





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

ТУРИЗМ И РЕКРЕАЦИЯ
фундаментальные и прикладные исследования

ТРУДЫ
III Международной
научно-практической конференции

МГУ им. М. В. Ломоносова:
Географический факультет

Москва, 24-25 апреля 2008

Москва
Советский спорт
2008

УДК 379.85+910
ББК 75. 81+28.8
Т86

ОРГАНИЗАТОРЫ КОНФЕРЕНЦИИ

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

Конференция проведена
при поддержке:
Совета Федерации и Государственной Думы Федерального собрания РФ
Торгово-Промышленной Палаты Российской Федерации

Редакционная коллегия

Зорин Игорь Владимирович – профессор, ректор Российской международной академии туризма, зав. кафедрой ЮНЕСКО по культурному туризму в целях мира и развития РМАТ

Касимов Николай Сергеевич – академик РАН, профессор, декан географического факультета МГУ

Кружалин Виктор Иванович – профессор, вице-президент Национальной Академии туризма, директор Института комплексных исследований образования МГУ, зав. кафедрой рекреационной географии и туризма географического факультета МГУ

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, зав. кафедрой Санкт-Петербургского государственного университета экономики и финансов

Мироненко Н.С., профессор, зав. кафедрой географии мирового хозяйства географического факультета МГУ им. М.В.Ломоносова

Т86 **Туризм и рекреация:** фундаментальные и прикладные исследования: Труды III международной научно-практической конференции. МГУ им. М.В. Ломоносова, географический факультет, Москва, 24-25 апреля 2008 г. – М.: Советский спорт, 2008. – 592 с.

ISBN 978-5-98025-00-3

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

© Текст. Авторы, 2008
© МГУ им. М.В.Ломоносова, 2008

ISBN 978-5-98025-014-X

СОДЕРЖАНИЕ

Приветственное слово председателя конференции, вице-президента РАН, академика А.Д.Некипелова Участникам III Международной научно-практической конференции «ТУРИЗМ И РЕКРЕАЦИЯ: фундаментальные и прикладные исследования» 10

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННЫХ ЗОН

Кружалин В.И.
Научное обоснование создания единой туристско-рекреационной системы России . . . 13

Некипелов А.Д., Зорин И.В., Касимов Н.С., Кружалин В.И.
Концепция подготовки кадров высшей квалификации в системе туризма и рекреации . . 17

Власова Т.И.
Актуальные проблемы развития активного туризма в регионах России 20

Барзыкин Ю. А.
Саморегулирование как фактор развития рынка 25

Шпилько С.П.
Теория и практика классификации видов туризма 30

Сорокин Д.Е., Амирханов М.М., Чуваткин П.П., Шарафутдинов В.Н., Ерешко Ф.И.
Перспективы академических исследований систем рекреации и туриндустрии 42

Федулин А.А., Субботина Е.В.
Формирование профилей по направлению подготовки 100200 туризм с учетом потребностей туристской индустрии 54

Ананьева Т.Н.
Подготовка компетентных кадров для индустрии туризма 59

Александрова А.Ю.
Пространственная поляризация мирового туристского рынка 69

Абрамова Т.В.
Проблемы и перспективы туристской индустрии в России 77

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИССЛЕДОВАНИЙ ТУРИЗМА И РЕКРЕАЦИИ

Кибальников С.В., Кружалин В.И.
Туризм 2.0 и развитие регионов России 89

Калуцков В.Н.
К разработке понятия «Туристский ландшафт» 91

Дроздов А.В., Басанец Л.П.
О ландшафтно-экологических принципах планирования и развития рекреационных территорий 93

Кружалин В.И., Мотовилова М.С., Магин Е.Б.
Учебная рекреационно-географическая практика – инновационный элемент обучения студентов по направлению и специальности «туризм» 99

Дмитрук Н.Г., Низовцев В.А.
Возможности ландшафтно-исторического туризма в образовательном процессе 105

Малхазова С.М.,Миронова В.А.
Медико-географические аспекты международного туризма 111

Голубева Е.И., Шипигина Е.А.
Предпосылки развития рекреационного природопользования на Кольском полуострове . 116

Богданова Л.П.
Географические приемы формирования туристского имиджа регионов 120

Кривов А.С., Крупнов Ю.В., Цымбал О. А.
Проживание как новый тип массового потребления рекреационных услуг жителем мегаполиса 125

Сергеева Т.К.
Сельский туризм: мировая практика и современный российский опыт 132

Павлова Э.Н., Павлов О.Г.
Развитие туристской дестинации на основе сельского туризма 140

Мозгунов Н.А.
Зарубежные модели развития сельского туризма 143

Ваганов А.Г.
Туристическая антропология 147

Войцеховский М.Б., Голубчиков Ю.Н., Еремченко Е.Н.
Туризм и методы неогеографии: возможности нового подхода 153

Саранча М.А.
Географические информационные системы в оценке рекреационного потенциала территории..... 156

Байкова И.М.
Роль географических наук в процессе подготовки специалистов в области туризма и гостеприимства 160

Басанец Л.П.
Российский экотуризм в предложении иностранных компаний 164

Аигина Е.В.
Современные тенденции развития рынка въездного туризма в Великобритании.... 167

Поспелова Е.Б.
О возможности экологического туризма на особо охраняемых природных территориях.. 173

Орлова Т.С.,Шарова Е.Н., Яковлева С.Ф.
Паломнический туризм как основа формирования ценностного мышления русского человека 179

Христов Т.Т., Жданова А.М.
Некоторые особенности паломничества и религиозно-экскурсионного туризма в РФ и за рубежом 182

Баюра В.Н.
Историко-культурный каркас территории и методы го изучения и картографирования.. 190

Бахметова Е.Ю., Голубчиков С.Н.
Прошлое как часть рекреационной среды 194

Очкина К.Н.
Особенности формирования турпродукта столичного города – мегаполиса (на примере Москвы) 198

Цапук Д.А.
Дестинации: структура и эволюция 202

Казенина Т.В.
К вопросу об определении понятия «туризм» 208

Лупина М.А.
Методика проведения программы «секретный гость» на предприятиях гостиничного и ресторанного бизнеса 215

Фонова Н.Г.
Некоторые проблемы развития сферы туризма, ресторанного и гостиничного бизнеса в Свердловской области 219

Букис В.В.
Потребность реализации модульной инновационной программы переподготовки кадров в контексте задач подготовки к саммиту ШОС 2009 г. 221

Цыщук Г.Ю.
Роль муниципальных образований в развитии туризма 228

Барабанова Н.А.
Содержание понятия «инфомационное сопровождение туристской деятельности» . . 232

Лоншакова Н. Е.
Управление региональным туристским комплексом на основе оценки и прогнозирования эффектов туризма 237

ТУРИСТСКИЙ РЫНОК: ТЕКУЩИЕ ПРОБЛЕМЫ И ПРОГНОЗ РАЗВИТИЯ

Лоншакова Н.А.,Моченов В.П., Сеселкин А.И.
Социологический мониторинг как основа управления качеством образования в туристском вузе. 239

Кибальников С.В., Подьяков В.Ю.
МКТА – инновационная социально-экономическая модель развития туриндустрии 246

Морозов М.А., Немковский Б.Л., Элиарова Т.С., Львова Т.В.
Индустрия гостеприимства России 249

Волошин Н.И.
Вопросы развития туристского законодательства. 257

Ефимов Г.И.
Актуальные аспекты маркетинга в сфере туризма 263

Старцева Н.В.
Маркетинговые аспекты организации экологического туризма 268

Морозова Н.С.
Формирование лояльности как инструмент повышения конкурентоспособности в туризме. 272

Пестова Л.В.
Система экологического менеджмента как основа устойчивого развития туристско-рекреационных зон Алтайского края 275

Иванова Е.В.
Проблемы и перспективы развития туристской дестинации на примере Саратовской области 279

Киселева С.В., Нефедова Л.В.
О проблеме использования возобновляемых источников энергии для энергообеспечения рекреационных зон России 279

Мичурин С.Б.
Безопасность туризма: совершенствование понятийного аппарата и типология туризма . 286

Бережной А.В., Бережная Т.В.
Ландшафтный туризм как новая форма туристской деятельности 292

Буркацкая И.Л.
Инновационные подходы к стратегическому управлению региональным туризмом . . 293

Валькова В.В, Голубчиков Ю.Н., Магин Е.Б.
Об имиджевом продвижении России на мировом туристическом рынке. 301

Голубченко И.В.
О географической классификации объектов всемирного наследия и ее значении для России. 302

Изаак С.И., Гаранина Е.Н.
Повышение конкурентоспособности предприятий рекреационной сферы в условиях рынка 305

Лащенко Н.С.
О перспективах развития эко-агротуристического направления в российской провинции: факторы за и против 320

Вампилова Л.Б.
Туристско-рекреационное районирование в схеме территориального планирования Ленинградской области 330

Потапов И.А.
Транспортное районирование потенциальных рекреационных территорий 337

Романов С.А.
Создание системы транспортного обеспечения туризма на примере Москвы и Московской области 339

Быкасов В.Е.
Виртуальный туризм: проблемы становления и перспективы развития 343

Мешечко Е.Н.
Туризм и картография 349

Терлеева О.Н.
Влияние процессов диснеезации на современный туристический бизнес 352

Байков А.В.
Проблемы управления и учета в сфере внутреннего туризма как основные факторы, мешающие развитию туристского бизнеса в Российской Федерации 357

Байков А.В.
Развитие туристского бизнеса в интернете как современного средства распределения туристского продукта 360

Бухарина А.Ю.
Анализ и тенденции развития международных гостиничных цепей на российском рынке . 363

Консовский А.А.
Методические подходы к туристским ресурсам, передающимся в концессионное пользование 369

Никанорова Е.В.
Способы формирования туристского образа территории. Развитие имиджа туристской дестинации 373

Иванов В.Д.
Развитие туризма через показ, общероссийскую рекламу и продвижение игрового и неигрового фильмов. 380

ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННЫЙ ПОТЕНЦИАЛ И РЕГИОНАЛЬНЫЕ ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА

Кочуров Б.И., Рудникова Н.П.
Региональные исследования природного и культурно-исторического рекреационного потенциала территории 385

В.А.Снытко, В.А.Широкова, В.А.Низовцев, Н.Л.Фролова
Северо-Двинская водная система как потенциальный туристско-рекреационный объект . . 386

Власов В.С., Шабалина Н.В.
Эволюция представлений о туристско-рекреационном потенциале как основе формирования и развития туристско-рекреационных систем 391

Чижова В.П.
Туристский потенциал Долины гейзеров после катастрофы 2007 года 399

Федоров В.М., Цекина М.В.
Туристско-рекреационный потенциал географических полюсов земли 405

Супруненко Ю.П.
Экологический туризм в окрестностях Аннапурны 410

Умывакин В.М., Жердев В.Н., Попело А.В.
Мультипликативная оценка туристско-рекреационного потенциала территорий . . . 417

Войцеховский М.Б., Голубчиков Ю.Н., Фащук Д.Я.
Геоэкологический подход к оценке потенциала недревесных лесных ресурсов Краснодарского края в рекреационных целях. 422

Ланцова И.В.
Оценка рекреационного потенциала водоохранных зон водных объектов 428

Мерзон Н.А.
О некоторых объективных предпосылках и существенных преимуществах создания туристско-рекреационной ОЭЗ на Селигерской природной территории 437

Воинова Н.Е.
Развитие регионального туризма в Курской области 440

Гировка Н.Н.
Природный потенциал активного туризма территории Нижегородской области 441

Зырянов А.И., Мышлявцева С.Э., Вопилова Е.С., Расковалов В.П., Щепеткова И.О.
Пространственное развитие туризма в Пермском крае 447

Поляница Н.В.
Современное состояние и тенденции развития спортивного туризма в Тверской области . 454

Юрченко С.А., Юрченко Е.Е.
Въездной туризм в Украине: возможности и реалии. 459

Баюра А.Н.
Агро- и экотуризм в Брестской области 465

Баюра Л.Я., Ковалевич С.В.
Дворцово-замковая архитектура в туризме Беларуси. 468

Романова Е.А., Виноградова О.Л.
Туристско-рекреационный потенциал муниципальных образований Калининградской области 474

Комарова Л.К., Феденева И.Н.
Туристско-рекреационный потенциал Новосибирской области: состояние и перспективы развития 474

Гладкевич Г.И., Прохорова Е.М.
Региональные особенности туристского спроса (на примере Алтая) 480

Андреева И.В., Ротанова И.Н.
Туристический комплекс Алтайского края: состояние и перспективы 485

Танкова М.В.
Туристско-рекреационный потенциал Чуйского тракта и возможности его использования 489

Тотонова Е.Е.
Опыт развития северного туризма на примере автономного региона Нунавик канадской провинции Квебек 495

Кравцов В.В.
Формирование бренда «Истоки» в рамках историко-культурного каркаса губернского кольца Подмосковья 502

Рассохина Т.В.
Организация системы маркетинга дестинации. Формирование бренда дестинации на примере «губернского кольца Подмосковья» 505

Конышев Е.В.
Рекреационные потребности населения Кировской области 506

Третьяков А.В., Вавер О.Ю.
Климатические рекреационные ресурсы Ханты-Мансийского автономного округа – югры как основной лимитирующий фактор развития туризма и рекреации в регионе 510

Мартышенко Н.С., Старков А.С.
Региональные особенности развития туристско-рекреационного потенциала Приморского края 514

Федорова С.Ю.

Перспективы развития экотуристической базы в Приморском крае 522

Крюков Г.А.
Проведение эколого-геоморфологических исследований при планировании туристско-рекреационных зон московского региона 525

Конин И.В.
Методика размещения инженерных сооружений рекреационно-туристского назначения на основе использования инженерно-геоморфологических методов. 529

Вивчар А.Н.
Влияние снежных лавин на рекреационное освоение высокогорных районов Западного Кавказа 535

Королев А.Ю.
Проблемы поиска новых районов спортивного туризма на территориях зарубежных стран 541

Осинцев А.В.
Проблемы развития спелеотуризма на Байкале 545

Бутузов А.Г.
Состояние и перспективы развития этнографического туризма в Приволжском ФО . . . 548

Морозова В.В.
Туристско-рекреационный потенциал Ярославской области и особенности формирования регионального туристского продукта 554

Минасян Р.Е., Саркисян Т.А., Алексанян К.Б.
Региональные особенности развития туризма в южной Армении 559

Шарбатян А.А.
Туристко-рекреационный потенциал севера Сибири 560

Репко М.А.
Актуальные проблемы развития рекреационного природопользования региона Кавказские минеральные воды (в границах Ставропольского края) 561

Боровикова Н.В.
Эколого-экономическое обоснование восстановления лесопаркового защитного пояса Москвы 568

Хованов В.П.
Быстринская курортная зона Камчатки 574

Завадская А.В.
Развитие экологического туризма на территории памятников природы Камчатского края. 578

Туризм как инструмент познания мира (о III международной научной конференции «Туризм и рекреация») 588

ПРИВЕТСТВЕННОЕ СЛОВО
председателя конференции,
вице-президента РАН, академика А.Д.Некипелова

Участникам
III Международной
научно-практической конференции «ТУРИЗМ И РЕКРЕАЦИЯ:
фундаментальные и прикладные исследования»

Глубокоуважаемые коллеги!

Мы встречаемся уже третий раз в рамках III Международной научно-практической конференции «Туризм и рекреация: фундаментальные и прикладные исследования», инициатором которой третий год подряд выступает МГУ им. М.В. Ломоносова. Благодаря предшествующим конференциям мы объединили усилия специалистов, заинтересованных министерств и ведомств, представителей образовательных структур, научных работников в направлении научных исследований. Мы обсуждали основные направления подготовки Концепции развития туризма и рекреации в регионах страны. Теперь можем подвести некоторые итоги.

Отмечу, что проведенные конференции способствовали развитию интереса в академической среде к проблемам рекреации и туриндустрии. Кроме того, в официальных документах различных управленческих организаций появляются фразы, которые явно соответствуют нашим пожеланиям и мыслям. Реакция научной общественности, регулирующих органов и бизнес структур свидетельствует о влиянии наших обсуждений на общественное мнение, и затем на государственный аппарат.

Сфера туризма дает ответы на вызовы глобализирующегося мира с его новейшими технологическими прорывами. Заняв важное место в экономике России, туриндустрия, способствует ее устойчивому развитию, положительно влияет на занятость и рост доходов населения, развитие сферы услуг, инфраструктуры, производство ряда товаров, служит идеальной конструкцией для совершенствования технологий коммуникации.

Туризм выступает как гибкий инструмент познания и культурного развития личности, ее адаптации к современным условиям жизнедеятельности, восстановления и развития трудового потенциала страны. Организованная на научных принципах туристическая отрасль способствует имиджевому продвижению России и ее природного и культурно-исторического наследия в мировом сообществе. Она позволяет осознанать природно-культурное наследие нашей страны как огромный ресурс, ничуть не менее значимый, чем богатство ее недр.

Очевидно, дальнейшее развитие туризма должно базироваться на глубоких фундаментальных разработках во всех отраслях знаний, в которых стимулом к дальнейшим исследованиям выступает сам туризм, и где он является главным потребителем новых знаний.

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

1. Разработка федеральных и региональных программ развития туриндустрии;
2. Прогнозирование и регулирование туристских потоков на основе наиболее эффективных моделей развития туризма и рекреационной сферы;
3. Развитие геоинформационно и картографического обеспечения туристской деятельности;

4. Разработка единой туристско-рекреационной системы России, включающей туристско-рекреационные особые экономические зоны;

5. Оценка туристско-рекреационного потенциала территорий и стандартизация комплексной методики его оценки на федеральном, региональном и локальном уровнях;

6. Обоснование концепции регионального туристского маркетинга;

7. Формирование системы статистического учета, обработки и анализа статистических данных по туризму;

8. Разработка новых информационных технологий обработки и анализа статистических данных по туризму;

9. Совершенствование правового обеспечения туристской деятельности;

10.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.

Отметим, что в сфере рекреации и туриндустрии существует много проблем, требующих серьёзного внимания как фундаментальной науки, так и практических работников и регулирующих органов. Проблематика рекреации и туриндустрии включает в себя проблемы и инфраструктуры, и сервиса, и строительства, и социально – психологические аспекты и демографические и медицинские и взаимодействия с мировым хозяйством и т.д. Трудно выделить сферу, не влияющую прямо или косвенно на воссоздание и поддержание высокого уровня рекреационно-туристического потенциала России. Очень важно скоординировать фундаментальные исследования с потребностями практики менеджмента бизнеса и государственных органов. Может быть, среди нынешних выступлений прозвучат мысли, которые наметят пути решения сформулированных вопросов.

Отрадно, что на самом высоком уровне проблемам развития туристской отрасли уделяется значительное внимание. Так, 3 апреля 2008 года состоялось очередное заседание Правительства Российской Федерации, на котором одним из вопросов рассматривался проект Стратегии развития туризма в Российской Федерации на период до 2015 года. Докладчиком выступил Руководитель Федерального агентства по туризму Владимир Стржалковский, который отметил, «...что туризм – одна из важнейших сфер деятельности современной экономики, нацеленная на удовлетворение потребностей людей и повышение качества жизни населения. При этом в отличие от многих других отраслей экономики туризм не приводит к истощению природных ресурсов. Будучи экспортоориентированной сферой, туризм проявляет бульшую стабильность по сравнению с другими отраслями в условиях неустойчивой ситуации на мировых рынках»

Очень важен вопрос, связанный с проведением и ролью ОЛИМПИАДЫ 2014 в последующем развитии систем рекреации и туриндустрии в стране.

Программа настоящей Конференции, как и ранее, демонстрирует широкий охват проблем науки и образования и гарантирует успех в обсуждении актуальных проблем рекреации и туриндустрии.

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

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННЫХ ЗОН

НАУЧНОЕ ОБОСНОВАНИЕ СОЗДАНИЯ ЕДИНОЙ ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННОЙ СИСТЕМЫ РОССИИ

Кружалин В.И., *профессор, вице-президент Национальной академии туризма, директор Института комплексных исследований образования МГУ, зав. кафедрой рекреационной географии и туризма географического факультета МГУ имени М.В.Ломоносава*

Современная Россия вступила в фазу социально-экономического развития, которая стимулирует возрождение индустрии туризма на качественно новом уровне. На глазах меняется отношение к туризму и отдыху, как одной из важнейших сфер деятельности федеральных, региональных и муниципальных органов законодательной и исполнительной власти.

В Федеральном законе №116-ФЗ «Об особых экономических зонах в Российской Федерации» внесены дополнения по созданию ОЭЗ туристско-рекреационного типа, созданы Федеральные агентства по туризму и по особым экономическим зонам. В 2008 году создано новое Министерство спорта, туризма и молодёжной политики. В регионах активно разрабатываются программы развития туризма, привлекаются российские и зарубежные инвестиции для проектирования и создания туристско-рекреационных комплексов и зон на принципах частно-государственного партнерства. Несомненно, мобилизующую и объединяющую роль в сфере рекреации и туриндустрии сыграл тот факт, что Россия в упорнейшей борьбе выиграла право проведения Олимпиады 2014 года в Сочи.

Помимо правовых и организационных факторов важное, а может быть и главенствующее положение в развитии рекреации и туризма занимает научное и кадровое сопровождение этой сферы социально-хозяйственной деятельности. Следует отметить заметную активизацию академических и университетских научных коллективов по разработке новых подходов в изучении рекреации и туризма, как одного из базисных элементов устойчивого развития регионов и страны в целом. Нарастающими темпами идёт и постоянно совершенствуется подготовка кадров для бурно развивающейся сферы хозяйственной деятельности.

По оценкам Всемирного совета по туризму и путешествиям, туристский рынок нашей страны в ближайшее десятилетие будет бурно развиваться, переживет бум инвестиций, войдёт в тройку мировых лидеров по объёму капиталовложений в туристскую отрасль. Россия станет лидером по средне -годовому росту капитальных инвестиций в туристский сектор, который может составить 9,8%, и, в итоге, превратится в один из важнейших центров международной индустрии туризма и гостеприимства.

Можно утверждать, что современный туризм становится важнейшей составной частью деятельности человека, направленной на восстановление и развитие его физических, духовных и интеллектуальных сил вне рабочее время и важнейшей потребностью и нормой жизни россиян. Он выполняет важную профилактическую функцию, связанную со здоровьем человека; способствует интеллектуальному и духовному развитию личности; является одним из стабильно растущих источников получения доходов для государства. Эти и другие функции привели к пониманию того, что организация туризма и отдыха становится одной из приоритетных задач государства. Это нашло отражение в Стратегии развития туризма в Российской Федерации рассмотренной и одобренной на заседании Правительства 3 апреля 2008 года.

В целом в России складывается благоприятная внешняя и внутренняя политическая и экономическая обстановка для развития рекреации и туризма. Важно выбрать единственно верный путь и методы реализации принятой Стратегии.

Планирование и проектирование в освоении и развитии территорий любого региона следует рассматривать, прежде всего, с позиций рекреации и туризма, как основы со-

здания комфортных условий жизнедеятельности человека и укрепления его здоровья. Это важнейшая социальная задача становится приоритетной. Такой подход предполагает выявление на любой территории объектов, участков и зон, наиболее благоприятных для развития туризма и его инфраструктуры, а также внедрение современных экономических моделей и механизмов развития рекреационных пространств. Освоение новых и реконструкция староосвоенных территорий на основе туристско-рекреационного проектирования – наиболее эффективный путь развития не только индустрии туризма, но и практически всех других сфер социально-экономической деятельности. Туризм, обладая мультипликативным эффектом, может стать катализатором развития регионов и страны в целом. Об этом свидетельствует и мировой опыт, позволивший многим странам, сделавшим ставку на поддержание и развитие туризма, достигнуть впечатляющих результатов.

Россия, как и многие другие страны мира, активно интегрируется в мировое туристское пространство. Страны и регионы мира заметно отличаются друг от друга по уровню развития туризма. Благодаря многомерным экономическим связям и потокам туристов мировое туристское сообщество из сосуществующих стран превращается в целостную сложную динамично развивающуюся систему глобального рекреационного пространства. Это пространство сочетает в себе национальные рекреационные пространства, представленные странами с разным уровнем развития туризма.

Российское национальное рекреационное пространство состоит из региональных рекреационных пространств, отличающихся разной степенью освоенности туристско-рекреационного потенциала. Закономерности пространственной организации туризма, его поляризации, концентрации и других форм развития прослеживаются путём анализа межрегиональных и внутрирайонных трансформаций. Эти трансформации являются, как правило, результатом возникновения и пространственной передачи новшества (инновации). Инновация определяется как создание или внедрение нового явления, процесса или объекта ранее не характерного для конкретной территории. В рекреационной географии в качестве инновации могут рассматриваться новые виды туристского продукта, модели поведении туристов, модели управления и организации турбизнеса, новейшие (революционные) технологии туристского обслуживания и т.п. Инженерные, технологические, социальные, экономические и иные нововведения ввиде концентраций разной плотности, появляются в разное время в отельных точках пространства. Места их развития принято называть Центрами, а среда их распространения именуется Периферией. И.Валлерстайн [1] ввёл понятие Полупериферии – самого динамичного звена в иерархичной системе мировой экономики. В территориальной структуре мирового туризма также выделяется Центр, Полупериферия и Периферия, которые находятся в постоянной динамике и связаны потоками туристов, валютно-финансовыми отношениями, производством туристских продуктов и др.

В результате в России можно выделить уже сложившиеся Центры, а также Полупериферийные и Периферийные регионы на принципах топологического туристско-рекреационного районирования.

Каждый регион изучается по принципу выделения туристско-рекреационных систем (ТРС) разной сложности, состоящих из территориального единства рекреантов, природно-культурного комплекса, инженерных рекреационных объектов, обслуживающего персона и систем управления.

Практика туристско-рекреационных исследований осуществляется на федеральном уровне и при изучении территориальной организации туризма и рекреации в пределах регионов и муниципальных образований. 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 элементарные туристско-рекреационные системы, представляющие собой компактно расположенные объекты экскурсионного показа, зон отдыха и рекреационных предприятий. В пределах муниципальных образований таких туристско-рекреационных систем может быть несколько, и все они располагаются, как правило, в муниципальных административных границах. В случае расположения туристско-рекреационного системы в смежных муниципальных образованиях нередко возникают проблемы в их управлении как единого рекреационного организма. Сочетание туристско-рекреационных систем в пределах границ отдельного региона формирует его туристско-рекреационную специализацию, 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 системы, располагающиеся в административных образованиях всех уровней. Предложенный подход может наиболее эффективно использоваться при проектировании и развитии объектов индустрии туризма и их комплексов разной степени организации и управления.

Размещение ТРС 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 ТРС 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 систем. Такой подход, основанный на методе аналогов, позволяет наиболее эффективно проектировать и размещать туристско-рекреационные системы различного назначения и сложности в слабоосвоенных рекреационных регионах.

Границы туристско-рекреационных системы часто совпадают с установленными административными границами населенного пункта и проводятся с учетом естественных границ примыкающих к нему рекреационных природных комплексов. Между ТРС, 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, определяющих туристскую привлекательность и специализацию региона.

В пределах выделенных границ туристско-рекреационная система состоит из взаимосвязанных 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 системы и объемы необходимых финансовых затрат. В связи с проектированием ТРС 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 системы всеми необходимыми элементами и их сочетаниями, обеспечивающими ее эффективное функционирование и наибольший приток туристов. Создание туристско-рекреационных систем, в том числе и особых экономических зон, 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.

Мировая практика развития индустрии туризма предусматривает гармоничное «вписывание» рекреационных объектов в природный ландшафт. В этой связи к инженерно-рекреационным объектам и их комплексам предъявляются особые требования, отражающие их экологические свойства, внешний вид, этажность застройки, органичное сочетание с элементами ландшафта с учётом влияния на их устойчивость и привлекательность. В нашем понимании, рекреационная экспертиза – это обязательная законодательно регламентированная процедура, предшествующая эффективному освоению рекреационных ресурсов и направленная на выбор оптимальных проектов туристско-рекреационного освоения территории. Отсутствие подобной экспертизы негативно сказывается на инженерно-рекреационном освоении территорий, обладающих высокой степенью ландшафтного разнообразия и привлекательности. Рекреационная экспертиза – одно из перспективных направлений в развитии туризма и отдыха и важнейший элемент в создании единой туристско-рекреационной системы России.

Внедрение концепции туристских кластеров и принципов их организации может стать мощным импульсом рекреационного освоения, и развития ТРС слаборазвитых регионов и муниципальных образований.

По определению М.Портера, кластер – «это группа географически соседствующих взаимосвязных компаний и связанных с ними организаций, действующих в определенной сфере и характеризующихся общностью деятельности и взаимодополняющих друг друга. Географические масштабы кластера могут варьироваться от одного города или штата до страны или даже ряда соседствующих стран» [2].

В кластере формируется особая инновационная среда, способствующая повышению конкурентоспособности входящих в него фирм и процветания региона. М.Портер утверждает, что кластер можно определить как систему взаимосвязных фирм и организаций, значимость которых как целого превышает простую сумму составных частей.

Как показывает практика, кластерный подход играет решающую роль в формировании туристского пространства и функционировании туристских центров. Сущность туристского кластера раскрывается через взаимосвязи входящих в него фирм, которые предстают виде цепочки добавленной стоимости и системы накопления стоимости. В туристском кластере компании-партнеры получают ряд выгод от совместной деятельности. Это снижение степени риска и неопределенности, ограничение конкуренции, господство на рынке, технологические и организационные инновации, укрепление имиджа, рост качества турпродукта, условия для результативного маркетинга, синергетический эффект, содействие развитию региональной экономики и др. Конкурентоспособные кластеры это опора устойчивого регионального развития туризма и освоения новых рекреационных пространств через создание туристского продукта. Туристские кластеры являются неотъемлемой частью рыночной экономики, и они образуются в соответствии в законами рынка. Государство вместе с другими заинтересованными силами может выступить одним из инициаторов процесса образования кластеров, но оно не играет главной роли в их организации и функционировании. Уже есть практика создания в ЮАР туристских

кластеров на национальном и локальном уровнях, а также развитие тематических туристских кластеров (спортивный, приключенческий, культурно-познавательный, винный и др.). В настоящее время в России идет процесс формирования ряда региональных и локальных кластеров, способствующих формированию единой туристско-рекреационной системы страны.

Литература

1. Валлерстайн И. Анализ мировых систем и ситуация в современном мире. Пер. с англ. Спб., 2001.
2. Портер М. Конкуренция. Пер. с англ. М., 2001.

КОНЦЕПЦИЯ ПОДГОТОВКИ КАДРОВ ВЫСШЕЙ КВАЛИФИКАЦИИ В СИСТЕМЕ ТУРИЗМА И РЕКРЕАЦИИ

Некипелов А.Д., *вице-президент РАН, академик РАН*
Зорин И.В., *ректор Российской международной академии туризма, профессор*
Касимов Н.С., *декан географического факультета МГУ им. М.В.Ломоносова, академик РАН*
Кружалин В.И., *директор Института комплексных исследований образования, МГУ им.М.В.Ломоносова, профессор*

Бурное развитие туризма, особенно в последние три десятка лет, привело к качественному изменению традиционных представлений о туризме как отрасли.

Во-первых, теперь чаще оперируют понятием туристская сфера, нежели отрасль. Свободное перемещения людей приобрело планетарный масштаб: общее число, оказавшихся по какой либо причине (милитаристские в счет не берем) за порогом собственного дома, практически, сравнялось с числом жителей планеты. С пересечением границ государства и в их пределах. И, всем им, странствующим в свое удовольствие, и даже тем, кто на какое-то время покидает свой дом с деловыми целями, нужно предоставить транспорт, жилище, стол и что-то еще, сообразуясь с их личными пристрастиями.

Развитие цивилизации породило вторую сферу бытия, выполняющую рекреационные потребности современного человека, в которой есть всё, кроме производственной деятельности, ограниченной строгими регламентами рабочего дня, производственными площадями, производственными отношениями. И если вдруг, по какой либо причине эта сфера свернется, мировая экономика впадет в коллапс. Ежесуточно в мире совершается 200 тысяч авиарейсов, не считая военных и каких-либо специальных, производственных, более 4 миллиардов авиапассажиров в год, в числе которых лишь 10-15 процентов трудовых мигрантов. Представьте, что эта масса потребителей исчезнет с рынка. Более конкретная картина – аэропорт Хитроу, 68-70 миллионов пассажиров в год, 60 тысяч обслуживающего персонала. «Свертывание» сферы туризма приведет к остановке не только производства полетов, но и самолетов, производства алюминия, добычи бокситов, проведения геологоразведки, производства станков и оборудования для авиастроения. Школы и вузы подготовки авиаперсонала. Рухнет вся производственная цепочка и не только в авиации, но и во всех других соучаствующих отраслях.

Поддержание этой специфической сферы в привлекательном виде, (способной, действительно, привлекать, а не отталкивать), требует приложения немалых сил, как специфических, так и общепринятых. «Совокупных» работников, т.е. тех, кто прямо и косвенно занят в этой сфере приложения труда, сегодня уже 8 процентов от всех занятых на планете.

