством дискет, а также по локальной сети начали передаваться вирусы. Вместо защиты данных в одном месте понадобилось выстраивать повсеместную защиту. На данном этапе развития ИТ-инфраструктуры на международном туристском рынке стали развиваться и активно использоваться такие информационные технологии как GDS (Amadeus, Galileo, Sabre, Worldspan), специализированные программные продукты управления гостиничным бизнесом (программный продукт Фиделио). На российском туристском рынке стали появляться простейшие специализированные программные продукты для автоматизации турбизнеса (Tour-Win, ОВИР, Чартер и др.).

Интернет-компьютинг (1994–...)

В начале 1990-х годов сложилась новая инфраструктура – так называемый Интернет-компьютинг (Internet computing), который решил целый ряд проблем. Внедрение Web-технологий открыло перед бизнесом новые возможности: фирмы, наконец, смогли сделать приложения оперативно доступными для своих партнеров. Однако эта инфраструктура породила очередные проблемы. Наметился неконтролируемый рост аппаратного обеспечения: у каждого менеджера подразделения появилась возможность купить дешевый Web-сервер на базе Linux или Intel. В результате отделы внутри корпорации стали дублировать друг друга, а разработчики контента – вовлекаться в администрирование Web-серверов и заниматься несвойственными для них задачами. В-третьих, несмотря на единый TCP/IP-протокол интеграция приложений в новой инфраструктуре оказалась далеко не простой задачей. По Интернету пользователи начали получать не только полезную информацию, но и множество ненужных, отвлекающих от работы рекламных материалов, а также деструктивные программы. Недостаточная безопасность в Интернете стала одной из проблем, замедливших развитие электронного бизнеса.

Данный этап ИТ-технологий характеризуется бурным развитием и использованием программного обеспечения для туристской индустрии. На новом качественном уровне стали ис-

пользоваться старые программные разработки, появилось множество продуктов, ориентированных на Интернет-технологии.

На рынке России в последнее время отечественные системы бронирования весьма удачно конкурируют с зарубежными системами. Среди российских систем бронирования можно отметить такие, как Сирена, Алеан, Туры.ру, Бронни.ру, Ехать, Форос, Tourindex, Avantix, matisse.ru., poezdka.ru, votpusk.ru. Среди систем, позволяющих осуществлять бронирование отелей можно выделить: hotelbook.ru, all-hotels.ru, hoteldiscount.ru, horse21.ru, hotels4you.ru, hotels.su, bookingservice.ru и 095hotel.ru (бронирование гостиниц Москвы).

Несмотря на то что рынок программных продуктов весьма успешно развивается, тем не менее в последнее время с рынка по разным причинам ушли такие системы, как: iTravel (www.itravel.ru), SpyGlass (www.SpyGlass.ru) – недоступна внешним пользователям), TourSoft (www.toursoft.ru), Tournetwork (www.tournetwork.ru).

Одной из проблем успешного функционирования и внедрения ИТ-технологий является формирование единого информационного пространства (ЕИП) в туриндустрии. В настоящий момент процесс создания ЕИП находится на начальной стадии.

Формирование ЕИП может осуществляться разными путями: либо на технологической платформе (разработка программных продуктов), либо на организационно-управленческой (формирование в России цивилизованного туристского рынка). Второй подход связан с тем, что в России существует большое количество мелких туроператоров, т. е. необходимо укрупнение туристского бизнеса. Из западной практики известно, что на одного туроператора должно приходиться от 1,5 до 2 тыс. турагентов. У нас же ситуация такая: из более чем 25 тыс. предприятий, имеющих лицензию на туристскую деятельность, реально работающими являются порядка 20 тыс., из которых 8 тыс. – туроператоры и 12 тыс. – турагенты, т. е. проведя простые арифметические расчеты, приходим к выводу, что на одного туроператора приходится 1,5 турагента! Внесенные Ростуризмом поправки в Закон о туристской деятельности, связанные с финансовой гарантией (страховкой), на наш взгляд, будут весьма способствовать успешному формированию данного пространства.

Сегодня наметился переход к новой инфраструктуре, так называемой органичной (Organic IT-инфраструктуре). Organic IT позволит создать инфраструктуру, оптимальную для реализации и бизнес-, и ИТ-процессов, благодаря радикальному пересмотру четырех ключевых составляющих любой ИТ-технологии: процессоров, сетей, систем хранения данных и ПО.

Достоинство Organic IT заключается прежде всего в простоте ее использования. Как известно из практики, технология становится успешной только в том случае, если инженеры смогут обеспечить простоту ее использования и скрыть при этом от потребителя сложность ее организации. Этот процесс называется абстрагированием от устройства и заключается в скрытии сложности устройства за простым интерфейсом.

Organic IT обеспечит централизованное управление, доступное когда-то на мэйнфреймах, при распределенной инфраструктуре, характерной для современного Интернет-компьютинга.

Внедрение Organic IT-инфраструктуры приведет к сокращению штата IT-администраторов, поскольку администраторов для серверов с высокой надежностью будет требоваться примерно вдвое меньше.

Одной из проблем современного развития информационных технологий, как отмечают многие компании, предоставляющие информационное наполнение (контент), является проблема взрывного роста нагрузки при массовых обращениях пользователей. Выходом из данного положения является применение дорогостоящих серверов. Инфраструктура Organic IT позволит легко решить проблему пиковых нагрузок при массовых обращениях за счет перераспределения мощностей, не требуя для этого дополнительного оборудования.

Использование новой инфраструктуры, безусловно, будет способствовать и появлению новых программных продуктов для туристской индустрии.

Литература

1. Морозов М. А., Морозова Н. С. Информационные технологии в социально-культурном сервисе и туризме. Оргтехника. – М.: Академия, 2002.

2. Компьютер Пресс. – 2004. – № 1.

3. «ТУТ». – 2004. – № 1.

4. www.turizm.ru.

5. www.tours.ru.

УСТОЙЧИВЫЙ ТУРИЗМ В ГЛОБАЛИЗИРУЮЩЕМСЯ МИРЕ: ТЕНДЕНЦИИ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

Е. В. Мошняга, *канд. пед. наук, доцент, завкафедрой РМАТ*

«Устойчивое развитие» и «устойчивый туризм» – понятия, которые все чаще рассматриваются в контексте регионального развития, сохранения экосистем и культурных сообществ, находят отражение в государственных концепциях и стратегиях развития, программных документах и материалах международных организаций.

Под устойчивостью понимается специфическая черта какого-либо состояния или процесса, качество или характер которого постоянно поддерживается на определенном уровне с точки зрения его продуктивности.

Глобализирующийся мир создает принципиально новые условия сосуществования и взаимодействия стран и регионов, вовлекая их в массовый обмен потоками информации, знаний, технологий, финансов, товаров, услуг, человеческих ресурсов.

Массовый туризм, являющийся как результатом, так и фактором глобализации, постоянно растущий с точки зрения объемов и географической направленности турпотоков, использования природных и культурных ресурсов, расширяющий потребности в создании и совершенствовании инфраструктуры и материальной базы, привлекающий все больше современных технологий и инноваций, катастрофически увеличивает нагрузку как на планетарную экосистему в целом, так и на отдельные природно-культурные системы стран и регионов. Растущая диверсификация туристских дестинаций, маршрутов и программ с увеличением доли природо- и культурориентированных путешествий, включая экологический и приключенческий туризм, посещение национальных и природных парков, сельский и агротуризм, другие виды «зеленого» туризма, меняет спрос туристов, делая его более изощренным и с точки зрения потребности более значимого туристского опыта, включая такие аспекты, как культурная аутентичность, межкультурные контакты с местными жителями, изучение флоры, фауны, особых экосистем, ареалов обитания особых видов животных, дикой природы.

Расширение рынков сбыта и сетевого бизнеса, интенсивный рост туристских миграций с глобальным ростом масштабов потребления природного и культурного наследия требуют разработки программ, концепций и стратегий устойчивого развития, подходов и принципов устойчивого туризма в зависимости от специфических особенностей каждой отдельно взятой страны, но в контексте глобального развития. Глобализация туризма, предполагающая, в том числе, формирование единого туристского пространства, означает прямую взаимозависимость всех участников туристских обменов и международной туристской деятельности и их коллективную ответственность перед живущим и грядущими поколениями за сохранение природного и культурного разнообразия на планете, за глобально устойчивый туризм.

Существует ряд различных определений устойчивого туризма. Устойчивый туризм в широком смысле – это индустрия, предпринимающая усилия для достижения минимального влияния на окружающую среду и местную культуру, при этом способствуя генерированию доходов, занятости и сохранению локальных экосистем. Это сензитивный (от лат. sensus – чувство, ощущение), мягкий, социально ответственный туризм, оказывающий щадящее воздействие на природную и культурную среду.

Ряд исследователей, включая экспертов Всемирной туристской организации (ЮНВТО), называют все виды туризма, отвечающие идее устойчивого развития, альтернативным туризмом. «Тезаурус по туристской и досуговой деятельности» ЮНВТО определяет альтернативный туризм как «планируемую и управляемую форму развития и продвижения туризма, при которой происходит сближение целей и ожиданий культуры посетителя и культуры хозяина, что способствует более высокому уровню взаимопонимания, более глубокому чувству реальности и более удовлетворяющему опыту туристского контакта»[1].

К устойчивому, или альтернативному, туризму ЮНВТО относит экологический, приключенческий, сельский, агротуризм, причем экологический туризм назван «совестью туристской индустрии».

Необходимость устойчивого развития туристского сектора широко признается всеми участниками туристских обменов и туристской деятельности: правительствами стран – участников

[1] Thesaurus on Tourism and Leisure Activities. – Madrid: WTO, 2001. – P. 283.

международного туризма, национальными туристскими организациями, местными туристскими администрациями, участниками туристского рынка, научными и образовательными структурами, местными сообществами, туристами и экскурсантами. Без стратегического видения путей устойчивого развития и введения критериев устойчивости на всех этапах туристского планирования, развития и менеджмента туризм не сможет генерировать экономические и социальные блага. Необходимы срочные меры для того, чтобы предотвратить негативное и зачастую необратимое воздействие на окружающую среду, а также социальное давление на принимающие туристов местные сообщества.

По мнению специалистов, концепция устойчивого развития приобрела известность благодаря публикации в 1987 г. Доклада Всемирной комиссии по окружающей среде и развитию, известного под названием Доклада Брундтланд («Brundtland report»), в котором дано концептуальное определение устойчивого развития как развития, которое «удовлетворяет потребностям настоящего, не ставя под угрозу способность будущих поколений удовлетворять свои потребности».

В 1992 г. Конференция ООН по окружающей среде и развитию в Рио-де-Жанейро (Саммит Земли) приняла Декларацию с 27 принципами устойчивого развития и программный документ «Повестка дня на XXI век» (Agenda 21), в которых было признано, что достижение устойчивого развития потребует баланса между состоянием окружающей среды, общества и экономики в развитии и достижении качества жизни. В Декларации были определены принципы устойчивости, включающие межпоколенное равенство, гендерное равенство, справедливое и миролюбивое общество, социальную толерантность, сохранение и возрождение окружающей среды, искоренение нищеты, сохранение природных ресурсов. «Повестка дня на XXI век» определила образование как существенный инструмент достижения устойчивого развития и очертила 4 области образовательной деятельности: совершенствование качества базового образования; переориентацию существующих образовательных программ в направлении устойчивого развития; развитие общественного знания и понимания проблем устойчивого развития; обеспечение образования для всех секторов частного бизнеса и гражданского общества.

Седьмая сессия Комиссии ООН по устойчивому развитию в 1999 г. была посвящена рассмотрению проблем туристской отрасли. Сессия приняла ряд резолюций и рекомендаций, адресованных правительствам, частному сектору и международным организациям, в том числе ЮНВТО как основной международной структуре межправительственного уровня и характера. Одна из рекомендаций призывает ЮНВТО и правительства создать глобальную систему для продвижения обмена информацией и взглядами по устойчивому развитию туризма, включая транспорт, размещение, прочие туруслуги, экологический и другие виды туризма.

В 2002 г. в Йоханнесбурге состоялся Всемирный саммит по устойчивому развитию, участники которого пришли к неутешительному выводу о том, что за 10 лет, прошедших после Рио-де-Жанейрской конференции, цели, поставленные в «Повестке дня на XXI век», по-прежнему далеки от реализации, а потребность в пересмотре содержания образования стала еще острее.

В 2002 г. ООН приняла резолюцию «Десятилетие образования для устойчивого развития (2005–2014 гг.)», которая определяет направление соответствующей модернизации образования. Программа действий, по определению ООН, должна интегрировать принципы, ценностные ориентации и практики устойчивого развития во все сферы образования и обучения. Эта программа должна стимулировать изменения в поведении, которые сформируют более устойчивое будущее с точки зрения экологической целостности, экономической жизнеспособности и справедливого общества для настоящего и будущего поколений.

В том же 2002 г. была одобрена Программа Всемирной туристской организации и Конференции ООН по торговле и развитию (ЮНКТАД) «Устойчивый туризм – залог искоренения нищеты», направленная на решение задач устойчивого развития туризма как инструмента борьбы с нищетой.

ЮНВТО активно продвигает идею устойчивого туризма, начиная с Рио-де-Жанейрского саммита 1992 г. ЮНВТО осознает, что дальнейший рост международного туризма и новые тенденции его развития ставят туризм в особую стратегическую позицию с точки зрения положительных эффектов или отрицательного воздействия на устойчивость природоохранных территорий и развитие потенциала окружающей среды, включая этнокультурные сообщества. Туризм может послужить основным инструментом сохранения таких территорий и формирования экологического сознания среди местных жителей и туристов. Эти цели могут быть достигнуты посредством привлечения финансовых ресурсов от развития туризма и целевого направления их на сохранение и возрождение природной и культурной среды, ин-

формационные системы, просветительские и образовательные программы для жителей и посетителей.

В 2000 г. ЮНВТО поручила проведение исследования «Добровольные инициативы по устойчивому туризму» Европейской сети по устойчивому развитию туризма (ЭКОТРАНС). Ежегодно ЭКОТРАНС публикует брошюру «Экологические инициативы европейских туристских предприятий: инструменты, индикаторы и практические примеры»[1]. ЭКОТРАНС активно популяризирует инструменты экологического менеджмента в индустрии туризма и среди них два европейских проекта: TourBench («Европейская инициатива мониторинга и определения опорных показателей по сокращению загрязнения окружающей среды и снижению затрат на предприятиях туристского размещения»[2]), осуществляемый организациями ЭКОТРАНС, ЭКОКЕМПИНГ и другими партнерами из 10 стран при финансовой поддержке Программы по окружающей среде LIFE Европейской комиссии, и SUTOUR («Поддержка туристских предприятий в системе присвоения ярлыков экологичности и экологическом менеджменте»[3]), осуществляемый Институтом энергетической экономики и рационального использования энергии Университета Штутгарта в сотрудничестве с 16 партнерами из 5 стран.