Во-вторых, устарели представления 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 в постиндустриальном обществе характеризуется, прежде всего, высокой подвижностью (физической и транспортной), и определяется не столько природно-климатическим фактором, сколько содержательной программой, которая теперь чаще всего вовсе не зависит от какого-либо ресурса, в традиционном его понимании. Это следствие глобального изменения характера затрат сил человека. Психо-эмоциональная составляющая, 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.

В-третьих, изменились представления о рекреационных ресурсах, вернее, они обогатились включением в хозяйственный оборот «всего остального», что до недавнего времени никоим образом ресурсом считаться не могло. Человеческая любознательность всеядна, только нужно уметь ее удовлетворить, а потому в умелых руках туристского менеджера – концептуалиста, абсолютно любой объект, любое явление, любое событие, любая географическая точка могут стать привлекательными для туриста. Принципиально то, что туризм способен превратить в производственный фактор то, на чем никакая другая деятельность не может быть основана. Яркий тому пример город Дмитров и Дмитровский район Московской области, «заурядная точка на географической карте», но который теперь ежегодно посещает 1 миллион человек (2006 год) и который до нынешнего времени не обладал особой привлекательностью. Насыпали гору для спуска на лыжах, используя рельеф, устроили мото- и каро-треки, оказавшиеся в ряду крупнейших в Европе.

В четвертых, туристская инфраструктура утратила свою специфичность. Теперь для «временного посетителя» (определение туриста Римской международной конференции ООН по туризму, 1963 г.), нежелающего бытовать в границах «туристских оазисов», нужна **вся** инфраструктура территории, на равных с местным населением. Что бы увидеть, как функционирует в таком режиме местная инфраструктура, теперь не надо ехать в Рим или Нью-Йорк, достаточно посетить подмосковный Дмитров.

В-пятых, резко возросла в туризме роль «человеческого фактора». Если раньше качество туристкой услуги определялось, прежде всего, качеством материальной базы, то теперь эти факторы производства поменялись местами. Можно привести немало примеров успешных туристских маршрутов, функционирующих в условиях примитивных средств размещения (экстремальный туризм, сельский туризм). Однако, у нас подготовке кадров, все еще по инерции, не уделяют соответствующего внимания.

К примеру, абсолютно все региональные программы развития туризма, даже программы создания Особых туристско-рекреационных экономических зон (ОТРЭЗ) пока не предусматривают кадрового обеспечения. Не учитывают того обстоятельства, что технический прогресс позволяет теперь возводить материальную базу в сроки в два-три раза опережающие по времени подготовку работников, необходимых для ее эксплуатации этой самой базы. Не предусматривают и подготовку кадров для сопутствующих отраслей и сфер обслуживания, в которых рабочие места «возникают», как правило, в пропорции 1:4. Отсюда неубывающий дефицит кадров в этой сфере.

Сфера туризма в современном мире оказалась самая трудоемкая по критерию затрат живого труда на единицу конечного потребителя. К слову, это счастливое обстоятельство, поскольку технический прогресс в материальном производстве теперь ежегодно высвобождает десятки миллионов рабочих рук, которые поглощаются в немалой степени сферой туризма.

В расчете на 1 койко-место нужно усреднено 0,7 работника. Есть гостиницы (на принципе самообслуживания), в которых на 1 место требуется 0,2 работника, и гостиницы категории «люкс» – 2 работника на 1 место. Устоявшееся усредненное соотношение пер-

сонала по уровню профессиональной подготовки 1/3 – с высшим образованием, 1/3 – со средним профессиональным, 1/3 – с начальным профессиональным. Система подготовки туристских кадров не отвечает этой структуре. Спрос и предложение на рынке труда серьезно расходятся.

Прежде бытовало мнение, будто в сфере обслуживания массовые профессии не требуют профессиональных знаний, преподнесенных в учебных аудиториях, и тем более в высшей школе. Само производство, мол, научит. Не видели разницы между понятиями «обучение» и «образование». Обучались на рабочем месте, будучи малообразованными.

Теперь положение коренным образом изменилось. Материальная база ушла на второй план, на первый – вышел человек, который должен быть «технологичен», т.е. в полной мере соответствовать объекту обслуживания, ставшего более требовательным и более ухищренным в удовлетворении своих рекреационных потребностях.

Профессиональное туристское образование (ПТО) обладает спецификой, обусловленной тем, что сфера туризма – многоотраслевой комплекс, в котором востребованы кадры разных профилей, направлений, специальностей на разных уровнях: техническом (исполнительском), технологическом, управленческом, научном.

Особенность ПТО – необходимость развития и постоянного совершенствования гибкой многоуровневой системы непрерывного ПТО на основе профессиональных стандартов (квалификационных требований), учитывающих лучшие образцы международных стандартов качества обслуживания, в первую очередь, крупных международных гостиничных цепей.

В высшем ПТО базовым звеном в новых условиях (с учетом Болонского процесса) является бакалавриат со значительным объемом практической подготовки, главным образом, в виде длительных стажировок (в том числе зарубежных) с прохождением определенного количества ступеней профессионального мастерства.

На период существования в России специалитета (до 2013 года) актуальным остается процесс подготовки специалистов с высшим ПТО в области менеджмента, экономики, географии, информатики, юриспруденции, культурологии, технологии туризма и др.

Попытка свести все многообразие, весь спектр подготовки специалистов к одному ГОС ВПО представляется бесперспективной.

Вместе с тем, с учетом сказанного выше, становится чрезвычайно актуальной для сферы туризма подготовка магистров по различным специализациям (магистерским программам) соответствующих направлений подготовки, например:

Юриспруденция – «Правовое обеспечение туристской деятельности»;

Экономика – «Экономика туризма»;

Менеджмент – «Менеджмент туризма», «Менеджмент гостеприимства»;

География – «Рекреационная география и туризм»,

с последующей диверсификацией магистерских программ в целях подготовки концептуалистов для предметной сферы деятельности, (магистр архитектуры в области дизайна архитектурной среды туризма и гостеприимства, магистр менеждмента научно-экспедиционного туризма и т.д.).

В послевузовском профессиональном образовании (аспирантура, докторантура) также актуальна диверсификация областей научных исследований в системе туризма и рекреации. Например, в научной специальности «Экономика и управление народным хозяйством (по отраслям)» в современных условиях недостаточно конкретным является указание в качестве отрасли «сфера услуг», необходима конкретизация: отрасль «рекреация и туристская индустрия» с открытием соответствующих диссертационных советов по данному профилю.

Туризм демонстрирует устойчивое развитие, не только потребляет ресурсы, но и превращает в ресурс то, что не является в общем понимании ресурсом (например, красивый ландшафт и др.).

Туризм – чёткий преобразователь, мультипликатор в сфере денег, но и мультипликатор в логике устойчивого развития. 8% занятых в мире эксплуатируют эти неисчерпаемые ресурсы (тишина, красота и т.д.). Малое предпринимательство – основа устойчивого развития.

Туристика – метанаука (в отличие от физики, химии), подобно философии, истории, географии, в ней важны синтез, синергетика, ключевые понятия: персонал, инфраструктура, люди, индустрия туризма, рекреационная система, при этом целевой функцией является удовлетворение рекреационных потребностей.

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ АКТИВНОГО ТУРИЗМА В РЕГИОНАХ РОССИИ

Власова Т.И., *ректор Балтийской Академии туризма и предпринимательства, профессор, доктор педагогических наук*

Разнообразные виды активного туризма исторически преобладали в Российской Федерации. Они занимали до 80% советского национального туризма и поддерживались центральными и территориальными органами туристского управления. Доля активного туризма резко сократилась после 1990 года, но в настоящее время ситуация сильно изменилась. Сегодня активный туризм занимает вполне определенное место в туристской отрасли, а доходы от активного туризма пополняют экономику туристских регионов России: Алтайского края, Забайкалья, Кабардино-Балкарии, Южного Урала, Башкирии, Камчатки, Карелии и многих других.

Национальная академия туризма, объединяющая ведущих специалистов и ученых туристской отрасли почти из всех регионов России, проводит постоянный анализ новейших научных разработок в туристской отрасли, а также анализ проблем и перспектив развития туризма. Анализ показывает, что современная туристская политика государства проявляется в разработке и реализации правовых и организационных мер по развитию туристской индустрии и поддержке субъектов туристского рынка, а также адаптируется к изменениям, происходящим в отрасли в последние пятнадцать лет. Сегодня можно уверенно утверждать, что практически во всех субъектах федерации, обладающих значительными туристскими ресурсами, от Санкт-Петербурга и Ленинградской области до Амурской области и Приморья, утверждены и действуют программы развития туризма, являющиеся реальными механизмами осуществления туристской политики и решения конкретных задач в регионах. Большую практическую значимость для развития туризма имеет пакет законов по созданию экономических зон туристско-рекреационного типа; изменения, внесенные в интересах отрасли туризма во вторую часть Налогового кодекса Российской Федерации, и, безусловно, Федеральный закон № 132» «О внесении изменений в Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации. Однако, следует отметить также и актуальность обновления нормативно-правовой базы, связанной с развитием активного туризма.

Эта необходимость связана с тем, что активный туризм всегда имел и сегодня особенно имеет большую социальную значимость.

Рассматривая активный, а это, прежде всего, спортивно-оздоровительный туризм, можно выделить три его составные части: физическая культура (развитие физических навыков человека), спорт (физическое совершенствование, приобретение спортивных навыков и квалификаций) и туризм (путешествие, познание, удовольствие). Именно такая комплексность активного туризма обусловливает его особое значение, выделяет среди других видов.

Большое значение активного туризма состоит в том, что он выполняет многообразные функции: оздоровительную, спортивную, воспитательную, образовательную и приклад-

ную,- и при этом сравнительно простыми и доступными средствами. Через его оздоровительную функцию происходит развитие адаптационных возможностей человека, поддержание на достаточно высоком уровне физической подготовленности, использование позитивного влияния природных факторов. Через физкультурно-спортивную функцию создается база общей физической подготовленности человека и производится специальная туристская подготовка. Через образовательную функцию пополняются знания по физической культуре и спорту, здоровому образу жизни, краеведению, природоведению, истории. Через воспитательную функцию формируется чувство коллективизма, ответственности, организованности.

Следует отметить также и то, что развитие активного туризма является приоритетным направлением в государственной политике развития отрасли, так как именно активный туризм по-прежнему является основой внутреннего туризма.

Оздоровительное, культурно-познавательное, воспитательное значение данного вида туризма трудно переоценить, но надо приложить определенные усилия, чтобы этот вид туризма стал действительно приоритетным в нашей общей работе: необходимо планировать и организовывать его развитие в регионах, привлекать инвестиции именно в этот вид туризма. Кроме того, необходимо учитывать, что для активного, спортивно-оздоровительного вида туризма особое значение имеет качество кадров (инструкторов-проводников), традиции подготовки которых во многом утеряны. К сожалению, реальных основ для осуществления приоритетности активных видов туризма в настоящее время нет. Одна из проблем в развитии активного туризма состоит как раз в недооценке и непонимании социальной и экономической значимости развития активного, спортивно-оздоровительного туризма.

В регионах России сегодня есть все необходимые условия для развития спортивно-оздоровительного туризма, однако, материально-техническая, нормативно-правовая база, организационные условия существенно отстают от потребностей общества. Одним из сдерживающих факторов развития является недостаточная уверенность инвесторов в экономической целесообразности вложения средств в этот сектор экономики. Если прямые и косвенные затраты подсчитать достаточно просто, то прогнозировать результаты его развития с учетом мультипликативных экономических показателей без серьезной научно-исследовательской работы проблематично.

В настоящее время очевидна необходимость объединения усилий учебных и научно-исследовательских центров, всех ветвей власти, коммерческих и некоммерческих организаций физкультурно-спортивного и туристского профиля в решении проблем и задач развития активного, спортивно-оздоровительного туризма.

Несмотря на очевидную социальную значимость и подчеркнутую государством приоритетность, пока в регионах нет практики разработки и реализации отдельных программ развития активного, спортивно-оздоровительного туризма. Однако, в настоящее время само понятие «активный туризм» претерпело значительные изменения.

Сегодня нет стандартного определения термина «активный туризм». И хотя в теории под активным туризмом понимается туризм с активными способами передвижения и пребыванием в природной среде, при котором человек интенсивно расходует свою энергию, сегодня активный отдых – это еще и получение нового опыта и знаний, возможность в туристском путешествии выбрать занятие по душе из предложенной на день мультиактивной программы. Вероятно, поэтому сегодня к активным относят более 30 видов туризма: от дайвинга, водного, конного, парусного, экологического, горного, спелеотуризма до виндсерфинга, дельтапланеризма, охоты и рыбалки, путешествий на снегоходах и оленьих упряжках, экзотических туров.

Все многообразие форм активного туризма объединяет целый ряд общих признаков: активный туризм – это использование физической энергии человека, его активного дви-

жения, физических упражнений для активного отдыха, физического развития, получения удовольствия от этого процесса, переключение с одного вида деятельности на другой, приобщение к здоровому образу жизни. Все сказанное только подтверждает, что основой активного туризма является спортивно-оздоровительный туризм, а поскольку спортивно-оздоровительный туризм по своей сути является внутренним туризмом, социальным и очень часто самодеятельным, то в соответствии с законом об основах туристской деятельности в Российской Федерации развитие его является сегодня приоритетным.

Можно сказать, что сегодня Северо-Западный Федеральный округ является продвинутым в развитии активного туризма. Следует отметить, что практически во всех субъектах федерации имеются региональные целевые программы развития отрасли туризма. Большое внимание уделяется и развитию активных видов туризма. Так, например, в Псковской, Вологодской, Архангельской, Ленинградской областях, в Карелии практикуются популярные охота и рыбалка, водные виды активного туризма, в Калининградской области – парусные прогулки, в Ленинградской области развиты такие виды как горнолыжный, велосипедный, конный, спелеотуризм, скалолазание и треккинг – именно так называют теперь популярные и очень распространенные в прошлом столетии походы.

Эти выводы, а также анализ перспективных видов и направлений развития туризма и определение наиболее приоритетных инвестиционных проектов в туристской отрасли были сделаны при проведении Балтийской академией туризма и предпринимательства научно-исследовательской работы «Инвестиционная привлекательность сферы туризма Северо-Западного региона Российской Федерации». В выводах и рекомендациях этой научно-исследовательской работы в качестве наиболее значимых инвестиционных проектов были рекомендованы проекты по созданию материально-технической базы туристско-рекреационных центров, стоянок и баз для активных видов туризма, а также была спрогнозирована их экономическая эффективность.

И теория, и практика развития туризма, а также все более растущий сегмент активного туризма на рынке спроса, говорят о том, что и активный, спортивно-оздоровительный туризм, и называемые сегодня активными видами туризма еще почти тридцать видов современного туризма имеют прекрасные перспективы развития.

Однако, следует отметить, что кроме двух уже названных проблем развития активных видов туризма (недооценка социальной и экономической значимости активного туризма и потребность в современной нормативно-правовой базе) есть еще целый ряд проблем, решение которых поможет его развитию.

И активный, спортивно-оздоровительный туризм, и активные виды туризма, перечисленные выше, отличаются спецификой требований к их материальной базе, подготовке кадров, а также важностью обеспечения безопасности туристов.

Здесь можно говорить даже о специфике каждого вида. Горнолыжные туристские центры обязаны иметь сертифицированные трассы, подготовленных инструкторов, обеспечивать оказание срочной помощи. Дайвинг, водные виды – также нельзя представить без специально подготовленных инструкторов, современного оборудования и инвентаря, обеспечения мер безопасности туристов. Особого внимания к состоянию материально-технической базы, кадровому обеспечению, вопросам безопасности требуют и такие виды активного туризма, как горный, конный, экзотические туры и другие.

Сегодня вопросы создания современной материально-технической базы в туризме решают частные владельцы, частные инвесторы, и, зачастую, не от недостатка средств, а по незнанию нормативных требований, создаваемая база не удовлетворяет ни требованиям туристов, ни требованиям безопасности. Хотя, справедливости ради, следует отметить, что сегодня на Северо-западе и в России достаточно много центров активного туризма с прекрасной материально-технической базой: горнолыжный центр «Игора» в

Ленинградской области, новые туристские базы в Карелии, Московской области, на Алтае и другие.

Национальная академия туризма, понимая всю важность проблемы, организовала, пригласила специалистов и провела в ноябре 2007 года «Круглый стол «Вопросы безопасности в туризме». С участием представителей Российского союза туристской индустрии, представителей органов управления туризмом Санкт-Петербурга и Ленинградской области, главного управления МЧС России, службы по надзору в сфере защиты прав потребителей и ученых на круглом столе были обсуждены вопросы безопасности туристского путешествия, их законодательная база, задачи органов управления и субъектов туристской деятельности по обеспечению безопасности в сфере туризма. В рекомендациях, выработанных в ходе работы круглого стола, было отмечено, что основная проблема по обеспечению безопасности туристов состоит в правовой безграмотности турфирм и самих туристов, незнании и невыполнении установленных нормативно-правовыми документами требований безопасности организациями, занимающимися приемом туристов, и недостаточном контроле со стороны местных и региональных властей, а также контролирующих органов. Безопасность в туристском путешествии, особенно в активных видах туризма – это допустимый риск, и этот риск может и должен быть максимально снижен за счет принятия организационных и технических мер ответственными лицами и органами. Туристский продукт должен быть разработан с минимально возможным воздействием факторов риска на человека и обеспечен должным образом подготовленными кадрами. Туристы должны быть обеспечены полной информацией, а также исправным техническим оборудованием, необходимым на маршруте.

В рекомендациях круглого стола обращено особое внимание на требования:

– своевременного обеспечения туристов необходимой информацией;

– допуска к работе с группами туристов только профессионально подготовленных инструкторов-проводников;

– обязательного включения вопросов организации обеспечения безопасности в туризме при подготовке туристских кадров;

– обеспечения координации и взаимодействия соответствующих служб со стороны органов местного самоуправления и региональной власти при возникновении угрожающих безопасности туристов ситуаций.

Очевидно, что, в первую очередь, перечисленные требования должны выполняться при организации активных видов туризма. Но в то же время, несмотря на растущую популярность и масштабы активного туризма, сегодня практически невозможно найти публикации, посвященные активному туризму и имеющимся в нем проблемам. Нет обзоров, статистики, показателей массовости тех или иных его видов, анализа уровня развития активного туризма в регионах. Тогда как потребность в таком анализе велика, публикаций с рекламой туров активного туризма по всем регионам России великое множество и становится все больше, а, значит, требуется и статистика активного туризма, и обзор проблем, выработка предложений по их решению.

Проведенный в Санкт-Петербурге «Круглый стол» по вопросам безопасности в туризме стал еще одним примером аналитического подхода к проблемам развития туризма в регионе. Так, попытки решения проблем, связанных с водным туризмом, делались в ходе осуществления международных проектов SuPortNet North-West RUS 1,2 «Устойчивое территориальное развитие сети яхтенных портов в регионе Балтийского моря. Интеграция России в Балтийскую сеть». В «Программе развития Санкт-Петербурга как туристского центра на 2006-2010 годы», в разделе «Меры первого уровня приоритетности» говорится о необходимости «обеспечения безопасности туристов, развития восприятия Санкт-Петербурга как безопасного города».

Развитие возможностей для активного туризма в регионе рассматривалось на нескольких научно-практических конференциях, посвященных созданию в Северо-западном регионе туристско-рекреационной системы «Серебряное кольцо». На наш взгляд, именно этот проект мог бы стать реальной возможностью для регионов Северо-запада, всех субъектов туризма объединить свои усилия для создания реальной базы и условий развития активных видов туризма. Стоит подумать о возобновлении работы над ним. Национальная академия туризма и Балтийская академия туризма и предпринимательства готовы взять на себя организационные заботы.

Обобщая все вышесказанное, основные проблемы сегодняшнего этапа развития активного туризма можно сформулировать так:

– недооценка социальной и экономической значимости развития данного вида туризма,

– несоответствие как материально-технической, так и нормативно-правовой и организационной базы уровню и масштабам развития современных видов активного туризма,

– недостаточное внимание к вопросам обеспечения безопасности и специфике подготовки кадров,

– необходимость анализа уровня развития, массовости и статистических показателей развития различных видов активного туризма в регионах, в России и выработки мер поддержки.

Кроме того, необходимо отметить, что сегодня многие проблемы самых важных именно в социальном отношении видов активного туризма, таких как самодеятельный, детско-юношеский, молодежный, походный (треккинг), решить весьма затруднительно. Прежде всего, это проблема высокой стоимости таких туров для тех категорий населения, которыми эти виды могли бы быть востребованы и могли бы дать социальный эффект. Эти вопросы мог бы урегулировать закон «О социальном туризме», но он не был принят после обсуждения законопроекта в Госдуме, и пока таких перспектив нет. Есть ли варианты решения этой проблемы?

С учетом того, что сегодня одной из самых острых проблем страны является физическое и духовное здоровье детей и молодежи, ограждение их от наркотиков и криминальной среды города, мы должны все вместе развивать активные виды туризма как одну из технологий приобщения человека к здоровому образу жизни, требующих минимальных затрат как государства, так и путешественника. Этому могут и должны способствовать такие президентские программы как «Дети России», «Профилактика безнадзорности и правонарушений среди несовершеннолетних», «Физическое развитие нации», а также программы Правительства Российской Федерации, ориентированные на развитие физической культуры, спорта и туризма, образования и культуры. На это же должны быть нацелены и аналогичные региональные программы. А положительный результат будет получен при совмещении усилий субъектов туристской индустрии, заинтересованных в развитии туризма и увеличении прибыли, и органов власти, заинтересованных как в росте доходов от туризма, так и в получении социального эффекта.

В заключение хотелось бы подчеркнуть, что важность развития активных видов туризма, его социальное и экономическое значение очевидны, а это значит, что перспективой является его дальнейшее развитие, основанное на максимальной поддержке и создании нормативно-правовой базы, как со стороны органов власти, так и всех субъектов туристской отрасли. В то же время, сегодня мы можем сказать, что наш цивилизованный мир становится все больше похож на огромный офис, опутанный паутиной проводов и заполненный устройствами для интенсивной работы. Человеку, который ежедневно получает новые знания, расширяет круг интересов,-безделье на пляже во время отпуска не принесет ощущения восстановленных сил, зато придется по душе активный отдых, активный туризм.

Литература

1. Власова Т.И., Иванов А.В., Таймазов В.А., Федотов Ю.Н. Спортивно-оздоровительный туризм в России: основные понятия и проблемы развития. «Вестник Национальной академии туризма», № 4, 2007.

2. Савельев К.С. Социальный туризм – путь развития России. «Теория и практика физической культуры», № 11, 1999.

САМОРЕГУЛИРОВАНИЕ КАК ФАКТОР РАЗВИТИЯ РЫНКА

Барзыкин Ю. А., *вице-президент Российского Союза туриндустрии, председатель комитета ТПП РФ по предпринимательству в сфере туристской, курортно-рекреационной и гостиничной деятельности, к.э.н., barzykin@rata.ru*

С принятием базового Федерального закона № 315-ФЗ от 1 декабря 2007 года "О саморегулируемых организациях" открываются принципиально новые возможности формирования профессиональных стандартов и правил деятельности, а также механизмов ответственного контроля за их соблюдением не только у строителей, врачей, оценщиков, аудиторов, – чья деятельность регулируется самостоятельными законами, но и инженеров, хлебопеков, металлургов, и многих других специалистов и предпринимателей, чья деятельность регулируется множеством подзаконных актов.

Не стоит в стороне от этих процессов и туриндустрия, хотя имеет особый характер межотраслевого комплекса и вышеуказанным законом в полной мере не охватывается. По мнению Министра экономического развития Российской Федерации Эльвиры Набиуллиной с введением саморегулирования истории с обманутыми дольщиками, вкладчиками, обманутыми туристами уйдут в прошлое. Это тот случай, когда издержки потребителя не должны вырасти. Свежий пример. В туристской сфере, где лицензирование было заменено финансовыми гарантиями, резко увеличилось количество досудебного урегулирования споров с потребителями. И первые пострадавшие туристы начали получать денежные компенсации за некачественный туристский продукт – то, чего не было при системе лицензирования.

Такие понятия как "дерегулирование", "дебюрократизация", "снятие административных барьеров" предлагались в качестве ключевых мер государственной политики все последние годы. Вместе с тем, хотя за предыдущее десятилетие доля государственного вмешательства в экономику значительно сократилась, чрезмерное административное давление на экономику, прежде всего на малый и средний бизнес, как отмечалось на заседании президиума Госсовета в Тобольске, по-прежнему остается одним из главных тормозов ее развития.

Отношения государства и бизнеса не прозрачны и обременены массой бюрократических барьеров, оставляя широкое поле для усмотрения чиновников и подпитывая коррупцию. Диапазон управленческих воздействий по-прежнему крайне узок, а сам их механизм неэффективен.

Именно саморегулируемые организации (СРО) могут стать инструментами, создающими предпосылки для постепенного снижения объема государственного регулирования предпринимательской и профессиональной деятельности в различных сферах социально-экономической жизни.

В соответствии с вышеуказанным законом под саморегулированием понимается самостоятельная и инициативная деятельность, которая осуществляется субъектами предпринимательской или профессиональной деятельности и содержанием которой являются разработка и установление стандартов и правил указанной деятельности, а также контроль за соблюдением требований указанных стандартов и правил.

Под субъектами предпринимательской деятельности понимаются индивидуальные предприниматели и юридические лица, зарегистрированные в установленном порядке на территории Российской Федерации и осуществляющие определяемую в соответствии с Гражданским кодексом Российской Федерации предпринимательскую деятельность, а под субъектами профессиональной деятельности – физические лица, осуществляющие профессиональную деятельность, регулируемую в соответствии с федеральными законами.

Саморегулируемыми организациями признаются некоммерческие организации, созданные в целях саморегулирования, основанные на членстве, объединяющие субъектов предпринимательской деятельности, исходя из единства отрасли производства товаров (работ, услуг) или рынка произведенных товаров (работ, услуг) либо объединяющие субъектов профессиональной деятельности определенного вида.

Некоммерческая организация приобретает статус саморегулируемой организации с даты внесения сведений о некоммерческой организации в государственный реестр саморегулируемых организаций.

Предметом саморегулирования является предпринимательская или профессиональная деятельность субъектов, объединенных в саморегулируемые организации.

В соответствии с законом саморегулируемая организация разрабатывает и утверждает стандарты и правила предпринимательской или профессиональной деятельности (далее – стандарты и правила саморегулируемой организации), под которыми понимаются требования к осуществлению предпринимательской или профессиональной деятельности, обязательные для выполнения всеми членами саморегулируемой организации. Федеральными законами могут устанавливаться особенности разработки и установления стандартов и правил саморегулируемых организаций для определенных видов предпринимательской или профессиональной деятельности.

Стандарты и правила саморегулируемых организаций должны соответствовать федеральным законам и принятым в соответствии с ними иным нормативным правовым актам. Стандартами и правилами саморегулируемой организации могут устанавливаться дополнительные требования к предпринимательской или профессиональной деятельности определенного вида.

Саморегулируемая организация от своего имени и в интересах своих членов вправе обратиться в суд с заявлением о признании недействующим не соответствующего федеральному закону нормативного правового акта, обязанность соблюдения которого возлагается на членов саморегулируемой организации, в том числе нормативного правового акта, содержащего не допускаемое федеральным законом расширительное толкование его норм в целом или в какой-либо части.

Стандарты и правила саморегулируемой организации должны предусматривать меры дисциплинарного воздействия в отношении членов саморегулируемой организации за нарушение требований стандартов и правил саморегулируемой организации, а также информационную открытость затрагивающей права и законные интересы любых лиц деятельности членов саморегулируемой организации. Для осуществления деятельности в качестве саморегулируемой организации некоммерческой организацией должны быть созданы специализированные органы, осуществляющие контроль за соблюдением членами саморегулируемой организации требований стандартов и правил предпринимательской или профессиональной деятельности и рассмотрение дел о применении в отношении членов саморегулируемой организации мер дисциплинарного воздействия, предусмотренных внутренними документами саморегулируемой организации.

Членство субъектов предпринимательской или профессиональной деятельности в саморегулируемых организациях является добровольным, но федеральными законами могут быть предусмотрены случаи обязательного членства субъектов предпринимательской

ской или профессиональной деятельности в саморегулируемых организациях для осуществления предпринимательской или профессиональной деятельности определенного вида. Субъект, осуществляющий различные виды предпринимательской или профессиональной деятельности, может являться членом нескольких саморегулируемых организаций, если такие саморегулируемые организации объединяют субъектов предпринимательской или профессиональной деятельности соответствующих видов.

Предполагается, что СРО разрабатывают правила к конкретной области и надзирают за соблюдением этих правил (внутренний контроль за соблюдением требований участниками рынка). В законе отсутствуют положения, предусматривающие участие СРО в какой-либо форме в формировании государством обязательных требований к отрасли. В целях развития механизмов саморегулирования необходимо обеспечение привлечения СРО к разработке нормативно-правовых актов, содержащих обязательные требования к сфере профессиональной или предпринимательской деятельности.

Есть опасения, что обязательное членство в СРО на практике превратится в очередной административных барьер – отдельные должностные лица будут отбирать поставщиков по принципу членства в СРО.

С момента принятия Федерального закона № 315-ФЗ от 01.12.2007 «О саморегулируемых организациях» тема саморегулирования вызывает самую оживленную дискуссию в предпринимательских структурах, в том числе и в турбизнесе. Достаточно сказать, что только в этом году она была предметом рассмотрения с участием РСТ на Президиуме общественной организации «ОПОРА России», заседании межрегиональной ассоциации «Сибирское соглашение» в Новосибирске. Президиум Правления РСТ принял отдельное решение по этому вопросу: оказать методическую и консультативную помощь субъектам предпринимательской деятельности по реализации данного закона.

Совершенно очевидно, что бизнес в этом вопросе опережает власть, так как до сих пор Правительством России не определен уполномоченный орган по ведению реестра саморегулируемых организаций (СРО). Из-за этого невозможно зарегистрировать создаваемые СРО, а ведь до внесения в реестр они не могут даже использовать слово «саморегулирование» ни в учредительных документах, ни в работе.

И это не единственная проблема. При разработке концепции закона предполагалась передача части полномочий государственного регулирования саморегулируемым организациям, но этого не произошло, и эффект от такого рода организаций в настоящее время минимален.

Анализ деятельности уже созданных СРО показывает, что широко разрекламированная передача им государственных полномочий и функций является в большинстве случаев чистой декларацией. Не всегда располагая подготовленными кадрами, опытом, они не в полной мере способны к осуществлению ответственных функций и полномочий.

Помимо этого практика проводимой административной реформы показала, что для делегирования собственно полномочий по исполнению государственных функций СРО или другим негосударственным некоммерческим организациям нет ни конституционно-правовых оснований, ни социальных предпосылок.

14 апреля 2008 г. в Государственной Думе ФС РФ прошли Парламентские слушания на тему: «Правовые аспекты становления саморегулирования в различных отраслях экономики», где была отмечена важность проблемы развития нормативно-правовой базы создания и дальнейшего развития принципов саморегулирования, их значимости как одного из основных условий дальнейшей дебюрократизации экономики страны.

По результатам слушаний рекомендовано Государственной Думе ФС РФ ускорить принятие законопроектов о введении института саморегулирования в законодательство о регулировании деятельности в строительной отрасли, аудиторской деятельности, актуарной деятельности, деятельности техэкспертов в области безопасности дорожного

движения, кадастровых инженеров в строгом соответствии с базовым Федеральным законом № 315-ФЗ от 01.12.2007 “О саморегулируемых организациях”.

Правительству РФ рекомендовано продолжить работу по оптимизации осуществляемых федеральными органами исполнительной власти функций путем выявления и прекращения осуществления соответствующими ведомствами избыточных функций и передаче их институтам профессионального общественного регулирования;

Ускорить уточнение совместно с ассоциациями предпринимательского сообщества приоритетный перечень тех сегментов экономики, развитие институтов саморегулирования в которых представляется наиболее предпочтительным и оправданным с точки зрения государственных интересов и готовности самих предпринимательских структур к саморегулированию в целях инициирования разработки проектов федеральных законов в специализированных отраслях деятельности, необходимых для устранения элементов избыточного государственного регулирования, препятствующих развитию рыночных механизмов регулирования экономических процессов;

Закрепить за Минэкономразвития России как федеральным органом исполнительной власти статус координатора нормативно-правового обеспечения работ по становлению института саморегулируемых организаций в стране (как минимум в 10-15 отраслях), чтобы избежать практики узковедомственного подхода к регулированию предпринимательской или профессиональной деятельности участников рынка.

В целях обеспечения условий для получения статуса саморегулируемой организации в соответствии с базовым Федеральным законом № 315-ФЗ от 01.12.2007 “О саморегулируемых организациях” объединениями бизнеса, созданными в соответствии с Федеральным законом № 7-ФЗ от 12.01.1996 «О некоммерческих организациях», но отвечающими установленным статьей 20 Федерального закона «О саморегулируемых организациях» требованиям, необходимо принять оперативные меры по определению уполномоченного федерального органа исполнительной власти по ведению государственного реестра саморегулируемых организаций;

В ходе подготовки перехода к следующему этапу развития законодательства о саморегулировании также необходимо определить состав законодательных актов, которые следует разработать и внести в Государственную Думу, чтобы обеспечить действенную правовую основу становления в стране системы саморегулируемых организаций как специальных институтов организованного профессионального общественного регулирования в вопросах правоустановления и надзора за участниками рынка, в том числе:

а) изменения в налоговое законодательство, предусматривающее квалификацию взносов с саморегулируемую организацию, как расходов на регулирование и, соответственно, отнесение этих взносов их плательщиками (членами СРО) на себестоимость продукции или услуг;

б) изменения в законодательство об административных правонарушениях, вводящие саморегулируемые организации в состав лиц, уполномоченных рассматривать дела об административных нарушениях своих членов, так и установить в административном законодательстве санкции к штатным сотрудникам органов управления СРО и самой СРО;

в) изменения в гражданское, налоговое и иное законодательство, описывающее институт частной практики.

26 мая в Москве в рамках всероссийского форума «Малый и средний бизнес – основа социально-экономического развития России в XXI веке» в Торгово-промышленной палате РФ прошло секционное заседание на тему «Взаимодействие систем саморегулирования и технического регулирования как способ снижения административного давления на бизнес». Были рассмотрены механизмы саморегулирования как инструмента стандартизации на уровне отдельно взятых предприятий и их объединений на основе

членства в саморегулируемых организациях (СРО), обсуждались основные цели и задачи СРО и их возможности взаимодействия с государством. Также участники встречи рассмотрели функции, которые государство может передать в ведение субъектов рынка.

Существование СРО могло бы быть оправдано, если бы государство, санкционируя создание подобных организаций, одновременно сократило бы своё вмешательство в предпринимательскую деятельность. Однако в России этого не происходит. Более того, проблема усиления и увеличения количества административных барьеров обостряется. Таким образом, российские СРО не решают главной своей задачи – саморегулирования;

Всякое объединение бизнеса по тому или иному принципу (отраслевому, проблемно-предметному и пр.) должно идти «снизу», отражать определённые реальные потребности самого бизнеса, чтобы СРО не являлись излишними, искусственными, поскольку бизнес уже создал свои объединения.

По мнению экспертов ТПП РФ СРО в том виде как они сконструированы в ФЗ «О саморегулируемых организациях», существует опасность подавления предприятий-аутсайдеров, которые в любой сфере бизнеса представлены малыми и средними предприятиями. Это подавление работает на основе различных размеров денежных средств, которые обязаны вносить члены СРО в ее бюджет. Так, по заявлению руководства Ассоциации туроператоров России (АТОР), которая 22.04.2008 преобразовалась в саморегулируемую организацию, планируется ввести два уровня членства – для крупных операторов с оборотом свыше 100 млн. рублей членский взнос составит 180 тыс. рублей. Для операторов с оборотом до 100 млн. – 60 тыс. Дополнительно будет введен взнос для операторов, входящих в президиум. Сейчас речь идет о цифре в 360 тыс. рублей.

Непривлекательность СРО для бизнеса обусловлена ещё и тем, что предполагается получение от организаций, входящих в СРО, достаточно большого объёма производственной информации. Более того, возможность проведения проверок этих организаций представителями СРО создаёт реальную возможность утечки информации, в том числе относящейся к коммерческой тайне, а это – реальная угроза потери конкурентных преимуществ, на которую разумный менеджмент предприятия никогда не пойдёт.

Кроме того, никакая организация не заинтересована в создании механизма дополнительных санкций (неважно, имеют они моральный или имущественный характер) и контроля. Предусмотренное правомочие СРО от своего имени оспаривать любые акты, решения и действия органов государственной власти и местного самоуправления, не только нарушает права и законные интересы ее членов, но и вступает в противоречие с принципом равенства лиц при отправлении правосудия. В условиях проводимой административной реформы реализация таких полномочий может привести к созданию механизма деструктивного воздействия на органы власти и местного самоуправления.

Практика показала, что внутри СРО не обеспечивается реального равноправия всех участников: обычно в ней доминирует небольшая группа крупных организаций, которые «заказывают музыку». В этой связи, в противовес заявленным благим целям, саморегулируемые организации не должны стать орудием подавления конкуренции, средством монополизации узким кругом лиц «входа» субъектов предпринимательства на рынок или в профессию, что с учетом нормотворческих и контрольных полномочий СРО опять-таки создает богатые возможности для коррупционеров. Так, по мнению ряда руководителей в турбизнесе создание в соответствии с законом в одной отрасли нескольких СРО приведет к конкуренции, в которой нет необходимости, так как она не будет способствовать защите потребителей. Туроператоры будут выбирать, в каком объединении им быть, организации будут вырабатывать разные стандарты. Все это, по их мнению, не пойдет на пользу рынку.

Но это не значит, что саморегулируемые организации не могут существовать уже сейчас. Подобная практика на деле работает для тех, кто в туристической сфере занимает-

ся профессиональной деятельностью (гиды, переводчики, экскурсоводы и т.д.). Либо на базе действующих общественных объединений туриндустрии создаются СРО. Но здесь важно избежать дублирования функций и не допустить, чтобы государственный контроль и надзор был дополнен еще и контролем со стороны СРО. В этом случае предприниматели получат систему двойного «прессинга».

Уже в этом году 21 апреля т.г. состоялось отчетно-выборное собрание Новосибирской ассоциации туристских организаций (НАТО). В этом году ассоциации исполнилось 10 лет, в нее входят 36 компаний Новосибирской области. Это и практически все туроператоры Новосибирска, московские филиалы операторских компаний, крупнейшие турагентства, страховые и юридические компании, гостиницы, санатории, пансионаты и вузы города. В качестве ассоциированного члена НАТО входит в Российский союз туриндустрии. На собрании члены ассоциации приняли решение о регистрации НАТО как саморегулирующей организации. Особое внимание было уделено обсуждению вопроса о принятии в свои ряды региональных фирм. На вступление в ассоциацию подали свои заявления фирмы из Кемерово и Томска.

А 22 апреля состоялось очередное заседание правления Регионального отраслевого союза туриндустрии Сибири (РОСТ Сибири). Были рассмотрены рекомендации правовой комиссии союза относительно вариантов создания саморегулируемой организации (СРО). В итоге большинством голосов было принято решение об учреждении РОСТом саморегулируемой организации с трехступенчатой структурой управления. РОСТ Сибири создан в январе 2006 года и объединяет более 40 организаций, представляющих турбизнес, предприятия смежных с туризмом отраслей и органы управления туризмом Новосибирской и Кемеровской областей, Алтайского края и Республики Хакасия. Организация является ассоциированным членом Российского союза туриндустрии.

И понимая, что механизмы реализации закона еще не выработаны, эти решения можно рассматривать как действия на перспективу. Ведь суть саморегулирования не столько в формализованной подготовке учредительных документов и организационных мероприятий, а в готовности рынка обеспечить консолидированное исполнение и контроль за своими стандартами и правилами с соответствующей ответственностью, закрепленной в законодательстве. И предстоит еще пройти большой путь как бизнесу, так и органам власти, чтобы выработать действенные и эффективные механизмы саморегулирования в тех отраслях, где государство готово передать часть своих полномочий бизнес сообществу.

Саморегулирование может и должно стать одним из основных принципов развития туристской сферы, но только в тех формах, которые реально будут способствовать и динамике развития и защиты законных прав участников рынка и отстаиванию интересов потребителей.

И одними изменениями в законодательстве здесь не ограничиться, необходима большая организационная и методическая работа. Саморегулирование – это не самоцель, а эффективное средство развития рынка.

ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА КЛАССИФИКАЦИИ ВИДОВ ТУРИЗМА

Шпилько С.П., *президент Российского Союза Туриндустрии, к.э.н., доцент*

Множество исследований в той или иной степени посвящены классификации видов туризма. Но единого мнения по поводу самого перечня существующих видов туризма и критериев их классификации так и не сложилось. Почему? Прежде всего, потому, что сам туризм представляет собой достаточно сложное социально – экономическое явление,

анализ которого требует более фундаментального и системного подхода, чем это может показаться на первый взгляд. Таково самое простое и, по сути, верное объяснение, банальность которого могут скрасить лишь некоторые комментарии.

Вопрос критериев является главным в любой классификации. Приведенный ниже перечень критериев классификации видов туризма нельзя назвать ни полным, ни слишком оригинальным. И тема не нова, и задача в данном случае заключалась скорее в том, чтобы обобщить опубликованные в отечественной специальной литературе версии этого перечня в некоторой авторской интерпретации (1). Соответственно и в приведенных ниже примерах, иллюстрирующих применение того или иного критерия, не всегда перечислен весь список видов туризма, которые могут быть выделены на его основании. Можно, например, выделить виды туризма на основе таких критериев, как:

– цели поездки (культурно-познавательный, лечебно-оздоровительный, деловой, религиозный туризм и т. д.);

– границы территориально-административных образований (въездной, внутренний, выездной, национальный, международный, приграничный);

– характер используемых природных ресурсов или ландшафта (водный, горный, пляжный и т. п.);

– тип поселений (городской, сельский);

– вид хозяйственной деятельности (аграрный, индустриальный, промысловый);

– демографические признаки (детский, молодежный, семейный, лиц третьего возраста);

– уровень обслуживания (элитарный, массовый);

– численный состав (групповой, индивидуальный);

– форма организации (туризм организованный и самодеятельный);

– способ передвижения и/или вид транспортных средств (пеший, конный, автобусный, железнодорожный, круизы и т. д.);

– источник финансирования (коммерческий, социальный).

Можно этот перечень продолжить, дифференцировав путешествия по расстоянию, времени поездок, средствам размещения, туристским формальностям, сезонным колебаниям спроса. Выделить, например, туризм визовый и безвизовый, сезонный и круглогодичный и т. д. Но стройной, законченной структуры видов туризма все равно не получится. Нечетко очерчены ее границы, неясно, почему одни путешествия на основании общего критерия выделяются в самостоятельный вид туризма, а другие нет.

Почему, например, мы легко оперируем понятиями «детский туризм», «молодежный туризм», «туризм лиц третьего возраста», и сравнительно редко используем такое понятие, как «туризм лиц среднего возраста»? Потому, что с него все начиналось? Что исторически по отношению именно к нему происходила специализация хозяйственной деятельности в части обслуживания детей, молодежи и пенсионеров? И, таким образом, «туризм среднего возраста» в массовом сознании, слившись на стадии становления современного туристского рынка с самим «родовым» понятием «туризм», требует сегодня использования для своего обозначения специального термина лишь для полноты схемы видов туризма?

И не аналогичным ли образом случилось так, что распространение получило понятие «инвалидный туризм», но не вошло в обиход понятие «туризм здоровых людей», которое, как парное первому теоретически необходимо, а практически осталось невостребованным? И не тоже ли произошло с использованием для целей классификации видов туризма такого критерия, как отношение к браку? Существует «семейный туризм», есть даже «свадебный». А понятие «туризм одиноких людей» не получило распространение. Хотя, казалось бы, по мере социальной девальвации института семьи в экономически развитых странах, клиенты, не нашедшие в жизни свою «половину» или потерявшие

ее, представляют все больший интерес как перспективная категория потребителей. И существуют уже гостиницы для одиноких туристов, и соответствующие туры. И не исключено, что с учетом этой тенденции выражение «одинокий туризм» или некий его аналог еще войдет в обиход. Время покажет, а сейчас ясно одно – процесс дифференциации видов туризма происходит под влиянием развития и спроса, и предложения. Во всяком случае, он отражает тенденции и сегментации спроса, и разделения труда в сфере туризма. И не только на ранней его стадии, когда происходило хозяйственное обособление индустрии гостеприимства, которое экономически закрепляло деление социальной деятельности, позднее названной туризмом, на туризм въездной и выездной. Но и на стадии специализации обслуживания и создания турпродукта, более «заточенного» под конкретные социальные группы, после выделения в самостоятельный вид хозяйственной деятельности турбизнеса.

Приведем другой пример, связанный с классификацией видов туризма по географическим признакам, а точнее общей характеристикой природной среды (или ландшафта), в которой проходит большая часть путешествия, или пребывание в которой, является существенной целью поездки. В первую очередь в этом случае выделяют туризм водный и горный, но не выделяют при этом наземный как более общее понятие по отношению горному или, например, воздушный, хотя авиационным транспортом люди путешествуют не меньше, чем водным. И куда в этом случае с точки зрения понятия природной среды относить такой «маргинальный», но массовый вид туризма, как пляжный? И как быть с таким далеко не массовым, но реально существующим видом туризма, как спелеотуризмом?

Теория на эти вопросы ответов не дает. А специалисты в области экстремального туризма давно выделяют в своей классификации такое понятие, как наземный туризм, включая в него маунтенбайкинг, Х – гонки, ту же спелеологию и спелеостологию, хотя в совокупности два последних вида логичнее было бы выделить в туризм подземный. Специалисты в области туризма спортивного добавляют в этот список трекинг и велотуризм. Используют экстремалы и такой термин как «воздушный туризм», включая в него парашютный спорт (классика, купольная акробатика, фристайл, скайсерфинг) B.a.s.e–jumping, парапланеризм, дельтапланеризм, полеты на воздушных шарах, легких спортивных самолетах и вертолетах. То есть, речь, по сути, идет о видах спорта в привязке их к путешествиям, которые осуществляются с целью или в процессе занятия этими видами спорта.

Впрочем, нюансы классификации одних видов туризма мало интересны практикам, занимающимся другими его видами. Менеджеру, работающему на массовых направлениях важно знать, о какой стране или каком регионе идет речь, пакетный тур желает клиент приобрести или заказной, чартерную авиаперевозку или регулярную, есть ли места в конкретных гостиницах на нужные даты и авиабилеты на нужные авиарейсы. А как вы называете вид туризма, которым занимается даже его фирма, не говоря уже о том, существуют ли такие виды туризма, как «воздушный» или «наземный», его интересует постольку, поскольку. Если, конечно, это обстоятельство не имеет налоговых последствий и не влияет на издержки, норму прибыли и другие жизненно важные для фирмы показатели. Так и для практика, предлагающего на своем сайте комбинированный тур, включающий сплав и поход, неважно, что думают специалисты в других видах туризма по поводу использования им в своей рекламе понятия «пешеводный туризм». Ему важно, что те, кому эта реклама адресована, с полуслова поймут, о каком маршруте идет речь.

Итак, общепринятой четкой классификации видов туризма не существует. В научных и методических работах она дается эскизно, как в начале этой статьи. Чаще всего приводится некий перечень наиболее очевидных критериев классификации видов туризма,

иногда в табличной форме, соответствующие примеры и затем автор переходит к другим вопросам или более или менее полному описанию отдельных видов туризма. Для бизнеса и самих туристов критерием истины является практика. В этом случае обычно используется отечественная и заимствованная из иностранных языков (чаще всего английского) терминология, сложившаяся в среде профессионалов и любителей данного вида туризма и включающая, как правило, классификацию соответствующих путешествий. Прессу, особенно неспециализированную, тем более волнует не точность названия вида туризма, а то, насколько тот или иной вид путешествий, может заинтересовать ее аудиторию.

Фактически же, получается, что для того, чтобы вид путешествий получил статус вида туризма, он должен, во-первых, существовать хотя бы теоретически. Во-вторых, этот должен быть вид путешествий, которые относятся к категории туристских. В-третьих, он должен иметь свое название. И, в-четвертых, он должен быть, что называется, «на слуху». Массовость занятий им в этом случае является желательной, но необязательной. О массовости космического туризма говорить пока не приходится. Реально он существует в виде штучного дорогого турпродукта и занимательных проектов. Но вниманием прессы не обделен, остальным трем упомянутым выше условиям соответствует, и вопрос о правомерности существования такого понятия, как космический туризм, особых дискуссий не вызывает.

При этом существование вида туризма может быть узаконено в прямом смысле слова, когда ему дается определение в нормативных актах. Но в них не устанавливается исчерпывающий перечень видов туризма, а упоминаются лишь те виды туристской деятельности, которые являются объектом нормативного регулирования, причем, с той степенью детализации, которая для этого необходима. Например, в последней редакции закона «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» даются определения таких видов туризма, как внутренний, въездной, выездной, международный, социальный и самодеятельный (2). Почему именно их?

Понятия внутреннего, въездного и выездного туризма нашли отражение в законе, поскольку в совокупности именно они включают в себя все остальные виды туризма. Социальный и самодеятельный туризм попали в его текст, прежде всего, потому, что в 4-й статье закона дается перечень видов туризма, пользующихся приоритетной поддержкой со стороны государства. В него входят такие виды туризма, как: внутренний, въездной, социальный и самодеятельный. Далее по тексту закона два последних вида туризма не упоминаются. А вот понятие «международный туризм», судя по всему, появилось в последней редакции закона для того, чтобы использовать его в целях укрупнения рынка въездного туризма.

Дело в том, что основной задачей внесения изменений и дополнений в действовавший отраслевой закон в 2007г. было введение финансовых гарантий ответственности туроператоров по договору о реализации туристского продукта. И, если бы авторы поправок ограничились упоминанием в тексте закона только понятий въездного, внутреннего и выездного туризма, могло возникнуть больше вопросов о том, почему, одни и те же суммы финансовых гарантий в размере 10, 0 млн. руб. предусматриваются для туроператоров, занимающихся и выездным, и въездным туризмом. При этом для туроператоров в сфере внутреннего туризма сумма финансовых гарантий ответственности по договору, в конечном счете, была установлена в размере 0, 5 млн. руб. в год.

Введение в первой статье закона понятия «международный туризм», включающего и въездной, и выездной, в этой ситуации позволяло предложить депутатам и общественному мнению вариант дифференциации финансовых гарантий для туроператоров, занимающихся международным и внутренним туризмом. И тем самым завуалировать введение одних и тех же сумм гарантий для выездного и въездного туризма, что является экономическим нонсенсом. Хотя бы потому, что за счет средств финансовых гарантий банк

или страховая компания могут выплатить туристу средства в счет возмещения ущерба лишь при наличии у него договора с туроператором, а работающие на прием туроператоры в абсолютном большинстве случаев с иностранными туристами прямых договоров не заключают. В этом случае компания, принимающая в России зарубежных туристов, заключает договор с туроператором, который является ее партнером за рубежом. А тот, в свою очередь, заключает договор о реализации турпродукта с клиентом, и обеспечивает гарантии его прав по договору в соответствии с законодательством той страны, где продается тур. Поэтому гарантии в случае с въездным туризмом, если и надо было вводить, то в объеме, предусмотренном для туроператоров по внутреннему туризму, поскольку компании, принимающие иностранных туристов, как правило, работают и на прием российских. Но не как не в объеме, установленном для туроператоров, занимающихся отправкой российских туристов за рубеж. Так, что при определенных обстоятельствах вопрос классификации видов туризма и соответствующей терминологии приобретает вполне практическое значение.

Более широкий, перечень видов туризма упоминается в нормативных актах, обеспечивающих реализацию закона «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации», таких, как федеральные и региональные программы развития туризма или «Стратегия развития туризма в Российской Федерации до 2015 года». Возникает тема более подробной идентификации целей поездок, в том числе как туристских, и при разработке нормативной базы визовых, таможенных и иных формальностей, связанных с пересечением границ. А вот разработчики Общероссийского классификатора услуг населению пошли по простому пути, приведя его раздел «Туристские услуги» в соответствие с текстом ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» в его первоначальной редакции . Услуги туроператоров они сначала разбили на три группы, – услуги по организации внутреннего, выездного и въездного туризма. А в каждой из этих групп выделили виды туров в соответствии с целями поездок, отнесенных согласно букве закона к категории «туристских», то есть туры: оздоровительные, познавательные, профессионально-деловые, спортивные, религиозные и прочие (2).

Наконец, определенные шаги в направлении классификации видов туризма предпринимаются туристскими объединениями, сформированными по тому или иному принципу, начиная от местных ассоциаций до Всемирной туристской организации (ЮНВТО). В своих методических рекомендациях последняя также выделяет туризм внутренний, въездной и выездной, называя их не видами, а основными формами туризма, и предлагает различные их комбинации. Например, «internal» туризм в отличие от «domestic» согласно этим рекомендациям включает туризм внутренний и въездной. Национальный туризм, – включает въездной и выездной, а интернациональный, – въездной и выездной (3). Но и эти новые рекомендации, утвержденные Статистической комиссией ООН, не дают ответов на многие, возникающие в связи с классификацией видов туристских путешествий, вопросы. В том числе, на вопрос об определении самого понятия «вид туризма». Теоретически ясно, что это вид путешествий, который, во-первых, относится к категории туристских, и, во-вторых, отличается от других по целям поездки, способам передвижения или иным критериям. Но даже перечень этих целей остается открытым.

Согласно определению понятия «туризм», данному в последней редакции закона «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации», к нему относятся временные выезды «в лечебно-оздоровительных, рекреационных, познавательных, физкультурно-спортивных, профессионально-деловых, религиозных и иных целях» (2). Всемирная туристская организация до недавнего времени выделяла следующие основные цели туристских поездок:

досуг, рекреация, отдых,
посещение знакомых и родственников,

деловые и профессиональные цели,
лечение,
религия/паломничество,
другие (4).

В новых рекомендациях по статистике туризма, изданных ЮНВТО, классификация видов туристских путешествий по основным целям поездки несколько изменилась. Прежде всего, эти цели теперь разбиты на две группы. В одну из них входят, так называемые, цели «личные», а в другую, – деловые и профессиональные. В составе «личных», помимо упомянутых в вышеприведенном списке, теперь выделена такая цель поездки, как шоппинг. Причем речь в этом случае идет о покупке товаров для личного потребления. А, если товары предназначены для последующей продажи или производственного потребления, то приобретение их относится к деловым и профессиональным целям поездки.

В группе «личных» целей поездки также отдельной строкой выделены «образование и тренинг», которые ранее входили в состав деловых и профессиональных целей путешествий. В этой же группе в отдельную позицию теперь выделен транзит. Кроме того, «incentive» туризм, который в числе основных целей путешествий отдельной строкой, правда, не выделяется, из делового туризма переведен в разряд рекреации (3).

С подходами Всемирной туристской организации, да и российского законодательства к классификации целей путешествий, относимых к категории туристских, согласны далеко не все. Русская православная церковь, например, настаивает на том, что нельзя считать туризмом паломничество. А среди курортологов до сих пор, правда в меньшей степени, чем раньше, бытует точка зрения, согласно которой неправомерно считать туристами приезжающих на курорты с целью оздоровления. Иные оппоненты говорят, что нельзя считать туризмом командировки или поездку в клинику на операцию. Но и они не предлагают веских аргументов в обоснование того, почему эти поездки нельзя считать туристскими. Потому, что они вынужденные? Но путешествие с целью отдыха на курорт тоже может быть продиктовано вынужденными обстоятельствами. Потому, что основная цель поездки не связана с потреблением услуг индустрии гостеприимства? Но живут то те, кто приехал в командировку, как правило, в гостиницах. И тот же медицинский стационар, предоставляя лечение, является одновременно средством размещения. С другой стороны, могут резонно возразить оппоненты расширительной трактовки понятия «туризм», трудовые мигранты тоже пользуются коллективными средствами размещения, но это не является основанием считать их туристами. Особую остроту дискуссия о том, какие путешествия считать туристскими, развернулась в связи с принятием закона «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» в середине 90-х. Тогда пришлось даже в перечне целей поездок, приведенном в определении понятия «туризм», пожертвовать таким основным мотивом туристских путешествий, как рекреация. Лишь бы сохранить в нем такие цели, как, например, деловые и религиозные (5). Авторы первой версии основного отраслевого закона о туризме исходили из того, что при внесении в него в будущем поправок, перечень целей туристских поездок легче будет дополнить понятиями «отдых» или «рекреация», чем теми, которые удалось отстоять на первом этапе. И не ошиблись, с очередными поправками рекреация, как цель поездки, нашла свое место в определении понятия «туризм».

Всемирная туристская организация предлагает решать проблему идентификации путешествия в качестве туристского с позиций статистики спроса и потребления. Согласно этой точке зрения «такой вид деятельности, как туризм, определяется не характером товара/услуги, а скорее, особенностями их потребителя. Например, если какое – либо лицо приобретает прохладительный напиток в магазине рядом с домом, ясно, что такая операция не представляет собой «туризм»; однако, если какое – либо лицо посещает

этот район для отдыха и приобретает этот же прохладительный напиток в том же магазине, данное действие представляет собой «туризм» (4). При этом к категории туристов предлагается относить все лица, пребывающие в страну не менее чем на сутки (или совершающие ночевку) и не более чем на год. Но при условии, что основной целью их приезда не должна быть деятельность, оплачиваемая из местных источников. Наше законодательство в этом отношении жестче. Максимальный срок туристского пребывания на территории страны оно ограничивает полугодом. И цели поездки в законе «Об основах туристской деятельности в Российской федерации» на основные и дополнительные не разделяются. Так, что, из категории туристов автоматически должны исключаться все приезжие, занимающиеся деятельностью, оплачиваемой из местных источников.

В этой связи встает и другой вопрос: можно ли к туристам причислять дачников? Если второе жилье для них является первым или личное подсобное хозяйство служит весомым источником семейного дохода, ясно, что туризм, здесь не при чем. По крайней мере, с точки зрения нашего законодательства. А, если загородное жилье не является постоянным местом жительства, а работа на приусадебном участке является любимым делом в свободное от работы время? ЮНВТО в этом случае дачников, точнее тех, кто второе жилье использует временно и в рекреационных целях, относит к категории туристов. А ведь в этом случае речь уже идет не только о спросе на услуги транспорта или на ГСМ, чтобы добраться до загородной резиденции, но и на стройматериалы, мебель, дачный инвентарь, которые в составе туристского спроса обычно не учитываются, но составляют немалую часть розничного товарооборота. И остается решить, согласится с редко употребляемым, но уже давно существующим, термином – «дачный туризм», или рассматривать поездки во второе жилье с целью отдыха и развлечений как составную часть туризма рекреационного.

Впрочем, скорее всего, дело кончится и тем, и другим, как в случае с тайм-шер. Последний не просто стал рассматриваться как отдельный вид путешествий. Во многих странах для регулирования тайм-шер или, как его еще называют клубного отдыха, были приняты специальные законы. А в России отказ от принятия такого закона в свое время привел к массовому нарушению потребительских прав. Позднее, спохватившись, деятельность по продаже тайм-шер попытались лицензировать. Но безуспешно, в том числе потому, что данный вид организации путешествий с учетом специфики его экономических и правовых отношений, плохо вписывался в действующее российское законодательство, которое, из за появления какого то там нового «вида туризма», по существу менять не стали. А ограничились введением мер более привычных, но менее эффективных, чем достаточно сложные специальные нормативные акты, принятые с этой целью за рубежом. В итоге страны, где такие законы были приняты, как минимум защитили потребителей, и, как максимум, извлекли немалые экономические выгоды от развития тайм-шер с точки зрения нового гостиничного строительства. А у нас ни одну из этих задач решить не удалось.

Таким образом, сфера деятельности, на которую распространяется понятие «туризм», неуклонно расширяется. Количество видов туризма постоянно растет. Но получается, что самой ЮНВТО, которая предлагает определять границы туризма по контингенту потребителей, а не перечню потребляемых ими товаров и услуг, составить список видов экономической деятельности, связанных с удовлетворением спроса на туристские поездки, проще, чем классифицировать эти путешествия и разбить их по видам туризма. Список таких видов экономической деятельности под названием «Стандартная международная классификация видов деятельности в туризме» или сокращенно СИКТА во Всемирной туристской организации был составлен еще в первой половине 90–х. А подробной классификации самих путешествий с разбивкой их по видам туризма так и не появилось.

Можно было бы предположить, что ЮНВТО в принципе против употребления такого понятия, как «вид туризма». Но, во-первых, оно сегодня является общепринятым.

Во-вторых, по сути это синоним понятия «вид путешествий с туристскими целями». Но дело даже не в том, что список этих целей остается открытым. Вопрос в том, кто сказал, что классификация пусть не видов, а форм туризма, равно как и многих других видов социальной деятельности, должна осуществляться только по целевому признаку, а все остальное можно решить на уровне понятийного аппарата маркетинговых прикладных задач? В конце концов, в свих методических материалах Всемирная туристская организация тоже использует такие понятия, как туризм: «сельский», «молодежный», «этнический», «религиозный», «ностальгический», «дачный», «экотуризм» и др. (6).

Проблема на наш взгляд заключается в том, что предлагаемый ЮНВТО подход закономерен именно для статистики туристского спроса и потребления, а так же для определения доли торговли товарами и услугами туристского спроса в товарообороте и внешнеторговом балансе. Применим, он и в маркетинговых исследованиях, в частности, для решения задач, связанных с сегментацией туристского спроса, где используются во многом те же критерии, что и при классификации видов туризма, что вполне логично (7). Но в реальной жизни взаимосвязь спроса и предложения также неразрывна, как и взаимосвязь между туризмом как социальным видом деятельности и видом деятельности экономическим. В этой реальной жизни туризм существует, если так можно выразиться, в нескольких ипостасях :

– как путешествия, то есть как вид социальной деятельности в узком смысле слова;

– как индустрия, то есть вид деятельности экономической в более широкой его трактовке, чем это принято в ОКВЭД и МСОК;

– как рынок соответствующих товаров и услуг;

– как объект управления;

– как представления о туризме в его выше перечисленных формах, сложившиеся в массовом сознании.

В этих различных, но неразрывно связанных между собой формах существует не только туризм в целом, но и каждая его разновидность. Есть, конечно, и исключения, в частности, когда реализация потребности в путешествии включает в качестве одного из условий минимизацию товарно-денежных отношений, в которые турист, вступает с хозяйствующими субъектами. Наглядный тому пример – хич-хайкинг или путешествия автостопом. Говорить о существовании этого вида путешествий в виде индустрии вряд ли есть основания. Но даже в отношении самодеятельного туризма такие основания есть. Только придется избавиться от некоторых расхожих штампов. Речь, в частности, идет о том, что процесс реализации потребностей в путешествиях с туристскими целями принято рассматривать преимущественно с позиций отраслевой принадлежности туризма к сфере услуг и, более того, потребления турпродукта в виде комплекса услуг, включающего, как минимум, услуги пассажироперевозки и размещения.

Такой подход необоснованно сужает возможности структурного анализа туризма и как социального и как экономического видов деятельности, осуществление которых не всегда предполагает пользование услугами предприятий туриндустрии и, тем более, приобретение пакетных туров. Правда, туризм принято делить на организованный и неорганизованный или самодеятельный. Но это не выводит последний, как это нередко пытаются представить, из сферы товарно-денежных отношений на основании того, что неорганизованный турист не покупает путевку в турфирме или не проживает в гостинице. Во-первых, самодеятельные туристы приобретает соответствующую одежду, обувь, рюкзаки, палатки, спальные мешки, карты, путеводители и другие товары туристского спроса. Во-вторых, они нередко пользуется услугами предприятий транспорта, общественного питания, музеев, да и тех же гостиниц. В-третьих, в самодеятельном туризме существуют свои, преимущественно клубные, организационные формы, устойчивые коммуникативные связи, в том числе через Интернет, свои СМИ, свои массовые организованные мероприятия, свой

фольклор и т. д. Иными словами применительно к самодеятельному туризму как виду туризма есть основания говорить о нескольких его особенностях.

Если рассматривать самодеятельный туризм, как индустрию, то, в отличие от большинства других видов туризма, в ее структуре предприятия по производству и реализации товаров туристского спроса играют не меньшую, если не большую роль, чем предприятия сферы услуг. Другая особенность самодеятельного туризма заключается в том, что вместе, прежде всего, со спортивным туризмом он представляет собой ярко выраженную субкультуру, значимую в жизни общества не только потому, что с ней связывают развитие такого явления, как авторская песня. Наконец, именно социально-экономические особенности самодеятельного туризма предопределили государственную поддержку его развития еще на заре советской власти. С одной стороны, это наименее капиталоемкий вид туризма, а с другой, – обеспечивающий максимальный социальный эффект, по крайней мере, с точки зрения его массовой доступности и задач оздоровления нации. Кстати, именно по этой причине самодеятельный туризм был включен в число видов туризма, пользующихся приоритетной поддержкой государства, при принятии закона «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» в его первой редакции.

Впрочем, социальное и экономическое значение каждого конкретного вида туризма неоднозначно. Не секрет, что тот или иной вид путешествий может быть экономически значимым для населения страны или региона, но носить асоциальный характер, если он наносит ущерб природному и культурному наследию, здоровью местного населения и самих туристов, традиционным ценностям, религиозным чувствам людей, общепринятым нормам морали и нравственности. Правда, такого рода противоречия возникают чаще не по причине «порочности» самого вида туризма, а в результате несоблюдения принципов его устойчивого развития.

Что же касается значения вида туризма, как индустрии, то оно зависит от факторов и качественных, и количественных. То есть, с одной стороны, – от финансовых параметров соответствующего рынка и вовлекаемых в его оборот других видов ресурсов, а с другой, – от степени специализации хозяйственной деятельности, направленной на удовлетворение социальных потребностей в соответствующем виде путешествий. Не случайно отдельные виды туризма обретают сегодня свое новое название, подчеркивающее их значение, как самостоятельной индустрии, например, SPA индустрия или индустрия MICE, название которой, как известно, представляет собой аббревиатуру, образованную из первых букв наименований тех целей поездок, которые принято относить к деловому туризму. Это: встречи (meetings), поощрения (incentives), конференции (conferences) и выставки (exhibitions). Во многих случаях, будь то круизы, пляжный, оздоровительный, деловой, культурно – познавательный или спортивный туризм, прослеживается глубокая специализация:

– профессий и программ подготовки специалистов,

– предприятий, оказывающих профильные услуги и производящих соответствующие товары;

– техники и технологий;

– средств размещения;

– информационных каналов,

– территорий, где тот или иной вид туризма, получил свое развитие.