В 2005 г. был опубликован программный документ ЮНЕП («Экологическая программа ООН») и ЮНВТО «На пути к более устойчивому туризму»[4], названный «Библией» для всех тех, кто задействован в принятии решений в области экологического и социально ответственного туризма, с тем, чтобы обеспечить стабильное экономическое положение туристских предприятий и дестинаций. В документе определены 12 целей устойчивого туризма: экономическая жизнеспособность, процветание дестинации, качество занятости, социальное равенство, удовлетворение посетителей, местный контроль, благополучие сообщества, богатство культуры, физическая целостность, биологическое разнообразие, эффективность ресурсов, чистота окружающей среды.

Проекты и инициативы устойчивого туризма в странах, включившихся в движение устойчивого развития, охватывают различные виды турпродукта и маршруты экологического, приключенческого, археологического, пещерного, берегового туризма, программы сельского и образовательного туризма, фестивали, карнавалы и другие события, гостиницы и другие средства размещения, предприятия питания, природные парки, другие особо охраняемые территории. Методика развития и продвижения устойчивого туризма включает ряд международных инициатив, к которым присоединились многие страны, разработав свои национальные инициативы поддержки экотуризма на своих территориях: проекты и программы присвоения ярлыков экологичности (eco-labelling), которые рассматриваются как новые символы качества туризма, схемы сертификации, национальные призы и награды за сохранение окружающей среды, системы экологического менеджмента, кодексы поведения, своды правил, декларации и т. п. Эти системы и схемы являются добровольными, однако растущее число, разнообразие и популярность добровольных инициатив свидетельствуют о назревшей в обществе потребности в консолидации, основанной на оценке эффективности существующих систем и программ.

Опыт многих стран наглядно демонстрирует заинтересованность национальных туристских администраций и туристского бизнеса в развитии устойчивого туризма, с одной стороны, и успешность проектов устойчивого туризма, с другой, при соблюдении ряда принципов:

- вовлеченности местного сообщества в планирование, развитие и управление проектом;
- сотрудничестве различных партнеров (государства, бизнеса, местных сообществ) в реализации целей проекта;
- приверженности идеям экологичности со стороны всех участников проекта;
- непрерывном мониторинге осуществления проекта[5].

Так, например, инициатива Италии «Оранжевый флажок: ярлык экологичности для муниципалитетов, участвующих в развитии туризма во внутренних районах страны»[6] вовлекает местные администрации и сообщества страны. Символ качества присуждается муниципальным районам, отвечающим необходимым стандартам, которые охватывают природное и культурное

[1] «Environmental initiatives by European tourism businesses: Instruments, indicators and practical examples».
[2] «European monitoring and benchmarking initiative for reducing environmental pollution and reducing costs in tourism accommodation establishments».
[3] «Supporting Tourism Enterprises for Eco-Labelling and Environmental Management».
[4] Making tourism more sustainable – a guide for policy makers. – Madrid: UNEP-WTO, 2005.
[5] Sustainable Development of Tourism: A Compilation of Good Practices. – Madrid: WTO, 2000. – P. 11.
[6] The Orange Flag: An eco-label for municipalities involved in hinterland tourism // Sustainable Development of Tourism: A Compilation of Good Practices. – Madrid: WTO, 2000. – P. 97–99.

наследие, средства размещения, предприятия питания, другие услуги гостеприимства, а также типичные местные продукты и доступность информации. Помимо основной цели, состоящей в стимулировании экономического и социального роста через развитие туризма, инициатива имеет ряд специфических целей: создание формы туристской идентификации; превращение ярлыка экологичности в гарантию качества, туристскую торговую марку и ориентир потребительского выбора; сближение систем берегового туризма и туризма во внутренних районах страны; диверсификация туристского предложения за счет вовлечения в туристский оборот малоосвоенных территорий; более равномерное распределение туристских потоков и продление туристского сезона.

Проект Австрии «Австрийский ярлык экологичности для туризма»[1] предусматривает присуждение наград и призов предприятиям размещения и питания за успехи в экологическом менеджменте и социальную ответственность. Проект является национальным инструментом продвижения качества и экологического сознания в индустрии туризма и досуга Австрии. Цель и задачи проекта состоят в том, чтобы поднять осознание экологических проблем в индустрии туризма и досуга, представить экологический менеджмент как компонент качества туризма, продемонстрировать, что экологический менеджмент служит интересам бизнеса, предложить ориентир заинтересованным туристам, представить инструмент маркетинга для туристских компаний, улучшить экологическую обстановку. Сферы применения проекта включают сокращение отходов производства, переработку и утилизацию мусора, энергетический менеджмент, экономию потребления воды, строительство и обслуживание территории объекта, загрязнение воздуха и шумовое загрязнение окружающей среды, транспорт, социальные аспекты, включая информационное обеспечение гостей и персонала.

Проект Канады «Летний театральный фестиваль в Байте: включение исполнительских искусств в экономическое развитие»[2] строится на том, что каждое лето в районе Тринити Байт (Ньюфаундленд) проходит театральный фестиваль, включающий свыше ста театральных представлений, значительная часть которых посвящена идеям зависимости человека от природы и его борьбы за выживание. Фестиваль оказывает значительное экономическое воздействие на местные сообщества и развитие местного бизнеса. Цель проекта заключается в расширении масштабов театральной деятельности в рамках фестиваля, включая количество театральных объектов, потоков посетителей, маркетинговые инициативы, продление театрального сезона при сохранении качества событийного продукта. Проект рассматривается как инструмент экологической, социокультурной и экономической устойчивости. Во-первых, фестиваль способствует подъему осознания роли окружающей среды и природных ресурсов в жизни человека, демонстрируя зависимость человека от них. Во-вторых, с фестивалем ассоциируются жители сообществ, в местах проживания которых проходят представления, что способствует росту интереса со стороны гостей к их истории, культуре, образу и стилю жизни; фестиваль вызывает чувство гордости у местных жителей и усиление чувств патриотизма и гостеприимства; фестиваль способствует возрождению многих местных традиций. В-третьих, фестиваль создает рабочие места для местных жителей, а доходы от летней занятости финансово поддерживают жителей в несезонный период; создаются и расширяются многие местные предприятия, обслуживающие гостей.

Проект Малайзии «Программа проживания в домах местных жителей сообщества деревни Деза Мурни»[3] построен на привлекательности программ сельского туризма страны в связи с многообразием и уникальностью этнического наследия многих сообществ, включая традиции гостеприимства. Программа рассчитана на внутренних и иностранных туристов, желающих изучить и испытать на себе традиционный малазийский сельский стиль жизни, включая проживание в традиционных деревянных жилищах, приготовление вместе с хозяйкой национальной пищи собственными руками, участие в национальной свадьбе, других ритуалах и праздниках. Местным жителям программа создает условия для получения прямых доходов от туризма. Целями проекта являются: создание условий для получения дополнительных доходов членами местного сообщества, обеспечение возможности всем секторам сообщества участвовать в туристском бизнесе, удовлетворение растущего интереса городского населения к стилю жизни

[1] Austrian eco-label for tourism // Sustainable Development of Tourism: A Compilation of Good Practices. – Madrid: WTO, 2000. – P. 21–23.

[2] Summer in the Bight Theatre Festival: Fusing performing arts with economic development // Sustainable Development of Tourism: A Compilation of Good Practices. – Madrid: WTO, 2000. – P. 29–31.

[3] Homestay program in the community of Kampung Desa Murni // Sustainable Development of Tourism: A Compilation of Good Practices. – Madrid: WTO, 2000. – P. 105–107.

и природно-культурному окружению сельских сообществ, содействие национальной интеграции и развитию туризма страны, создание возможностей знакомства с культурой местных сообществ иностранным и внутренним туристам.

Участники «устойчивых» туров, программ и маршрутов демонстрируют спрос и потребность в посещении уникальных объектов, участии в природо- и культуроохранных мероприятиях, взаимодействии с единомышленниками, широкой вербальной и невербальной межкультурной коммуникации с местными жителями – представителями принимающих сообществ, при этом не требуя комфортных условий размещения и обслуживания. «Устойчивые» туристы сознательно принимают на себя ответственность по сокращению или минимизации воздействия туризма на принимающие сообщества, участвуя в комплексе специальных мер и мероприятий, к которым относятся: информирование туристов о культуре и экономике посещаемых сообществ, принятие и уважение взглядов и ценностей представителей местных культур, внесение вклада в межкультурное взаимопонимание и толерантность, поддержка целостности местных культур и видов деятельности, обеспечивающих сохранность культурного наследия, поддержка местной экономики за счет приобретения продуктов местного производства, сохранение ресурсов посредством поиска экологически ответственных предприятий, минимальное использование невозобновляемых ресурсов.

В контексте продвижения концепции устойчивого туризма очевидно, что и содержание профессионального туристского образования, образовательные программы нового поколения в современных условиях должны отражать базовые принципы и подходы устойчивого развития. Тенденции изменения туристского спроса в направлении природо- и культурооориентированных видов и форм туризма, диверсификация турпродукта и туристских дестинаций предполагают диверсификацию образовательного продукта, туристских специальностей и специализаций в системе профессионального туристского образования, включая диверсификацию программ и площадок учебных и производственных практик, ориентированных на формирование умений, навыков и компетенций, необходимых для профессиональной деятельности в области устойчивого туризма. Важно, чтобы практическое обучение в системе профессиональной туристской подготовки отражало бы многообразное социокультурное окружение, специфические особенности вербальной и невербальной коммуникации между гостем и хозяином в туризме, являющимися представителями и носителями разных культур, социальные и культурные риски, с которыми сталкиваются как туристы, так и работники сферы туризма, барьеры межкультурной коммуникации, вызванные различиями в происхождении, ценностях, стереотипах поведения гостей и хозяев.

В современном глобализирующемся мире как никогда актуальным остается утверждение исследователя социокультурной и межкультурной коммуникации в сфере международного туризма Д. Блэнтона о том, что для студентов туристских специальностей и работников индустрии туризма «важнее не перечень профессий, проблем и процедур, а логически последовательный (высококонтекстуальный) подход, который формирует осознание рациональной основы в туристской индустрии, влияния культуры на поведение, логики, скрывающейся за правилами, и этики, скрывающейся за обязанностями» [1].

ПРОГРАММА АДАПТАЦИИ МОЛОДОГО СПЕЦИАЛИСТА В ТУРИСТСКОЙ ФИРМЕ КАК ФАКТОР КАЧЕСТВА ПОДГОТОВКИ ВЫПУСКНИКА ВУЗА

О. А. Нивинская

Процесс перехода от студента к специалисту – достаточно сложный период в жизни нового сотрудника. Прежде чем он сможет работать эффективно в соответствии с новыми требованиями, ему необходимо адаптироваться какое-то время на новом месте.

Адаптация персонала в организации является своего рода индикатором успешности или провала работы по поиску, отбору и найму персонала. Основная задача адаптации – помочь молодому сотруднику адаптироваться в новой обстановке и достичь необходимой эффективности в работе в наиболее короткий срок [1–2].

[1] Tourism Training in Developing Countries: The Social and Cultural Dimension // Annals of Tourism Research, 1981. – Vol. 8. – Issue 1. – P. 129.

Результаты проведенного исследования показывают, что 95 % молодых специалистов отметили тот факт, что в туристских фирмах, в которых они работают, отсутствует отлаженная система адаптации. В связи с этим на первых этапах профессионального становления молодых специалистов посещает чувство неуверенности в своих действиях и решениях. Если молодой специалист в это сложное для него время не ощущает поддержки со стороны организации, у него появляются сомнения в том, что он поступил правильно, решив устроиться именно в эту организацию. Чем чаще такие сомнения посещают молодых специалистов, тем ниже уровень его доверия к организации и, как следствие, качество выполнения работы. Чем быстрее пройдет преодоление этих противоречий, тем успешнее завершится процесс адаптации. Нередко из-за условий и организации труда им приходится менять место работы и даже профессию, что является одним из серьезных показателей неадаптивности [3].

Поддержать уровень активности, целеустремленности нового сотрудника, развить его потенциал помогает решить программа адаптации. Сейчас уже многими компаниями эффективно используется программа адаптации молодых специалистов, в процессе которой происходит безболезненное вхождение нового сотрудника в сложившийся коллектив [4]. В результате анализа социологического опроса нами было выявлено, что 81 % опрошенных респондентов самым важным фактором, влияющим на процесс адаптации, считает отсутствие политики доброжелательности и внимательного отношения к молодым специалистам. Большая часть молодых специалистов по туризму (84 %) с первых же дней испытывают трудности в установлении взаимоотношений с коллегами и руководством. Это связано не только с низким уровнем социально-психологической компетентности молодого сотрудника, на это влияет также отсутствие механизма управления процессом адаптации в туристской фирме [5, 6].

С учетом этих трудностей целесообразно предложить внедрить программу адаптации молодых специалистов по туризму в туристских фирмах. Для туристской фирмы будет гораздо выгоднее проводить программы адаптации молодых сотрудников, чем испытывать текучесть кадров и тратить деньги на поиск, оценку и обучение новых сотрудников.

Программа адаптации молодых специалистов предназначена для введения единой формы процедуры адаптации во всех структурных подразделениях компании. Процедура адаптации направлена на обеспечение более быстрого вхождения в должность нового сотрудника, уменьшение количества возможных ошибок, связанных с включением в работу, формирование позитивного образа компании, уменьшение дискомфорта первых дней работы, а также на оценку уровня квалификации и потенциала сотрудника во время прохождения им адаптации [4].

Данную программу должны знать и использовать в своей работе генеральный директор; руководитель; сотрудники компании, назначаемые наставниками молодых специалистов; сотрудники отдела персонала.