Другое дело, что нередко индустрия гостеприимства обеспечивает реализацию потребностей в конкретном виде деятельности, как приезжих, так и местного населения. Но степень и формы ее развития для местных нужд и привлечения турпотоков, как правило, сильно отличаются. Аналогичным образом вид туризма, в том числе как индустрия, например, горнолыжного или гольф туризма, является, одновременно, индустрией горнолыжного спорта и гольфа как вида спорта.

В этом случае мы имеем дело с другой особенностью туризма, во многом предопределяющей многообразие его экзогенных связей, как социально – экономической системы. Дело в том, что какие виды путешествий не относи к категории туристских, речь в любом случае идет о миграции. А в случае с миграцией мы, как правило, имеем дело не с одним а, как минимум двумя и более неразрывно связанными между собой видами деятельности, – собственно, путешествием и том или тех видах деятельности, с целью занятия которыми осуществляется поездка. Это могут быть и лечение, и осмотр достопримечательностей, и занятия тем или иным видом спорта, и шоппинг, и изучение иностранного языка и т. д. Путешествия, как самоцель, в этом случае можно оставить «за скобками». Тяга к перемене мест играет, несомненно, важную роль в мотивации путешествий. Но страсть к путешествиям ради самого путешествия в контексте социальных потребностей скорее исключение и природу туризма как общественного явления не определяет.

Помимо стремления человека к смене обстановки и новым впечатлениям потребность в путешествиях с туристскими целями определяется географическим распределением туристских ресурсов, территориальным разделением труда и возможностью в рамках одной поездки реализовать различные потребности. Гольфом, например, многие любители этого вида спорта могут заниматься и в районе постоянного места жительства. Но не существует одинаковых гольф полей, одинаковых естественных горнолыжных склонов, национальных парков, музеев и курортов с одинаковыми природными лечебными ресурсами. Не говоря уже о разнице климатических условий и разном уровне развития индустрии гостеприимства. Поэтому то человек и путешествует с туристскими целями. Но само путешествие, как передвижение из пункта «А» в пункт «Б» или по более сложному маршруту и, даже как комплекс услуг является, чаще всего, промежуточным продуктом с точки зрения реализации конечной цели или целей поездки.

Конечно, пакетный тур может включать услуги, обеспечивающие удовлетворение более широкого круга потребностей туриста, чем проезд и проживание. В составе его могут продаваться и экскурсионная программа, и охота, и сплав, и курс лечения или изучения языка, и полеты на воздушном шаре. Но с точки зрения классификации видов туризма именно сочетание в рамках одного путешествия различных видов деятельности обусловливает совпадение названий, например, ряда видов спорта и видов туризма. В одних случаях речь идет об их полной идентичности: дайвинг, серфинг, рафтинг, альпинизм и т. д. В других, – к названию вида спортивной или виду иной деятельности добавляется слово «туризм»: гольф туризм, автотуризм, спелеотуризм, экотуризм. В третьих, – вид деятельности, являющийся основной целью поездки, обозначается в наименовании вида туризма соответствующим прилагательным: лечебный, образовательный, экскурсионный, религиозный туризм и т. п. Но полного совпадения деятельности, даже при общем названии вида туризма и вида иных занятий, например вида спорта, не происходит. Разница заключается в том, что как вид туризма тот же дайвинг, в обязательном порядке включает путешествие. А как вид спорта, дайвинг включает в качестве неотъемлемой своей части соревновательную деятельность.

Таким образом, сложность классификации видов туризма во многом обусловлена самой комбинированной природой путешествий и множественностью сочетаний в рамках туризма различных видов социальной деятельности. Это, в свою очередь предопределяет место туризма в отраслевой структуре экономики как не просто отрасли, а межотраслевого хозяйственного комплекса. Здесь же кроется главная особенность туризма как объекта управления, которая заключается в том, что вопросы развития туризма, де-факто, находятся в ведении множества министерств и ведомств. И решение этих вопросов возможно лишь на основе комплексного межотраслевого подхода.

Кроме того, классификации туристских путешествий свойственна более сложная иерархическая структура, чем просто деление на виды туризма. Сейчас видом туризма на-

зывается и спортивный туризм, и входящий в его состав велотуризм, и деловой туризм, и его составная часть – конгресс туризм. В действительности такие категории, как деловой, спортивный, лечебно-оздоровительный, экологический и целый ряд других, которые принято называть видами туризма, представляют собой не виды, а группы видов туризма, объединенных по различным признакам. А виды туризма, которые входят в группу, могут, в свою очередь, делиться на подвиды, и так до основания системы, первичным звеном которой является путешествие с туристскими целями.

Причем, речь идет о структуре нелинейного типа. В нашем случае, кроме всего прочего, это означает, что одни и те же виды туризма могут одновременно входить в различные группы. Например, тот же альпинизм входит и в группу спортивных, и в группу горных видов туризма. При этом все, выделяемые сегодня горные виды туризма, входят в группу спортивных видов. В эту же группу входит большинство водных видов туризма, но не входят круизы. Не выделять горные виды туризма по аналогии с водными, нет никаких оснований. И, следовательно, выделенные в рамках общей классификации одни группы видов туризма могут поглощаться другими. Или это может означать, что не все виды туризма в рамках поглощенной группы еще выделены. В горы ведь туристы идут не только со спортивными целями. Популярны и горноклиматические курорты, такие как Красная Поляна или Кисловодск. Существуют и экскурсионные туры в районы высокогорья, например, в тибетскую столицу Лхаса или горнозаводской город Потоси в Андах. Но в самостоятельные виды или подвиды туризма ни оздоровление на горных курортах, ни путешествия в горы с культурно-познавательными, религиозными целями или для занятий экологическим туризмом, в отличие от горно-спортивных видов туризма, не выделяются.

Лечебный туризм, например, в отдельных работах наряду с водным, горным, экологическим и купально-пляжным выделяется в самостоятельный вид путешествий на основе такого критерия, как вид используемых природных ресурсов (8). Аргументы для этого есть, если говорить об оздоровлении на курортах, основанном на использовании таких природных факторов, как климат, целебные воды и грязи. Но в соответствии с методическими рекомендациями ЮНВТО в число туристских попадают все поездки, главой целью которых является лечение. И. действительно, посещение зарубежных клиник является распространенным мотивом путешествий. Но в отличие от курортного лечения посещение амбулаторно – поликлинических учреждениий или пребывание в стационаре связано не столько с действием природных лечебных факторов, сколько с конкурентоспособностью медицинских услуг с точки зрения соотношения их цены и качества. И, следовательно, курортное лечение может быть выделено в отдельный вид путешествий по признаку используемых природных ресурсов, а остальные «путешествия за здоровьем» и поездки на лечение в целом закономерно выделить в отдельную группу видов путешествий на основании критерия миграционной мотивации.

Особенно наглядно многоплановость структуры туризма как социального вида деятельности проявляется в работах, связанных с анализом структуры путешествий в рамках отдельного вида или группы видов туризма. В этих случаях общая классификация видов туризма в большей или меньшей степени начинает воспроизводится в рамках отдельно взятой группы. Например в рамках экотуризма , как туризма «природно-ориентированного», предлагается выделить и рекреационные туры, с делением их на пассивный отдых и путешествия с активными способами передвижения, и научный туризм, агротуризм, и студенческий, и лечение с использованием природных факторов. При этом используются и специфические критерии, которые по сути ближе всего к такому классификационному признаку, как границы территориально-административных образований. Имеется в виду, что весь экологический туризм предлагается делить на два основных вида: туризм в пределах и вне границ особо охраняемых природных территорий (9).

Особенно много общего мы находим в классификации видов спорта и туризма. И в том, и другом случае перечень самих видов остается открытым. Схожа их иерархическая структура. Виды спорта тоже делятся на группы: игровые, циклические, силовые, технические, экстремальные, единоборства и т. д. Всех участников спортивной деятельности можно разделить на профессионалов, любителей и зрителей. В туризме то же есть профессиональные путешественники, а в событийном туризме (и не только) возможна градация туристов на непосредственных участников событий и зрителей. Обе структуры развиваются весьма динамично. Генезис и эволюция и видов спорта, и видов туризма происходит в огромной степени под влиянием научно-технического прогресса, который делает доступными все новые транспортные средства, туристский и спортивный инвентарь и оборудование, средства размещения и объекты показа, вплоть до виртуальной реальности. И в том, и в другом случае под воздействием НТП и по мере расширения инвестиционных возможностей в определенной степени преодолеваются природно-климатические и ландшафтные ограничения для занятий различными видами спорта и туризма.

Впрочем, аналогии здесь можно провести и с культурной, и с профессиональной, и с досуговой деятельностью. Не случайно именно с анализа последней начиналась отечественная школа рекреационной географии и затем уже ее основатели переходили к понятию «рекреационных систем» и исключительно актуальным и сегодня выводам (10). Именно «деятельностный», междисциплинарный подход позволил им уже тогда рассматривать дачное строительство не только с точки зрения развития личного подсобного хозяйства, но и рекреационного освоения территорий. И, конечно, с позиций теории развития рекреационных систем немыслимым делом представляется массовый «замельченный» землеотвод под частное строительство в районах исторически сложившейся застройки туристских центров и на первой линии курортных городов. А на отечественных курортах после распада союзного государства такого рода практика получила достаточно широкое распространение.

Конечно, ситуация в регионах отличается. Все больше субъектов Федерации делают реальную ставку на туризм. Не случайно экспертный опрос туроператоров по приему иностранных туристов, проведенный РСТ в 2006 г., показал, что, по мнению его участников, наиболее заметным достижением отечественной индустрии гостеприимства в последние годы стало создание и продвижение на рынке новых региональных туристских продуктов и дестинаций. И, что характерно, пример в этом отношении все чаще подают регионы, ранее не считавшиеся особо перспективными с точки зрения развития туризма, например, Челябинская, Мурманская, Вологодская области, Ханты – Мансийский автономный округ и, даже, Чукотка.

Другим примером в этом отношении может стать география созданных за последние годы в России горнолыжных центров, которая охватывает множество регионов страны. Причем, в числе лидеров сегодня числятся не только традиционно популярные Красная Поляна или Домбай, но и районы отнюдь не высокогорья, например Дмитровский район Подмосковья. Искусственные горнолыжные трассы и ледовые дворцы становятся привычной частью южной индустрии гостеприимства, а аквапарки, – северной. Новые экономические возможности и технологии позволяют делать программы управления национальной и региональной индустрией гостеприимства более разнообразными с точки зрения развития различных видов туризма на одной территории. Поэтому выбор приоритетов в развитии видов туризма и оптимального их сочетания остается одним из ключевых вопросов регулирования хозяйственной деятельности в сфере туризма. И актуальность его только растет применительно ко всем уровням управления, будь то задачи диверсификации деятельности турфирмы или управления всей туристской индустрией.

Разумеется, к классификации видов туризма данный вопрос не сводится. Но и обойти эту тему невозможно, поскольку изучение структуры туризма – первое, с чем сталкивает-

ся любой аналитик после уяснения самого понятия «туризм». И тот факт, что структура видов туризма представляет собой систему сложную, существующую во многих измерениях, ассиметричную и динамичную нужно воспринимать как объективную реальность. А не пытаться ее деформировать в целях упрощения задач статистики, управления или просто в угоду интересам тех или иных министерств и ведомств В противном случае и статистика будет неточной, и управленческие просчеты неизбежны. Только комплексный, междисциплинарный подход к разработке методологических и методических проблем развития туризма позволит задать научно обоснованный вектор и хозяйственной деятельности, и управлению туриндустрией. А значит, исследования в этом направлении получат свое продолжение, и вопрос о классификации путешествий останется в повестке дня и теории, и практики туризма.

Литература

1. Александрова А. Ю. Экономика и территориальная организация международного туризма. – М.: Изд-во Моск. ун-та, 1996, Быстров С. А., Воронцова М.Г. Туризм: макроэкономика и микроэкономика. – СПб.: «Издательский дом Герда», 2008 и др.

2. Юридический сборник 2008 г. Тревел эксперт. – М.:ЮА «Персона грата», 2008 г.

3. International Recommendations for Tourism Statistics 2008. – Madrid, New-York: UN, UNWTO, 2008.

4. Концепция, определения и классификации для статистики туризма. Техническое пособие №1. – Мадрид, ВТО, 1995.

5. Организационно-правовые основы туристского и гостиничного бизнеса: Нормативно-правовые документы. – М.: Финстатинформ, 1998.

6. Национальное и региональное планирование туризма. – Мадрид: ВТО, 1994.

7. Жукова М. А. Индустрия туризма: менеджмент организации. – М.: Финансы и статистика, 2004., Яковлев Г. А. Экономика и статистика туризма. – М.: Издательство РДЛ, 2007., и др.

8. Александрова А. Ю. Международный туризм. – М.: Аспект Пресс, 2004.

9. Ледовских Е. Ю., Дроздов А.В., Моралева Н. В. Виды экотуризма. В кн.: Экологический туризм на пути в Россию. Принципы, рекомендации, российский и зарубежный опыт. – Тула: Гриф и К, 2002.

10.Теоретические основы рекреационной географии. – М.: Наука, 1975 г.

ПЕРСПЕКТИВЫ АКАДЕМИЧЕСКИХ ИССЛЕДОВАНИЙ СИСТЕМ РЕКРЕАЦИИ И ТУРИНДУСТРИИ

Сорокин Д.Е., *первый зам. дир. ин-та экономики РАН, профессор, д.э.н.*
Амирханов М.М., *директор Сочинского научно-исследовательского центра РАН, профессор, д.э.н.* **Чуваткин П.П.,** *зав. лаб. Сочинского научно-исследовательского центра РАН, профессор, д.э.н.* **Шарафутдинов В.Н.,** *зав. лаб. Сочинского научно-исследовательского центра РАН, профессор, д.э.н.*
Ерешко Ф.И., *директор Агентства научных туров РАН-РМАТ, ученый секретарь Межведомственного научного совета по системным проблемам рекреации и туриндустрии; академик РАЕН, профессор, д.т.н., Вычислительный центр им. А.А. Дородницына РАН*

Название нашего доклада принципиально коррелирует и следует докладу академической группы, представленному 27 февраля на презентации в Институте экономики РАН «Предложения к программе социально-экономического развития на следующий президентский цикл». Правда, средства массовой информации сообщили другое название презентации: “Задачи для будущего президента”. Действительно, последнее время отмечено активными дискуссиями ученых-экономистов о стратегии развития страны, и авторы академического доклада ставили своей целью сформулировать главные задачи экономики.

Близость содержания наших докладов, конечно, не случайно. Мы хотим представить здесь, как общие установки академического доклада в форме «Предложений...» трансформируются в системной отрасли рекреации и туриндустрии. Это, во – первых.

Кроме того, во – вторых, понятно, что «Предложения...» сформировались на основе долговременных научных изысканий авторов, и вслед за этим «Предложения...» инициируют новые научные исследования и, в частности в сфере рекреации и туриндустрии.

В-третьих, мы преследовали цель познакомить туристскую научную общественность с основными взглядами академической среды на перспективы экономики в целом.

Определим в академическом стиле: система рекреации и туриндустрии включает в себя обширный комплекс проблем и путей решения по воссозданию духовных и физических сил нации. Общеизвестно, что труженику необходим гарантированный, регулярный отдых для восстановление трудовой активности, а страна экспериментирует уже 17 лет, разрушив систему гарантированной, пусть уравнительной, но эффективной системы рекреации .

Проблематика систем рекреации и туриндустрии включает в себя проблемы и инфраструктуры, и сервиса, и строительства, и социально – психологические аспекты и демографические и медицинские и взаимодействия с мировым хозяйством и т.д. Трудно выделить сферу, не влияющую прямо или косвенно на воссоздание и поддержание высокого уровня трудовых ресурсов страны, фактически единственно главного ресурса России.

Несколько слов об основных положениях академического доклада.

В нём содержится позитивная критика текущей экономической политики и предлагается альтернативный собственный план развития России на период с 2008 по 2016 год.

Очевидно, что общие проблемы, стоящие перед экономикой в целом, полностью переносятся на сферу туризма и рекреации.

Выдержки из академического доклада приводятся далее в кавычках.

Итак, прежде всего критический взгляд на прошедшее и настоящее.

«В настоящее время в реальности разнообразия вариантов развития для страны нет, время ушло. Единственно приемлемый сегодня вариант – можно назвать «модернизация».

Модернизация – это потребность времени, но нам приходится браться за проект «постиндустриализация», не освоив до конца всего необходимого из эпохи «индустриализации». Чтобы удалось и то, и другое, модернизация должна из цели превратиться в образ жизни страны..

Во-первых, страна должна определиться с целью реформ. Чего мы хотим – роста Стабфонда, финансовой стабилизации – или быстрого роста инноваций, ВВП и благосостояния людей? Что она даст стране и народу – рост экономики, решение социальных проблем и экономическую безопасность или пару десятков новых миллиардеров?

Во-вторых, модернизационные реформы должны быть комплексными: нельзя рассчитывать войти в будущее, установив новое оборудование на нефтяных и газовых скважинах, освоив нанотехнологии и сохраняя полунищих бюджетников и вопиющую ветхость едва не всего скудного жилого фонда страны и разрушенную рекреационную систему. Нельзя настроить много автосборочных заводов и закупать половину продовольствия за границей, погубив при этом собственную обрабатывающую промышленность»

В-третьих, необходима чёткая консолидация нации для решения поставленных задач.

«Судя по многим признакам, власти вплотную приблизились к пониманию реального положения в экономике и социальной сфере, неподдельной сложности стоящих перед страной задач. Распростившись с маниловщиной во внешней политике и внутренних делах, руководители страны начинают, похоже, освобождаться и от «романтических» иллюзий в экономике.

Единственный курс в экономической политике, способный объединить и хозяйственные, и другие национальные интересы и выгодный всем – населению, властям, бизнесу,

стране в целом, – носит наименование « патриотический прагматизм». Ведущие западные государства (вспомним, в быту США американский гимн и флаг) исповедуют именно этот принцип.

«С формальной точки зрения это означает: зафиксировать потребности страны, определить цели, сформулировать задачи и выполнять их, соблюдая ***собственные*** интересы. Чтобы самая грандиозная из предпринимавшихся в России реформ под названием «модернизация» увенчалась успехом, нужно честно и непредвзято определить состояние наших важнейших социально-экономических сфер, затем найти наиболее перспективные направления, позволяющие России выйти на передовые позиции в мире, и одновременно проекты, дающие верный и быстрый доход на период освоения инноваций, сопоставить их с имеющимися финансовыми и иными ресурсами, отобрать посильный комплект и бросить на его выполнение все силы государства и предпринимательского сектора.

В таком программно-целевом, системном подходе должно быть много места творчеству, национальной дисциплине, здравому смыслу – и никакой сковывающей идеологии».

Мир вокруг России и внутренняя ситуация

О мире

«Период до 2015 г., по-видимому, станет завершающим этапом процесса масштабной трансформации международной системы. Главные элементы трансформации – глобализация экономических и других общественных отношений, активизация трансграничных процессов и усиление многослойной взаимозависимости в политике и экономике при нарастании противоречивости и неустойчивости глобальной системы в целом»

И это надо учитывать при проектировании внешней политики в сфере туриндустрии, как государству, так и бизнесу.

«С высокой степенью достоверности можно прогнозировать дальнейшее ослабление управляемости международными процессами, нарастание в них элементов хаотичности. В связи с этим следует считаться с опасностью «расползания» технологий, используемых для создания оружия массового поражения, включая угрозу доступа к ним различных негосударственных структур. Поскольку большинство современных государств пока не готово к эффективной деятельности в таких условиях, не исключено нарастание дестабилизации в отдельных регионах мира с образованием соответствующих вакуумов безопасности.

В регионе СНГ сохранятся тенденции к размежеванию, связанные с превращением постсоветского пространства в зону мирохозяйственной конкуренции. Реальные интеграционные процессы в прогнозируемый период возможны только с Казахстаном и Белоруссией – в случае принятия и реализации взаимовыгодных стратегических решений»

Понятно, что в развитии интеграционных процессов огромную роль должны сыграть мощные туристические потоки между этими странами, что должно явиться предметом забот политического руководства стран.

Внутренняя ситуация

«Концептуальное и программное обоснование перспектив социально-экономического развития России должно, как уже отмечалось, исходить из тенденций, определившихся в результате уже пройденного страной трансформационного пути. Как известно, после финансового краха 1998 г. в экономическую политику были внесены некоторые коррективы, учитывающие национальные экономические интересы. С ними совпали по времени исключительно благоприятные для добывающего сектора и для бюджета изменения конъюнктуры на мировых рынках традиционных углеводородных энергоносителей и

энергоемкого сырья, особенно черных и цветных металлов. В результате отечественная экономика в «постдефолтный» период обрела весьма высокую динамику, выйдя по показателям ВВП и денежных доходов населения на дореформенный уровень 1990 г.

Однако качество этого роста вызывает серьезную озабоченность. Значительная (превышающая 400 млрд. долл.) часть накопленных ресурсов «заперта» в валютных резервах и в Стабилизационном фонде РФ. Не обеспечена многократно декларировавшаяся «структурная диверсификация экономики», недопустимо мал приток средств в наукоемкие высокотехнологические секторы народного хозяйства. Разорваны основные элементы инновационного цикла. Неудовлетворительно развивается производственная инфраструктура страны. Отсутствует эффективная экологическая политика».

Точно также, система рекреации и туриндустрии в современных условиях не решает проблему релаксации и воссоздания трудового потенциала, как это решалось раньше. Это и есть основная проблема в рекреации и туриндустрии: воссоздание и превышение прошлого советского уровня. Этого и требует модернизация всей сферы рекреации и туриндустрии.

«Социальной стабильности угрожает беспрецедентная 15-кратная дифференциация доходов населения. Целостность страны подрывается огромными разрывами в уровнях социально-экономического развития российских регионов. В кризисном состоянии находятся системы образования и медицинского обслуживания, подвергаемые тотальной маркетизации. Культурный уровень населения деградирует от засилья «массовой культуры». Особую угрозу представляет прогрессирующее разложение государственного аппарата, беспрецедентный размах коррупции.

Годы трансформационных преобразований, обеспечивших индивидуальные свободы и создавших условия для развития экономики, одновременно породили крайне негативные тенденции в условиях жизни людей. Неудовлетворительное положение человека стало привычной нормой. По индексу развития человеческого потенциала наша страна занимает лишь 60-70 места в мире, продолжительности жизни – с третьего места на 100-110, по уровню здравоохранения – 130-140 места; даже по образованию Россия спустилась на 30 позицию. Отрасли, где воспроизводится человеческий капитал и генерируется интеллектуальный потенциал страны, явно не соответствуют вызовам времени. Отчасти это связано с тем, что старые идеологические догмы утратили свое значение, а новые ценности и установки в полной мере еще не сформировались. В этих обстоятельствах, усугубляемых демографическим кризисом и ухудшением среды обитания человека, необходима внятная политика в отношении всей социальной сферы в целом, а в особенности – в тех гуманитарных секторах экономики, которые определяют условия жизни людей»

Это всё имеет прямое отношение к сфере рекреации и туриндустрии.

«Человеческий потенциал

Характерный для всего постсоветского периода острый дефицит бюджетного финансирования социальной сферы при катастрофически низкой оплате труда привел к падению продолжительности жизни россиян, снижению качества среднего и высшего образования, старению академической науки, «утечке мозгов и талантов», невосполнимым потерям в культурном наследии, к общему снижению интеллектуального потенциала страны, совпавшему с примитивизацией трудовой деятельности в российской экономике. Всё более очевидной становится сегодня контрпродуктивность установки 90-х годов, в соответствии с которой «за рыночные реформы приходится расплачиваться человеческим капиталом». Ныне в обществе восстанавливается понимание самоценности этого «капитала», высокоразвитой науки, образования, культуры и здравоохранения, значение которых в принципе не может измеряться лишь процентами годового прироста ВВП

и выходит далеко за пределы хозяйственной жизни страны, хотя во многом определяет и ее экономическое будущее, и ее перспективы в развивающейся мировой экономике.

Настал момент, когда требуется радикально изменить отношение общества к человеку, поставив его в центр программы национального развития. На смену прежнему курсу реформ, ориентированных на сокращение бюджетной сферы, должна прийти стратегия «социального императива», в основании которой лежат не нарушаемые ни при каких обстоятельствах пороговые условия функционирования социального сектора экономики.

Речь идёт об ускоренном внедрении современных технологий, принципиально меняющих инфраструктуру данного сектора. При этом, несмотря на многообразие существующих финансовых источников, основным ресурсом развития материальной базы социального сектора были и остаются бюджетные расходы государства. Необходимо учитывать опережающее развитие не просто наукоемких и высокотехнологичных секторов, но и в целом отраслей, расширенно воспроизводящих человеческий капитал»

К таким областям в постиндустриальный период естественно относится туризм. Туристская сфера мировой экономики к началу XXI вошла в лидирующую группу отраслей мировой экономики.

Не будем останавливаться на многих других социально – экономических проблемах, поднятых в академическом докладе, остановимся на проблематике близкой научной стороне дела.

«Экономика знаний.

Следует отметить, что Россия пока резко отстает в строительстве институтов «экономики знаний» и не отвечает, таким образом, на один из глобальных вызовов времени, связанный с развитием мировой науки.

Поэтому при формировании инновационной составляющей структурной политики представляется необходимой постановка следующих целей: страна должна удерживаться на передовых рубежах хотя бы по нескольким «мэйнстримным» направлениям научно-технологических изысканий, а на других направлениях иметь специалистов мирового уровня, на равноправных условиях работающих в международных «командах». Это касается, прежде всего, научных дисциплин, применительно к которым ожидаются «нанотехнологические» прорывы (молекулярной биологии и генной инженерии, направлений, связанных с созданием наноматериалов и наноалгоритмов, позволяющих резко поднять эффективность машиностроения), а также, разумеется, сектора информационно-коммуникационных технологий, в отношении которого Россия имеет конкурентные преимущества. Однако, чтобы последние реализовать и приумножить, необходимо создать два – три соответствующих ПРОЕКТА причем сам процесс их создания способен сыграть объединяющую роль для всей российской промышленности и экономики в целом»

К таким проектам (типа Бомба, Космос, Целина, БАМ и т.д.), в сфере рекреации и туриндустрии надо было бы отнести Проект «Зимняя олимпиада 2014 года» в Сочи.

О положении дел в РАН.

В технологической, естественнонаучной сфере академической науки происходят позитивные подвижки, и они связаны, как отмечено, прежде всего, с разработкой нанотехнологий, информационных технологий, поиском альтернативных источников энергии, биологическая инженерия решает долгосрочные проблемы продовольственной безопасности страны и т.д.

Всё это чрезвычайно важно, правда, сопровождается иногда таким высоким уровнем рекламы и патетики, что невольно возникает чувство опасения, как бы всё это не привело к нанорезультатам.

Какие разделы естественнонаучной и общественной сфер науки наиболее близки и непосредственно к проблемам рекреации и туриндустрии.

Немного истории.

Проблемы развития рекреации и туризма всегда входили в темы научно-исследовательских работ экономических институтов системы РАН. Однако они не являлись стержневым направлений исследований. И это понятно. Основное внимание уделялось различным аспектам экономики производства, сфера услуг исследовалась эпизодически. И только в 80-е годы прошлого века после провозглашения тезиса о необходимости ускоренного развития социальной сферы Постановлением Правительства СССР в г.Сочи был организован учебно-научно-производственный комплекс курортного дела и туризма, в который вошли создаваемый Сочинский научно-исследовательский центр академии наук, филиал Кубанского государственного университета и Сочинский политехникум. Перед УНПК Курортного дела и туризма ставилась задача проведения научных исследований в интересах индустрии туризма и подготовка кадров для отрасли. К сожалению, развал Советского Союза не позволил реализовать идею создания учебно-научно-производственного комплекса в полном объеме. Тем не менее, в 90-е гг. в России значительное внимание стало уделяться развитию рекреации и туризму. Практически во всех университетах стали создаваться кафедры «Сервиса и туризма», открылись новые специальности такие как «Экономика и управление на предприятии туризма», «Сервис и туризм» и т.п. Примером, иллюстрирующим данный процесс, является настоящая международная научно-практическая конференция, традиционно проводимая Московским государственным университетом. Таким образом, в настоящий момент мы переживаем переход количества в качество и Российская академия наук не должна стоять в стороне, имея в своем составе научные учреждения, осуществляющие научные исследования в различных фундаментальных направлениях, что позволяет с позиций междисциплинарного подхода осмыслить такое сложное социально-экономическое явление как рекреация и туризм.

В индустрии туризма в настоящее время число занятых в мире превышает 250 млн. человек. На долю туризма приходится каждое десятое рабочее место, около 7% общего объема инвестиций, 11% мировых потребительских расходов и около трети мировой торговли услугами. По оценкам Всемирного совета по путешествиям и туризму уже в 2012 г. мировая индустрия туризма произведет товаров и услуг на общую сумму более 9 трлн. долларов США. Специалисты ВТО прогнозируют, что число международных путешествий достигнет 1,56 млрд. в 2020 году.

Отсутствие эффективной государственной политики в сфере рекреации и туризма привело к тому, что на долю России, несмотря на ее бесспорный туристский потенциал, приходится всего около 1% мирового туристского потока.

Значение туризма для социально-экономического развития страны определяется не столько возможностью увеличения темпов роста ВВП, а созданием условий для сохранения и восстановления здоровья нации, улучшения демографической ситуации в стране, уменьшения уровня заболеваемости и увеличения продолжительности жизни.

Поэтому приоритетной задачей является разработка стратегического видения влияния туризма на социально-экономическое развитие страны для общества и руководства страны. Созрела необходимость выработки четкой стратегии развития туристской отрасли, предусматривающей возможные сценарии развития, формирование перечня приоритетов и мер по их реализации.

Решение указанной задачи возможно с привлечением широкого круга специалистов из разных областей знаний: социологов, экономистов, медиков, экологов и др. Основной целью проекта должно быть повышение конкурентоспособности туристской отрасли и развитие социально-экономической сферы.

Разработка стратегии развития туристской отрасли должна осуществляться на национальном и региональном уровне. Данные уровни предполагают формирование государственной политики развития рекреации и туризма, законодательных основ, создание национальных стандартов, соответствующей инфраструктуры, мониторинг и регулирование туристкой деятельности.

В качестве примера успешной региональной политики можно привести Краснодарский край. Край обладает разнообразным рекреационным потенциалом и уникальными природными лечебными ресурсами. Черное и Азовское море, многокилометровые пляжи, заповедные леса, горные склоны Кавказских гор, памятники природы, историко-археологический потенциал, разнообразные источники минеральной воды и лечебных грязей являются естественными условиями для рекреации и туризма.

В начале нового века Администрация Краснодарского края одним из главных приоритетов развития экономики региона определила развитие туристского комплекса, привлечение инвестиций в регион. В частности, были разработаны Концепции Создания горноклиматического курорта в г.Сочи (2001г.) и Создания особых экономических зон туристско-рекреационного типа в Краснодарском крае (2003 г.), которые в последующем нашли поддержку на Федеральном уровне. Следует отметить, что в разработке названных концепций активное участие приняли ученые Сочинского НИЦ РАН и Сочинского государственного университета туризма и курортного дела.

Концепция предусматривала создание горноклиматического курорта в районе поселка Красная Поляна (г.Сочи), с учетом экологических ограничений, единовременной емкостью до 15, а в перспективе и до 25 тысяч человек с целью создания базы для развития горнолыжного спорта и горных видов туризма с возможностью проведения зимних Олимпийских игр.

Экономическое обоснование предполагало необходимый объем инвестиций в размере порядка 300 млрд.рублей в том числе 120 млрд.рублей частных инвестиций, то есть в основу концепции была заложена идея частно-государственного партнерства.

На основе «Концепции создания горноклиматического курорта в г.Сочи» была разработана Федеральная целевая программа «Развитие города Сочи как горноклиматического курорта (2006-2014 гг.)», утвержденная постановлением Правительства РФ 8 июня 2006 г. Было предложено два сценария развития, один из которых предусматривал проведение Зимних Олимпийских игр 2014 г. Совместные усилия Президента, Правительства, регионального и муниципального руководства, широкой общественности позволили г.Сочи получить статус Олимпийского города, города Зимних олимпийских игр 2014 г.

В настоящее время создана государственная корпорация «Олимпстрой», которая осуществляет проектирование и строительство олимпийских объектов. Таким образом, на практике реализуется классическая цепочка: концепция-программа-проект-реализация.

Активное участие ученые Сочинского НИЦ РАН приняли в разработке и внедрении концепции создания особых экономических зон туристско-рекреационного типа, создающих организационно-экономические условия создания новых туристских центров в районах, обладающих соответствующими рекреационными ресурсами. Результаты научных исследований нашли отражение в коллективной научной монографии «Особые экономические зоны и развитие туризма» (2006 г.) и принятии дополнений к Федеральному Закону «Об особых экономических зонах в Российской Федерации». По нашему мнению требуется продолжить исследования в этом направлении. В частности, требуется исследовать механизмы согласования экономических интересов участников создания особых экономических зон туристско-рекреационного типа, предложить адекватные системы управления, оценить социально-экономическую эффективность.

Научные исследования и развитие технологий в интересах сфер рекреации и туриндустрии.

В этой связи мы хотели ли бы выдвинуть для осмысления и обсуждения тезис о том, что современный туризм становится всё более высокотехнологической отраслью современной мировой экономики. Это в корне может изменить бытующее сегодня у нас представление о туризме, как просто об отдыхе. Не случайно, что сегодня по объёмам инвестиций туризм сопоставим с весьма капиталоёмкими и наукоёмкими отраслями мировой экономики.

Информационные технологии. Вычислительные системы бронирования, локальные сети широко используются в практике. Очередь за объединением локальных сетей разного назначения в глобальные телекоммуникационные, например, с привлечением системы ГЛОНАСС, что уже представляет проблему.

Современные информационные технологии позволяют резко сократить потоки наличных денег за счёт пути электронизации платежей и расчетов.

Туризм не обделен вниманием СМИ, широко используются базы данных в менеджменте туризма. Однако система накопления, хранения, обработки объективных статистических данных для целей прогнозирования находится в зачаточном состоянии. Необходим государственный и бизнес заказы на разработку идеологии такой базы данных, что под силу только академическим организациям.

Финансовые технологии.

Сейчас одна из серьёзных проблем в сфере турниндустрии и состоит в преобладании выездного туризма. Возможно ли развернуть финансовые потоки. Неординарный и самый простой путь решения проблемы состоит в выкупе в форме частно-государственного партнёрства большей части туристско-рекреационной инфраструктуры в привлекательных для наших граждан странах. Тогда поездки в другие страны будут поездками в наши отели и центры. Весьма привлекательно выглядит и строительство в этих странах российским бизнесом инфраструктуры. Приобретение же наших ведущих туроператоров крупными западными фирмами не способствует укреплению отечественной системы рекреации. Правда есть и иные, но пока единичные примеры, как например приобретение А.Мордашовым (Северосталь) значимого пакета акций у ведущего мирового немецкого туроператора ТУИ.

С развитием мировой и российской экономики все больший масштаб приобретают строительные проекты, ориентированные на сферу туризма и имеющие сложный характер, вследствие необходимости предсказания потоков посетителей, оценки технической сложности проектируемых сооружений, организации потоков обеспечивающих ресурсов и т.д. Достаточно упомянуть проект строительства туристского космодрома в ОАЭ. Для реализации таких проектов необходимо партнерство турбизнеса с маркетинговыми и финансовыми институтами: банками, инвестиционными компаниями, страховыми компаниями, венчурными фондами. В связи с этим необходимо будет развивать исследования по разработке финансовых инструментов, сочетающих рисковые кредитные операции, выпуски акций, размещение конвертируемых облигаций с тем, чтобы упростить использование таких механизмов, уже применяемых в зарубежной практике, в российских условиях.

Экономические и социальные механизмы

Эта важнейшая институциональная задача, очевидно, не может быть успешно решена вне четкого осознания глубокого противоречия, заключенного в комплексе отношений собственности, сложившихся по итогам реформационного пятнадцатилетия. С одной стороны, избранные схемы и методы приватизации производственного потенциала

страны не привели ни к его модернизации на основе высоких технологий, ни к росту производительности труда, ни к достижению конкурентоспособности российских производителей на внутреннем и мировом рынках. С другой стороны, любые предложения о тотальной деприватизации и возврате к дореформенным стартовым условиям ради последующего задействования эффективных приватизационных моделей утопичны и деструктивны по своему существу. Выход из этого тупика состоит в разработке и реализации стратегии системной трансформации сложившихся собственнических институтов в направлении обеспечения цивилизованного консенсуса между обществом, государством, собственниками и менеджментом. Привлечение массы средних собственников и смешанное (частно-государственное) финансирование может резко усилить строительство рекреационных объектов в малых формах. В частности, эффективным механизмом может стать кредитование государством коалиционных сообществ малых предприятий и отдельных граждан для строительства туробъектов по типу ипотечного кредитования жилищного строительства.

Но главное применительно к теме нашего доклада – это изучение опыта развитых стран о развитии и поддержке туризма. В частности по вопросам развития социального туризма. Когда посредством государственных рычагов в сферу туризма вовлекаются практически все слои населения. Тем самым оздоравливая не только физически, но прежде всего социально всё общество, а не только его отдельные сегменты.

Механизмы государственного регулирования

«Рыночное саморегулирование в сфере решения национальных проблем здесь заведомо бесполезны – нигде и никогда рынок не формулировал и не реализовывал национальную экономическую политику. Это прерогатива государства – только оно способно, предназначено и уполномочено реализовывать общественные интересы подобного масштаба. Государство олицетворяет возможности значительного повышения эффективности функционирования национальной экономики, активизации модернизационных усилий при сравнительно небольших дополнительных затратах. Этот более чем существенный резерв может быть реализован формированием новых системных подходов к принятию и исполнению важнейших экономических решений, к выполнению сложных национальных задач.

Одна из серьезных причин недостатков или провалов прошлой хозяйственной политики – рассогласованность решений, отсутствие должного их обоснования, правильной организации и ответственности за исполнение. На фоне существующей мировой практики это выглядит странным, нелогичным и неоправданным. Практика развитых стран свидетельствует: механизм принятия экономических решений и их координирования на высшем уровне приносит выгоду всем участникам хозяйственного процесса – бизнесменам, трудящимся, потребителям, руководству страны. Не располагающая таким механизмом страна не может рассчитывать на обретение экономической самостоятельности, свободы и безопасности, на высокие темпы роста ВВП и уровня жизни, на успешное проведение масштабных модернизационных мероприятий.

Одна из главных функций механизма госрегулирования – соединение передовых научных знаний с практическими потребностями национальной экономики. Это освобождает от догматизма, порождаемого исключительным использованием любой из модных экономических концепций для руководства экономической политикой. Нарушение принципа здорового прагматизма всегда завершается хозяйственными провалами, потому-то столь велика роль неангажированной науки в разработке целей и способов реализации экономической стратегии.

Создание в России адекватного механизма координации и реализации экономических решений потребует сравнительно небольшой административной перестройки. Наша страна по-прежнему находится в суровых условиях перехода от одного образа жизни к

другому. И, судя по всему, окончание перехода состоится не завтра и даже не послезавтра. Пора, наконец, понять, что недостаток государственного регулирования так же вреден рыночной экономике, как и его избыток. Без такого понимания мы будем постоянно шарахаться от «произвола власти» к «власти произвола», упуская возможности для цивилизованного обновления страны.

В сфере рекреации и туриндустрии, особенно если учесть весь туристско-курортный комплекс нашей страны, который в эпоху СССР играл огромную социально оздоровительную роль – это положение особенно очевидно. Сегодня подавляющая часть населения России экономически просто отсечена от возможности профилактировать и оздоравливать себя в некогда всем доступной курортно-туристской сфере. Которая сегодня у нас очевидно стагнирует, на фоне её быстрого развития в других странах. Не случайно, что въездной туризм у нас устойчиво начал падать, в то время как выездной продолжает набирать обороты. Вымывая из экономики страны миллиарды долларов. Сейчас это уже понятно всем.

Уникальные объекты рекреации и туриндустрии.

Олимпийские игры, подаренные миру древними греками, сегодня являются востребованным и популярным глобальным мировым туристским продуктом. Причём его производство и реализация не просто делегируется Международным олимпийским комитетом (МОК), городам той или иной страны под гарантии её правительства, но и жёстко контролируются согласно уникальной и непрерывно совершенствующейся технологии проведения олимпиад. Здесь всё тщательно продумывается и расписывается на годы вперёд. Начиная от подготовки транспортных коридоров, условий размещения гостей и спортсменов, организации всего перечня спортивных, культурных мероприятий и производства их градостроительных основ, и, заканчивая экологически чистыми технологиями создания олимпийских объектов, безопасных условий её проведения и мощным кадровым обеспечением. Важно при этом особо отметить, что весь этот уникальный технологический пакет создания и реализации по настоящему глобального туристского продукта и зимнего в частности, является собственностью МОК, включая технологию создания собственной градостроительной основы. Которая, в обязательном порядке, должна быть органично увязана с генеральными планами развития территорий тех городов и весей, на которых проводится соответствующая олимпиада. Тем самым создаётся необходимая внешняя среда, благоприятствующая потреблению и воспроизводству культивирующими олимпиадой культуры общения, здорового образа жизни и среды обитания современного человека.

Однако к настоящему времени появилось много огрехов в организации олимпийского объекта. В частности, это касается нового генерального плана развития Сочи до 2030 года. Учитывая печальный мировой опыт поспешного туристского освоения Альп в 80-х годах прошлого века, следует признать, что новый генеральный план развития Сочи до 2030 года требует самого серьёзного научного обеспечения. Попытки наспех вписать Зимнюю олимпиаду 2014 года в сочинскую курортную агломерацию могут иметь серьёзные негативные последствия, как для будущего Сочи, так и для организации здесь Зимней олимпиады 2014 г. Вероятность реальности такого негативного сценария не плод досужих фантазий. Особенно если учесть, что опыт проведения Зимних олимпиад в Альбервиле 1992 г. (Франция), Лиллехаммер в 1994 г. (Норвегия), Нагано 1998 г. (Япония), Солт-Лейк-Сити в 2002 г. (США) и других таков, что эти города так и не стали вопреки ожиданиям после олимпиад ведущими мировыми туристскими центрами. Эти города, по сути, так и остались туристскими провинциями. А их организаторы и активные участники в постолимпийский период в большинстве случаев, как правило, стали банкротами под тяжестью не выплаченных долгов, а построенные объекты в своей значительной части простаивают. И это имеет место в высокоразвитых странах, с высокой экологи-

ческой культурой и весьма развитой туристкой индустрией. Мы всем этим пока явно не располагаем. Более того, как уже было сказано выше, подготовка сочинской олимпиады происходит на фоне неуклонного сокращения турпотока в Россию.

Отсюда настоятельная необходимость включения ресурсов РАН в научное обоснования таких востребованных, но пока не существующих разделов нового Генерального плана развития Сочи, как "Создание градостроительных основ конкурентоспособного сочинского турпродукта», "Меры по сохранению уникальной экосистемы Большого Сочи, в составе западно-кавказского рекреационного региона и внедрению экологически чистых технологий" и других. С выделением дополнительного времени и финансирования.. Нужно, пока не поздно, менять подходы проведения Зимней олимпиады в Сочи 2014 г. Главное – нужно посредством олимпиады раскрывать и развивать уникальный туристско-курортный потенциал Сочи, а не подрывать его, как это происходит сегодня. В противном случае России будет весьма проблематично вписаться в те грандиозные преобразования, которые происходят на постиндустриальном этапе развития мирового сообщества под воздействием, в частности, стремительно развивающейся туристской сферы мировой экономики. В этих условиях, роль и значение российской науки в решении этих и других назревших задач развития российского туризма многократно возрастает.

Олимпиада может стать (при соответствующей ориентации) образцом развития в стране в будущем систем рекреации и туриндустрии. Прежде всего, при рациональной организации использования олимпийских объектов в последующем постолимпийском периоде. Или, например, проведя (может даже с привлечением административного ресурса и финансовой поддержки государства), но непременно при добровольном и прибыльном участии среднего и малого бизнеса, региональные Олимпиады во всех областных центрах России с соответствующим строительством спортивной и туристской инфраструктуры по аналогии с большой Олимпиадой.

Для всех этих действий нужна только политическая воля.

Организационные структуры

В настоящее время система туроператоров и турагентов имеет прямолинейный характер поскольку рынок имеет, в значительной степени, однобокий характер. Некоторая специализация по направлениям имеет, конечно, место, но по мере дальнейшего развития необходимы будут исследования, касающиеся трансформации общей организационной структуры отрасли. Неизбежно появятся более сложные формы объединения капиталов и менеджмента с привлечением более сложных финансовых инструментов. Задача государства и бизнес-сообщества – предвосхитить процессы (в частности, монополизации) и направить их в русло общественных интересов с учетом Федеральных законодательных инициатив.

Индустриализация и технологичность

В настоящее время прочно закрепился термин: туриндустрия, что нашло отражение во включении этого термина в определения Федерального Закона "О внесении изменений в Федеральный Закон "Об основах туристской деятельности в РФ". Это связано с проникновением в сферу туризма новых индустриальных технологий, возникших на базе новых научных достижений, это и новые информационные технологии и новые типы организации обслуживания, новые технологии организации и производства питания, транспорта, связи и новых устремлений потребителей, требующих новых форм и средств обслуживания (экстремальный туризм, экология, комфортабельность, познание). Вслед за увеличивающимся оборотом капитала будет следовать потребность в новых модификациях индустриальных технологий, в прогнозе которых должна быть задействована академическая наука. Проблема вовлечения научных сил в данную проблематику – это проблема интеллектуальной элиты бизнес-сообщества.

Рекреалогия

Исследования физиологов и медиков показали, что уже через четыре месяца напряженной трудовой деятельности в организме работника накапливается усталость, требующая перехода к режиму релаксации или иной деятельности. Нарушение этих принципов ведет к накоплению хронической усталости, снижению эффективности труда, социальным потрясениям, травматизму и другим нежелательным эксцессам. Требуется проведение дальнейших исследований смены режимов функционирования человека с учетом меняющихся и усложняющихся технологий производства и рекреации.

Социологические проблемы и психологические установки

Имеется попытка объяснения феномена всплеска выездного туризма , как реакции на открытие границ. Но и в советские времена поток молодежного выездного туризма был весьма значительным. Какова роль организующего начала и каково должно быть сочетание государственных установок и свободных устремлений граждан, располагающих финансовыми средствами для собственной организации программы восстановления физических и духовных сил, – это проблема, требующая анализа большого комплекса факторов: от демографии до национального свойства воспринимать рекламу, агитацию и пропаганду. Конкретные социологические исследования, несомненно, должны объединяться с практическими философскими установками. Хорошие теоретические результаты в этом направлении будут иметь значительный прикладной успех.

Риски и безопасность. Прогноз, оценка риска.

Общим местом является утверждение, что обеспечение безопасности является обязательным атрибутом туристской деятельности. Однако деятельность страховых компаний, принимающие на себя риски природных и техногенных катастроф, должна быть фундаментально обоснована. Здесь участие академических институтов экономического и естественно-научного профиля особенно эффективно.

Моделирование. Спрос и предложение.

Построение и использование моделей разного уровня формализации от дескриптивных до формализованных математически стимулируется не только логикой научных исследований, но определяется прежде всего потребностью бизнес-сообщества в прогнозе спроса на туруслуги. В арсенале научного сообщества имеются разработки на основе потоковых моделей, разработаны системные модели для прогнозирования спроса на основе статистических данных и экспертных оценок.

Подготовка кадров

Отрасль туриндустрии, очевидно испытывает дефицит в высококвалифицированных кадрах.

Существует целый спектр стратегических проблем отрасли, требующих для своего решения фундаментального подхода и соответствующих кадров. Как уже отмечено, к ним относится: проблемы формирования правовых механизмов достижения экономических и социальных целей, проблемы управления отраслью, регулирования финансовыми и туристскими потоками, проблемы сохранения и рационального использования культурно-исторического наследия страны, создания и развития эффективных экономических механизмов, разработки теории и методики профессионального туристского образования, разработки технологий обеспечения безопасности, развития новых информационных технологий, формирования адекватных баз данных, создания системных прогнозных моделей.

Экологический туризм, природные парки

Природоохранная деятельность, экологические проблемы встают перед менеджментом туризма в связи с расширением сферы услуг и увеличением давления туристских

потоков на среду, где реализуются маршруты. Есть и другая сторона вопроса. Повышение культурных запросов населения сопровождается повышением интереса к окружающей среде, появляются элементы познания природы , этнографии и т.д. Заслуживает внимания и осмысления опыт многих стран по организации сети Национальных парков, ориентированных на познание природы. Такие национальные парки, как Йеллоустоунский, относятся жителями США к жемчужинам Америки. Обращение внимания к особо охраняемым национальным территориям повлечет за собой потребность в научном осмыслении проблемы и разработке обоснованных оценок экологических последствий туристских посещений.

Концепции

Концепция развития туризма и рекреации должна иметь комплексный характер, учитывая различные аспекты этих сфер, но все же еще раз подчеркнем, что основные научные проблемы связаны с фундаментальным анализом сложившегося положения и выработке представлений о будущем облике сферы рекреации и туризма в краткосрочной и среднесрочной перспективе на основе модельных представлений.

Эти исследования представят базовый интерес и для потребителя, и для бизнеса и для государства.

Основной вывод настоящего доклада таков.

Главным направлением развития систем рекреации и туриндустрии в стране должно стать планомерное и непрерывное развитие внутренних систем, ориентированных на все слои населения и реализующих тотальное улучшение духовного и физического состояния народа. Все предпосылки для реализации такой программы имеются.

Выездной туризм никогда не потеряет своей привлекательности. Необходимо провести тщательные и глубокие исследования ситуации и выработать меры для использования выездных финансовых потоков в интересах России.

Завершим доклад следующим предложением.

Новая модернизированная система внутреннего туризма и рекреации должна стать высококачественным массовым привлекательным продуктом в социально-экономической сфере, её эффективность должна измеряться уровнем здоровья нации и продолжительности жизни, и это должно быть главной политической задачей современного государства. И, очевидно, что это выгодно и государству и бизнесу, поскольку здоровая нация больше потребляет, больше строит, больше перемещается, больше тратит, а государству больше и дольше платит налоги.

ФОРМИРОВАНИЕ ПРОФИЛЕЙ ПО НАПРАВЛЕНИЮ ПОДГОТОВКИ 100200 ТУРИЗМ С УЧЕТОМ ПОТРЕБНОСТЕЙ ТУРИСТСКОЙ ИНДУСТРИИ

Федулин А.А., *ректор Российского государственного университета туризма и сервиса, профессор, доктор исторических наук*
Субботина Е.В., *зам. директора Института гостеприимства и туризма (филиал)ФГУВПО "РГУТиС", доцент, к.т.н.*

В формировании качества образования выпускников высшей школы главная роль принадлежит Государственному образовательному стандарту. В нем закладываются основные характеристики минимального обеспечения качества образования, а также типология образования, общие характеристики образовательного процесса, критерии оценки и мониторинга качества образования. Государственный стандарт – это общепринятая норма, которую должны реализовать образовательные учреждения, чтобы соот-

ветствовать определенному эталону качества образования и профессионализма и иметь необходимое общественное признание.

В основу построения Федерального государственного образовательного стандарта по направлению подготовки «Туризм» заложена структура, в рамках которой формируются требования к профессиям в индустрии туризма по квалификационным уровням, т.е. помимо уровней, связанных с получением образования, выстраиваются квалификационные уровни, «сопровождающие» работника в течение всей его трудовой жизни. Компетентностные модели подготовки выпускников образовательных программ разного уровня как основа нового ФГОС ВПО по направлению подготовки «Туризм» сформированы на основы действующих отраслевых профессиональных стандартов с учетом характеристик уровня выполнения конкретного вида профессиональной деятельности, выраженной в терминах компетенций, которая описывает измеряемые требования к результатам выполнения трудовых действий и их качеству.

В рамках нового ФГОС ВПО по направлению подготовки «Туризм» предоставлена неизмеримо большая академическая свобода вузам в выборе конкретных дисциплин для приобретения той или иной компетенции. Основная образовательная программа подготовки бакалавра и магистра предусматривает изучение основных учебных циклов. Каждый учебный цикл имеет базовую (обязательную) часть и вариативную (профильную), устанавливаемую вузом. Суммарная трудоемкость базовых составляющих не превышает 50% от общей трудоемкости учебных циклов основной образовательной программы бакалавра и 30% магистра. Вариативная (профильная) часть дает возможность расширения или углубления знаний, умений и навыков, определяемых содержанием базовых дисциплин, позволяет студенту продолжить образование на следующем уровне ВПО для получения квалификации магистра в соответствии с полученным профилем, получить углубленные знания и навыки для успешной профессиональной деятельности. Основная образовательная программа высшего учебного заведения должна содержать дисциплины по выбору студента в объеме не менее одной трети вариативной части каждого цикла. Такой подход, несомненно, повышает возможность маневра для образовательного сообщества в принципиально важных сегментах образовательного процесса.

Проанализируем базовые вариативные составляющие по отдельным учебным циклам основной образовательной программы бакалавра по направлению Туризм согласно ФГОС ВПО:

Гуманитарный, социальный и экономический цикл – Иностранный язык, Философия, История России, Русский язык и культура речи. Вариативная -Психология, Экономика

Математический и естественнонаучный цикл – Математика, Информатика, География. Вариативная – Экология, Статистика туризма

Профессиональный цикл – Туристско-рекреационное проектирование, Человек и его потребности, Организация туристской деятельности, Информационные технологии в туристской индустрии, Менеджмент в туристской индустрии, Маркетинг в туристской индустрии, Технологии продаж, Психология делового общения, Второй иностранный язык.

Как мы видим, вариативная часть образовательного стандарта носит рекомендательный характер, оставляя свободу выбора ВУЗам.

Вместе с тем большая свобода предполагает и большую ответственность, так как тактические ошибки учебных заведений в выборе набора дисциплин, соотношения их объемов могут свести на нет стратегически важные нововведения, что особенно опасно в сфере туристского образования, которое молодо, как и сама отрасль и не имеет, четко выраженных традиций. Поэтому экспериментальная составляющая, заключенная в новом стандарте должна быть тщательно продумана и взвешена. И, возможно, на начальном этапе внедрения ФГОС будет разумной некоторая регламентация вариативной

части со стороны УМО учебных заведений по образованию в области сервиса и туризма. Ведь свобода, как известно, осознанная необходимость, и ей надо научить пользоваться, чтобы не допускать волюнтаризма. Не стоит забывать, что значительные расхождения в содержании основных образовательных программ могут нанести непоправимый ущерб системе туристского образования.

Как пример: иногда студенту приходится переходить из одного учебного заведения в другое или прерывать свое образование на какой-либо срок. Если не будет общих требований по циклам дисциплин, их перечню и уровню подготовки, такое станет совершенно невозможным. Человек окажется ограниченным в своих правах на образование, а государственный стандарт должен защищать право человека не только на качество образования, но и на индивидуальную стратегию его получения.

Государственный образовательный стандарт имеет большое значение в защите направления подготовки от его содержательной деформации, дробных профилей, которые могут возникать и вводиться в вузах в процессах конкурентной борьбы образовательных учреждений или ошибок в оценке образовательных потребностей человека и общества. Нередки тенденции превращения профиля в иное направление ради удовлетворения амбиций вуза, слепого следования модным течениям, красивым названиям. Стандарт определяет место и роль направления Туризм, не ограничивая траекторию построения профиля, однако включение профилей в направление должно строиться по принципам общего и частного, стабильного и динамичного, перспективного и конкретного и также находится под чутким контролем УМО учебных заведений по образованию в области сервиса и туризма.

Рыночные преобразования, повлияв на профессионально-квалификационную структуру кадров, изменили масштабы и отраслевую структуру спроса на рабочую силу, повысили требования, предъявляемые работодателями при трудоустройстве не только к уже состоявшимся специалистам, но и к тем, кто, сегодня заканчивая образовательное учреждение, вскоре займется поиском работы. В связи с этим особую актуальность приобретает задача согласования потребности рынка труда в рабочей силе с возможностью ее подготовки в учреждениях системы профессионального образования. На наш взгляд, гибкий характер подготовки может быть обеспечен за счет уровневой системы образования путем исключения дублирования и усиления преемственности образовательных программ разных уровней профессионального туристского образования, обеспечивающего получение профессиональной подготовки любого уровня квалификации в единой системе образовательных учреждений. Новый образовательный стандарт позволяет создать такую систему за счет умелого сочетания базовой подготовки кадров широкого профиля с подготовкой узкоспециализированных кадров-профессионалов по прогрессивным научным, технологическим или другим направлениям. Это позволит достичь динамичного равновесия спроса и предложения рабочей силы на рынке труда, снизить риск невостребованности выпускников вузов, привести соотношение числа выпускников различных уровней и профилей образования в соответствие со структурой спроса на рынке труда, повысить профессиональную, социальную и личностную готовность выпускников к профессионально-трудовой деятельности до уровня требований работодателей.

Общеизвестно, что туризм интенсивно развивается как на мировом уровне, так и в России. Причем эта динамика столь стремительна, что подчас традиционно неторопливое высшее и среднее специальное образование не в состоянии угнаться за ним, и зачастую претензии работодателей и государства к качеству выпускников, получивших туристское образование, вполне обоснованы. Можно надеяться, что введение нового ФГОС ВПО по направлению Туризм, позволяющего быстро и гибко реагировать на изменения как рынка труда в индустрии туризма, так и на прогрессивные изменения в сфере образования, ускорит адаптацию содержания основных образовательных программ к требованиям профессионального сообщества.

Одним из наиболее эффективных подходов к созданию действенной системы подготовки кадров является развитие процесса профессионального образования через профилизацию. Профилизация в образовании необходима для достижения высокого уровня маневренности, адаптации к изменяющимся условиям.

В рамках ФГОС ВПО третьего поколения направления «Туризм» так е как и в рамках действующего ГОС ВПО предполагается подготовка кадров нескольких профилей, связанных с основными видами деятельности в туристской индустрии (по ОКВЭД).

Процесс профилизации образовательных программ на основе их стандартизации является объективной реальностью, так как позволяет образовательным учреждениям эффективно реагировать на изменяющиеся потребности рынка труда и инновационные процессы экономики. В основу подхода к разработке перечня профилей по направлению Туризм положены:

– тенденции развития видов экономической деятельности в сфере туризма;
– прогнозные оценки потребностей работодателей;
– объекты туристской деятельности.

Таким образом, определены подходы к разработке перечня профилей для основных образовательных программ первого уровня ВПО по направлению Туризм. В рамках нового ФГОС ВПО по направлению «Туризм» предполагается выделение профилей, вмещающих в себя наибольшее количество технологий оказания туруслуг. Максимальное количество профилей, которое можно считать логичным в рамках нового отраслевого образовательного стандарта «Туризм»: технологии и организация операторских и агентских услуг, технологии и организация гостиничных услуг, технологии и организация услуг питания, технологии и организация экскурсионных услуг, технологии и организация санаторно-курортных услуг, технологии и организация транспортных услуг. Похожие профили предлагают многие известные школы туристического и гостиничного бизнеса Европы, Австралии и Америки.

Профиль «Технологии и организация операторских и агентских услуг» предполагает формирование бакалавра, имеющего углубленную подготовку по туроператорской и турагентской деятельности не только как исполнителя услуг, но и как создателя туристского продукта. Содержание основной образовательной программы (ООП) этого профиля позволит будущему выпускнику овладеть комплексной системой знаний в области туризма и туристской индустрии; умениями и навыками формирования турпродукта с учетом изменяющихся потребностей общества; знаний туристских регионов и их географии в России и в мире, навыков организации отдельных видов туризма; умений использования туристских ресурсов при формировании основных направлений туристской деятельности; навыков управления турфирмой, персоналом, осуществления контроля за качеством туристских услуг и т.д.

Интенсивное развитие современного конкурентоспособного гостиничного комплекса в России вызвало заметный спрос на квалифицированных отечественных специалистов в сфере гостиничного сервиса. В рамках профиля «Технологии и организация гостиничных услуг» основная образовательная программа будущих бакалавров предполагает приобретение знаний основ индустрии гостеприимства, навыков применения технологий гостиничного сервиса, в том числе информационных технологий, умений организации работы отдельных служб, обслуживания в гостиницах разного класса; технического оснащению и эксплуатации гостиниц, стандартизации и управлению качеством гостиничных услуг. Большое внимание будет уделяться изучению психологических дисциплин, приобретению коммуникативных навыков (в том числе умению работать в команде, общаться с клиентами, находить быстрое решение в конфликтных ситуациях и т.д.); профессиональному владению иностранным языком; компьютерными технологиями.

В рамках профиля «Технологии и организация услуг питания» основная образовательная программа будет обеспечивать комплексные знания о состоянии и тенденциях развития сферы питания в России и за рубежом; планировании и рациональном размещении сети предприятий питания; классификации и типизации предприятий, умения и навыки организации работы производственных цехов; организации торгового процесса, использования различных форм и методов обслуживания различных контингентов питающихся: в местах массового отдыха, пассажиров различных видов транспорта; организацию обслуживания в различных типах предприятий питания, в том числе и в гостиничном комплексе); организации банкетов, приемов, конференций; организации досуга на предприятиях питания.

Как известно, одним из наиболее устойчивых направлений туризма является экскурсионно-познавательный туризм, организация которого основана на использовании различных групп экскурсионных ресурсов, таких как ресурсы культурно-исторического наследия, этнографические, социальные ресурсы, а также национальных и религиозных традиций. В рамках основной образовательной программы этого профиля предусматривается приобретение знаний дисциплин технологического блока («Туристские ресурсы», «Виды и тенденции туризма», «Организация средств размещения», «Маркетинг территорий» и т.д.), культурологической направленности («Музеведение», «Историческое краеведение», «Религиведение», и т.д.), навыков практического экскурсоведения, в рамках которого студенты будут непосредственно уметь организовать наиболее востребованные туристические маршруты.

Последнее десятилетие стало решающим для становления и развития современной системы туристского образования, так как в этот период были приняты важнейшие документы, которые определили направление развития профессиональной школы на перспективу. Следует отметить, что государственные органы управления образованием и профессиональные сообщества предпринимают значительные усилия в этой области. При этом особое внимание уделяется содержательной части профессионального туристского образования, так как именно структура и содержание образовательного стандарта в любой предметной области способствует успешности всей строящейся образовательной системы.

Туризм во многих странах играет огромную роль в формировании внутреннего валового продукта, создании дополнительных рабочих мест и обеспечении занятости населения. Вместе с тем он оказывает существенное воздействие на целый ряд отраслей (торговлю, общественное питание, связь, транспорт, строительство, производство товаров народного потребления и другие), единовременно являясь катализатором социально-экономического развития отдельных регионов страны. Туризм является стимулятором роста занятости населения, обеспечивая создание новых рабочих мест, в результате чего возникают предпосылки расширения производства в смежных отраслях. Недавно принятая концепция развития туризма в России в области туристского образования предусматривает повышение качества образования на основе современных педагогических технологий. Как показала экспертная оценка, выпуск специалистов с высшим образованием удовлетворяет спрос предприятий и организаций туристской индустрии на- 30-35%. Поэтому основные подходы к построению траекторий образовательных программ отдельных профилей в рамках нового ФГОС ВПО по направлению подготовки «Туризм» будут основаны на тесном взаимодействии высшей школы с рынками труда, профессиональными сообществами и многообразными социальными партнерами. А значит профилизация образования в сфере туризма, а также выбор конкретной образовательной траектории будет осуществляться с учетом потребностей в кадрах для отдельных секторов туристской индустрии и требований работодателей (на федеральном, региональном, локальном уровне).

ПОДГОТОВКА КОМПЕТЕНТНЫХ КАДРОВ ДЛЯ ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА

Ананьева Т.Н., *проректор-заместитель председателя Учебно-методического объединения по образованию в области сервиса и туризма, профессор, д.с.н.*

Развитие образовательной индустрии в структуре инновационных обществ XX1 века характеризуется факторами перераспределения благ и выравнивания экономического, социального, культурного развития стран и регионов, что, в свою очередь, способствует сохранению культурных ценностей, рациональному использованию национальных ресурсов, повышению благосостояния граждан. Немаловажную роль в этом принадлежит состоянию подготовки компетентных кадров, отвечающих требованиям современной экономики. Как показывает мировой опыт, образование в последние десятилетия становится одним из самых приоритетных видов экономической деятельности. Актуальность этого очевидна, так как «инвестиции в знания – приоритет любой развитой страны» [1], индикатор кадрового капитала.

Важно отметить, что в круг дискуссий, программ и исследований концепций в системе образования в последнее время все больше вовлекается проблема подготовки профессиональных кадров, обладающих достаточными компетенциями, необходимыми как для карьерного роста, так и выполнения соответствующих полученному уровню образования должностных обязанностей в определенной профессиональной среде. Отвечая задачам государства, направленным на развитие эффективной экономики, повышение качества жизни, основной стратегией Концепции федеральной целевой программы развития образования до 2010 года является «...обеспечение условий для удовлетворения потребностей граждан, общества и рынка труда в качественном образовании путем создания новых механизмов регулирования в сфере образования, обновления структуры и содержания образовательных программ, развития их фундаментальности и практической направленности, формирования на основе преемственности образовательных программ и уровней квалификаций непрерывной системы образования. Достижение указанных целей возможно при реализации комплекса мероприятий по основным направлениям концепции:

– разработка на основе компетентного подхода федеральных государственных образовательных стандартов, адекватным мировым тенденциям, потребностям рынка труда и социальной направленности личности;

– введение профильного обучения;

– апробация моделей непрерывного профессионального образования, обеспечивающего каждому гражданину возможность формирования индивидуальной образовательной траектории для дальнейшего профессионального, карьерного и личностного роста;

– применение инновационных образовательных технологий и принципов организации учебного процесса, обеспечивающих эффективность реализации новых моделей и содержания непрерывного профессионального образования, в том числе с использованием информационных и коммуникативных технологий;

– реализация системы мер по обеспечению участия России в Болонском и Копенгагенском процессах с целью повышения конкурентоспособности российского профессионального образования на международном рынке образовательных услуг и обеспечения возможности участия российских граждан в системе международного непрерывного образования;

– усиление практической направленности образовательных программ, что позволит будущему выпускнику с учетом профилизации освоить необходимые компетенции и стать конкурентоспособным на рынке труда.