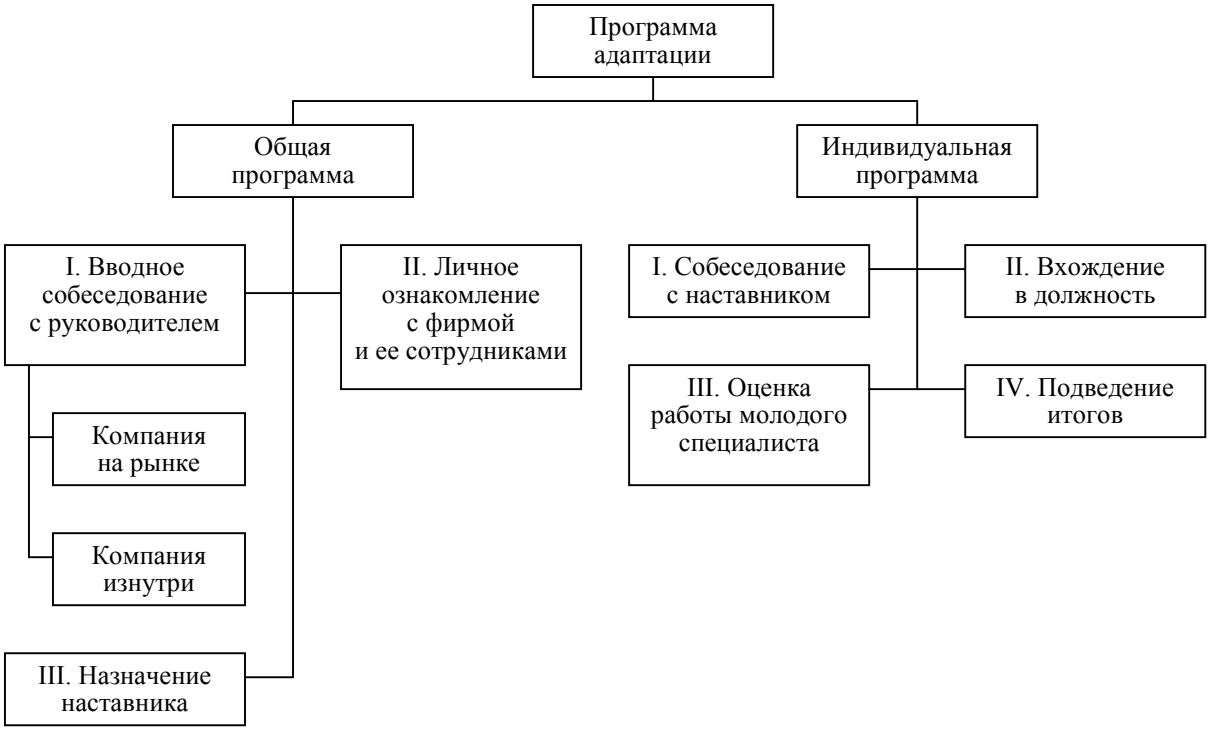
Программа адаптации молодых сотрудников состоит из двух основных частей – общей и индивидуальной – и рассчитана на весь период адаптации.

Общая часть предполагает формирование общего представления о компании, ее основных направлениях деятельности, организационных особенностях, особенностях взаимоотношений компании и работника (порядок приема и увольнения, заработная плата, льготы), условий труда и т. п. В зависимости от категории принимаемого специалиста общая часть может быть более или менее полной. Проводится в течение первой недели работы сотрудника и состоит из 3 этапов.

Индивидуальная программа включает в себя более детальное ознакомление с деятельностью компании и оказываемыми ею услугами (для сотрудников, которые будут непосредственно взаимодействовать с клиентами или другими сторонними организациями), более детальное ознакомление с должностью и спецификой предстоящей работы, приобретение конкретных навыков, специфичных для данной должности (например, ведение внутренней документации и т. п.).

Программа адаптации молодых специалистов в туристской фирме (см. рисунок) также состоит из двух основных частей – общей и индивидуальной. Общая часть состоит из трех этапов.

На первом этапе реализации программы проводится вводное ориентационное собеседование. Основная задача данной процедуры – сообщение новому сотруднику сведений о компании, оказываемых ею услугах и особенностях трудовых отношений компании и работника. Ориентационное собеседование проводится после формирования окончательного предложения по приему на работу и согласования даты выхода. Возможно также его проведение в первый день работы. Проводит собеседование начальник (руководитель).



Структура программы адаптации молодых специалистов в туристской фирме

Основные вопросы, затрагиваемые на ориентационном собеседовании.

Компания на рынке:

1. Основные виды услуг, оказываемые компанией, ситуация на рынке туристских услуг.
2. Сильные стороны компании в сравнении с конкурентами, основной круг клиентов.
3. Формы и методы работы.
4. Общая оценка позиции компании на рынке, ближайшие и долгосрочные цели развития.

Компания изнутри:

1. История развития.
2. Основные подразделения и содержание их деятельности.
3. Руководство компании, разграничение полномочий, порядок выработки решений.

Второй этап реализации общей части программы адаптации – личное ознакомление с фирмой и ее сотрудниками. После оформления всех необходимых документов при приеме на работу проводится представление сотрудника персоналу компании и показ основных помещений офиса. На этом этапе также проходит общее ознакомление с рабочим местом, показывается рабочий стол, оснащение, места хранения документов, методической литературы и других рабочих материалов общего пользования, а также проводится инструктаж по использованию технических средств (АТС, персональный компьютер). Этот этап проводит руководитель.

Третий этап – назначение наставника. Для молодых специалистов с небольшим опытом работы в должности (или без опыта работы) назначается наставник, который планирует, сопровождает и оценивает работу нового сотрудника в период прохождения им испытательного срока. Сотрудник ежемесячно (еженедельно) предоставляет наставнику отчеты о работе, проделанной в соответствии с индивидуальным планом. Наставник оценивает работу и передает отчет руководителю. Очень важно уделить особое внимание психологической совместимости наставника и нового сотрудника.

Индивидуальная программа адаптации определяется руководителем, согласуется с наставником. Индивидуальная программа адаптации делится на четыре части.

Первая часть – ориентационное собеседование с наставником. Проводится наставником, возможно в присутствии руководителя организации. Проводится в свободной форме в рабочем порядке в течение первой недели работы. Наставник объясняет задачи и требования к работе, отвечает на вопросы и рассматривает пожелания нового сотрудника.

Вторая часть – вхождение в должность. План вхождения в должность рассчитан на первый месяц работы со дня приема и составляется наставником по окончании первой недели работы

сотрудника, согласовывается с руководителем и доводится до сотрудника. Этот этап предполагает полное вхождение нового сотрудника в должность, т. е. полное освоение своих должностных обязанностей, хорошую ориентацию в компании, ее деятельности и структуре. В этой части оценивается адаптивность и обучаемость сотрудника.

Третья часть – оценка работы в должности. План оценки работы в должности рассчитан на оставшийся период адаптации. В этой части оценивается соответствие сотрудника занимаемой должности, его профессиональные знания, уровень исполнительской дисциплины, потенциал и возможности дальнейшего роста.

На протяжении всего периода адаптации молодого специалиста руководитель осуществляет контроль за адаптацией нового сотрудника. С ним проводятся неформальные беседы, в ходе которых становится ясным, насколько он удовлетворен работой, как принимает его коллектив, существуют ли трудности во взаимопонимании с непосредственным руководителем и наставником, создалось ли впечатление психологического комфорта. С целью получения информации о том, насколько успешно овладевает сотрудник системой профессиональных знаний и навыков, как он выполняет требования трудовой дисциплины, сохраняет ли интерес к работе, менеджер по персоналу (руководитель) проводит беседы с наставником. В результате постоянных контактов менеджера по персоналу с молодым специалистом и его наставником делаются выводы об успешности процесса адаптации. В случае обнаружения каких-либо проблем необходимо принять соответствующие меры.

Контроль за работой молодого специалиста может также осуществляется в форме его еженедельного отчета, а также отчета наставников с оценкой проделанной работы и предложениями по дальнейшей адаптации сотрудника.

Четвертая часть – подведение итогов. На этом этапе делаются выводы об успешности процесса адаптации:

- связывает ли молодой специалист свое будущее с туристской фирмой;
- удалось ли установить хорошие отношения с коллективом и руководством;
- стала ли работа для сотрудника привычной (не вызывает чувства постоянного напряжения, неуверенности);
- соответствует ли новый сотрудник требованиям, которые к нему предъявляет руководитель туристской фирмы.

Успешное освоение профессиональных знаний и навыков невозможно, если молодой специалист не понимает своей роли в организации, не разделяет ее ценностей и установок, не видит перспектив своей работы и испытывает трудности в общении с коллективом и руководством. Именно на устранение этих факторов направлена данная программа адаптации молодых сотрудников в туристской фирме.

Процедура введения в организацию программы адаптации молодых сотрудников позволит предупредить возможные негативные последствия процесса адаптации. Ее основная задача – помочь сотруднику адаптироваться в новой обстановке и достичь необходимой эффективности в работе. Эта процедура особенно важна для молодых специалистов, так как позволяет получить подробную и развернутую информацию о деятельности предприятия.

В результате внедрения данная программа адаптации позволит:

- уменьшить стартовые издержки;
- снизить тревожность и неуверенность молодого специалиста;
- сократить текучесть кадров;
- сэкономить время руководителя и сотрудников;
- развить у молодого специалиста чувство удовлетворенности работой и позитивного отношения к ней.

Адаптация молодого специалиста – это длительный процесс, его продолжительность и успех зависят как от личностных качеств работника, так и от того, насколько успешно проводились адаптационные мероприятия непосредственным руководителем, наставником.

Важной особенностью туристского продукта, отличающей его прежде всего от промышленных товаров, является широкое участие людей в производственном процессе. Таким образом, человеческий фактор оказывает сильное влияние на его неоднородность и качество [7, 8].

Персонал в индустрии туризма является одним из основных ресурсов конкурентных преимуществ организации, и, следовательно, качество обслуживания в туристских организациях зависит от мастерства и сознательности их служащих. Удовлетворение клиента в сфере обслуживания достигается также вежливостью персонала и его отзывчивостью [9].

Таким образом, эффективное управление людьми (адаптацией) превращается в одну из важнейших функций туристской организации.

Литература

1. Егоршин А. П. Управление персоналом: учебник для вузов. – 4-е изд., испр. – Н. Новгород: НИМБ, 2003. – 720 с.
2. Налчаджян А. А. Социально-психологическая адаптация личности. – Ереван, 1998. – 263 с.
3. Кузнецов П. С. Адаптация как функция развития личности. – Саратов: Изд-во СГПИ, 1991. – 158 с.
4. Программа адаптации новых сотрудников. Корпоративные документы // Кадровик. – 2005. – № 3. – С. 91–96.
5. Кафидов В. В. Управление персоналом: учебное пособие для вузов. – М.: Академический проект, 2003. – 144 с.
6. Брудный В. И. Профессиональная и социально-психологическая адаптация студентов и молодых специалистов. – М.: Мысль, 1986. – 256 с.
7. Гаранин Н. И. Менеджмент туристской и гостиничной анимации: учебное пособие. – М.: Советский спорт, 2004. – 128 с.
8. Чудновский А. Д. Управление индустрией туризма: учебное пособие. – М.: КНОРУС, 2005. – 448 с.
9. Чехова О. Адаптация: все зависит от руководителя // Кадровик. – 2005. – № 10. – С. 41–42.

ГЕОЭКОЛОГИЧЕСКИЙ АСПЕКТ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ МИРОВОЙ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ИНДУСТРИИ

А. А. Сафонова, *научный сотрудник МГУ им. М. В. Ломоносова*

Концепция устойчивого развития одной из наиболее успешно развивающихся в настоящее время отраслей мировой экономики – туризма – предвидит рассмотрение трех основных блоков, из которых складывается функционирование мировой туристической индустрии: 1) ресурсы, или компоненты, 2) давление и ограничивающие факторы, 3) проблемы и пути их регулирования.

Каждый из перечисленных блоков является отдельным предметом геоэкологического исследования. Особый интерес представляет взаимоотношение блоков «ресурсы» и «давление», которое отражается в формировании третьего блока «проблемы» – проблем в соотношении ресурсообеспеченности и ресурсопотребления отраслью.

Геоэкологический подход, нацеленный на выявление сбалансированного ресурсопотребления, позволяет предложить несколько сценариев для устойчивого развития туристической отрасли мировой экономики.

КОМПЕТЕНТНОСТНЫЙ ПОДХОД И ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ ТУРИСТСКОЕ ОБРАЗОВАНИЕ

А. И. Сесёлкин, *д-р пед. наук, профессор, проректор РМАТ*

Применение компетентностного подхода является весьма важной составляющей Болонского процесса и одним из главных принципов проектирования государственных образовательных стандартов высшего профессионального образования (ГОС ВПО) третьего поколения. «Компетенции выступят “ядром” нового поколения государственных образовательных стандартов, смещаемых в сторону “результатов образования”» [1].

Важно выявить актуальные «ряды» компетенций, что требует обязательного привлечения работодателей, выпускников и преподавателей. Этот процесс анализа и выявления компетенций в настоящее время проходит во всех учебно-методических объединениях вузов России с тем, чтобы завершить в 2007 г. разработку новых образовательных стандартов на основе утвержденного макета ГОС ВПО [2].

Следует отметить, что как отечественное высшее образование в целом, так и бурно развивающееся профессиональное туристское образование (ПТО) в частности, имеют богатый опыт построения квалификационных моделей (квалификационных характеристик), в том числе вошедших в образовательные стандарты предшествующих поколений. Необходимо учитывать этот опыт, он не должен быть утрачен. Об актуальности этой проблемы говорится

в докладе профессора И. В. Зорина на пленарном заседании Форума «Туризм: наука и образование» [3].

Для повышения эффективности образовательного процесса и качества выпускаемых специалистов целесообразно как на этапе разработки ГОС ВПО, так и в ходе формирования новых основных образовательных программ в многоуровневой системе непрерывного ПТО использовать результаты фундаментальных исследований проблем становления и развития ПТО: построения профессионально-квалификационной структуры кадров сферы туризма с использованием профессионально-квалификационных модулей специализаций [4], диверсификации ПТО [5] и др.

Приведем результаты первого опыта проектирования профильно-специализированных компетенций в ПТО при формировании ООП туристского вуза на примере профиля «Туроперейтинг» подготовки бакалавра по направлению «Менеджмент».

Профильно-специализированные компетенции выпускника-бакалавра по направлению «Менеджмент» (профиль «Туроперейтинг»)

При формировании данного перечня предметно-специализированных компетенций был принят за основу проект ГОС третьего поколения по менеджменту [6]. Предметно-специализированные компетенции, определяемые вузом, распределены по разделам универсальных и профессиональных компетенций для облегчения восприятия и проектирования профильной ООП.

Выпускник-бакалавр должен демонстрировать компетенции:

1. Универсальные

А. Общенаучные:

1) базовые знания в области современных информационных технологий в туризме;

2) навыки использования программных средств и навыки работы в глобальных компьютерных системах бронирования, умение создавать базы данных и использовать ресурсы Интернета для решения производственных задач туроперейтинга;

3) базовые знания экологии, безопасности жизнедеятельности, рекреационных ресурсов и географии, разделов наук о Земле, необходимые для разработки и реализации турпродукта.

Б. Инструментальные:

1) владение двумя иностранными языками;

2) способность планировать и реализовать соответствующие мероприятия;

3) способность к деловым коммуникациям в профессиональной сфере, знания основ делового общения, навыки работы в команде;

4) знание и опыт применения принципов составления научно-технических отчетов, обзоров, схем и пояснительных записок.

В. социально-личностные и общекультурные:

базовые знания о мировом природном и культурно-историческом наследии и понимание его роли и значении в туроперейтинге.

2. Профессиональные

А. Общепрофессиональные:

1) базовые представления о разнообразии видов туризма, понимание значения разнообразия турпродукта для устойчивого развития туризма и туристского бизнеса;

2) современные представления о принципах рекреационной и туристской деятельности;

3) знание и применение на практике принципов этики туризма, понимание социальных и экологических следствий своей профессиональной деятельности;

4) знание правовых основ исследовательских работ и законодательства РФ в области туристской деятельности.

Б. Специальные профессиональные:

1) владение методами формирования, описания, классификации и продвижения турпродукта;

2) современные представления о принципах мониторинга туристского рынка;

3) способность понимать, излагать и критически анализировать экономическую информацию и представлять результаты разработки турпродукта;

4) владение методами получения, обработки, анализа и синтеза информации по туроперейтингу, способность применять их в практической деятельности;

5) опыт практического использования методов современной туристики для решения исследовательских и производственных задач по туроперейтингу;

6) практические навыки в области организации и управления при проведении научно-исследовательских и производственных работ по туроперейтингу.

Литература

1. Байденко В. И. Выявление состава компетенций выпускников вузов как необходимый этап проектирования ГОС ВПО нового поколения: методическое пособие. – М.: Исследовательский центр проблем качества подготовки специалистов, 2006. – 72 с.

2. Макет государственного образовательного стандарта высшего профессионального образования третьего поколения. Утвержден 1 февраля 2007 г. коллегией Минобрнауки РФ.

3. Зорин И. В. Развитие профессионального туристского образования в условиях Болонского процесса: Доклад на пленарном заседании Международного форума «Туризм: наука и образование» 19 апреля 2007 г., М. – Химки, 2007.

4. Зорин И. В., Зорин А. И. Профессиональное образование и карьера в туризме. – М.: Советский спорт, 2005.

5. Сесёлкин А. И. Диверсификация профессионального туристского образования. – М.: Советский спорт, 2003.

6. Федеральный государственный образовательный стандарт высшего профессионального образования по направлению подготовки «Менеджмент» (проект). – М., 2007.

РАЗВИТИЕ ТУРИЗМА КАК ФАКТОР ПОЗИТИВНЫХ ТЕНДЕНЦИЙ В КАЧЕСТВЕ ЖИЗНИ КОРЕННЫХ НАРОДОВ КРАЙНЕГО СЕВЕРА РОССИИ

М. В. Цекина, *аспирант кафедры географического факультета МГУ им. М. В. Ломоносова*

Россия – страна, где в суровых экстремальных условиях проживает наибольшее в мире число коренных народов, обладающих богатым опытом традиционного хозяйствования и сохранивших культурные традиции своих предков. Северные территории мира – своеобразные кладовые реликтовых культур. К таковым, прежде всего, относятся коренные народы Севера, сохранившие опыт традиционного хозяйствования, щадящего природопользования и культурные традиции предков.

На сегодняшний день древние коренные народы оказались под давлением пришлых этносов, находящихся на иной ступени общественного развития. Приспособиться к новой жизни им оказалось чрезвычайно трудно. Поэтому жизненные проблемы очень похожи на проблемы аборигенов Севера в других странах. Коренные северные народы без специальных отопительных приборов легко адаптируются к температурам от –60 до +40 °С, нормально воспринимают полярные день и ночь, выработали специфические способы сбалансированного и витаминизированного питания, создали уникальную неповторимую культуру щадящего природопользования на принципах устойчивого развития, сохраняющую природное равновесие. Многие аборигены Севера избежали бурных потрясений ушедшего века с его насильственными мерами. Во многом именно поэтому коренные народы сохранили свой язык и культуру, богатый опыт традиционного природопользования. Коренные народы Севера – носители уникальной арктической культуры, прекрасно адаптированной к экстремальным условиям.

Коренные народы Севера сохранили колоссальный генетический потенциал. Их репродуктивный материал, клеточные структуры, генетические и другие механизмы жизнеобеспечения существенно более стойкие, чем у жителей южных широт. Северные этносы содержат в себе сосредоточение колоссального богатства социальной, генетической, психологической и других малоизвестных свойств эволюции. Если большой или малый народ исчезнет, то он не принесет свой социально-генетический заряд дальнейшему эволюционному процессу при взаимодействии с другими народами, а человечество от этого станет менее жизнестойким, обеднеет также и сокровищница мировой этнической культуры.

Без сохранения коренных народов Севера дальнейшая эволюция человечества может быть существенно нарушена и пойти по ущербному технократическому пути. Из-за ускоренного этногенеза большинство коренных народов Севера сегодня подошло к конечной фазе эволюции, за которой следует либо исчезновение этноса, либо его ассимиляция другими и формиро-

вание нового, более активного этноса. По какому из этих путей пойдет социально-исторический процесс – во многом зависит от политики по отношению к коренным северянам.

Россия одной из первых стран мира приняла Закон о защите прав коренных народов Севера. «Устав об управлении сибирских инородцев» 1822 г., принятый по инициативе генерал-губернатора Сибири М. М. Сперанского, определял меру вмешательства государства и администрации в традиционное землепользование, самоуправление и судопроизводство северных народов, характер их взаимоотношений с русскими поселенцами в Сибири, меры государственной протекции и помощи этим народам. Чтобы помочь инородцам государство выкупало у них в кредит пушнину, при этом Устав об инородцах 1822 г. строго запрещал купцам скупать продукцию за алкоголь. На вырученные деньги «инородец» мог приобрести для себя и своей семьи товары первой необходимости, боеприпасы, промышленные изделия. Царская администрация стремилась максимально учитывать своеобразие и самобытность северных этносов, создавало для этого особые органы самоуправления, отличавшиеся от общероссийских. Вмешательство государства в жизнь неоседлого кочевого населения было еще меньшим.

После 1917 г. Положение об инородцах было отменено. Начался процесс активного законотворчества, сначала под эгидой Наркомнаца (1924 г.), а затем (до 1935 г.) – Комитета содействия народностям северных окраин при ВЦИК РСФСР (нечто похожее происходило с Госкомсевером РФ в 1990-е гг. – Комитет реформировался не менее 6 раз). Чтобы уберечь туземное население от «последствий великодержавности великороссов и вымирания», именно в эти годы закладываются основы политики, выродившейся при жестком директивно-плановом управлении в политику государственного патернализма, теоретическим базисом которой стала концепция «преодоления вековой культурно-экономической отсталости малочисленных народов Севера». Тогда появилось постановление по охране туземцев Севера от эксплуатации (1924 г.), были отменены налоги, воинская и трудовая повинности (1925 г.), запрещена торговля спиртным (1929 г.), колхозы не платили налогов и не имели обязательных госпоставок.

Но с 1930-х гг. государственная политика по отношению к коренным народностям изменилась. Это привело к тому, что земли традиционного использования были отданы национальным колхозам. С началом индустриального освоения Севера, с середины 1930-х гг., были ликвидированы национальные районы и сельские советы, кочевые школы, Комитет Севера. Вплоть до конца 1950-х гг. народы Севера упоминались в государственных постановлениях лишь косвенным образом в контексте экономических преобразований и ликвидации кочевания.

С 1957 г. народы Севера вновь стали объектом пристального внимания государства. Началась борьба с кочеванием (домашнее оленеводство невозможно без производственного кочевания), сселение, укрупнение и огосударствление колхозов, внедрение интернатной формы обучения, нарушающей нормальный цикл преемственности адаптивно-профессиональных навыков от родителей к детям. Такие мероприятия включили механизмы необратимой дезадаптации северных народов, неустойчивых к таким резким внешним воздействиям, появилась угроза потери ими самобытности, распада малочисленных этносов.

Понятие «коренной народ» до сих пор не установлено в российском законодательстве, которое с 1991 г. пополнилось более чем тридцатью законодательными актами по проблемам аборигенных народов. Большинство принятых законов относится не ко всем коренным народам Севера (численность которых около 1 млн, включая якутов, бурят, коми, карел), а лишь к малочисленным народам Севера с общей численностью 200 тыс. человек. Не сказано о коренных народах и в Конституции РФ от 1993 г., в которой упоминаются малочисленные народы (ст. 69) и малочисленные этнические общности (ст. 72). Принятый 16 апреля 1999 г. Закон РФ «О гарантиях прав коренных малочисленных народов Российской Федерации» отчасти исправил эту несправедливость. Он дает такое определение коренным малочисленным народам: «Коренные малочисленные народы – народы, проживающие на территории традиционного расселения своих предков, сохраняющие традиционный образ жизни, хозяйствование и промыслы, насчитывающие в Российской Федерации менее 50 тыс. человек и осознающие себя самостоятельными этническими общностями». Действие Закона распространяется и «на лиц, не относящихся к малочисленным народам, но постоянно проживающим в местах традиционного проживания и хозяйственной деятельности малочисленных народов, в порядке, установленном законами субъектов Российской Федерации» (п. 3, ст. 3).

Официально к коренным малочисленным народам Севера отнесены 30 народов, проживающих на территориях 27 субъектов российского Севера, их расселение имеет дисперсный характер, а историческая территория проживания занимает 64 % территории страны. Всего на этой огромной территории проживает 1535 тыс. человек (преимущественно в сельской местности), но лишь 200 тыс. являются представителями 30 коренных малочисленных народов, числен-

ность которых колеблется от 179 человек (ороки) до 34 тыс. (ненцы) в соответствии с переписью населения 1989 г. Этот список может быть расширен за счет таких этнических общностей, как чулымцы, вепсы, сойоты, нижнеобские коми, заболотные татары, русское старожильческое население Колымы (колымчане), Камчатки (камчадалы), поморы и других, ведущих традиционный образ жизни и хозяйствования. Численность некоторых народов за последние столетия сократилась в несколько раз. Так, юкагиры, которых сегодня насчитывается 900 человек (живут в верховьях Колымы), в XVII в. имели численность около 5 тыс. человек и заселяли весь северо-восток Сибири – от низовий Лены до низовьев Анадыря. Юкагиры вели успешные войны против чукчей, которых в то время было около 4 тыс. и они проживали во внутренних районах Чукотки.

Около 3/4 всех аборигенов проживает в сельской местности. Примерно 15 тыс. человек (3,5 тыс. семей) из них ведет кочевой образ жизни, занимаясь оленеводством. В это число не входят оленеводы-якуты и оленеводы-коми. Наибольшее количество аборигенов проживает в сельских районах Хабаровского и Красноярского краев, в Республике Якутия-Саха, в Ямало-Ненецком, Ханты-Мансийском и Чукотском автономных округах.

Рыночные реформы 1990-х гг. сделали жизненную среду северян еще более экстремальной, рынок не только обнажил существовавшие у северян проблемы, но и породил новые – небывалые в истории освоения Севера. Началось падение жизненного уровня, резко возросла безработица, особенно среди коренного населения, усилился отток квалифицированных кадров, уже адаптировавшихся к экстремальным условиям среды. Номинальные доходы аборигенов Севера сегодня в 2–3 раза ниже среднероссийских, а жизнь здесь в 2–3 раза дороже, чем в умеренных широтах.

Экономические реформы нанесли коренным народам Севера удары, пожалуй, более жестокие, чем пришлым людям, поскольку у коренного населения меньше вариантов выживания. На Севере России продолжительность жизни на 4–5 лет, а у аборигенов – на 20 лет ниже, чем в среднем по стране. Рождаемость у них в 90-х гг. прошлого века упала на 70 %, а смертность возросла на 42 %. В 1990-х гг. резко возросла смертность среди лиц молодого возраста (30–49 лет) в связи с инфекционными, сердечно-сосудистыми, онкологическими и респираторными заболеваниями. Показатели смертности у коренного населения в 15 раз выше, чем у пришлого, и в сотни раз больше, чем у аборигенов приарктических стран. Половина трудоспособного коренного аборигенного населения не имеет постоянного места работы, безработица на Севере в 4 раза превышает среднероссийский показатель.

Потеря каждого этноса соизмерима с утратой уникальной экосистемы. Необходимо стремиться к сохранению этнического лика планеты, коренных народов, следующих традициям своих и наших общих предков, порой в экстремальных условиях среды. Сохранение культур коренных народов, и особенно северных, необходимо не только в интересах общечеловеческой цивилизации, не только из-за того, что северные территории мира – кладовые реликтовых культур. Культура коренных народов Севера впитала в себя «дикость» нетронутой природы, в которой они видели особый божественный смысл. Дикая заповедная природа обладает абсолютной, идеальной, присущей только ей внутренней ценностью, поскольку в ней заключается доброта, истина и красота. Заповедная территория – критерий гармоничности и морального совершенства, которые присущи коренным народам мира.

Этноразнообразие Земли, как и ее биоразнообразие, с каждым годом снижается. Многие этносы, коренные народы могут навсегда исчезнуть с лица Земли. Этнокультуры начинают вымирать с потерей языка коренного народа, его быта, традиционных отраслей хозяйствования. Этноразнообразие российского Севера – одно из самых высоких среди холодных сред мира. Но и оно понесло невосполнимые потери под натиском цивилизации в XX столетии. Всероссийская перепись 1897 г. зафиксировала 146 языков и наречий. В 1939 г. в стране насчитывалось 99 народов, а в 1989 г. – 128.

Стиранию этнических различий между народами Севера продолжает способствовать система воспитания детей кочевых народов в интернатах, в отрыве от семьи и родовых традиций, родной культуры, вне национальных школ и языка. Также разрушению этносов способствует растущая метисизация коренного населения. Это связано с тем, что женщины коренных народов предпочитают искать брачных партнеров среди пришлого населения, перебираются в города, отрываясь от коренных мест проживания предков.

Народ, который теряет свой язык, перестает быть самостоятельным этносом. А с утратой языка и, соответственно, культуры неизбежно начнется утрата промыслового хозяйства и оленеводства, что приведет к их исчезновению. Но не только социальная политика государства угрожает малочисленным народам Севера. Разрушение ландшафтов, связанное с открытием

крупных нефтегазовых месторождений, нанесло невосполнимый ущерб проживающему здесь коренному населению. Поскольку малочисленные народы зависят от экологического состояния природной среды, то охрана природы в местах их проживания является целенаправленной задачей сохранения этноса.

На севере Западной Сибири уничтожено вследствие эксплуатации месторождений более 6 млн га оленьих пастбищ, что подрывает основу традиционной хозяйственной деятельности коренных народов. В свою очередь перевыпас также ведет к деградации пастбищ. Так, после освоения нефтегазовых месторождений в Нижневартовском районе Тюменской области эта территория была почти полностью покинута местным населением. Близки к такому состоянию Надымский и Сургутский районы. К северо-западу от Сургута, где в 1959 г. было 62 национальных поселка, теперь остался один.