Формирующиеся в настоящее время в высшей школе требования к компетентностному подходу подготовки кадров, дают широкие возможности разработки федеральных государственных образовательных стандартов высшего профессионального образования (ФГОС ВПО) и на его основе моделирования основных образовательных программ, адекватных требованиям экономики, рынка труда, работодателей. Именно работодателям в настоящее время со стороны образовательного сообщества отводится ведущая роль, как в разработке стандартов, так и в их экспертизе.

В современной системе образования, ориентированной в большей мере на потребности экономики и рынка труда, актуальность приобретает стандартизация образования, суть которой состоит в установке регламентов и требований, как к образовательной программе, так и к уровню подготовки выпускника, устанавливаемых федеральным государственным образовательным стандартом (ФГОС), оценке качества освоенных компетенций. При этом основополагающими принципами формирования ФГОС являются:

– фундаментальность образования, ориентированная на продолжение обучения на последующих уровнях;

– компетентностный подход;

– преемственность образовательных программ;

– формирование ооп на основе зачетно-модульной структуры;

– усиление практической направленности;

– инновационный подход к формированию профилей подготовки с учетом требований рынка труда и работодателей;

– обоснованный выбор формирования вариативной части профессиональной основной образовательной программы (ООП), освоение которой обеспечит выпускнику необходимые рынку труда и работодателям компетенции.

С учетом этого при разработке проектов фгос по направлениям группы сфера обслуживания, в первую очередь необходимо сформировать общие требования для каждого уровня высшего профессионального образования, включающие:

– цели и задачи образовательной программы;

– набор компетенций выпускника (т.е. знания и умения, которыми должен владеть выпускник по завершении освоения образовательной программы);

– область профессиональной деятельности;

– объект профессиональной деятельности;

– виды профессиональной деятельности (которые могут интегрироваться с учетом содержания профиля);

– задачи профессиональной деятельности (которые конкретизируются по каждому виду профессиональной направленности и каждому уровню образования).

С учетом установленных общих требований к подготовке кадров для сферы обслуживания устанавливаются регламенты к каждому уровню в форме знаний и умений, трудоемкости образовательной программы, что является основой при формировании базовой части образовательных программ каждого уровня профессионального образования и обеспечивающих качество профессиональных компетенций. Структура компетенций выпускников по направлению подготовки Туризм представлена в проекте ФГОС ВПО следующим образом:

а) универсальные компетенции, включающие:

– общенаучные компетенции (ОНК):

– инструментальные компетенции (ИК):

– социально-личностные и общекультурные компетенции (СЛК)

б) профессиональные компетенции.

Также проектом стандарта регламентированы:

– практика и (или) научно-исследовательская работа;

– физическая культура;
– итоговая государственная аттестация.

Важное значение приобретает оценка полученных за период освоения и успешной сдачи аттестации зачетных единиц, как меры академических успехов и компетенций, определенных общими требованиями Европейской системы перезачетов кредитов (ECTS), в основе которых заложен пересчет учебных часов в зачетные единицы. Накопительная система зачетных единиц охватывает все виды учебно-воспитательного процесса, включая производственную практику, лабораторную и научно-исследовательскую работу, а также различные оценочно-аттестационные мероприятия. При этом учебные планы и образовательные программы соответствующего уровня структурируются таким образом, что суммарная трудоемкость всех дисциплин в год (в соответствии с учебным планом) приравнивается к 60 зачетным единицам. Трудоемкость основной образовательной программы по очной форме обучения за учебный год равна 60 зачетным единицам. Трудоемкость одного семестра равна 30 зачетным единицам (при двух семестровом построении учебного процесса). Структура и содержание образовательных программ, сроки их освоения формируются в соответствии с требованиями макета ФГОС ВПО, утвержденного Минобрнауки России, и представлены следующим образом (табл. 1).

Кроме этого, уровневая подготовка бакалавров и магистров позволяет учебным заведениям по согласованию с работодателями формировать образовательные траектории с учетом потребностей рынка труда и уровня осваиваемой образовательной программы, наполнять их теми дисциплинами и курсами, освоение которых обеспечит необходимые работнику сферы обслуживания компетенции, выдерживая тем самым принцип – от потребности к профессии.

Таблица 1

Сроки и трудоемкость освоения ООП ВПО бакалавров и магистров

Наименование ООП	**Квалификация (степень)**		**Нормативный срок освоения ООП (для очной формы обучения), включая последипломный отпуск**	**Трудоемкость (в зачетных единицах)**
	Код, наименование в соответствии с ОКСО			
ООП подготовки бакалавров	62	**бакалавр** (степень и (или) квалификация)	4 года	240
ООП подготовки магистров	68	**магистр** (степень и (или) квалификация)	2 года	120

При этом возможные траектории образовательных программ в соответствии с действующими в настоящее время Федеральными Законами РФ «Об образовании» и «О высшем и послевузовском профессиональном образовании» можно представить следующим образом (рис. 1).

Рассмотренные системы профессиональных образовательных программ, регламентированных нормативно-правовыми документами, являются основополагающими в подготовке кадров для сферы обслуживания, так как охватывают все уровни образования от НПО до ВПО. Также не исключается возможность послевузовского образования по программам аспирантуры или дополнительного профессионального образования. При этом укрупненная группа Сфера обслуживания объединяет направления подготовки и специальности начального профессионального, среднего профессионального и высшего профессионального образования, относящиеся к данной образовательной области (табл. 2).



Рис. 1 Возможные траектории образовательных программ

Таблица 2

Перечень направлений подготовки, специальностей и профессий укрупненной группы 100000 Сфера обслуживания

Код	Наименование (ВПО, СПО, НПО)	Квалификация	
		Код	Наименование
100000	СФЕРА ОБСЛУЖИВАНИЯ		
ВЫСШЕЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ ОБРАЗОВАНИЕ (ВПО)			
100100	Сервис	62	Бакалавр сервиса
		65	Магистр сервиса
100101	Сервис	65	Специалист по сервису
100103	Социально-культур-ный сервис и туризм	65	Специалист по сервису и туризму
100110	Домоведение	65	Менеджер
100200	Туризм	62	Бакалавр туризма
		68	Магистр туризма
100201	Туризм	65	Специалист по туризму
СРЕДНЕЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ ОБРАЗОВАНИЕ (СПО)			
100105	Гостиничный сервис	51 52	Менеджер Менеджер
100106	Организация обслуживания в сфере сервиса	51	Менеджер

100107	Сервис по химической обработке изделий	51	Технолог
100108	Парикмахерское искусство	51 52	Технолог Модельер-художник
100111	Техника и искусство фотографии	51 52	Фотохудожник Фотохудожник
100112	Сервис на транспорте (по видам транспорта)	51 52	Специалист по сервису на транспорте Специалист по сервису на транспорте
100113	Прикладная эстетика	52	Технолог-эстетист
100114	Стилистика и искусство визажа	52	Визажист-стилист
100115	Сервис домашнего и коммунального хозяйства	51 52	Специалист по домашнему и коммунальному хозяйству
100116	Ритуальный сервис	51	Специалист по ритуальному сервису
100201	Туризм	51 52	Специалист по туризму Специалист по туризму
НАЧАЛЬНОЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ ОБРАЗОВАНИЕ (НПО)			
100117	Слесарь по эксплуатации и ремонту газового оборудования	42 43	Слесарь по эксплуатации и ремонту газового оборудования Слесарь по эксплуатации и ремонту подземных газопороводов
100118	Администратор	44	Администратор
100119	Киномеханик	43	Киномеханик Фильмопроверщик
100120	Официант, бармен	43	Официант Бармен Буфетчик
100121	Аппаратчик химической чистки	43	Аппаратчик химической чистки Отпарщик-прессовщик Пятновыводчик Контролер качества обработки изделий
100122	Парикмахер	43	Парикмахер
100123	Фотограф	43	Фотограф Ретушер Фотолаборант
100124	Бортпроводник судовой	43	Бортпроводник Дневальный
100125	Повар судовой	43	Повар судовой Камбузник
100126	Оператор по обработке перевозочных документов на железнодорожном транспорте	43	Агент коммерческий Кассир багажный, товарный (грузовой) Кассир билетный Оператор по обработке перевозочных документов Приемосдатчик груза и багажа Таксировщик перевозочных документов

100127	Проводник на железнодорожном транспорте	43	Кассир билетный Проводник пассажирского вагона Проводник по сопровождению грузов и спецвагонов

Сформированная таким образом система направлений подготовки, специальностей и профессий группы 100000 Сфера обслуживания обеспечивает подготовку кадров на основе преемственности и непрерывности профессиональных образовательных программ, гармонично встраиваясь в мировые тенденции образования через всю жизнь. Одновременно отмечается значимость программ дополнительного профессионального образования, срок освоения которых может интегрироваться на основе целей и задач, определенных слушателем или работодателем. Программы дополнительного профессионального образования могут осваиваться в следующие сроки:

– «Повышение квалификации руководящих работников и специалистов по профилю профессиональной деятельности» в объеме от 36 до 72 часов;

– «Повышение квалификации руководящих работников и специалистов по профилю профессиональной деятельности» в объеме от 72 до 500 часов;

– «Профессиональная переподготовка кадров» в объеме свыше 500 часов.

При этом имеется ряд образовательных программ дополнительного профессионального образования (ДПО), срок освоения которых в соответствии с государственными требованиями к минимуму содержания и уровню подготовки для получения дополнительной квалификации, составляет в основном не менее 2-х лет. Основными из них можно назвать «Переводчик в сфере профессиональной коммуникации», «Мастер делового администрирования», «Преподаватель высшей школы» и др. При этом становится ясным, что программ такого рода для сферы обслуживания не существует, что также определяет одной из первостепенных задач разработку государственных требований к минимуму содержания и уровню подготовки для дополнительных квалификаций, освоение которых возможно как в форме профессиональной переподготовки или дополнительно к высшему профессиональному образованию.

Вследствие этого, формирование системы образования области сферы обслуживания направлено на реализацию задач государственного подхода к обеспечению потребностей рынка труда и экономики в целом профессионально ориентированными кадрами для наиболее эффективных сегментов сферы сервиса. В связи с этим, актуальность приобретает смена пагадигмы профессионального образования. Наиболее значимой становится миссия образования – не от профессии к феноменам, а от феномена к профессии, способствующая развитию широкого спектра профессий всех уровней и квалификаций, востребованных на рынке сервисных услуг.

При этом, несомненно, надо учитывать особенности востребованной профессии и квалификации выпускника и стремиться с учетом предложений работодателей наполнить образовательную программу дисциплинами, обеспечивающими будущего работника необходимыми для данной сферы деятельности компетенциями. Например, в подготовке специалистов по Туризму большое значение имеет понимание того, что наравне с фундаментальной и профессиональной подготовкой необходимо формирование способностей к распознаванию проблем потребителя, умению выявлять их истоки, приобретать навыки диагностики и эффективного решения профессиональных задач.

Основным акцентом при разработке стандартов нового поколения (в частности проекта ФГОС ВПО по направлению Туризм) явилось взаимодействие образования и работодателей, направленное на поиск результативных форм и методов конструктивного диалога при разработке требований к подготовке выпускника, наполнению компетенций бакалавриата и магистратуры. Проект нового стандарта высшего профессионального образования по направлению Туризм разрабатывался как федеральный государственный

образовательный стандарт, который аккумулировал в себе весь положительный опыт, накопленный при разработке стандартов первых двух поколений.

При этом актуальным явилось то, что при формировании нового ФГОС ВПО по направлению Туризм и определении необходимых квалификаций лидирующую роль выполняли Квалификационные требования (профессиональные стандарты) к основным должностям для работников туристской индустрии, разработанные в рамках деятельности проекта ЕС/ТАСИС «Укрепление учебной базы для индустрии туризма», содержащий требования, которые предъявляются к работнику в конкретной области туристской деятельности. Именно на основе этих требований к знаниям и умениям строятся как требования к выпускнику, так и требования к содержанию подготовки, устанавливаемые образовательным стандартом.

В настоящее время профессиональным стандартам отводится ведущая роль в совершенствовании подготовки высокопрофессиональных кадров. По мнению Российского союза промышленников и предпринимателей, а также других объединений работодателей, профессиональные стандарты должны представлять собой качественный запрос работодателей на подготовку кадров для конкретной сферы или вида экономической деятельности.

На основе опыта разработки и реализации ГОС ВПО первого и второго поколения и с учетом документов Болонского процесса проект ФГОС ВПО по направлению Туризм предусматривает:

– формирование стандартов по данному направлению подготовки как совокупность образовательных программ бакалавра и магистра, объединяемых на базе общности их фундаментальной части;

– формирование требований к результатам освоения основных образовательных программ подготовки в виде компетенций как в области профессиональной деятельности, так и социально-личностной;

– разработку структуры и содержания без деления их на федеральный, национально-региональный и вузовский компоненты одновременно с расширением академических свобод вузов при формировании установление требований к результатам освоения образовательных программ каждого уровня;

– введения в обязательном порядке практик;

– введение научно-исследовательской работы студента как обязательного компонента основной образовательной программы;

– установление трудоемкости (объема учебной работы студента) основных образовательных программ в зачетных единицах вместо часовых эквивалентов.

Значимость совершенствования структуры и содержания высшего профессионального туристского образования состоит в наличии профессиональных стандартов для работников туристской индустрии. Кроме этого, профессиональный стандарт является многофункциональным нормативным документом, предназначенным для:

– проведения оценки квалификации и сертификации работников, а также выпускников учреждений профессионального образования;

– формирования государственных образовательных стандартов и программ всех уровней профессионального образования, в том числе обучения персонала на предприятиях, а также для разработки учебно-методических материалов к этим программам;

– решения широкого круга задач в области управления персоналом (разработки стандартов предприятия, систем мотивации и стимулирования персонала, должностных инструкций; тарификации должностей; отбора, подбора и аттестации персонала, планирования карьеры);

– проведения процедур стандартизации и унификации в рамках вида (видов) экономической деятельности (установление и поддержание единых требований к содержанию

и качеству профессиональной деятельности, согласование наименований должностей, упорядочивание видов трудовой деятельности и пр.).

В основе разработки профессиональных стандартов заложен вид экономической деятельности в соответствии с ОКВЭД или области профессиональной деятельности, подлежащие описанию и дальнейшей конкретизации в паспорте профессионального стандарта. Паспорт профессионального стандарта отражает следующие характеристики:

– квалификационный уровень в соответствии с национальной и отраслевой рамками квалификаций;

– вид трудовой деятельности;

– рекомендуемые наименования должностей с учетом действующих классификаций.

Профессиональные стандарты для работников туристской индустрии построены иным образом, но, тем не менее, содержат максимум требований к предъявляемые к выпускникам каждого уровня профессионального туристского образования. Иерархия требований выстроена следующим образом:

– сектор, отражающий вид туристской деятельности;

– подсектор, характеризующий институциональную структуру (предприятие), где может быть востребован или трудоустроен работник;

– направление деятельности работника для каждого квалификационного уровня;

– наименования должностей работника по каждому квалификационному уровню;

– требования к уровню образования для каждого квалификационного уровня;

– требования к должностным обязанностям по каждому квалификационному уровню.

Выстроенные таким образом профессиональные регламенты для каждого квалификационного уровня позволяют сформировать:

– должностные обязанности работников туристской индустрии:

– основные навыки, необходимые для выполнения должностных обязанностей;

– основные знания, необходимые для выполнения должностных обязанностей.

Модель профессиональных требований к работникам туристской индустрии на основе действующих в настоящее время профессиональных стандартов можно представить следующим образом (таблица 3).

Таблица 3

Требования, предъявляемые к выпускникам в соответствии с профессиональными стандартами		
Должностные обязанности	Компетенции выпускника	
	Основные навыки, необходимые для выполнения должностных обязанностей	Основные знания, необходимые для выполнения должностных обязанностей

Представленная таким образом модель профессиональных требований к работникам туристской индустрии является основой для совершенствования структуры и содержания высшего профессионального образования в области туризма, разработки знаний и навыков (компетенций) выпускников, адекватных требованиям работодателей индустрии туризма. Значимость предложенной модели состоит также в том, что установленные требования к знаниям и навыкам, т.е. компетентности выпускников, позволяют определить дисциплины, при изучении которых обучающийся освоит необходимые знания и практические навыки для выполнения конкретных должностных обязанностей.

Отличительной особенностью отечественного туристского образования является наличие образовательных программ для каждого профессионального уровня, начиная от начального профессионального образования и заканчивая высшим. Однако высшее профессиональное образование не является завершающим этапом образования, так как система российского образования, встраиваясь в международную систему образования,

эффективно реализует образовательные траектории в рамках мировой инновационной программы «образование через всю жизнь».

Для решения поставленных выше задач механизм совершенствования подготовки компетентных кадров для индустрии туризма на условиях партнерства и взаимного сотрудничества таких органов как Минобрнауки России, Рособразование, Рособрнадзор, Ростуризм, представители работодателей индустрии туризма, учебно-методическое объединение по образованию в области сервиса и туризма.

При этом предусматривается выполнение и реализация следующих мероприятий при взаимодействии с:

Минобрнауки России:

– Подготовка предложений по внесению дополнений и изменений в Типовое положение об Учебно-методическом объединении учебных заведений РФ;

– Пересмотр Положения об Учебно-методическом объединении по образованию в области сервиса и туризма;

– Участие в подготовке нормативно-правовых документов обеспечения начального, среднего и высшего профессионального образования;

– Разработка предложений по дополнению и изменению проекта Перечня направлений подготовки и специальностей профессионального образования.

– Разработка на основе компетентностного подхода совместно с работодателями проектов:

- ФГОС ВПО, СПО и НПО по направлениям подготовки (специальностям) сферы обслуживания, в том числе по направлению Туризм;
- образовательных программ ВПО, СПО, НПО по направлениям подготовки (специальностям), отнесенным к компетенции УМО, в том числе по направлению Туризм;

– Апробация механизма утверждения ФГОС ВПО, СПО и НПО по направлениям подготовки (специальностям) сферы обслуживания, в том числе по направлению Туризм;

– Разработка проектов примерных учебных планов ФГОС ВПО, СПО и НПО по направлениям сферы обслуживания, в том числе по направлению Туризм;

– Разработка примерных учебных программ по дисциплинам базовой части ФГОС ВПО, СПО и НПО по направлениям подготовки (специальностям) сферы обслуживания, в том числе по направлению Туризм;

– Разработка совместно с работодателями программ дополнительного профессионального образования по направлениям подготовки (специальностям), отнесенным к компетенции УМО, в том числе по направлению Туризм;

– Формирование требований к практической подготовке выпускников по направлениям подготовки (специальностям), отнесенным к компетенции УМО, в том числе по направлению Туризм.

Рособразованием:

– Разработка критериев рейтинговой оценки учебных заведений, реализующих образовательные программы по направлениям подготовки (специальностям), отнесенным к компетенции УМО, в том числе по направлению Туризм;

– Формирование рейтинга учебных заведений, реализующих образовательные программы по направлениям подготовки (специальностям), отнесенным к компетенции УМО, в том числе по направлению Туризм;

– Подготовка предложений по созданию и функционированию в учебном заведении системы менеджмента качества образования, основанной на эффективной оценке освоения компетенций обучающимися;

– Подготовка предложений по созданию системы мониторинга потребности рынка труда в кадрах различной квалификации и занятий в сфере обслуживания, в том числе по направлению Туризм;

– Обоснование потребности в выпускниках высшего, среднего и начального профессионального образования по направлениям подготовки (специальностям), отнесенным к компетенции УМО, в том числе по направлению Туризм.

Рособрнадзором:

– Уточнение Порядка подготовки заключения УМО по образованию в области сервиса и туризма о подготовленности учебного заведения к реализации новых образовательных программ по направлениям подготовки (специальностям), отнесенным к компетенции УМО, в том числе по направлению Туризм с привлечением в состав экспертной комиссии представителей работодателей;

– Разработка рекомендаций по составлению представляемых учебным заведением в УМО на экспертизу педагогических измерительных материалов, предназначенных для самообследования;

– Разработка методики подготовки учебным заведением педагогических измерительных материалов, предназначенных для самообследования;

– Анализ обеспеченности учебной литературой образовательных программ по направлениям подготовки (специальностям), отнесенным к компетенции УМО, в том числе по направлению Туризм;

– Анализ материально-технического и информационного обеспечения образовательных программ по направлениям подготовки (специальностям), отнесенным к компетенции УМО, в том числе по направлению Туризм.

Ростуризмом и другими работодателями индустрии туризма:

– Анализ совместно с Ростуризмом и другими представителями работодателей тенденций развития услуг и видов экономической деятельности в сегментах туризма и сферы услуг;

– Мониторинг совместно с Ростуризмом и другими представителями работодателей потребности в кадрах для туристской индустрии и сферы услуг по регионам РФ;

– Формирование совместно с Ростуризмом и другими представителями работодателей образовательных программ заданной профессиональной направленности и уровня образования в области туризма и сервиса;

– Создание системы непрерывной подготовки кадров для туристской индустрии и сферы услуг с привлечением Ростуризма и других заинтересованных организаций на базе соответствующих НИОКР;

– Подготовка предложений о привлечении представителей Ростуризма и других работодателей к участию в экспертных комиссиях Рособрнадзора по лицензированию и аттестации образовательной деятельности в учебных заведениях по направлениям подготовки (специальностям), отнесенным к компетенции УМО, в том числе по направлению подготовки Туризм.

Основная цель предлагаемого комплекса мероприятий – повышение качества подготовки кадров для индустрии туризма, соответствующих требованиям отечественного и международного рынка труда на основе эффективного взаимодействия всех институциональных структур (звеньев механизма). При этом роль Учебно-методического объединения, как государственно-общественной структуры, состоит в координации реализации комплекса мероприятий, направленных на повышение качества подготовки кадров для индустрии туризма и сферы услуг, соответствующих требованиям отечественного и международного рынка труда, для чего необходимо выполнить следующие задачи:

1. Разработать с участием Ростуризма и других представителей работодателей концепцию подготовки кадров для сферы обслуживания.

2. Усилить взаимодействие УМО с организациями (Минобрнауки России, Рособразование, Рособрнадзор, Минэкономразвития, Минсоцразвития, Ростуризм, общественно-профессиональные объединения работодателей, учебные заведения и др.), непосредствен-

но заинтересованными в обеспечении качества подготовки выпускников, отвечающих требованиям индустрии туризма.

3. Разработать с участием Ростуризма и других представителей работодателей на основе компетентностного подхода проекты пилотных образовательных программ, их базовой (фундаментальной) части, объективных критериев и процедур оценки компетенций выпускников или оценочных шкал, провести их апробацию.

4. Ввести в качестве обязательного элемента проводимой экспертизы о подготовленности учебных заведений к реализации образовательной деятельности по направлению Туризм этапа профессиональной оценки представителями Ростуризма и других работодателей.

5. Создать с привлечением Ростуризма и других заинтересованных организаций системы непрерывной подготовки кадров для индустрии туризма и сервиса на базе соответствующих НИОКР.

Реализация предлагаемых задач позволит совершенствовать учебно-методическое обеспечение подготовки кадров для индустрии туризма, повысив тем самым их конкурентоспособность, обеспечит востребованность на рынке труда.

Литература

1. Макаров В.Л. // Выступление на собрании РАН. 2002 г.

ПРОСТРАНСТВЕННАЯ ПОЛЯРИЗАЦИЯ МИРОВОГО ТУРИСТСКОГО РЫНКА

Александрова А.Ю., *кафедра рекреационной географии и туризма, географический факультет МГУ им. М.В. Ломоносова, Москва, Россия, analexan@mail.ru*

Современная Россия приняла открытую стратегию развития. Формирование экономики открытого типа предполагает активное вовлечение нашей страны в мировое туристское пространство и требует глобального видения мира при всемерном учете региональной специфики. Концепция пространственной поляризации мирового туристского рынка приобретает особую актуальность.

Зарождение рынка путешествий было связано с общественным разделением труда – объективным процессом обособления различных видов труда, специализацией производственных единиц и обменом между ними продуктами их деятельности. Начало ему было положено вместе с отделением торговли от ремесла и земледелия и, как следствие, превращением услуг по размещению и питанию, а затем и по организации путешествий в объект торга.

Обслуживание путешествующих лиц как самостоятельный вид трудовой деятельности организуется на территории. Оно как бы закрепляется за определенными странами и районами, меняя их специализацию. Так постепенно складывается географическое, или территориальное туристское разделение труда. Важнейшей его особенностью является пространственный «разрыв» между местом постоянного жительства путешествующего лица и местом временного его пребывания с туристскими целями. Он обусловлен территориальной неподвижностью базисных туристских ресурсов, обусловливающей тяготение туристской инфраструктуры и потоков туристов к местам их концентрации.

Для концепции пространственной поляризации мирового туристского рынка особенно важным является положение о международном разделении труда как высшей ступени в процессе общественного разделения труда. Международное разделение труда в общем виде определяется как специализация отдельных стран и регионов (например,

Европейский союз) в рамках мирового хозяйства на производстве тех или иных видов продукции, что обусловливает обмен этой продукцией на мировом рынке. В процессе исторического развития общественное разделение труда преодолевает национальные границы и приобретает глобальные масштабы, определяя отраслевые и территориальные пропорции между странами. Эта высшая ступень в процессе общественного разделения труда соответствует современному этапу развития туризма. В отличие от предшествующих этапов оно охватывает не только традиционные торговые связи между государствами, в данном случае по линии туризма, но и связи внутри транснациональных сетевых структур, например международных гостиничных цепей.

Развитие международного туристского разделения труда определяется тремя важнейшими группами факторов:

первая группа – природно-географические и экономико-географические факторы. Среди них самую активную роль играют два фактора: неравномерность в обеспечении стран туристско-рекреационными ресурсами и рекреационно-географическое положение страны. Влияние этой группы факторов на международное туристское разделение труда ослабевает, хотя полностью преодолеть его не удастся [1];

вторая группа факторов носит технико-технологический характер. Вся история туризма свидетельствует о его чрезвычайной восприимчивости к техническим и технологическим инновациям. Современный туризм невозможно представить без информационно-коммуникационных технологий, которые резко меняют систему распределения туристских продуктов и вызывают существенные сдвиги в структуре рынка путешествий и поведении потребителей. Влияние этой группы факторов настолько усилилось, что позволяет говорить о трансформации самой природы туристского бизнеса [2]. Между тем не все страны имеют равный доступ к технико-технологическим достижениям, и в силу этого часть их оказывается выключенными из сферы международного туристского разделения труда;

*третья групп*а факторов – социально-экономическая. Неравномерность туристского освоения мирового пространства объясняется неодинаковым уровнем социально-экономического развития стран и регионов, различиями в структуре потребностей и жизненных установках разных социальных и демографических групп населения, многоаспектной туристской политикой государств и международных организаций и т.д. В целом либерализация экономической деятельности в туризме и свобода путешествий – магистральный путь развития мирового туристского рынка, углубляющий международное туристское разделение труда. Социально-экономическая группа факторов оказывает самое сильное и все возрастающее влияние на туристскую специализацию стран и международный туристский обмен [3].

В результате международного туристского разделения труда и под влиянием всех групп факторов складывается единый мировой рынок туризма. Он имеет неоднородную пространственную структуру и представляет собой трехъярусную пирамиду, на вершине которой находятся страны Центра, в срединной части – страны Полупериферии, а основание занимают страны Периферии [2].

Центр глобального туристского пространства образуют ведущие страны мира. В Европе – Франция, Германия, Великобритания, Испания, Италия, Австрия, Швейцария, в Америке – США и Канада, в Азии – Япония. Они выделяются не только по экономическому и научно-техническому, но также туристскому потенциалу. В них зарождаются и сюда же направляются мировые туристские потоки. Их отличает диверсифицированный рынок туристских продуктов, на котором представлены практически все известные виды путешествий, а также высокая интенсивность туристских обменов. Сложившиеся в них системы туризма отличаются от вновь создаваемых разнообразием функций и особой внутренней устойчивостью. Эти системы характеризуются обоснованными про-

порциями структуры, придающими им стабильность. Рост происходит медленно, поддерживая сформировавшиеся (близкие к оптимальным) рыночные пропорции.

Эти страны, с одной стороны, ведут между собой борьбу за мировое лидерство в сфере международного туризма, а с другой – объединяют и координируют свои усилия в целях контроля над рынками сбыта. Для стран Центра характерны очень высокий уровень концентрации капитала и та ведущая роль, которую корпорации каждой из этих стран играют в мировом туристском и гостиничном хозяйстве. Здесь генерируются главные инновации в сфере туризма, которые затем в ходе пространственной диффузии получают распространение в мире. Все эти страны широко представлены в международных туристских организациях.

Полупериферия мирового туристского пространства, весьма пестрая по составу стран, значительно укрепила свои позиции на мировом туристском рынке за последнее десятилетие и приблизилась к Центру. В ней доминируют новые индустриальные страны Азии «первой и второй волн» и страны Центральной и Восточной Европы.

Новые туристские страны, такие как Малайзия, Таиланд, Филиппины, Турция, Объединенные Арабские Эмираты, ускоренно проходят стадию формирования современного рынка туризма. Она характеризуется ростом международных туристских прибытий и высокой интенсивностью внешних туристских обменов. Однако развитие международного туризма, в целом имеющее положительную тенденцию, отличается неравномерностью и нестабильностью. Рынок предложения насыщен турпродуктами широкого спектра, отвечающими мировым стандартам. Созданная инфраструктура туризма постоянно обновляется и расширяется, улучшается качество обслуживания, идет процесс дальнейшей диверсификации туристского предложения, осваиваются новые рекреационные зоны. Вклад международного туризма в национальную экономику этих стран пока еще незначителен, тем не менее он является высокодоходной сферой экономики. Государство играет важную роль в развитии туристского сектора.

Активно включившись в процессы глобализации, эти страны вступили в открытую борьбу за туристские рынки сбыта с признанными лидерами международного туризма, демонстрируя свою конкурентоспособность. Их доля на мировом рынке путешествий возрастает. Страны этого типа специализируются на нескольких видах туризма: оздоровительном купально-пляжной направленности, конгрессно-выставочном, разновидности делового туризма – инсентив-туризме, а также познавательном и спортивном. Подавляющая часть туристских потоков имеет внутрирегиональную направленность. Отмечается рост объема межконтинентальных поездок.

Вторую группу стран, определивших ускоренное развитие международного туризма в Полупериферии в конце XX – начале XXI столетия, образуют государства Центральной и Восточной Европы – Чешская Республика, Венгрия, Польша, а также Россия. Падение тоталитарных режимов и снятие «железного занавеса» способствовали активному вовлечению этих стран в мировой туристский обмен. Переход от плана к формированию национальных туристских рынков в этих странах сопровождался, особенно на первом этапе, взрывным слабоуправляемым развитием международного туризма. Оно носило в основном экстенсивный характер и шло главным образом путем прямого наращивания объемов въездных и выездных туристских потоков. В отдельные годы представители этой группы стран становились мировыми рекордсменами по темпам прироста числа международных туристских прибытий. Несмотря на то что к середине 1990–х годов в большинстве стран этой группы экстенсивные факторы роста международного туризма были исчерпаны, сохраняется высокая интенсивность международных туристских обменов. С переориентацией части выездных туристских потоков на внутренний рынок туризма и соответственно увеличением доли въездного и внутреннего туризма улучшается структура национальных туристских рынков этих стран.

Рынок предложения после разгосударствления национальных туристских компаний, занимавших монопольное положение в сфере международного туризма, оказался сильно «атомизирован» при абсолютном господстве малых форм бизнеса. В наследство досталась недостаточно развитая и к тому же изношенная материально-техническая база туризма. Ее обновление осуществляется с привлечением иностранного капитала.

Современный этап развития международного туризма в этой группе стран можно определить как переход к цивилизованному рынку. Происходит структурная перестройка в туристском секторе, сопровождающаяся процессами производственной концентрации и обострения конкурентной борьбы.

В результате международного разделения труда в сфере туризма эти страны специализируются на оздоровительном, познавательном, а также деловом видах туризма. Определяющим в выборе этих стран как туристских направлений является выгодное соотношение цены и качества предоставляемых услуг. На мировом рынке туризма они представляют себя как недорогие туристские направления с относительно высоким уровнем обслуживания.

В географии туристских потоков прослеживается сильная внутрирегиональная ориентированность, туристский обмен идет преимущественно между соседними странами.