После принятия Конституции 1936 г. стали упраздняться по всему СССР 250 национальных районов, 5300 национальных сельсоветов. В 1930-е гг. был ликвидирован и целый ряд национальных округов. В результате нивхи, нанайцы, ульчи, ороки, орочи, селькупы, юкагиры, эскимосы, алеуты, чуванцы, эвены, ительмены, тофалары, шорцы и другие малочисленные народы лишились или вообще не обрели своих национально-административных единиц.

Некоторые примеры из зарубежного опыта могли бы быть весьма полезны для нашей страны. До принятия в 1989 г. декларации Международной организации труда «О коренных народах, ведущих племенной образ жизни в независимых странах» этническая политика западных государств была направлена на ассимиляцию коренных народов в доминирующее общество. После 1989 г. мировым сообществом стало признаваться право аборигенов контролировать собственные институты власти и образ жизни, развивать национальные традиции, обычаи, язык, религию и т. д. Так, весьма благоприятно завершилась борьба канадских аборигенов за реальные права на территории традиционного хозяйствования. Результатом явились внесенные в 1981 г. в Конституцию страны изменения, признававшие права коренных народов на самостоятельность в определении своего экономического и культурного развития, в области национальных языков и обычаев, земледелия, распоряжения минеральными ресурсами, были закреплены права аборигенов на создание собственных корпораций в сфере материального производства. Коренные народы Канады принципиально не возражают против рыночных отношений, рынок для них – средство продвижения своего товара, целью же своей деятельности они ставят сохранение и совершенствование традиционных отраслей хозяйствования и соответствующих духовых ценностей при некапиталистическом пути развития. И в этом аборигенам Канады помогает правительство, создавшее Министерство по делам индейцев и развитию Севера, определяющее стратегию развития северных регионов страны.

Опыт рыночных преобразований показал, что сохранить свою самобытность коренные народы не смогут без помощи государства, но, с другой стороны, население Севера, прежде всего коренное, не должно постоянно зависеть от федерального центра, как это было в советском прошлом.

Приоритетом государственной политики по отношению к Северу должен стать поиск путей, которые способны вывести северные регионы на самоокупаемость и устойчивое саморазвитие, позволили бы самостоятельно выживать в нелегких условиях рынка, при этом необходимо сохранить традиционные устои коренных народов, их этносреду, экономически основанные на традиционных отраслях хозяйствования, а духовно – на национальной культуре, языковой среде в рамках конкретных природно-климатических условий. Без сохранения этносреды и языка невозможно сохранение народа. Проникновение в этносреду чужеродных ассимилирующих влияний, которые губят основы коренной этнической культуры, должно быть ограничено.

Ассимиляционные процессы остановить нельзя, но им необходимо придать эволюционный характер. Этносреда должна быть открыта для устойчивого включения в современную систему российских и мировых экономических отношений, соответствовать местам компактного проживания коренных народов, вписываться в систему их традиционного природопользования.

Современный процесс входит в жизнь коренных народов, но он должен не разрушать, а помогать сохранить их устои, способы существования, защитить традиционные отрасли хозяйствования. Если эта задача не будет решена, коренные, главным образом малочисленные, народы могут просто исчезнуть с лика Земли под натиском техногенной цивилизации. Сохранение традиционных отраслей хозяйствования возможно только при постепенном вхождении коренных народов в современный рынок на основе реального местного самоуправления и самофинансирования, что позволит создать новые рабочие места, оживит товарообмен, а также создаст условия для сохранения духовной культуры, для развития социальной инфраструктуры. Необходимо создавать такие условия хозяйствования для аборигенов, которые бы усиливали их

связь с землей и поддержали бы целостность культурно-языкового пространства северных этносов.

На наш взгляд, развитие именно этнографического туризма в северных уголках России могло бы способствовать сохранению традиционной культуры, языка и хозяйствования с возможностью получения новых источников самофинансирования для коренного населения. За рубежом среди северных стран и регионов (Канада, Аляска, Гренландия) такой опыт весьма успешен. Создание этнографических объектов как этнодеревень является перспективным для развития туристической деятельности в северных регионах. Так, в последнее время некоторые регионы уже пытаются внедрить такую практику. Карелия разработала программу по сохранению национальной культуры коренных народов республики, карелов и вепсов. Ставка делается на развитие экологического и этнографического туризма в местах компактного проживания этих народов. Местных жителей будут обучать туристическому бизнесу, они получат средства на создание минигостиниц. Одной из причин повышенного интереса туристов к карельской глубинки является национально-культурная самобытность республики. На развитие сельского туризма привлекаются средства из республиканского и муниципальных бюджетов, а также международных фондов. Сейчас более 500 карельских семей принимают в частных домах более десяти тысяч туристов в год. На Ямале власти также намерены развивать данный вид туризма, синонимом которого является «глубокий туризм». «Термин “глубокий туризм” означает погружение в культурную атмосферу и быт коренных жителей. Туристы смогут пожить в семье настоящих ямальцев, помогать в приготовлении национальных блюд, участвовать в перегоне оленей, собирать нарты и ремонтировать чумы. Сейчас в регионе ведется разработка первых этнографических маршрутов в рамках нового направления, а также совершенствуется законодательная база, которая призвана нарастить и качественно повысить туристический потенциал округа», – сообщается на одном из местных сайтов. Перспективу в развитии данного туристического направления отмечают также в Якутии и Ханты-Мансийском автономном округе.

Северную экономику можно выстроить, исходя из нужд коренного населения и запросов рынка. Очевидно, что необходимо перенести акцент финансирования из бюджетных и внебюджетных источников на мероприятия, направленные на создание условий для производства северного товара и услуг и участие их в рыночном товарообмене. Уникальный северный товар (услуги) стоят дорого, потому что его можно произвести только на Севере и только с привлечением коренного населения. Подобные мероприятия позволят обеспечить выплату достаточно высоких зарплат, активизировать товарообмен (при поддержке федерального бюджета, зарубежных организаций), наполнить местные бюджеты, а значит, способствовать решению насущных жилищных и социальных проблем северян.

ОТ SSME К КОНЦЕПЦИИ ПЕРИОДИЧЕСКОГО ЭЛЕКТРОННОГО НАУЧНОГО ИЗДАНИЯ РМАТ

С. Р. Чернецкий, *ст. преподаватель кафедры РМАТ*

В мае 2005 г. компания IBM объявила, что в рамках программы IBM Academic Initiative передает университетам новую учебную дисциплину, направленную на развитие навыков, необходимых современной мировой экономике, все больше зависящей от услуг.

Новый учебный курс получил название «Услуги – теория, управление и конструирование» (SSME[1]). Он был разработан в результате тесного сотрудничества IBM с университетами, отраслевыми партнерами и правительственными агентствами. В этом курсе, основанном на реальных примерах из практики бизнеса и научных программах, особенно в сфере информационных технологий и бизнес-услуг, главное внимание сосредоточено на том, как эффективно организовать взаимодействие людей и технологий с выгодой для поставщиков и пользователей услуг.

По мнению директора IBM Global Technology Services в России Сергея Яскевича, «…эпоха бурного развития технических средств ушла в прошлое. Она больше не является двигателем прогресса, но на горизонте появляются сервисы. Большая часть всего, что сегодня делается с помощью вычислительной техники, так или иначе связано с сервисами».

[1] Services Science, Management and Engineering.

IBM одна из первых столкнулась с отсутствием каких-либо серьезных исследований в изучении услуг. К концу XX в. из компьютерной компании она постепенно превратилась в компанию околокомпьютерную, все больше и больше внимания уделяя сервисам. Сегодня для IBM сервисы – главный источник дохода.

Цель инициативы – сформировать сектор услуг, способный разрабатывать и внедрять технологические приложения, помогающие компаниям, государственным учреждениям и другим организациям улучшать свою работу и осваивать принципиально новые возможности для бизнеса. Для этого сектора необходимо детальное понимание того, как создавать и использовать активы многократного применения, позволяющие эффективно тиражировать и внедрять услуги. Именно это является основной задачей SSME. Для формирования навыков, необходимых для работы в ориентированной на услуги экономике, эта новая дисциплина соединит в себе новейшие достижения компьютерных наук, исследования операций, промышленного проектирования, бизнес-стратегий, наук об управлении, социологии, когнитивистики и юриспруденции.

Продвижение новой дисциплины предполагает решение двух задач:

1. Активизировать процесс фундаментальных исследований в области услуг.

2. Обучить и воспитать людей определенной квалификации, которых в IBM называют T-shaped people, т. е. людей, которые обладают глубокими познаниями в инженерных и гуманитарных областях.

Практика ведения бизнеса в туризме и гостеприимстве показывает, что T-shared people могут решить многие проблемы, например по созданию единого туристского информационного пространства, но это тема другой статьи.

В контексте вышесказанного поговорим о новых возможностях по продвижению научных достижений. Научные исследования должны быть отражены в публикациях. Наиболее распространенными видами публикаций являются методические рекомендации, программы учебных курсов, тезисы докладов и выступлений, научные статьи, учебные пособия, учебники и монографии.

Современные информационные технологии предлагают новые, более широкие возможности как для исследователей, так и для издателей – периодические электронные научные издания (ПЭНИ). Под периодическим электронным научным изданием понимается электронный документ (группа электронных документов), содержащий результаты теоретических и/или экспериментальных исследований, прошедший редакционно-издательскую обработку, а также научно подготовленные к публикации памятники культуры и исторические документы, предназначенные для распространения в неизменном виде, имеющие выходные сведения.

ПЭНИ регистрируется в Государственном регистре баз данных Федеральным государственным унитарным предприятием Научно-техническим центром «Информрегистр» (НТЦ «Информрегистр») (www.InfoReg.ru). Тогда публикации учитываются при защите диссертационных работ.

В качестве примера можно посмотреть следующие издания:

- Российский экономический интернет-журнал http://www.e-rej.ru/;
- Электронный научно-информационный журнал «Системное управление. Проблемы и решения» – http://www.supir.ru/;
- Интернет-журнал «Технологии техносферной безопасности» – http://www.ipb.mos.ru/ttb/;
- Электронный журнал «Физико-химическая кинетика в газовой динамике» – http://www.chemphys.edu.ru/;
- Электронный многопредметный научный журнал «Исследовано в России» – http://zhurnal.ape.relarn.ru/ и др.

ПЭНИ являются сегодня одним из самых быстроразвивающихся и популярных в науке и технике приложений, широко использующих технологии Интернета и потенциал машинной графики по представлению информации в электронной форме.

РМАТ, понимая необходимость создания ПЭНИ, которое могло бы оперативно публиковать новые научные результаты, полученные российскими учеными и специалистами в области туризма и гостеприимства, проводит соответствующие работы.

Представляем основные положения проекта «Концепции ПЭНИ РМАТ».

1. Учредителем журнала является РМАТ, и ей принадлежат права «Copyright» на журнал.

2. Журнал будет официально зарегистрирован в Депозитарии электронных изданий НТЦ «Информрегистр».

3. Журнал издается в электронном виде и не имеет бумажной версии, но все его материалы периодически переписываются на CD и хранятся неопределенно долгое время. Это хранение осуществляется РМАТ как учредителем журнала и НТЦ «Информрегистр». Тем самым обеспечивается защита прав для авторов статей, опубликованных в журнале.

4. Вся переписка с авторами, рецензентами и читателями ведется в электронном виде.

5. Для управления журналом создается редакционный совет и редколлегия.

6. Публикация статей в журнале бесплатна для авторов, а доступ к журналу бесплатен для пользователей.

7. Рабочее название ПЭНИ РМАТ – научный интернет-журнал «Туристика».

8. Издание журнала осуществляется на основе следующих основных принципов:

• Журнал принимает для публикации статьи, относящиеся ко всем областям естественных и гуманитарных наук. Поскольку туристика объявлена как междисциплинарная наука, то тематика статей, принимаемых к публикации (в соответствии с Номенклатурой специальностей), следующая:

050000 – Технические науки
070000 – Исторические науки
080000 – Экономические науки
090000 – Философские науки
120000 – Юридические науки
130000 – Педагогические науки
170000 – Искусствоведение
190000 – Психологические науки
220000 – Социологические науки
230000 – Политические науки
240000 – Культурология
250000 – Науки о земле.

Статья может входить в несколько тематик.

• Журнал заведомо не публикует статьи по так называемым альтернативным наукам – астрологии, полтергейсту, парапсихологии, биоэнергоинформационному полю и другим подобным темам.

• Статьи, поступающие от авторов, должны иметь рекомендацию двух докторов наук, известных как специалисты в данной области. Рекомендующие данную статью доктора не могут быть ее авторами (или соавторами). Фамилии рекомендующих указываются в журнале после заглавия статьи, если рекомендующий специально не возражает против этого в своей рекомендации.

• Статья публикуется без рекомендации, если в числе ее соавторов присутствуют члены РАН, РАЕН.

• Редколлегия вправе обратиться к доктору наук, рекомендующему данную статью, за подтверждением факта рекомендации или за более подробным разъяснением мнения рекомендующего по данной статье.

• Редколлегия может отклонить статью, не объясняя авторам причины этого.

• Возможна публикация обзорных статей по предложению редколлегии. Для таких статей рекомендация не требуется.

• Все принятые для опубликования статьи размещаются в Интернете на web-сервере РМАТ по адресу http://touristika.rmat.ru. Статьи публикуются по мере поступления. Пользователи могут знакомиться со статьями через WWW, но, кроме того, организуется рассылка перечней опубликованных статей по подписке через электронную почту. В конце года (а при необходимости чаще) все опубликованные статьи переносятся на CD-ROM.

• Журнал принимает для публикации статьи на русском языке. При этом статья должна сопровождаться аннотациями на русском и английском языках, которые публикуются отдельно от статьи. Кроме того, авторы могут представить (и это рекомендуется) адекватный перевод публикуемой статьи на английском языке. Этот английский текст статьи размещается в журнале сразу же за русским текстом. Только английский текст (без русского) к публикации не принимается.

• Статьи публикуются в виде электронных файлов в формате PDF. Размер файла PDF со статьей не ограничивается, если распечатка файла, содержащего статью, не превосходит 10 страниц формата А4. Если распечатка файла превосходит 10 страниц, то в этом случае размер файла со статьей не может превосходить 400 Кб. Шрифт основного текста статьи не может быть менее 12 пунктов.

• Редакция принимает статьи от авторов в файлах формата WinWord (любой версии) и самостоятельно переводит их в формат PDF. Файлы формата PDF и PS редакцией не принимаются. Аннотации принимаются в формате WinWord с использованием только общеупотребительных русских кодировок.