Периферия мирового туристского пространства имеет неоднородную структуру. В ней выделяются «продвинутая» Периферия и «глубокая» Периферия. Костяк «продвинутой» Периферии составляют латиноамериканские страны, прежде всего малые островные государства Карибского бассейна. Быстрому росту международного (въездного) туризма в этих странах способствуют комфортные природно-климатические условия, природная аттрактивность и близость к крупнейшему в Западном полушарии рынку выездного туризма – Северной Америке, прежде всего США. Современная туристская инфраструктура своим стремительным развитием обязана притоку иностранного капитала из США. Для привлечения иностранных инвестиций во многих странах этой группы были созданы оффшорные зоны.

Малые островные государства Карибского бассейна имеют отсталую структуру экономики, в которой международный туризм, наряду с сельским хозяйством, часто выступает основной отраслью хозяйства. Этим объясняется активная государственная политика в сфере туризма. Международный туризм рассматривается как «точка роста» всей национальной экономики. Государственная политика направлена на сглаживание сезонных колебаний в международном туризме, включает меры по продвижению туристских продуктов на американский рынок выездного туризма, разработку и реализацию программ дальнейшего развития туристской инфраструктуры, подготовку кадров для индустрии туризма и др. Государство оказывает прямую финансовую поддержку туристскому бизнесу. Расширяется государственный сектор на рынке международного туризма (создание национальных авиаперевозчиков, строительство отелей, находящихся в полной или частичной собственности государства и т. д.).

Островные государства Карибского бассейна моноспециализированы на приморском оздоровительном туризме, рассчитанном на массовый спрос, и круизном туризме. Они ориентированы на обслуживание туристского монопотока из Северной Америки.

«Глубокую» Периферию образуют экономически отсталые страны Африки и Южной Азии, где рынок туризма находится на начальной стадии формирования. Развитие международного туризма носит анклавный характер. Бульшая часть территории этих стран исключена из сферы туризма. Современные туристские центры, созданные с привлечением иностранного капитала и отвечающие мировым стандартам обслуживания, сосуществуют с патриархальными формами жизни и резко контрастируют с окружающей социально-экономической средой. Международный (въездной и выездной) туризм носит

элитарный характер. Он отличается низкой интенсивностью туристских прибытий в эти страны и особенно отбытий из них. Внутренний туризм практически отсутствует.

Международный туризм оказывает существенное влияние на национальную экономику и рассматривается как важный источник валютных поступлений в страну. Государственная политика направлена на поддержку сектора международного туризма. В последнее время с ростом антропогенной нагрузки на природные комплексы наблюдается стремление к усилению роли государственного планирования и контроля над развитием туризма с учетом природоохранных требований.

Страны этой группы, обладающие уникальным природным потенциалом, специализируются на природноориентированном туризме. На базе сети национальных парков, природных резерватов и заказников они развивают сафари как разновидность экотуризма, а также охотничий туризм.

Пространственная структура мирового туризма характеризуется относительной стабильностью. На протяжении последних двух десятилетий выделенные группы стран не изменились. В процессе развития международного туризма увеличивается отрыв США от остальных стран Центра мирового туристского пространства, сокращается разрыв между странами Центра и Полупериферии и увеличивается между Полупериферией и Периферией [2].

Страны Центра, Полупериферии и Периферии мирового туристского пространства связаны потоками информации, туристов, факторов производства туристских продуктов – капитала и рабочей силы, трансфером технологий туристского обслуживания и валютно-финансовыми отношениями. Остановимся на некоторых из этих каналов связей более подробно.

Ключевую роль в развитии мирового туризма играет туристский обмен между странами. Он носит преимущественно внутрирегиональный характер, который наиболее ярко выражен в Западной Европе. В нем активно участвуют Германия с крупнейшим рынком выездного туризма в мире, Франция – мировой лидер по числу международных туристских прибытий, Испания и Италия – одни из самых посещаемых стран мира, Великобритания, генерирующая наиболее широкие туристские потоки в Европе, а также Австрия и государства Бенилюкс (табл. 1). Перечисленные страны входят в Центр мирового туристского пространства.

Таблица 1

Крупнейшие мировые туристские потоки. Европа, 2002 г.

№ п/п	Направление потока из в	Количество прибытий, млн ед.	№ п/п	Направление потока из в	Количество прибытий, млн ед.
1	Великобритания/Ирландия – Франция	15,0	6	Германия – Австрия	10,3
2	Великобритания – Испания	14,6	7	Германия – Испания	10,1
3	Германия – Франция	14,3	8	Бельгия/Люксембург – Франция	8,5
4	Нидерланды – Франция	12,6	9	Франция – Испания	8,0
5	Германия – Италия	11,8	10	Италия – Франция	7,9

В Западном полушарии наиболее емкий рынок въездного и выездного туризма сложился в США. Все основные туристские потоки в Американском регионе берут начало или, наоборот, заканчиваются в этой стране (табл. 2). Широкий туристский обмен налажен с Канадой, которая так же как США относится к Центру мирового туризма.

Таблица 2

Крупнейшие мировые туристские потоки. Америка, 2002 г.

№ п/п	Направление потока из в	Количество прибытий, млн ед.	№ п/п	Направление потока из в	Количество прибытий, млн ед.
1	США – Мексика	18,5	6	Япония – США	3,6
2	США – Канада	16,2	7	США – Великобритания	3,2
3	Канада – США	13,0	8	США – Франция	2,2
4	Мексика – США	11,4	9	США – Италия	1,7
5	Великобритания – США	3,8	10	США – Германия	1,6

Миграции туристов между США, странами Западной Европы и Японией, то есть межрегиональные миграции, не столь велики, как между странами Центра одного региона. Но они растут более быстрыми темпами, которые, по оценкам Всемирной туристской организации, в 1995-2020 гг. составят в среднем 5,4 и 3,8% в год соответственно. В результате соотношение внутри- и межрегиональных туристских поездок в мире изменится с 82:18 в 1995 г. до 76:24 в 2020 г. [4].

Самые широкие межрегиональные туристские потоки связывают Западную Европу и Северную Америку: Великобритания – США, США – Великобритания, США – Франция, США – Италия, США – Германия. Япония также вовлечена в межрегиональный туристский обмен со странами Центра. Туристский поток из Японии в США является одним из крупнейших в мире, а ЕС планирует всемерно наращивать прибытия туристов из Страны восходящего солнца. Вступая в тесные отношения, страны Северной Америки, Западной Европы и Япония взаимно усиливают друг друга и образуют из трех составных частей единое неделимое целое – Центр мирового туризма.

Большая связность мирового туристского пространства достигается благодаря обмену туристами между Центром, с одной стороны, и Полупериферией и Периферией – с другой. Показательны в этом отношении устойчивые потоки туристов из США и Канады на приморские курорты стран и территорий Карибского бассейна, относящихся к Полупериферии мирового туристского пространства. Расширяется туристский обмен между странами Центра (Великобританией, Францией, Испанией), в прошлом метрополиями, с их бывшими и настоящими владениями при явном доминировании первых.

Характерная черта современной пространственной структуры мирового туризма – нарастание встречных потоков из Нецентральных ареалов в страны олигополистической Триады. Увеличивается доля внутрирегионального туристского обмена между странами Центральной и Восточной Европы, с одной стороны, и странами Западной Европы – с другой. Перспективный туристский рынок для стран Триады находится в Северо-Восточной и Юго-Восточной Азии, переживающей бум въездного и выездного туризма. В настоящее время туристский поток из Азиатско-Тихоокеанского региона в Европу, прежде всего Западную, относится к самым крупным межрегиональным туристским миграциям в мире (около 15 млн прибытий в 2002 г.) [5].

Вторая форма экономических отношений на мировом туристском рынке возникла по поводу вывоза (миграции) капитала и его вложений в индустрию туризма за рубежом. В отличие от других сфер хозяйствования в мировой индустрии туризма капитал движется вслед за клиентом. В конце XIX – начале XX в. в период становления экспорт капитала шел из развитых стран, метрополий, генерирующих потоки туристов, в отсталые, преимущественно в той или иной степени зависимые от них государства, относящиеся к туристской Периферии. В то же время капитал нередко переливался между развитыми странами с разными темпами формирования национальных рынков туризма, например из Великобритании во Францию или из Франции в Германию.

Коренные изменения в географии экспорта капитала в индустрию туризма произошли

после второй мировой войны. Подъем туризма в развитых странах привел к увеличению их потребностей в иностранном капитале. Между ними началось перекрестное движение инвестиций в туризм, которое продолжается по настоящее время. По последним данным ЮНКТАД, в 2002 г. прямые иностранные инвестиции (ПИИ) в мировую индустрию гостеприимства и общественного питания оценивались в 80 млрд долл., или 2% всех ПИИ в сферу услуг. (Для сравнения: такая же доля ПИИ приходилась на сектор строительства). Развитые страны экспортировали 90% и импортировали 71% ПИИ [6].

В 1990-е годы ускорилось движение капитала в гостинично-ресторанном хозяйстве развивающихся стран и стран с переходной экономикой. Основные потоки этих инвестиций остаются в Полупериферийных и Периферийных районах. Так, Россия вложила крупные инвестиции в гостиничное хозяйство Украины, в частности Автономной Республики Крым и Одессы, Черногории, Чешской Республики.

Говоря об изменениях в географии экспорта капитала в индустрию туризма и гостеприимства, нельзя не отметить еще один интересный факт. В настоящее время происходит перекрестное движение инвестиций не только внутри отдельных групп стран – между развитыми странами, развивающимися странами или между странами с переходной экономикой, но также между этими группами стран. Причем потоки капиталов имеют восходящий характер – из Полупериферии и Периферии в Центр мирового туризма. Ярким примером тому могут служить вливания капиталов в американскую экономику из стран Азии через «китайские кварталы», представляющие собой мультикультурные образования – сплав китайской, вьетнамской, камбоджийской и тайской культур, центры коммерции и туризма. В последнее время китайские кварталы возрождаются или создаются заново во многих странах мира, в частности в Германии, Нидерландах, Великобритании, Канаде.

Об усложнении экономических отношений на мировом туристском рынке свидетельствует рис. 1.

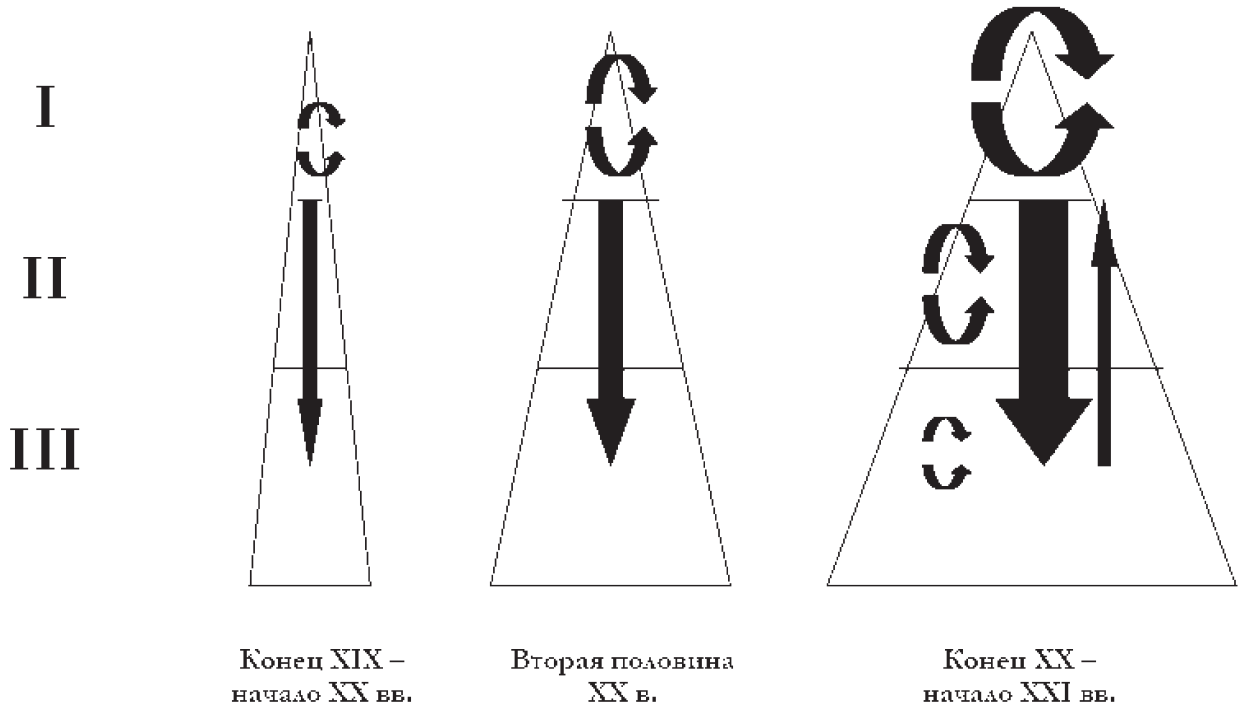


Рис. 1. Миграции капитала на мировом туристском рынке:
I – Центр мирового туристского пространства, II – Полупериферия, III – Периферия.

Третья форма экономических отношений на мировом туристском рынке сложилась по поводу внешней миграции рабочей силы. Туристская индустрия отличается высокой трудоемкостью. На каждую единицу капитальных вложений в ней создается больше рабочих мест, чем во многих других секторах экономики. По данным Всемирного совета по путешествиям и туризму, в 2004 г. в мировой индустрии туризма было занято 70 млн человек, а с учетом косвенной занятости – 201 млн, или каждый 13 работник в мире. К 2013 г. эта цифра возрастет до 250 млн [7].

Развитие мировой индустрии туризма сопровождается международными трудовыми миграциями, которые объясняются неравномерностью развития национальных рынков туризма и упрощением иммиграционного законодательства в ряде регионов. Так, в Западной Европе вплоть до 1970-х годов, в долгий послевоенный период экономического роста и расширения туристского движения отмечалась нехватка трудовых ресурсов. Доступ иностранцев на рынки рабочей силы этих странах был облегчен. Египтяне, греки, армяне, итальянцы, иммигрируя, трудоустраивались в секторе туристских услуг и способствовали его подъему в таких государствах, как Франция и Великобритания. Позднее, с ухудшением экономической конъюнктуры и ростом безработицы Западная Европа перешла к политике ограничения импорта рабочей силы. Тем не менее в Швейцарии свыше половины занятых в гостинично-ресторанном хозяйстве составляют иммигранты, в Германии – более трети. На приморских курортах Испании находят работу нелегальные мигранты. В США рост миграционных потоков продолжается по настоящее время. На долю трудящихся-иммигрантов приходится более 5% экономически активного населения страны [8]. Многие из этих лиц находят работу в индустрии туризма.

По профессионально-квалификационному составу поток мигрантов в мировой индустрии туризма состоит из двух групп: малоквалифицированной рабочей силы и квалифицированных специалистов. Основная масса трудящихся-мигрантов в индустрии туризма – это работники, занятые низкооплачиваемым, неквалифицированным, непрестижным трудом.

Некоторые особенности характера и организации труда на туристских предприятиях объясняют повышенный спрос индустрии туризма на иностранную малоквалифицированную рабочую силу. Одна из главных особенностей состоит в том, что механизация и автоматизация слабо затронули сектор туристских услуг. 80% занятых в индустрии туризма составляет неквалифицированная рабочая сила. Другие особенности трудовых отношений – невысокая заработная плата, сравнительно длинная рабочая неделя со специальным графиком и режимом работы, слабое участие профсоюзов в жизни трудовых коллективов – также не способствуют укреплению престижа туристских профессий среди местного населения и диктуют необходимость привлечения иностранной рабочей силы. В гостинично-ресторанного хозяйстве стран Евросоюза 80% занятых отрабатывают от двух до пяти выходных дней в месяц, 41% выходит на работу в ночное время шесть и более раз в месяц. При этом уровень заработной платы на предприятиях индустрии туризма на 20% ниже, чем в среднем по экономике в странах ЕС. Все это обусловливает высокую текучесть кадров в индустрии туризма. По данным Международной организации труда, в США свыше половины занятых в индустрии туризма увольняются в течение первого года работы, в Великобритании – более 40% . Текучесть кадров на предприятиях общественного питания быстрого обслуживания в Европе и США составляет в среднем 300% в год [9].

Высокий спрос индустрии туризма на иностранную рабочую силу связан с сезонным характером работы. Его пик приходится на подъем деловой активности в период наплыва туристов. В сезон число занятых в индустрии туризма возрастает в Австрии почти на треть, в Испании и Италии – на половину, в Дании – в два раза [9] .

Иммиграция является важным источником пополнения рынка труда в индустрии туризма развитых стран. В Западной Европе образовавшиеся на нем ниши низкоквали-

фицированных кадров заполняются в основном благодаря потокам трудовых миграций из развивающихся и восточноевропейских стран, в США – из близлежащих латиноамериканских стран – Мексики и стран Карибского бассейна. Например, в Германии закусочные сети «Макдоналдс» предоставляют работу иммигрантам из стран Центральной и Восточной Европы, у которых возникают проблемы с трудоустройством из-за языкового барьера и отсутствия опыта работы. Многие из тех, кто иммигрировал на Запад вынуждены перебиваться случайными заработками, заниматься низкооплачиваемым трудом. Они часто ущемляются в правах, находятся на нелегальном положении [9].

Что касается миграции квалифицированных кадров, их потоки в индустрии туризма пока незначительны.

С развитием туристского рынка меняется характер труда. Он усложняется, углубляется его специализация. Выполнение должностных обязанностей требует профессиональных знаний и навыков. В индустрии туризма открываются возможности карьерного роста. Это будет способствовать изменению ситуации на рынке труда мировой индустрии туризма.

Модель пространственной поляризации мирового туристского рынка отражает современные представления о территориальной структуре туризма в планетарных масштабах. Она органично вписывается в интеграционный образ мышления и отвечает велению времени, выраженному известным лозунгом Римского клуба: «Мыслить глобально – действовать локально (регионально)!».

Литература

1. Веденин Ю.А. Мифология туристских ресурсов и эволюция представлений о ресурсном потенциале территорий // Изв. РАН. Сер. географич. М., 1998. №4. С. 88-89.

2. Александрова А.Ю. Структура туристского рынка. М.: Пресс-Соло, 2002. 384 с.

3. Александрова А.Ю. Формирование новой географии туризма в России XXI века. Мирохозяйственная концепция развития туризма (концепция пространственной поляризации мирового рынка туризма) // География туризма. М.: КНОРУС, 2008. С. 73-201.

4. Tourism 2020 Vision. Vol. 4. Europe. Madrid: WTO, 2000. 89 p.

5. Tourism Market Trends. Europe / World Tourism Organization. Madrid: WTO, 2003. 400 p.

6. World Investment Report 2004: The Shift Towards Services. Overview/UNCTAD. N.Y.-Geneva: United Nations, 2004. 468 p.

7. Официальный сайт Всемирного совета по путешествиям и туризму http://www.wttc.org/

8. Мироненко Н.С. Введение в географию мирового хозяйства: Международное разделение труда. М.: Аспект Пресс, 2006. 239 с.

9. Human resources development, employment and globalization in the hotel, catering and tourism sector: Report / International Labors Office. Geneva: ILO, 2001. 140 p.

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ ТУРИСТСКОЙ ИНДУСТРИИ В РОССИИ

Абрамова Т.В., *помощник депутата Государственной Думы ФС РФ, к.э.н., ozerov@duma.gov.ru*

В России туризм признан одной из самых динамично развивающихся отраслей экономики. Банк России оценивает внешнеторговый оборот туристских услуг по данным платежного баланса Российской Федерации, в 2006г. в 25,8 млрд.долларов США, что составляет 4,7% в общем объеме внешнеторгового оборота товаров и услуг [1]. По прогнозным оценкам Всемирного совета по туризму и путешествиям в 2007 г. инвестиции в основной капитал в туристскую индустрию России составляют 12,1% от общих инвестиций при годовом росте на 8,2% [2].

По данным Федерального агентства по туризму общий оборот российской отрасли в 2007 г. достиг приблизительно $50 млрд. [3]. Данные шестого ежегодного рейтинга

«Крупнейшие туроператоры России», который «Коммерсантъ» подготовил совместно с информационным агентством «Туринфо» свидетельствуют, что бизнес 50 лидеров туристического рынка России в 2007 г. рос значительно быстрее, чем в 2006, и их валовая выручка превысила $5,2 млрд., увеличившись на 73%. Годом раньше темпы роста этого показателя составили всего 26%. Гораздо быстрее росла и средняя выручка компаний – 44,6% против 34,7% в 2006 г. [4].

У компаний, вошедших в первую пятерку, темпы прироста выручки к 2006 году не опускались ниже 44%. Так, у «TEZ Tour» они составили 44,2%, у «Натали Турс» – 63,8%, а у группы компаний «Интурист», занявшей первое место, – 55,2%. «Интурист» стал первой компанией, чья выручка превысила отметку $500 млн. [4].

Ежегодно растет объем туристских услуг, вклад туризма в ВВП страны по данным Федерального агентства по туризму в 2007 г. составил 1,1 %, а с учетом сопутствующих отраслей – 6,7 %. Однако, если сравнивать с другими странами мира, эти показатели соответственно составляют: в США – 3,8 % и 10,2 %; во Франции – 4,1 % и 10,9 %; в Великобритании – 3,4 % и 9,1 %; в Китае – 2,5 % и 12,2 %.[2]. По мнению экспертов, Россия использует свой туристско-рекреационный потенциал пока только на 20 %, этим и объясняется более низкий вклад туризма в экономику страны по сравнению с развитыми странами мира.

Доходы от международного туризма по данным Всемирной туристской организации (ЮНВТО) в 2006 г. в разных странах составили (в млрд. долл.): США – 85,7, Испания – 51,1, Франция – 46,3, в России – всего 7,0. Пока это лишь 30 место в мире. А по международным туристским прибытиям ЮНВТО ставит нашу страну на 10 место с показателем 20,2 млн. прибытий [5]. По прогнозам ЮНВТО к 2020 году Россия займет лишь девятое место в мире по количеству туристских посещений.

Однако, в настоящее время отрицательное сальдо экспорта и импорта туристских услуг в 2007 г. составило 12,7 млрд. долл., по сравнению с 2000 г. – 5,4 млрд. долл., увеличилось более, чем в 2 раза, а по сравнению с 1997 г. – 2,9, – более, чем в четыре раза (табл. 1). Таким образом, в России темпы развития выездного туризма все больше превышают въездной, и все больше средств российские туристы тратят на отдых за пределами России, развивая зарубежные курорты и туристские центры, что в итоге стимулирует социально-экономическое развитие этих стран.

Таблица 1.

Внешнеторговый оборот услуг по статье «Поездки» платежного баланса Российской Федерации (млн. долларов США) [6]

Год	Экспорт услуг по статье «Поездки»	Импорт услуг по статье «Поездки»	Сальдо платежного баланса по статье «Поездки»
1997	7165	-10113	-2949
1998	6508	-8677	-2169
1999	3723	-7097	-3374
2000	3429	-8848	-5419
2001	3572	-9285	-5713
2002	4167	-11283	-7116
2003	4502	-12880	-8378
2004	5530	-15285	-9755
2005	5870	-17434	-11564
2006	7628	-18235	-10607
2007	9607	-22258	-12651

Источник: Центральный банк России

По данным Росстата, опубликованным на основе показателей деятельности турист-

ских фирм, этими самыми посещаемыми российскими туристами странами в 2006г. оказались Турция (17,4% всех отправленных за границу туристов), Китай (16,8%) и Египет (7,4%). В 2006г. поездки российских граждан с целями рекреации и отдыха посредством туризма составили 7,75 млн. По сравнению с 2000 г. (4,49 млн.) число таких поездок увеличилось в 1,7 раза [1]. По данным Центра стратегических исследований "Росгосстраха" число российских туристов, выезжающих за рубеж в 2008-2010 гг. будет расти ежегодно на 13-15 % и в 2010 г. составит около 16 млн. человек [7].

Теперь рассмотрим состояние въездного туризма. По данным Пограничной службы ФСБ России в 2006 г. иностранные граждане совершили 22,5 млн. поездок в Россию, что на 1,2% больше, чем в 2005г., Однако, туризм, как основная цель посещения России иностранными гражданами, был заявлен только 10,8% въехавшими, 93,5% из них прибыли из стран дальнего зарубежья. Объемы въездного туризма имеют тенденции к сокращению, так в 2000 г. с целью туризма Россию посетили 2,60 млн. иностранных граждан, а в 2006 г. – 2,43 млн. [1]. По данным Ростуризма сокращение въездного туристского потока в нашу страну начало происходить с 2006 года, в 2007 г. он снизился уже более чем на 8% [8]. А по информации Ассоциации туроператоров России (АТОР) поток иностранных туристов в прошедшем году сократился минимум на 20 % [9].

В Едином федеральном реестре туроператоров на июнь 2008 г. числится 4482 туроператора [10]. Однако по данным Российского Союза туриндустрии по въездному туризму работает менее 10% операторов [11].

Москва и Санкт-Петербург принимают на себя до 75% международных прибытий, число которых в последние 2-3 года сокращается из-за общего роста цен и недостатка гостиниц туристского класса (2-3 звезды). В Москве за последние годы по разным причинам были изъяты из оборота около 9 тысяч мест уровня 3 «звезды» [2]. Это существенно удорожило пакет услуг, предлагаемый туристам при их путешествии в Россию. Учитывая сложившуюся в столице ситуацию, при которой средняя цена за номер в гостиницах Москвы существенно выше стоимости номера аналогичной категории в странах Европы при более низком комфорте и качестве услуг, иностранным туристам становится невыгодно приезжать в столицу. Такая ситуация может сохраниться в ближайшие несколько лет. Снижение цен на гостиничные услуги в условиях рынка возможно только путем повышением конкуренции, т.е. строительством новых средств размещения.

Причинами падения иностранного туристского потока в Россию также можно назвать постоянное удорожание стоимости турпакета за счет роста цен и на авиа-, железнодорожные билеты и другие предоставляемые иностранным туристам услуги, ненадлежащее обеспечение безопасности, злоупотребления в отношении иностранных туристов со стороны сотрудников милиции и таможни. Для передвижения по всем странам шенгенской зоны достаточно паспорта и визы, а на территории России иностранные граждане должны проходить регистрацию в органах внутренних дел каждого города, пребывание в котором превышает 72 часа.

Основными факторами более активного развития выездного туризма по сравнению с внутренним и сдерживающими развитие въездного, помимо вышеупомянутых проблем, в настоящее время являются:

– недостаточное развитие туристской инфраструктуры, значительный моральный и физический износ существующей материальной базы;

– несоответствие цены и качества предлагаемых услуг;

– дефицит квалифицированных кадров;

– недостаточность механизмов создания благоприятных условий для инвестиций в туристскую инфраструктуру на федеральном, региональном и муниципальном уровнях;

– обилие негативной информации о России, как о стране, неблагоприятной для туризма;

– слабое продвижение российского турпродукта на российском и международном рынках туруслуг;

– неразвитость индустрии развлечений и др.

Причинами, также сдерживающих развитие внутреннего туризма являются:

– низкая платежеспособность массового отдыхающего, доступность отдыха и лечения на курортах;

– высокая стоимость проезда на курорты и в другие туристские центры страны;

– недостаток механизмов поддержки развития социального туризма;

По данным социологических центров (ВЦИОМ и ФОМ) почти две трети населения страны остаются дома и для отдыха никуда не выезжают. Вышеперечисленные причины приводят к сезонности загрузки учреждений курортно-туристского комплекса.

К тому же зарубежный турпродукт для массового туриста по сравнению с российским, в большинстве предложений, имеет меньшую цену и более низкий рост стоимости. Хотя в 2006г. по данным Росстата наблюдалась тенденция замедления темпов прироста цен и тарифов на услуги в сфере туризма и отдыха (12,1% против 13,6% в 2005г.), однако, увеличение тарифов на услуги в сфере внутреннего туризма по-прежнему значительно опережало их изменение на услуги в сфере зарубежного туризма (соответственно в 3,3 раза – в 2006г. и в 6,5 раза – в 2005г.) [1].

Темпы прироста цен на услуги в сфере выездного туризма в 2006г. увеличились в 1,8 раза по сравнению с предыдущим годом (4,3% против 2,4% в 2005г.). Существенный рост цен отмечался практически на все наблюдаемые виды зарубежных туров. Более всего подорожали экскурсионные поездки во Францию – на 8,0% (в 2005г. цены на них снизились на 1,6%) и на отдых в Испанию – на 6,5% (в 2005г. – увеличились на 2,4%). Вместе с тем, поездки в Китай стали дешевле на 0,3% (в 2005г. они подорожали на 5,8%) [1].

В сфере внутреннего туризма наиболее существенно подорожали посещение музеев и выставок (на 20,9%), проживание в домах отдыха и пансионатах (на 16,5%). Стоимость услуг в сфере воздушного и наземного транспортного сообщения увеличилась на 10,9-16,0% [1].

Если говорить о внутреннем туризме, то по данным Федерального агентства по туризму поток туристов ежегодно растет, средний годовой прирост – от 10 до 15 %. В 2006 году число внутренних туристов составило около 26,6 миллиона человек, в 2007 году – около 29 миллионов, и, по прогнозам Ростуризма, возрастет к 2015 г. до 46-48 миллионов (табл. 2) [2].

Таблица 2

Развитие внутреннего туризма в России в 2005-2015 гг.

Годы	**Численность обслуженных в средствах размещения** (в млн. чел)
2005	24,8
2006	26,6
2007	29,0
2008	31,0
2009	33,0
2010	35,0
2011	37,5
2012	40,0
2015	46-48

Источник: Федеральное агентство по туризму

Во внутреннем туризме лидерство по посещаемости принадлежит Краснодарскому краю, Москве, Московской области, Санкт-Петербургу, Тюменской, Свердловской

областям, республикам Татарстан и Башкортостан, Ставропольскому краю, Нижегородской и Челябинской областям, на долю которых приходится половина численности отечественных туристов, воспользовавшихся в 2006г. услугами коллективных средств размещения.

По данным Ростуризма на территории Российской Федерации функционируют около 150 горнолыжных комплексов. Самыми популярными являются: «Красная Поляна» в Краснодарском крае (260 тыс. туристов), «Домбай» в Карачаево-Черкесской Республике (в 2007 г. – 195 тыс. туристов), «Приэльбрусье» в Кабардино-Балкарской Республике (100 тыс. туристов). Горнолыжные центры Московской области в 2007 году приняли более 320 тыс. человек [2]. Учитывая климатические и ландшафтные особенности России, горнолыжный, как и другие зимние виды туризма, имеют большие перспективы развития.

С 2006 г. в Федеральный закон № 116-ФЗ от 22.07.2005 "Об особых экономических зонах в Российской Федерации" вошли и туристско-рекреационные ОЭЗ. По мнению ряда экспертов, зафиксированных льгот и послаблений недостаточно для создания действительно благоприятного инвестиционного климата, особенно по сравнению с другими странами – ведущими туристским дестинациями. Однако, даже это уже дало серьезный толчок к развитию туризма в стране, привлекло внимание регионов, инвесторов, ученых.

В конкурсе, который провело Правительство РФ, выиграло всего 7 регионов, участвовало 28, ещё большее количество субъектов РФ просто не успело подготовить широкий набор документов и ждет следующего конкурса. В итоге во многих субъектах РФ проведена инвентаризация природно-рекреационных и туристских ресурсов, разработаны программы и проекты отдельных территорий и регионов в целом, что в свою очередь повышает их конкурентоспособность, привлекательность для инвестиций, причем даже у тех, кто не победил в конкурсе.

Одним из важнейших положений закона является то, что государство создает не только налоговые преференции, упрощение административных формальностей, но и создает транспортную, инженерную и другую инфраструктуру, без которой активное развитие туризма невозможно. В феврале 2007 г. Правительство РФ приняло ряд постановлений о создании на территориях 7 субъектов Российской Федерации особых экономических зон туристско-рекреационного типа. Федеральное агентство по управлению особыми экономическими зонами разрабатывает 7 проектов: «Новая Анапа» в Краснодарском крае, «Гранд Спа Юца» в Ставропольском крае, «Алтайская долина» в Республике Алтай, «Бирюзовая Катунь» в Алтайском крае, «Куршская коса» в Калининградской области, «Байкал: Бурятия» в Республике Бурятия и «Байкал: Иркутск» в Иркутской области.

По большинству проектов закончены разработки концепций и началась детальная планировка территорий ОЭЗ. В ближайшее время должны быть проведены тендеры по их застройке. В 2009 г. планируется начало активного строительства, в 2012 г. – введение в эксплуатацию туристских объектов. Всего из федерального бюджета до 2026 г. на создание ОЭЗ будет потрачено 44,5 млрд. рублей на инфраструктуру. Предполагается, что частные инвестиции составят 273 млрд. рублей [12].

Значительный импульс развитию туризма может придать подготовка и проведение в г. Сочи зимних Олимпийских игр 2014 года. Федеральной целевой программой "Развитие города Сочи как горноклиматического курорта (2006-2014)" предусматривается выделение средств в размере 313,9 млрд.рублей, из них за счет средств федерального бюджета – 185,8 млрд.рублей на строительство 243 объектов: спортивных, объектов связи, энергоснабжения, здравоохранения, транспортной, инженерной и другой инфраструктуры [13]. Несмотря на большое количество проблем, связанных с сжатыми сроками строительства, земельными, транспортными другими вопросами, а также пока не

утвержденным Генеральным планом развития курорта, Сочи уже стал известен в современном мировом сообществе, его популярность возрождается и растёт.