• В журнале возможна публикация текстов докладов, доложенных на научных конференциях всероссийского или международного уровня. Такая публикация производится на основе специальных правил, согласованных с оргкомитетом конференции.

• Журнал принимает для публикации краткие отзывы или дискуссионные замечания по ранее опубликованным статьям. Эти отзывы или замечания размещаются в журнале сразу же за основной статьей или же ее английским переводом, если он есть. Для публикации отзывов или замечаний рекомендации не требуются, но объем распечатки каждой такой публикации не должен превышать 2 страниц формата А4. Отзывы и замечания могут быть написаны на русском и/или английском языке.

• Авторы опубликованных статей не могут вносить в них изменения или дополнения, но могут на общих основаниях направить дополнительные замечания к собственной статье.

• Авторы статей несут всю полноту ответственности за содержание статей и за сам факт их публикации. Редакция журнала не несет никакой ответственности перед авторами и/или третьими лицами и организациями за возможный ущерб, вызванный публикацией статьи. Редакция вправе изъять уже опубликованную статью, если выяснится, что в процессе публикации статьи были нарушены чьи-либо права или же общепринятые нормы научной этики. О факте изъятия статьи редакция сообщает автору, который представил статью, рекомендующим и организации, где работа выполнялась.

• Публикация статьи в журнале не исключает последующей ее публикации в других журналах на бумажном носителе. Если такая публикация производится без каких-либо изменений, то приводится ссылка на интернет-журнал «Туристика» как на первоисточник.

• Журнал не принимает к публикации статьи, напечатанные ранее в других журналах.

• Допускается распространение по электронным сетям любых статей из журнала или выдержек из них, но при таком распространении обязательно приводится ссылка на первоисточник. Запрещается издание и/или распространение материалов журнала третьими лицами или организациями на бумажных и твердых электронных носителях.

• Допускается, и даже приветствуется, создание зеркальных копий журнала и размещение этих копий в Интернете. Однако такое создание и размещение возможно только после заключения письменного соглашения с редакцией журнала.

9. Для публикации оригинальной статьи авторы должны представить в редакцию следующие материалы:

9.1. Авторское заявление.

9.2. Рекомендации двух докторов наук.

9.3. Направление от организации, в которой выполнялась работа.

Направление не требуется, если работа выполнялась в зарубежной организации.

9.4. Файл в формате WinWord с текстом статьи. Если одновременно с русским текстом статьи публикуется ее английский перевод, он представляется в виде отдельного файла.

9.5. Файлы в формате WinWord с текстом аннотации на русском и английском языках. Каждая аннотация кроме собственно текста должна включать в себя заглавие статьи, фамилии и инициалы авторов и название организации, где была выполнена работа.

Фамилия только одного из соавторов должна сопровождаться указанием его электронного адреса.

Все документы по пунктам 9.1–9.3 должны быть представлены в редакцию в двух версиях – бумажной и электронной.

10. ПЭНИ РМАТ может быть инструментом по созданию виртуальных научных сообществ для организации, выполнения и публикации результатов своих исследований. Подобные виртуальные группы состоят из находящихся на разных территориях (и даже в разных странах) ученых и специалистов, общающихся между собой в виртуальном пространстве.

Инструментарий для реализации и поддержки подобного рода онлайновых проектов широко представлен в Интернете: UcoZ (www.ucoz.ru), MyLivePage (www.mylivepage.ru) и т. д. Некоторые с открытым кодом.

Модульная организация программного обеспечения позволяет добавлять уже работающим проектам новые свойства.

Управление виртуальными проектами осуществляется CMS («Content Management System», или «Система управления сайтом»). Это позволяет управлять сайтом любому пользователю без специальной компьютерной подготовки.

Подобного рода проекты появились несколько лет назад и имеют название Конструктор сайтов. Среди них особое место занимает проект DataLife Engine.

DataLife Engine (http://domsolntsa.ru/webdesign/) это многопользовательский новостной конструктор, предназначенный для организации собственных СМИ в Интернете. Благодаря мощ-

ной системе публикации, настройки и редактирования новостей, Конструктор на шаг вперед опережает своих ближайших конкурентов. А благодаря точной и продуманной структуре ядра, сводящей к минимуму требования к ресурсам сервера, Конструктор способен с легкостью работать с высокопосещаемыми проектами, не создавая при этом каких-либо особых нагрузок на сервер. Гибкость, легкость в настройке и интеграции собственного дизайна позволит развернуть собственные СМИ в наиболее кратчайшие сроки, без каких-либо дополнительных материальных затрат. Использование продвинутой технологии AJAX сократит как трафик сервера, так и трафик посетителей. Благодаря повышенному вниманию к безопасности скрипта, к удобству работы с ним, а также динамическому развитию в пользу использования DataLife Engine уже высказались более 800 порталов, успешно использующие его в работе. Конструктор оптимизирован под поисковые системы, что приведет на сайт дополнительных клиентов.

Приведем краткий перечень возможностей DataLife Engine:

- Использование для хранения данных MySQL. Поддерживает расширения MySQLi;
- Имеет мощную систему безопасности;
- Использование продвинутой технологии AJAX позволяет существенно сократить нагрузку на сервер и трафик пользователей;
- Продвинутая система управления любой рекламной информацией;
- Имеется возможность создания не только динамического контента, но и статического;
- Автоматическая и ручная генерация метатегов;
- Упрощенная система управления шаблонами;
- Система почтовых шаблонов, на основе которых осуществляется генерация и отправка сообщений с сайта;
- Возможность временной блокировки доступа на сайт;
- Вывод новостей и статей;
- Поддержка ЧПУ (человеко-понятный URL) позволяет использовать тему статьи или любой другой текст в URL браузера, благодаря этому индексация сайта в поисковых системах будет более качественной (необходим modrewrite). Возможность отключение ЧПУ;
- Ведение общей статистики сайта;
- Поддержка дополнительных полей (возможность использовать не только краткую и полную новость на сайте, но и возможность для создания любого количества дополнительных полей различных видов для ввода информации);
- Возможность написания статей, содержащих несколько страниц;
- Возможность использования вложенных категорий;
- Флуд-контроль;
- Автоматический фильтр слов в комментариях;
- Поддержка категорий, а также подкатегорий;
- Автоматическое обрезание длинных слов в комментариях;
- Рейтинг новостей;
- Поиск по статьям, включая дополнительные поля (подсветка найденного текста);
- Обзор непрочитанных новостей с момента последнего посещения сайта;
- Возможность просмотра сколько раз была прочитана новость;
- Возможность добавления статей в раздел «Избранное»;
- Отсылка писем пользователям через форму на сайте;
- Вывод страницы, используя сжатие gzip, а также без него;
- Поддержка персональных сообщений между пользователями;
- Поддержка нескольких языков;
- Вывод популярных статей в отдельном блоке;
- Создание голосований на сайте;
- Возможность создания статистических страниц непосредственно через административную панель;
- Возможность выбора между упрощенной регистрацией и расширенной, при выборе расширенной регистрации пользователь будет зарегистрирован только после активации аккаунта. Активация высылается по почте;
- Поддержка неограниченного количества групп пользователей;
- Возможность ограничения доступа к различным разделам для определенных групп пользователей.

11. Результаты исследований, размещенные на сайтах научных проектов, могут быть рекомендованы для публикации на страницах интернет-журнала «Туристика».

Концепция дорабатывается.

СИСТЕМА ОБРАЗОВАНИЯ КАК ИНСТИТУТ ФОРМИРОВАНИЯ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО КАПИТАЛА ДЛЯ ТУРИСТСКОЙ СФЕРЫ

И. В. Чубиева, *канд. экон. наук, научный сотрудник Института экономики КарНЦ РАН, преподаватель Карельского института туризма РМАТ, г. Петрозаводск*

Сегодняшняя экономическая ситуация в регионе предопределила новый взгляд на ключевую составляющую туристского бизнеса – человеческий ресурс, а соответственно и на весь спектр кадрового маркетинга. Сегодня знания в современной российской экономике оцениваются в качестве ресурса – человеческого капитала. Накопление человеческого капитала происходит путем получения определенного уровня образования и во многом зависит от способностей личности, ее индивидуальных черт, но решающим в современных условиях выступает стоимость затрат, необходимых для приобретения образовательных услуг, формирующих профессиональные знания, навыки и умения.

В 2005–2006 гг. сотрудниками Института экономики КарНЦ РАН совместно с преподавателями и студентами Карельского института туризма РМАТ было проведено исследование рынка образовательных услуг в сфере туризма Республики Карелия.

В ходе исследования проанализированы материалы федерального статистического наблюдения организаций, занимающихся формированием, продвижением и продажей туристского продукта. Данные о деятельности на туристском рынке представили 70 организаций (73 % от числа зарегистрированных организаций).

При обработке данных определено изменение численности специалистов, занятых в туристской отрасли Республики Карелия за 2000–2004 гг. (рис. 1).

В Республике Карелия до 2002 г. наблюдалось увеличение занятости в туризме и оздоровительных учреждениях, с 2003 г. происходит снижение занятости в отрасли. Наоборот, небольшое сокращение численности работников гостиничного хозяйства к 2001 г. и последующий рост их числа был отмечен в последующий период, к 2003 г. соответствующий показатель достиг первоначального уровня – 337 чел. Возможно, неполные статистические данные не дают объективной оценки сложившейся динамики, поскольку наряду с ростом числа занятых, к примеру в гостиничном сервисе, согласно официальной информации наблюдалось при плавном сокращении гостиничных предприятий – с 58 в 2000 г. до 45 в 2004 г.

Полученные в ходе исследования материалы позволили провести некоторое сравнение среднегодовой численности работников туриндустрии Республики Карелия с информацией о количестве выпускников образовательных учреждений, занимающихся подготовкой кадров для сферы туризма в регионе (рис. 2). Полученные результаты свидетельствуют о значительной разнице между количеством подготовленных за последние годы специалистов для туротрасли и работавших в ней (12 раз). Следовательно, работающие в туриндустрии менеджеры туроператорских и турагентских структур, администраторы гостиниц и баз отдыха, гиды-экскурсоводы, проводники не имеют в большинстве своем специального туристского или сопряженного с ним образования. Кроме того, следует учитывать специфику туристской индустрии – вовлеченность в нее отдельных направлений экономики (общественное питание, медицина, автотранспорт и т. д.), где уровень образования работников не предполагает специальных знаний в области турбизнеса.

Отсутствует оперативный обмен достоверной, исчерпывающей информацией о реальной потребности в кадрах и действительном положении дел на рынке труда. В республике возникла необходимость формирования информационной системы маркетинга персонала, которая должна привлечь руководителей школ, средних и высших учебных заведений, потенциальных организаций-работодателей, служб занятости, кадровых агентств.

Планирование потребности в персонале – одно из важнейших направлений кадрового планирования, позволяющее установить на заданный период времени качественный и количественный состав персонала, основывается на знании ответов на следующие вопросы:

- сколько работников, какой квалификации, когда и где потребуется;
- каким образом можно привлечь нужный и сократить или оптимизировать использование излишнего персонала;
- как лучше использовать персонал в соответствии с его способностями, умениями и внутренней мотивацией;
- каким образом обеспечить условия для развития персонала.



Рис. 1. Количество специалистов, занятых в туристской отрасли РК, чел.



Рис. 2. Соотношение общего количества выпускников с занятостью в туристской отрасли РК, чел.

При анализе одной из важнейших мотивационных составляющих в работе с персоналом туристской отрасли – размера заработной платы – выявлена тенденция общего увеличения ее примерно в 2,4 раза за период 2000–2005 гг., но в сравнении со среднемесячной заработной платой в экономике республики показатели аналогичного критерия оценки в сфере туризма оказались ниже. При сравнении основных направлений туристской деятельности самая низкая заработная плата зафиксирована в туроператорской и турагентской деятельности, разница между сравниваемыми экономическими признаками составила в среднем 1,5 раза. Наиболее высоко оплачиваемыми работниками индустрии туризма являлись лица, занятые в оздоровительных учреждениях и учреждениях отдыха, имеющие медицинское образование (рис. 3).

При сопоставлении уровня средних начисленных заработных плат в Республике Карелия с официально существующим предложением работодателей и ожиданием соискателей вакантных мест на рынке труда туристской отрасли Центрального и Северо-Западного районов Российской Федерации, выявлено, что самой низкооплачиваемой за исследованный период является должность менеджера по туризму – порядка 5500 руб. Максимальная оплата труда менедже-

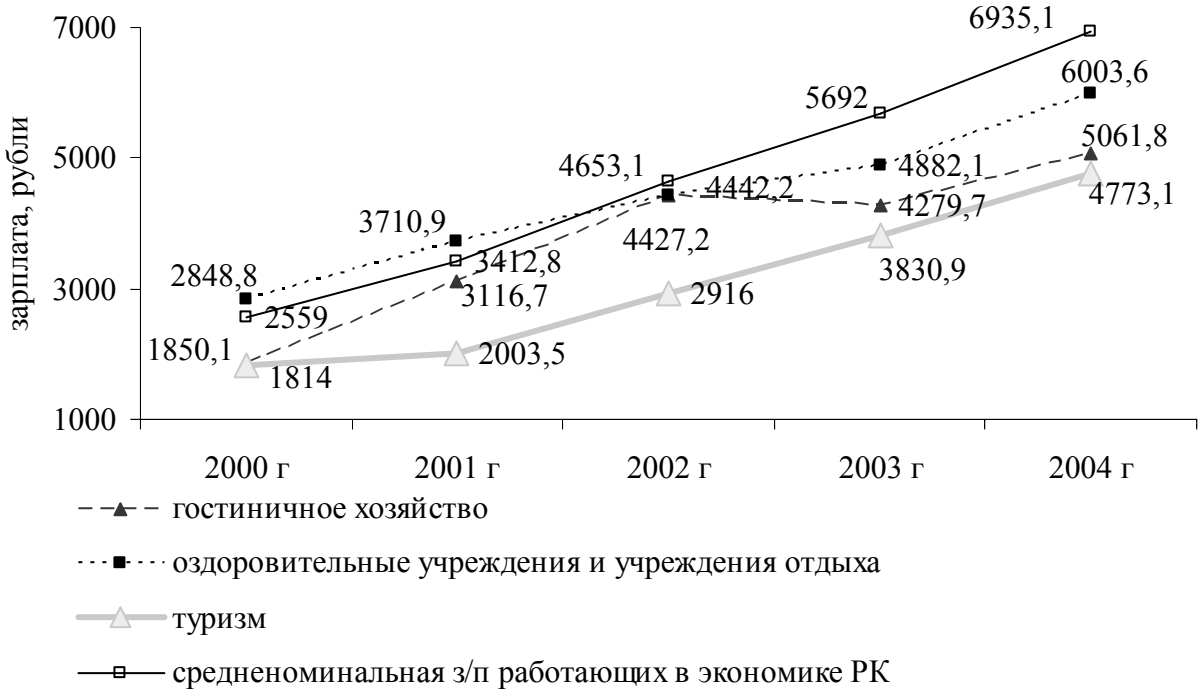


Рис. 3. Среднемесячная номинальная начисленная заработная плата работающих в туристском секторе РК, руб.

ров по туризму в единичных случаях достигала около 16 500 руб. Средний уровень заработной платы в туристской индустрии Карелии у работников оздоровительных учреждений и учреждений отдыха в пределах 6000 руб., что на 10 % выше заработной платы менеджеров по туризму. Заработная плата директоров туристских организаций работодателями на рынке труда оценивается в пределах 30000 руб., в то время как притязания соискателей на данную должность практически в 2 раза выше. Следует отметить, что в целом средний уровень заработной платы в экономике Республики Карелия в период 2000–2005 гг. оставался гораздо ниже предлагаемых минимальных размеров оплаты труда для потенциальных работников туристской отрасли Центрального и Северо-Западного федеральных округов.

На современном российском рынке труда отмечается высокий и стабильный спрос на специалистов туристской отрасли. Наибольшим спросом пользуются менеджеры в сфере внешнего образовательного туризма, визовый менеджер, менеджер по приему гостей, сопровождающий туристской группы, администратор, специалисты по бронированию гостиниц, железнодорожных и авиабилетов, имеющие определенный опыт работы.

При анализе туристского сектора регионального рынка труда отмечена заинтересованность работодателей к кадрам, относящимся к категории «другие специальности»: бармен, официант, администратор зала, повар, бухгалтер, водитель, горничная, кладовщик, буфетчик, кухонный рабочий, контролер билетов, кассир, кондитер, секретарь, охранник, электромонтер, мойщик посуды, уборщик, дворник, сторож (вахтер) и т. д. Большинство карельских туристских организаций и фирм испытывает потребность в специалистах менеджерах, имеющих специальное образование и опыт работы не менее года, при этом уровень образования не отражен. Наиболее популярной среди молодых специалистов является профессия менеджера по туризму, а также наблюдается довольно стабильная динамика предложения по специальности пользователей автоматическими системами бронирования авиабилетов. Молодые специалисты, обратившиеся к услугам по трудоустройству в туристской сфере, предлагаемым Центром занятости г. Петрозаводска в период с 01.01.2005 г. – 01.01.2007 г., зарегистрировали свои резюме по должностям менеджеров и администраторов; довольно значительная аудитория молодых соискателей не прочь начать трудовую деятельность со специальности «гид-экскурсовод».

На рынке труда Республики Карелия, в том числе г. Петрозаводска, практически 90 % вакансий, предложенных работодателями из туристского бизнеса, соответствуют квалификациям официантов, барменов, администраторов и т. п. Эти должности не требуют высшего специального образования от потенциальных соискателей. Однако общероссийский рейтинг вакансий

показал потребность туристского рынка в лицах со специальным образованием менеджеров, указав на необходимость их подготовки.

Также следует отметить, что на сегодняшний день не отработан механизм устойчивых связей между образовательными учреждениями, Центром занятости г. Петрозаводска и Республики Карелия и работодателями. Частные агентства по подбору персонала далеки от задач образовательных структур, в большинстве своем не идут навстречу государственным органам по трудоустройству. Сами учебные заведения практически не контролируют востребованность их выпускников на рынке труда. Отсутствует оперативный обмен достоверной, исчерпывающей информацией о реальной потребности в кадрах и действительном положении дел на рынке труда.

Общероссийский и региональный карельский рейтинг вакансий показал потребность туристского рынка в лицах со специальным образованием менеджеров, указав на необходимость их подготовки. Подготовка современных менеджеров туризма базируется на триаде:

- системы непрерывного образования, включающей в себя как общее, базовое или первичное, профессиональное, так и послевузовское образование;
- развития высшего профессионального образования как фундамента формирования профессионализма, креативного мышления менеджеров, приобретения прочных навыков и умений;
- системы оценок измерения: учета и контроля уровня эффективности действий, качества принимаемых решений при допустимых совокупных затратах.

Вуз туристского профиля как образовательное учреждение позволяет:

- добиваться фундаментальной подготовки менеджеров при органичном сочетании знаний, умений и навыков, получаемых из блоков гуманитарных социально-экономических, естественнонаучных, общепрофессиональных и специальных дисциплин;
- сформировать комплексную систему знаний, стратегического мышления менеджеров, способных сравнивать, оценивать и прогнозировать риски и последствия от предпринимаемых действий и приемов управления объектами, субъектами, явлениями и процессами;
- обеспечить за период обучения в вузе (4, 5 или 6 лет) качественное базовое образование, преобразующее количественное накопление разных знаний, умений и навыков в новое качественное свойство – профессионализм и компетентность менеджера.

Послевузовская подготовка менеджеров обычно ведется в формах повышения квалификации и профессиональной переподготовки, при этом приобретенный ранее опыт дополняется новыми знаниями, способствующими сочетанию жизненной зрелости человека и роста его потенциала в сфере эффективного управления.

В последние годы с изменением социально-экономических условий и быстрым изменением производственно-технологических условий, требующих специалистов иного качества, произошло смещение приоритетов от чисто профессиональной подготовки к широкому профессиональному образованию личности, направленному на реализацию потребностей личности, соотнесение с ее возможностями. Оценивая состояние базового профессионального образования в сфере туризма Республики Карелия, можно констатировать, что в достаточно короткий срок профессиональное образование сделало мощный рывок в своем развитии и постепенно становится дифференцированным.

В Республике Карелия статус высшего учебного заведения имеют две организации – Карельский институт туризма – филиал Российской международной академии туризма и кафедра туризма Петрозаводского государственного университета (табл.).

Карельский институт туризма (КИТ), организованный в Республике Карелия в 1999 г., является филиалом Российской международной академии туризма, находящейся в г. Сходня Московской области. Академия создана в 1969 г. Кафедра туризма Петрозаводского государственного университета (ПетрГУ) существует с 2002 г.

Инфляционные процессы в Российской Федерации отражаются на всех отраслях народного хозяйства, в том числе и образовании. Стоимость образовательных услуг в сфере туризма в Республике Карелия имеет четкую тенденцию роста – Карельский институт туризма предлагал более низкие цены на оказываемые услуги по сравнению с государственным образовательным учреждением. Несмотря на более высокую стоимость обучения, желающих получить образование в государственном вузе оказалось примерно в 8 раз больше, чем в негосударственном. Высокий конкурс на кафедре туризма ПетрГУ обусловлен подачей заявлений на бюджетные места.

В 2006 г. проводился телефонный опрос выпускников Карельского института туризма, окончивших обучение в 2003–2005 гг., в результате которого было установлено, что около лишь 40 % связали свою деятельность с отраслью туризма. Из общего числа опрошенных по своей

Основные характеристики высших профессиональных учебных заведений туристского сектора в Республике Карелия

	Кафедра туризма ПетрГУ				Карельский институт туризма – филиал РМАТ		
Форма собственности	Государственная				Негосударственная		
Обучение	Платное / бесплатное				Платное		
Форма обучения	Очная	Заочная	Заочная сокращен.		Очная	Заочная	Заочная сокращен.
Год нач. подготовки спец-ов	2002				1999		
Специальность	«Социально-культурный сервис и туризм»				«Менеджмент организации»		
Специализация	«Туризм»	«Гостиничный сервис»	«Ресторанный сервис»	«Экологический туризм»	«Менеджмент туризма»	«Менеджмент гостеприимства»	«Финансовый менеджмент»
Квалификация	«Социально-культурный сервис и туризм»				«Менеджер туризма»		«Менеджер»

специальности работают 35 % опрошенных, это, как правило, выпускники специализации «финансовый менеджмент», работающие в государственных и частных финансовых организациях республики.

В республике появилась сеть новых типов профессиональных учреждений (центры непрерывного профессионального образования, лицеи, колледжи) и т. п., осуществляющих не только подготовку специалистов по широкому спектру профессий и специальностей, но и многоуровневую подготовку, отвечая на разнообразные запросы «заказчика», населения, а также молодежи в достижении того или иного уровня квалификации. Средние профессиональные образовательные учреждения, занимающиеся подготовкой кадров для туристской отрасли, представлены в Республике Карелия двумя организациями: Петрозаводским филиалом Петровского колледжа, ведущим подготовку специалистов для турбизнеса с 1998 г., и Петрозаводским педагогическим колледжем, одним из старейших учебных заведений республики, который с 2001 г. начал подготовку специалистов в области туризма для работы в образовательных учреждениях. Выпускники этого колледжа ведут организационно-воспитательную работу со школьниками в сфере туризма, краеведения, экскурсоведения и т. д.

В Республики Карелия три образовательные структуры предлагают краткосрочную подготовку, переподготовку и повышение квалификации для работников туристской отрасли:

- курсы профессиональной переподготовки (ПП) и повышения квалификации (ПК) при Карельском региональном институте управления, экономики и права ПетрГУ (КРИУЭП) при правительстве РК;
- негосударственное образовательное учреждение Информационно-методический центр туризма «Специалист» (ИМЦТ «Специалист»);
- автономная некоммерческая организация «КарелНОК».

При сравнении предлагаемых слушателям курсов образовательных программ, например «Эксурсовед-проводник» при Институте управления и «Гид-экскурсовод» ИМЦТ «Специалист», заметно различие в общем объеме часов – соответственно 132 и 624. Кроме этого, перечень предлагаемых дисциплин «Специалистом» немного шире – 12 предметов против 8 в КРИУЭП. В то же отмечается существенная разница в продолжительности некоторых основных курсов. Среди общепрофессиональных дисциплин «Краеведение» в КРИУЭП занимает 8 часов, в ИМЦТ «Специалист» – 140 часов. Специальная дисциплина «Экскурсоведение» соответственно 36 и 82 часа.

Примерно одинакова часовая нагрузка профессиональной переподготовки по направлению «Менеджмент в туризме», предлагаемая АНО «КарелНОК», и «Менеджмент туризма» на курсах КРИУЭП. Однако заметно, что перечень предметов на курсах в Институте управления в два раза шире, в то же время некоторые дисциплины, к примеру «Экономическая теория», занима-

ют одно из ведущих мест в объеме часов – 36. Предмету «Информатика» отводится 34 часа. Продолжительность таких специальных дисциплин, как «Маркетинг в туризме» или «Стратегический менеджмент в туризме», составляет менее 30 часов. При этом курсы «КарелНОК» затрагивают важные вопросы транспортного менеджмента и страхования в туризме, что отсутствует в предлагаемом модуле сравниваемого учреждения.

Данные анализа заявленных в Центр занятости г. Петрозаводска вакансий последних трех лет свидетельствуют о стабильности «мужского» и «женского» спроса на рабочую силу: практически каждое второе рабочее место – для мужчин и лишь каждое четвертое – для женщин. Возможно, этим и объясняется стремление женщин пройти краткосрочную профессиональную переподготовку с целью дальнейшего трудоустройства.

Группы, обучающиеся при Институте управления, практически на 90–95 % были сформированы из безработных, зарегистрированных и направленных на обучение Государственной службой занятости. Около 80 % из аудитории курсов при КРИУЭП, как правило, составляли 20–30-летние граждане.

В ИМЦТ «Специалист» проходят обучение ученики старших классов школ г. Петрозаводска и Республики Карелия, а также взрослое население.

Стоимость обучения более «насыщенной» программы в ИМЦТ «Специалист» в 2,5 раза дешевле, чем в АНО «КарелНОК». Скорее всего, это требует дополнительного исследования и особого обоснования.

Проведенный анализ основных образовательных организаций, ведущих подготовку кадров для туристской индустрии в Республике Карелия, выявил некоторые особенности их деятельности. Обучение проходит на базе как государственных, так и негосударственных образовательных учреждений. Подготовка специалистов осуществляется в большинстве случаев на платной основе по основным направлениям: «Менеджмент», «Экскурсоведение», «Гостиничный и ресторанный сервис». Содержание профессионального среднего и высшего образования определенного уровня и направленности включает в себя множество образовательных программ, ориентированных на решение задач последовательного повышения профессионального и общеобразовательного уровней, подготовку специалистов соответствующей квалификации. Учебные программы вузов и колледжей разработаны согласно государственным стандартам с учетом регионального компонента. В то же время курсы профессиональной подготовки и переподготовки кадров предлагают различные образовательные модули. Стоимость обучения и его продолжительность корректируются только внутри организаций. Государственные структуры пользуются большей популярностью у абитуриентов.

Аудитория образовательных учреждений представлена лицами от 18 до 25 лет. Доминирующее большинство (около 80 %) будущих специалистов туристской отрасли – женщины. Большинство студентов имеют среднее полное образование. Профессиональную переподготовку и повышение квалификации также в основном проходили женщины.

В сфере туристского бизнеса роль человеческого фактора имеет огромное значение. Качество подготовки кадров, нехватка профессионалов, острая конкуренция на рынке труда, рекрутинг – далеко не полный перечень проблем в области маркетинга персонала, с которыми сталкиваются предприятия туристской сферы сегодня. Однако их острота вряд ли снизится в ближайшем будущем. В этой связи разработка информационных систем управления кадрами в туризме как систем обмена сведениями для анализа, планирования и реализации маркетинговых мероприятий, является весьма актуальной.

В условиях переориентации экономики Республики Карелия на инновационную модель, основанную на непрерывном процессе поиска и реализации нововведений, центральное место должно принадлежать развитию человеческого капитала. Следовательно, одной из главных и актуальных задач на данном этапе становится привлечение инвестиций в сферу образования и науки.

Литература

1. Егоршин А. П. Основы управления персоналом: учебное пособие для вузов. – Н. Новгород: НИМБ, 2003. – 303 с.

2. Зайцев Г. Г., Файбушевич С. И. Управление кадрами на предприятии: персональный менеджмент. – СПб.: Изд-во Санкт-Петербургского ун-та экономики и финансов, 2004. – 182 с.

3. Иванцевич Дж., Лобанов А. А. Человеческие ресурсы управления. Основы управления персоналом. – М.: Дело, 2005. – 164 с.

4. Карелия туристская: статистический сборник. – Петрозаводск, 2005. – С. 43.

5. Общероссийский банк вакансий и резюме [электронные данные]. Специализированный Интернет-ресурс по поиску и подбору персонала. – Режим доступа: www.SuperJob.ru.

6. Чернецова В. В. Специалисты туристической отрасли на рынке труда // Справочник кадровика. – 2005. – № 3. – С. 110–115.

7. Стратегическое управление: учебник для студентов и аспирантов вузов по специальности «Менеджмент» / Под ред. Е. И. Егорова. – М.: МГУ, 1995. – 420 с.

8. Чудновский А. Д., Жукова М. А. Менеджмент в туризме и гостиничном хозяйстве: учебное пособие для вузов. – М.: КноРус, 2005. – 232 с.

СОЗДАНИЕ, ХРАНЕНИЕ И ВЕДЕНИЕ ИНФОРМАЦИИ НА ПЕРСОНАЛЬНОМ КОМПЬЮТЕРЕ

К. С. Шишкин, *канд. физ.-мат. наук, профессор РМАТ*

Эта статья, ее тематика и содержание определились в результате многочисленных консультаций и обсуждений вопросов использования компьютера как инструмента создания и хранения разнообразной информации с преподавателями и сотрудниками Академии, для которых компьютер не является предметом их профессиональной деятельности. Использование компьютера в настоящее время настолько многообразно, что трудно найти область профессиональной деятельности, в которой можно было бы обойтись без этого прибора. В этой статье мы остановимся в основном на использовании компьютера как инструмента создания и хранения информации. С этого началось широкое использование персональных компьютеров. При большой разнообразности тематики и особенности самой информации, создаваемой и хранимой с помощью компьютера, существует определенная отработанная технология работы и набор инструментальных средств в этой области деятельности.

Создание информации

1. Информация может быть получена в готовом виде в виде файлов на разнообразных носителях (флоппи-диски, CD-диски, DVD-диски, из Интернета), имеющих разные форматы, не обязательно совместимые друг с другом. Поэтому один из важных вопросов в этом случае – вопрос конвертации форматов в некоторый единый формат, например формат программы WinWord, входящей в состав пакета Microsoft Office /1/, формат PDF (Portatable Data Format) или HTML (Hyper Text Mark Language). В последней версии пакета MS Office 2007 возможность создания файлов формата PDF встроена в программу WinWord. Формат PDF является стандартом для создания и обмена информацией между разными компьютерными платформами и разными операционными системами. Для чтения PDF файлов необходимо иметь программу Acrobat Reader (бесплатная программа). Для работы с PDF файлами необходимо иметь программу Acrobat. Формат HTML используется для создания страниц Интернет и документации.

2. Информация создается вручную, обычно с использованием стандартной клавиатуры компьютера. Во всех странах мира в первом классе общеобразовательной школы детей учат писать на бумаге, т. е. пользоваться пишущей ручкой. Во втором классе общеобразовательной школы многих стран (например, в Германии) учат пользоваться клавиатурой (до появления компьютеров это были пишущие машинки). К сожалению, в нашей стране этому не учат в школе. А надо бы. А в музыкальной школе нашей страны детишек 7-леток с первого класса учат игре на музыкальных инструментах не глядя на руки и на клавиатуру инструмента (например, фортепиано). Это является конкретным примером обучения слепому 10-пальцевому методу работы с клавиатурой (фортепианной).

Взрослым этому навыку можно и нужно научиться самостоятельно. Необходимо научиться владеть русской клавиатурой и латинской. Для обучения необходимо иметь хороший учебник. Пишущие машинки существуют более 100 лет, и хорошие методики и учебники для обучения машинисток давно разработаны. В настоящее время для обучения слепому 10-пальцевому методу можно использовать компьютер (например, учиться можно с помощью программы «Соло на клавиатуре»). По любой (хорошей) методике обучение этому навыку не занимает больше 30 часов.

3. Информация хранится на бумаге (книги, документы). Для перевода информации с бумаги в электронный вид необходим сканер. После сканирования документов получаем графический файл для каждой отсканированной страницы. Для перевода информации из графического фор-

мата в электронный вид необходимо иметь программу распознавания текста, например Fine Reader. Эта программа распознает тексты с нескольких десятков языков и тексты из файлов формата PDF.

Хранение информации

Информация в электронном виде может храниться на разных носителях в разных форматах. Необходимо иметь программы создания и чтения таких файлов. Практически ежедневно приходится отвечать на вопросы типа (реальные ситуации):

- Пять лет писал книгу, сломался жесткий диск, вся информация, вся работа потеряна. Что делать?
- Целый день писал статью. По ошибке вышел из текстового редактора без сохранения файла. Что делать?
- Устанавливал в компьютер второй жесткий диск. Ошибся при определении разделов диска. Диссертация, которую писал 5 лет, исчезла. Через 4 месяца защита. Что делать?
- Переписал курсовую работу студента с флоппи диска на свой компьютер. На дискете был вирус, который отформатировал диск С. Что делать?

Такие вопросы возникают и у обычных пользователей, и у профессионалов, для которых знание компьютера входит в их профессиональную деятельность.

Как и в любом деле, при работе за компьютером необходимо знать и, главное, следовать определенной технологии работы.

Информация может исчезнуть в результате разных внешних воздействий: сбой компьютера, сбой электросети, ошибка оператора, сидящего за компьютером, компьютерный вирус.

Вопрос один. Как восстановить потерянную информацию?

Ответ один. Необходимо иметь копии информации.

Сколько надо иметь копий?

Не меньше трех, по кругу: дед, отец, сын.

Когда надо копировать информацию?

На жесткий диск – начиная с первой минуты работы с документами. И чаще сохраняться. Последняя минута может совпасть с потерей информации. В этом случае откат (восстановление информации) будет возможен на последнюю сделанную копию (если она вообще существует). На автономный носитель информации – перед завершением работы на компьютере, по принципу: «Ухожу навсегда». Даже если работа велась на собственном компьютере (что бывает далеко не всегда) не очевидно, что когда вы снова будете работать на этом компьютере, то компьютер будет работоспособным и будут найдены те файлы, с которыми работали накануне.

На какие носители необходимо записывать информацию?

На любые надежные: флеш-память для временного хранения информации, жесткий диск (постоянный или мобильный), диски CD или DVD с регулярной проверкой и перезаписью информации. Для записи информации можно использовать штатные средства, входящие в операционную систему (например, Windows XP /1/) или использовать программы, разработанные независимыми фирмами.

При создании идеологии, аппаратуры и программного обеспечения для записи на CD не предполагалось использование CD в компьютерах в качестве носителя информации. Поэтому эти вопросы при использовании компьютеров (технические и программные) пришлось решать после разработки стандартов записи на CD. Одной из таких проблем была и есть проблема дозаписи информации на CD. Для этого используются две возможности: метод записи сессиями и пакетная запись. При записи информации разными сессиями на CD пишется информация в виде сессии. Если сессию после записи не закрывать (операция Close или Finalize), то возможна последующая запись информации в другую (следующую) сессию. Если последнюю сессию закрыть, то последующая запись (дозапись) информации на этот CD невозможна. При чтении незакрытого диска на другом компьютере возможны проблемы, связанные с различием и конфликтами программ разных компьютеров. Если диск закрыт, то проблем чтения дисков на другом компьютере становится значительно меньше. Проблемы эти могут быть связаны со спецификой и несовместимостью устройств чтения CD на разных компьютерах. Современные устройства обычно совместимы друг с другом.

Возможна запись и дозапись информации на CD в так называемом пакетном режиме. Пакетный режим позволяет дописывать диски CD, не используя механизм сессий. Для этого на дисках CD формируется файловая система UDF (Universal Disc Format) с помощью специальных утилит. После этого диск CD можно использовать так же, как жесткий диск или дискету: создавать, модифицировать и удалять файлы. Болванки компакт дисков CD бывают двух типов:

CD-R и CD-RW. На них можно записать 700 Mb информации. Диски CD-RW можно использовать повторно. В силу принципиально разных технологий производства и записи на диски CD-R и CD-RW надежность сохранности информации для дисков CD-R значительно выше, чем при использовании CD-RW. Поэтому важные архивы, которые должны храниться долго, необходимо писать только на диски CD-R. Для записи на CD можно использовать стандартные средства Windows, но чаще используют программы Nero и Easy Media Creator. Эти программы отличаются друг от друга прежде всего тем, что Nero в пакетном режиме может писать только на CD-RW, а Easy Media Creator – и на CD-RW, и на CD-R. Для программы Nero формирование UDF формата на компакт диске (форматирование) осуществляется утилитой InCd, а для программы Easy Media Creator – утилитой DragToDisc. Форматирование компакт диска CD-RW идет около 15 мин., а CD-R – около 15 сек. За счет специфики создаваемого формата UDF (например, резервирование пространства для модификации оглавления) объем диска для записи информации пользователя уменьшается примерно на 20 %.

В пакетном режиме можно создавать, удалять и модифицировать файлы так же, как на жестком диске или дискете. Но в случае использования CD-R, в отличие от дисков CD-RW, память при удалении и модификации файлов не возвращается.

При создании копии CD другого диска обычно никаких трудностей не возникает, если диск закрывать (или «финализировать») – операция Close (или Finalize).

Диски DVD по размеру и внешнему виду похожи на диски CD, но имеют совершенно другой формат. Объем дисков DVD составляет 4,7 Gb. Существуют двухслойные DVD (DL – Double Layer), объем которых в два раза больше однослойных, т. е. 9,4 Gb. Запись информации осуществляется лазером в двух слоях, расположенных на разной глубине. Однослойные DVD обычно имеют спецификацию DVD-5, а двухслойные – DVD-9. Цифры примерно отражают объем DVD дисков. На это следует обращать внимание при покупке готовых дисков с записанной информацией. Устройство чтения DVD дисков должно поддерживать спецификацию DVD-9 для дисков DVD DL. Современные устройства DVD обычно поддерживают эту возможность. Устройства DVD, так же как и устройства CD, могут или только читать информацию с дисков, или могут быть пишущими устройствами, т. е. могут и читать, и записывать информацию на болванки DVD. Такие устройства DVD-RW умеют читать CD и DVD диски, и писать на болванки CD и DVD. Существуют два формата DVD: формат «+» и формат «–». Это разные форматы. Современные устройства записи на DVD умеют читать DVD и записывать болванки DVD обоих форматов. Для старых устройств (которые были куплены несколько лет назад) это может быть не так. DVD-R использовались в основном в бытовой видео- и аудиоаппаратуре, а DVD+R больше использовались в компьютерах.

Для записи на DVD диски можно использовать те же программы, что и для записи CD: Nero и Easy Media Creator. На диски DVD, так же как и на диски CD, можно писать информацию или делать копию DVD (например, чтобы сделать страховочную копию). Если возникают проблемы с копированием DVD дисков, можно использовать и другие программы, такие как Alcohol 120 % и Shrink. Программа Alcohol 120 % позволяет также сформировать виртуальный диск на жестком диске, что позволяет любой программе понимать виртуальный диск, сформированный на жестком диске, как реальный при скорости чтения и надежности, специфичной для жесткого диска. Программа Shrink, кроме того, позволяет записать двухслойный DVD диск на однослойные болванки DVD. Для этого можно использовать две технологии: первая – программа позволяет в интерактивном режиме определить место перехода записи с одной болванки на другую, вторая – программа позволяет сжать информацию так, чтобы она уместилась на одной однослойной болванке, при этом коэффициент сжатия информации программа выбирает сама.

Архивирование информации

Информации обычно накапливается много. Как ее хранить? Как ее не потерять? Как в ней не утонуть? Как осуществить поиск необходимой информации?

Для хранения информации на машиночитаемых носителях файловые системы операционных систем дают возможность хранить информацию в виде файлов, которые можно помещать в папки, в которых могут находиться другие папки. При хранении файлов необходимо соблюдать определенный порядок, который определяет сам пользователь: создание структуры и нужного количества папок, правила именования файлов. Если папок немного и файлов в папке немного (не больше 10), то информацию можно найти визуально. Если того и другого много, то необходима другая технология поиска информации (как и всегда, когда что-то увеличивается на порядок – «проклятие размерности»). В этом случае для поиска информации необходимо использовать специальные поисковые системы (что не отменяет определенного порядка хране-

ния информации). Лучшей поисковой системой в настоящее время является система Архиварис 3000. Она понимает несколько десятков форматов файлов, умеет создавать индексы (инверсный массив) и осуществлять инверсный поиск, что позволяет находить необходимую информацию в гигабайтных архивах за секунды.

Для сжатия информации необходимо использовать программы архиваторы, такие как ZIP, ARJ, RAR. Текстовая информация при использовании архиваторов сжимается в десятки раз (без потери информации). Выбор конкретной системы остается за пользователем. Но так как информация попадает к пользователю в форматах разных архиваторов, то приходится иметь несколько или все такие программы для чтения полученной информации или использовать универсальные системы, такие как файловый менеджер Total Commander. Важным моментом при хранении информации является использование и выбор файлового менеджера, с помощью которого осуществляется работа с файловыми системами (файлами и папками). Лучшим файловым менеджером в настоящее время является программа Total Commander (который начинал свою жизнь еще на заре развития персональных компьютеров и назывался Norton Commander и был установлен на всех персональных компьютерах еще в операционной системе DOS). Современная версия этого файлового менеджера обладает большими возможностями, такими, например, как использование встроенных архиваторов, что позволяет существенно повысить надежность и скорость работы с информацией.

Необходимо использовать антивирусные системы. При работе в Интернете за несколько минут бывает до десятка вирусных атак (особенно, если провайдер не блокирует вирусы). Выбор конкретной антивирусной системы остается за пользователем. Отличаются антивирусные системы интерфейсом, способом поиска и уничтожения вирусов, производительностью. Антивирусные базы данных всех систем примерно одинаковы, так как все антивирусные фирмы обмениваются выловленными вирусами, а если не обмениваются, значит, они этот вирус и написали). За одни сутки появляется не менее трехсот новых вирусов. Если ежедневно обновлять антивирусные базы данных, то каждый день мы беззащитны против этих трехсот вирусов. Если обновляться каждые три часа, что позволяют некоторые антивирусные системы, то мы всегда беззащитны против десятка новых вирусов. Поэтому говорить о стопроцентной надежности защиты от вирусов не приходится. Что делать? Иметь копии важной информации и регулярно проверять всю информацию на предмет наличия вирусов. Обновленная антивирусная система может обнаружить вирусы в ранее сохраненных файлах.

Литература

1. Microsoft Office System 2003. Шаг за шагом. – М.: СП ИНКОМ, 2004.
2. Пол Макфедрис. Microsoft XP. Шаг за шагом. – М.: АСТ, Астрель, 2006.

Научное издание

ТУРИЗМ И РЕКРЕАЦИЯ:
фундаментальные и прикладные исследования

Труды
II Международной
научно-практической конференции

МГУ им. М. В. Ломоносова,
географический факультет

Москва, 20 апреля 2007 г.

Публикуется в авторской редакции

Подготовлено к изданию
редакционно-издательским центром РМАТ

Ответственный за выпуск
проректор РМАТ ***А. И. Сесёлкин***

Директор центра ***Л. С. Плахова***

Заведующая редакцией ***Е. А. Семина***

Корректор ***Н. А. Гатилова***

Компьютерная верстка ***Д. В. Рябов***