Подготовке к проведению Россией в г. Владивостоке на острове Русском саммита стран – участниц Азиатско-тихоокеанского экономического сотрудничества (АТЭС) в 2012 г., и в связи с этим строительство крупного туристского центра в случае успешной реализации этого крупного проекта также будут способствовать развитию туризма в России, особенно на Дальнем Востоке страны. Планируется реконструировать аэропорт Владивостока, построить еще один международный терминал, а также трехкилометровый мост с материка на остров, крупный международный деловой центр для переговоров официальных делегаций и несколько гостиниц на о. Русском, отремонтировать дороги в приморской столице. Планируется финансирование на сумму около 300 млрд. рублей [14]. Пока здесь немало проблем, схожих с “Сочи – 2014”. И теперь успех этих одних из крупнейших для России проектов в Южной и Дальневосточной столицах России зависит от грамотной, учитывающей международный опыт государственной политики развития и сохранения природно-рекреационного потенциала уникальных туристских территорий.

С советских времен в России не строили в единой концепции значительные курортные территории. Проекты семи ОЭЗ ТРТ, “Сочи-2014”, “АТЭС-2012” во Владивостоке будут первыми в новых экономических и законодательных условиях. Поэтому важен постоянный мониторинг их создания, функционирования и оперативная корректировка условий, для того чтобы затем этот опыт проецировать и на другие российские регионы.

Рассмотрим тенденции развития материальной базы российской туристской индустрии в целом. Число коллективных средств размещения в России по данным Росстата увеличивается: в 2006 г. их насчитывалось 9865, в 2000 г. – 9058 [1]. По данным Ростуризма на конец 2007 г. в стране насчитывается более 6 тысяч гостиниц, в 2004 г. их насчитывалось около 4 тысяч [2]. Строятся новые гостиницы, в том числе малые, все больше международных гостиничных цепей в Москве, Санкт-Петербурге и других крупных городах страны, появляются и отечественные гостиничные цепочки.

По прогнозам Ростуризма в России с 2007 по 2015 гг. число отелей должно увеличится более чем в 2 раза и достигнуть 13 – 14 тысяч (табл. 3) [2].

Таблица 3

Количество гостиниц в России в 2005 – 2015 гг.

Годы	Количество гостиниц
2005	4812
2006	5375
2007	6000
2008	6700
2009	7500
2010	8300
2011	9200
2012	10 200
2015	13 000 – 14 000

Источник: Федеральное агентство по туризму

Система государственной добровольной классификации средств размещения работает третий год. В настоящее время более 400 получили сертификаты качества оказываемых ими услуг [2]. В основном это гостиницы не столичные, а региональные. При разработке проектно-сметной документации на строительство отелей застройщиками все чаще учитываются требования Системы классификации гостиниц и других средств размещения, и заранее планируется категория, что способствует повышению качества оказываемых услуг.

Растет объем инвестиционных предложений по строительству средств размещения как со стороны иностранных, так и отечественных инвесторов, только в 2007 году на территории России по данным Ростуризма было построено и введено в эксплуатацию около 400 средств размещения на 41 тысячу мест [2]. В 2000-2006 гг. строительство гостиниц осуществлялось в основном в Москве, Московской, Свердловской, Сахалинской, Оренбургской, Ростовской областях, Алтайском, Краснодарском, Хабаровском краях, республиках Башкортостан и Карелия, Ханты-Мансийском автономном округе – Югре, Ямало-Ненецком автономном округе.

Санатории вводились в Вологодской, Кировской, Свердловской, Новосибирской областях, Алтайском, Краснодарском, Ставропольском, Приморском краях, республиках Башкортостан и Татарстан. Строительство домов отдыха осуществлялось в Астраханской, Ленинградской, Ростовской областях, Алтайском и Краснодарском краях, Удмуртской Республике.

Однако, количество санаторно-курортных организаций (СКО) по данным Росстата в 2006 г. уменьшилось и составило 4490, в 2000 г. их насчитывалось 4876, т.е. сократилось на 386 здравниц [1]. Это говорит о том, что СКО сложнее выжить в условиях рынка. Учитывая их социальную направленность и важный вклад в оздоровление российских граждан, возможно государству следует уделять больше внимания их поддержке на всех уровнях власти.

Распределение коллективных средств размещения по формам собственности по данным Росстата с 2000 по 2006 гг. значительно изменилось. Доля находящихся в частной собственности, к концу 2006 г. почти удвоилась и составила 47,8% от общего числа, а в государственной – 21,6 %. Если сравнивать с 2000 г., то тогда доля коллективных средств размещения в частной собственности составляла лишь 25,3 %, а в государственной – 24,2 %. Изменения в сторону увеличения частной собственности произошло за счет уменьшения к 2006 г. не только государственной, но и муниципальной до 12,9 % (19,3 % в 2000 г.) и смешанной российской – 10,4 % (в 2000 г. – 22,4 %) [1, 15].

При этом более половины гостиниц и аналогичных средств размещения в 2006 г. частных – 57,3% (в 2000 г. – 30 %), а количество государственных уменьшилась до 13,3 % (16,3 % в 2000 г.). Увеличение частных отелей произошло и за счет строительства новых, и за счет уменьшения почти вдвое муниципальной собственности на эти организации: в 2006 г. она составила 17,8 %, в 2000 г. – 32 % [1, 15].

В санаторно-курортных организациях число частных к 2006 г. также увеличилось, но незначительно до 36,4 % с 21,5 % в 2000 г., причем за счет уменьшения почти в два раза числа специализированных средств размещения смешанной российской формы собственности: в 2000 г. их было 27,7 %, а в 2006 г. – 15,1 %. При этом количество государственных в отличие от гостиниц незначительно, но стало больше: в 2006 г. – 31,5 %, в 2000 г. – 30,9 % [1, 15].

Таким образом, в 2000 г. в санаторно-курортных организациях и организациях отдыха преобладала государственная форма собственности (30,9%), а в гостиницах – муниципальная (32,1%). В 2006 г. больше всего частных как гостиниц (57,3 %), так и специализированных средств размещения (36,4 %) [1, 14]. Этот факт можно рассматривать в качестве позитивной характеристики развития туристского рынка, поскольку ранее государство в большинстве случаев не зарекомендовало себя эффективным собственником. Преобладание государственной собственности подавляло развитие конкурентной среды в этой отрасли, снижало стимулы к их эффективной деятельности. Такая ситуация противоречила принципам развития рыночной экономики. Представляется целесообразной дальнейшая постепенная коммерциализация оставшегося государственного сектора в курортно-туристском комплексе на основе использования различных методов разгосударствления. Возможно сочетание разных методов вовлечения государственных оздоровительных предприятий в рыночный оборот.

Теоретически почти все государственные гостиницы и здравницы могут быть приватизированы (акционированы) путем постепенной продажи акций надежным инвесторам на жестких инвестиционных условиях (наличие у инвестора банковских гарантий его кредитоспособности, расторжение сделки в случае невыполнения инвестиционных программ и бизнес-планов по обеспечению эффективной деятельности здравниц). Исключение могут составлять учреждения федеральных силовых и других ведомств. Однако условия финансирования этих средств размещения должны быть достаточными для их эффективного функционирования и развития, предоставления конкурентоспособных туруслуг.

Следует отметить, что предприятия частного сектора в настоящее время наиболее адаптированы к новым экономическим условиям хозяйствования, так как кризис и реформирование в стране и в отрасли инициировали процесс естественного отбора в курортно-туристском комплексе. Выжить в этих условиях смогли и смогут в будущем только многопрофильные предприятия, учитывающие современные тенденции развития сферы гостеприимства, имеющие высокопрофессиональные кадры, использующие новые технологии бронирования, управления, продвижения.

В 2006 г. в общем числе номеров процент высшей и первой категорий по данным Росстата остается относительно невысоким (9,2% и 33,5% соответственно). Гостиницы, имеющие номера высшей категории, распределены по территории Российской Федерации крайне неравномерно. Из 23,9 тыс. гостиничных номеров высшей категории 37,7% находятся в гостиницах, расположенных в Москве, Санкт-Петербурге и Краснодарском крае [1].

К сожалению, к концу 2006 г. доля некатегорийных гостиниц увеличилась до 84,5% (в 2000 г. – 80 %) [1, 15]. И это один из важнейших факторов, сдерживающих развитие въездного и внутреннего туризма в России. Гостиницы, которым присвоена наивысшая категория (5 “звезд”), по-прежнему занимают менее 1% от общего числа объектов, доля гостиниц 4 “звезды” незначительно увеличилась до 3 % (в 2000 г. – 2,2%). Количество субъектов Российской Федерации, имеющих средства размещения наивысшей категории, хотя и увеличилось до 44 (в 2000 г. – только в 26 регионах РФ), этого для такой страны как Россия крайне недостаточно. Причем на долю Москвы и Санкт-Петербурга приходится 29% от их общего числа (в 2000 г. – 30 %) [1, 15].

В России ощущается острая нехватка недорогих гостиниц категории 2-3 “звезды”. Это обстоятельство также сдерживает рост туристских потоков, особенно, в таких крупнейших туристских центрах, как Москва и Санкт-Петербург. В России все субъекты РФ обладают туристским потенциалом для тех или иных видов туризма, но большинство, как видно из статистики, не имеют туристской инфраструктуры. К тому же тенденция общего недостатка средств размещения приводит к отсутствию конкуренции и стимулированию к значительному ежегодному росту цен на гостиничные услуги.

Коэффициент загрузки коллективных средств размещения (число фактически предоставленных ночевок, деленное на их максимально возможное количество) в 2006г. в России по данным Росстата в гостиницах и аналогичных средствах размещения остается крайне низким – 0,35, в специализированных средствах размещения – 0,42 [1]. Для сравнения: среднегодовой показатель загрузки гостиниц г. Москвы в 2005-2006 гг. из-за недостатка отелей составлял 73-74% [16]. Считается, что для эффективного функционирования коллективного средства размещения минимальное значение данного показателя должно быть 0,65 [1]. Таким образом, проблемы качественного и количественного роста сферы гостеприимства, как в столице, так и в целом в России, пока остаются.

К тому же, несмотря на положительные тенденции в строительстве новых средств размещения, показатели вложения инвестиций нестабильны. В 2006 г. в сферу деятельности гостиниц по данным Росстата поступило 11,9 млн.долларов США иностранных инвестиций (в 2005г. – 33,0 млн.), в том числе прямых – 5,8 млн.долларов (7,1 млн.),

прочих – 6,1 млн.долларов (25,9 млн.). По сравнению с предыдущим годом общий объем иностранных инвестиций снизился на 63,8%, прямых инвестиций – на 18,3% [1].

В 2006г. в сферу туризма, включающую деятельность туристских агентств, гостиниц и других мест для временного проживания (без субъектов малого предпринимательства), было направлено 13,0 млрд.рублей инвестиций в основной капитал (в 2005г. – 7,3 млрд. рублей), их доля в общем объеме инвестиций в экономику России составила всего 0,3%. На развитие деятельности гостиниц направлено 7,5 млрд.рублей инвестиций в основной капитал в сфере туризма [1].

Основным источником финансирования сферы туризма являются собственные средства организаций, которые составляют 65,2% от общего объема инвестиций в основной капитал, 13,4% приходится на бюджетные средства [1].

Основными факторами, препятствующими привлечению инвестиций, являются отсутствие готовых инвестиционных площадок, невыгодные условия аренды земли, наличие административных барьеров, недостаток механизмов поддержки развития туристского бизнеса, в том числе отсутствие системы "единого окна", налоговых, таможенных и других, присутствующих в развитых и развивающихся странах льгот. Так, только оформление земельного участка под гостиницу часто требует огромного числа согласований и затягивается на два-три года.

Важнейшей составляющей туристской индустрии является транспортная инфраструктура. В 2006г. на долю услуг по транспортному обслуживанию туристов в общем объеме затрат туристских фирм на приобретение услуг сторонних организаций приходилось 35,0% (в 2005г. – 38,1%) [1].

Однако, например, состояние российских автомобильных дорог пока еще не отвечает уровню мировых стандартов. Помимо недостаточного уровня качества самих дорог медленно растет и количество объектов дорожного сервиса, расположенных на федеральных автодорогах. В 2006г. по данным Росстата здесь находилось 4,7 тыс. организаций торговли (увеличение по сравнению с 2005г. на 58 единиц), 4,2 тыс. пунктов питания (увеличение на 153 единицы), 4,5 тыс. автозаправочных станций (на 170 единиц), 1,1 тыс. станций технического обслуживания (на 16 единиц) [1].

Отрицательное влияние на качество обслуживания туристов оказывает использование выработавших свой ресурс транспортных средств. Например, по данным Российского морского регистра судоходства, на морском транспорте 92% пассажирских и грузопассажирских судов имеют возраст свыше 15 лет, что не позволяет использовать их в заграничном плавании. На начало 2007г. в России не было ни одного пассажирского морского судна возрастом до 5 лет. На внутреннем водном транспорте, по данным Центрального управления государственного надзора на внутреннем водном транспорте, 77% пассажирских и грузопассажирских судов старше 20 лет, новых судов (до 5 лет) – около 5% [1].

Для России, учитывая туристский потенциал страны и мировые тенденции развития туриндустрии, наиболее перспективными видами туризма являются: культурно-познавательный, лечебно-оздоровительный, деловой, а также круизный, событийный, экологический, сельский, охота и рыбалка, спортивный, экстремальный (приключенческий), этнический, учебный, научный и др.

Помимо перечисленных выше значимых, требующих пристального внимания и серьезного подхода к решению проблем, важно принятие Генеральных планов развития как курортных территорий, так и других туристских центров, городов с учетом стратегии развития России, мировых тенденций туристского бизнеса, и уже в рамках этих планов необходимо комплексное развитие инфраструктуры, включающей в себя не только широкомасштабное строительство новых средств размещения, но и сопутствующей инфраструктуры (транспорт, предприятия питания, индустрия развлечений, объекты туристского показа и др.).

Состояние и качество туризма в значительной мере зависит от политики самих государств. В конце 2004 г. в России создано Федеральное агентство по туризму, которое до мая 2008 г. , т.е. до формирования новой структуры Правительства РФ, подчинялось непосредственно премьер-министру страны, имело право законодательной инициативы и определения государственной политики в сфере туризма. В период 2004-2008 гг. в результате совместной работы депутатов Государственной Думы и Ростуризма были приняты важнейшие для сферы туризма правовые документы.

Один из них – Федеральный закон № 12-ФЗ от 5 февраля 2007 г. "О внесении изменений в Федеральный закон "Об основах туристской деятельности в Российской Федерации". В первую очередь он 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. Однако, в законе кроме механизмов финансового обеспечения ответственности туроператоров в виде банковской гарантии или договора страхования ответственности туроператора также расширено понятие туристской индустрии, включены объекты санаторно-курортного лечения и отдыха, операторы информационных систем, а также организации, предоставляющие услуги экскурсоводов (гидов), гидов-переводчиков и инструкторов по туризму. Новое определение социального туризма позволяет также развивать это направление.

Важным пунктом закона является то, что в государственное регулирование туристской деятельности вернулись понятия разработки и реализации федеральных, отраслевых целевых и региональных программ развития туризма, что расширяет полномочия федеральных и региональных органов власти в сфере туризма.

О другом важнейшем правовом акте – Федеральном законе "Об особых экономических зонах в Российской Федерации" № 116-ФЗ от 22.07.2005, в который по инициативе депутатов вошли и туристско-рекреационные ОЭЗ, было сказано выше.

Федеральное агентство по туризму Приказом № 51 от 6 мая 2008 г. утвердило Стратегию развития туризма в Российской Федерации на период до 2015 года и план мероприятий по её реализации. Она была рассмотрена на заседании Правительства РФ и доработана с учетом некоторых замечаний. Сам факт разработки и принятия необходимого для отрасти документа является важной вехой развития туристской индустрии страны. В ней заложены основные направления развития туризма, ряд необходимых мер, в том числе вопросов нормативно-правового регулирования в сфере туризма. В соответствии с положениями Стратегии разработан План мероприятий по ее реализации до 2011 года и на перспективу до 2015 года. Однако, некоторые направления, в которых Россия конкурентоспособна на российском и мировом рынках туруслуг, на наш взгляд, представлены недостаточно, такие как, например, лечебно-оздоровительный туризм, Олимпиада "Сочи – 2014", Владивосток АТЭС – 2012 и др., а также недостаточно четко сформулированы задачи, цели и механизмы их реализации. Есть и другие вопросы к утвержденной стратегии, в том числе развитие механизмов стимулирования развития внутреннего туризма, саморегулирования в туристской отрасли.

К основным факторам, определяющим будущее туриндустрии, следует отнести такие, как политические и социально-экономические условия развития, конкуренция на отраслевом и межгосударственном уровнях, авиа- и другие виды перевозок, информационные и инновационные технологии как в туриндустрии, так и в смежных отраслях и др.

Огромный туристский потенциал нашей страны пока еще не востребован, и, несмотря на ряд положительных показателей, в российском туризме остается немало проблем. Туристский бизнес по уровню сервиса и развитию инфраструктуры уступает зарубежному. Российские граждане недостаточно путешествуют по своей стране. Пока Россия проигрывает в международной конкурентной борьбе за привлечение туриста.

Указом Президента РФ от 12 мая 2008 г. № 724 “Вопросы системы и структуры федеральных органов исполнительной власти” в структуре федеральных органов исполнительной власти появилось Министерство спорта, туризма и молодежной политики РФ, которое в соответствии с положением должно осуществлять функции выработке и реализации государственной политики и нормативно-правовому регулированию в сфере туризма [17]. Для создания конкурентоспособной национальной туриндустрии важна четкая и ясная госполитика в этой сфере, состоящая из постановки стратегических целей и задач, формирования механизмов и инструментов их решений, подборе квалифицированных кадров. Важно осуществлять стратегическое планирование развития туризма в соответствии с принципами устойчивого развития и тенденциями мировой туриндустрии; разрабатывать, принимать и реализовывать федеральные целевые программы в сфере туризма; предусматривать долгосрочные инвестиции в эту сферу и обеспечивать механизмы для благоприятного инвестиционного климата; формировать новые направлений развития туризма; готовить высококвалифицированные кадры всей уровней в достаточном для отрасли объеме; продвигать российский туризм на внутреннем и международном рынках.

Литература

1. Отдельные аспекты развития туристской индустрии в России. // Статистический бюллетень, Росстат, 2007 г., № 8 (138).

2. Стратегия развития туризма в Российской Федерации на период до 2015 года. (утверждена Федеральным агентством по туризму Приказом № 51 от 6 мая 2008 г.) // Официальный сайт Федерального агентства по туризму Российской Федерации: www.russiatourism.ru/files/STRATEGIA.doc.

3. Ростуризм – об итогах туристического года. // Rata news – новости туризма для профессионалов от Российского Союза туриндустрии: www.ratanews.ru, 25.12.2007, № 1933.

4. Крупнейшие туристические компании России в 2007 году. // Rata news – новости туризма для профессионалов от Российского Союза туриндустрии: www.ratanews.ru, 18.03.2008, № 1989.

5. Start to 2007 exceeds forecasts. // UNWTO World Tourism Barometer, June 2007, Volume 5, No 2.

6. Финансирует ли турбизнес преступные группировки? // Rata news – новости туризма для профессионалов от Российского Союза туриндустрии: www.ratanews.ru, 29.04.2008, № 2019.

7. Выезд россиян на отдых за границу будет расти на 13-15% в год. // Rata news – новости туризма для профессионалов от Российского Союза туриндустрии: www.ratanews.ru, 19.03.2008, № 1990.

8. Въездной и выездной туризм: итоги 2007 года. // Официальный сайт Федерального агентства по туризму Российской Федерации: www.russiatourism.ru/files/analiz-2007.doc.

9. Лесков Д. Интуристы разлюбили Россию. // Труд, 16.01.2008, № 5.

10. 500 операторов исключены из реестра. // Информационное агентство “Туринфо”, 30.05.2008.

11. Савиных А. Россия гостей не ждет. // Известия (Россия) ; 07.04.2008, № 061 (27586).

12. Барзыкин Ю.А. Основные направления государственной политики в сфере туризма. Информационно-аналитический сборник “Федеральный справочник”. июль-декабрь 2007 года, выпуск 20, с. 505-515.

13. Постановление Правительства РФ от 8 июня 2006 г. N 357 “О федеральной целевой программе “Развитие г. Сочи как горноклиматического курорта (2006-2014 годы)”. // Собрание законодательства Российской Федерации”, № 34 от 21 августа 2006 г.

14. Товкайло М. Гостей не ждать. Саммит АТЭС под угрозой срыва. // Газета. 26.06.2008 № 117 (1624), стр. 2.

15. О развитии туризма в России. // Статистический бюллетень, Госкомстат РФ., 2001, № 7 (81). стр. 55 – 84.

16. Постановление Правительства Москвы от 11 сентября 2007 г. N 805-ПП “О городской целевой программе развития туризма в городе Москве на 2008-2010 годы”.

17. Постановление Правительства РФ от 29 мая 2008 г. N 408 “О Министерстве спорта, туризма и молодежной политики Российской Федерации”. // Собрание законодательства Российской Федерации”, № 22 от 2 июня 2008 г.

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИССЛЕДОВАНИЙ ТУРИЗМА И РЕКРЕАЦИИ

ТУРИЗМ 2.0 И РАЗВИТИЕ РЕГИОНОВ РОССИИ

Кибальников С.В., *в.н.с. МГУ им. М.В.Ломоносова, д.т.н., проф.*
Кружалин В.И., *директор ИКИО МГУ им. М.В.Ломоносова, д.г.н., проф.*

Сейчас в эпоху информационгого взрыва и глобализации к процесс создания новых концепций и технологий стал истинно всенародным. Индикатором всенародности стала цифра 2.0, которая обозначает переход инициативы от кучки профессионалов к огромному количеству народных разработчиков.

В настоящее время на ключевое слово WEB 2.0 поисковая система Google дает 447 млн. ссылок, а tourism 2.0 – 1 млн.

Что это за слова?

Web 2.0 – бизнес-революция в компьютерной индустрии, вызванные переходом в Интернет и использование Сети как платформы, создание сервисов с бесплатным доступом и возможностью генерации контента миллионами пользователей Интернета.

Tourism 2.0 это революция в области индустрии туризма и отдыха в результате перехода на новое поколение турпродуктов создаваемых сообществами предпринимателей и жителей туристской дестинации. (1)

Основой турбизнеса являются потоки туристов. Турист покупает турпродукт. В настоящее время сложилась следующая бизнес цепочка: туристская диестинация – туроператор – агент – турист – туристская дистинация. Автоматизация процессов в турбизнесе это эпоха, которую можно назвать Tourism 1.0. В настоящее время она заканчивается. На ее смену приходит новые принципы и технологии. Одними из таких технологий является семейство продуктов компании Google (Google Earth и Google Maps), позволяют каждому увидеть любой участок местности на Земном шаре таким, каков он есть, и не обязательно в картографической проекции.

Благодаря новому подходу любой пользователь Сети может воспроизводить трехмерные модели земной поверхности в каком угодно масштабе и отражать на них любые процессы – пространственную динамику земель, распространение пятен застройки, и даже – эстетику окружающей среды.

Бесплатность и открытость продуктов и форматов позволяют кардинально расширить базу пользователей географической информации, что неизбежно придает современным методам географии новое качество.

С появлением продуктов Google Earth и Google Maps, державшаяся на засекречивании и мощной централизации служба Роскартографии была ликвидирована (Указ президента России Дмитрия Медведева об упразднении ведомства и передаче его функций Федеральному агентству по управлению государственным имуществом Министерства экономического развития РФ). Ничто теперь не сдерживает развитие народного туризма на базе новых информационных технологий, неогеографии и неоэкономики (2).

Неогеография и управление муниципальными образованиями (МО)

Создание туристско-рекреационных кластеров является реализацией идеи частно-государственного партнерства с использованием инструмента так называемых “социальных сетей”. Социальная сеть в данном случае рассматривается как системный инструмент, интегрирующий работу институтов, инфрастуктуры, инноваций и инвестиций. Целью являются создание и развитие производственной системы как связующей инфраструктуры между жителями, бизнесом и муниципальным образованием для формирования новых рабочих мест, обеспечение комфортных условий жизни и работы для

участников проекта, с социально-справедливыми формами оплаты труда и в социально защищенной институциональной среде.

Необходимо сделать российские муниципальные финансовые продукты конкурентными с точки зрения международных инвестиций и организовать цивилизованный, интегрированный в мировое финансовое пространство рынок российских муниципальных заимствований, что в итоге будет способствовать подъему экономики страны.

В настоящее время на Земле создались условия по целенаправленному нарушению фундаментальных принципов социального бытия, приводящие к вопиющему социально-экономическому неравенству людей, нарушению условий устойчивого развития планеты в целом и появлению в итоге целого комплекса проблем, способных поставить под угрозу перспективы человечества. В этих условиях следует выбирать формы управления развитием экономических систем с учетом того, что останется следующим поколениям.

Туризм – это абсолютно экологически ответственный вид производства, основанный не на изменении физического тела планеты, а на производстве В рамках проекта «Туристско-Рекреационный кластер (ТРК) МО» намечается создание банка данных рекреационных ресурсов, планируются издательская программа и активное использование продуктов класса Google Earth, GPS-систем и мобильных технологий. Средства неогеографии позволяют обозначать область «пользовательского интереса» произвольным образом в географическом пространстве и во времени. Кластерная система МО позволяет качественным образом расширить спектр задач по сбору и агрегации информации с помощью самих пользователей и его геопространственной привязке в информационную эпоху. Сбор информации «распараллеливается» – таким образом, по мнению авторов проекта «Кластер МО», удастся обуздать информационный взрыв и получить доступ к максимально свежей, постоянно обновляющейся геопространственной информации.

Неогеография – ответ на вопрос, как быть человеку в эпоху информационного взрыва. Методы неогеографии дают возможность задействовать творчество огромного количества людей и перейти к дальнейшей капитализации знаний.

N-мерный подход в управлении ТРК

Если взять трехмерную модель на которой зафиксировать расположение зданий, людей и транспортных средств в момент времени и через определенный интервал снова расположить здания людей и транспортные средства мы получим черырех – мерную модель, на которой можно управлять потоками товаров и услуг в пределах региона. Вместо времени можно взять любую интересующую нас переменную (например стоимости бензина) то можем получить разное количество людей пользующихся услугами общественного и личного транспорта. Таким образом можно наращивать модель до N-мерности.

Данный подход был апробирован нами в рамках совместного проекта компании Google, газеты Известия и Географического факультета МГУ им. М.В.Ломоносова. В рамках проеекта “7 Чудес России”(3), студентами 2 курса, обучающимися по специальности “Туризм”, в ходе двухнедельной практики была произведена привязка более 350 обьектов туристского показа, принявших участие в конкурсе. Было организовано 7 рабочих групп по 2-3 человека (по числу федеральных округов). По каждому федеральному округу студенты сделали один показатлеьный туристский маршрут к выбранному ими обьекту. В частности был сделан маршрут посещения Сергиева Посада. Этот маршрут существенно отличается от известного. При его создании была использована программа MapInfo, в которой были созданы слои с информацией по расположению бензозаправочных станций, пунктов общественного питания, музеев и др. Эти слои были привязаны к сервису Google Maps. Таким образом было реально показана возможность создания турпродукта методом народного творчества. Достопримечательности, маршруты могут наносится всеми желающими. При этом могут проводиться голосования для выявления рейтингов и пользовательских пред-

почтений. Проекты с высоким рейтингом могут поступать на конкурс для привлечения инвесторов, а авторы этих проектов могут быть пощряться как морально, так и материально. В настоящее время данная концепция народного туризма проходит апробацию в рамках проекта “От города мастеров к Новому русскому миру” который разрабатывается в городе Сергиев Посад Московской области. В рамках этого проекта каждый человек сможет вводить в систему Google Maps информацию о достопримечательностях города и создавать виртуальные маршруты для туристов. Маршруты, с максимальным числом посетителей из интернета будут предоставлены на конкурс для инвестирования. Так технологии Туризм 2.0 уменьшают риски и расходы на маркетинговые исследования. После реального запуска объектов туристского показа, туристы смогут оставлять свои комментарии на картах Google Maps.

Литература

1. William, E. & Perez, E. (2008). Tourism 2.0: the social Web as a platform to develop a knowledge-based ecosystem (online). Networks and Tourism. Avalilable at: http://eduwilliam.com/mipdf/Tourism% 202.0% 20_UK_.pdf

2. Управление регионами и неогеография: итоги конференции (http://rnd.cnews.ru/tech/reviews/index_science.shtml?2008/07/11/308135)

3. http://www.ruschudo.ru

К РАЗРАБОТКЕ ПОНЯТИЯ «ТУРИСТСКИЙ ЛАНДШАФТ»

Калуцков В.Н., *географический факультет МГУ им. М.В. Ломоносова, bratynia@rambler.ru*

Понятие ландшафта относится к числу фундаментальных в современной географии, но – традиционно – оно отличается многозначностью. Понятие ландшафта обладает огромным эвристическим потенциалом, его применение может быть конструктивным в сфере туризма.

О ландшафтном измерении туризма

Все туристские дестинации и все виды туризма (от делового до природного) обладают ландшафтным измерением.

В некоторых из них (исторические города, особо охраняемые территории) туристский ландшафт является важнейшей составляющей турпродукта.

В других дестинациях, в которых важна роль среды, фона, окружающей территории относительно важного туристского объекта, он проявляется в виде ландшафтного аспекта дестинации. Выступая в качестве «природной рамы», ландшафт за счет погодной и сезонной динамики места «обеспечивает» неповторимость человеческих впечатлений.

В историко-культурных и особенно паломнических дестинациях ландшафт приобретает символическое значение, становится реальной частью исторического события или исторической личности, обеспечивая важнейший эффект аутентичности. За счет ландшафта аутентичность (подлинность) ситуации создается даже в случаях с архитектурными новоделами, как например, в Пушкиногорье. В таких историко-культурных дестинациях ландшафт выступает в качестве не только аспекта, но и контекста личности или события.

Таким образом, все туристские дестинации имеют ландшафтное измерение, представляющее собой часть турпродукта.

С другой стороны, в одной и той же дестинации с одним исходным географическим ландшафтом каждый вид туризма формирует «свой» туристский ландшафт.

Таким образом, туристский ландшафт – это ландшафт определенной туристской дестинации.

Соотношение понятий географического и туристского ландшафта

Географический (природный, культурный) ландшафт «живет своей жизнью», развивается по естественным законам – природным, общественным, экономическим. Туристский ландшафт – продукт деятельности туристской сферы, т.е. он создается искусственно, моделируется. Это проявляется через поддержание туристских объектов, ограничение других видов деятельности на рекреационных территориях или за счет запрета на активную хозяйственную деятельность в национальных парках. В то же время, сам туристский ландшафт может оказывать существенное воздействие на природные и культурные ландшафты, которые испытывают рекреационное воздействие, прямое и косвенное, и могут даже потерять свою «дотуристскую» идентичность.

Таким образом, в туристском ландшафте есть естественная основа, представленная географическим (культурным и/или природным) ландшафтом, и искусственная составляющая, связанная с туристкой деятельностью.

Три грани понятия «туристкий ландшафт» – три «ландшафта»

Понятие туристского ландшафта, как и географического многогранно. Поэтому туристский ландшафт представляет собой триединое образование. Во-первых, это объект территориального проектирования и управления. Во-вторых, это основной продукт визуального туристического потребления, визуальный ландшафт. И, в-третьих, это пространство межкультурной коммуникации, или образно-символический ландшафт.

Туристский ландшафт – это триединый ландшафт туристской дестинации, включающий ландшафт планировочный, ландшафт визуальный и ландшафт образно-символический.

Планировочный туристский ландшафт

«Первый» туристский ландшафт представляет собой объект территориального проектирования и управления. Его морфология определяется такими понятиями как планировочная ось, планировочный узел и т.д.

Этот ландшафт, точнее грань целостного туристского ландшафта «невидима» туристом. Это ландшафт специалистов, прежде всего специалистов по ландшафтному проектированию и территориальному управлению. Но именно спроектированный туристкий ландшафт представляет собой основу всего туристского ландшафта, обеспечивает нормальное функционирование туристкой деятельности. Напротив, промахи ландшафтного проектирования приводят к «ландшафтной смерти» красивого туристского объекта. Подобная ситуация в России не редкость, например, храм или историческая усадьба среди небоскребов или коттеджных новоделов [1].

Особенности планировочного туристского ландшафт заключаются в том, что он предстает в горизонтальной развертке. Поэтому важны географические подходы, в частности методы ландшафтного картографирования [2].

Визуальный туристский ландшафт (туристский пейзаж)

Визуальный туристский ландшафт представляет собой туристский пейзаж, визуальный образ территории, «природную раму» по Н.П. Анциферову. В данном случае ландшафт предстает как эстетический объект [3].

В отличие от невидимого для туриста проектного туристского ландшафта визуальный туристский ландшафт представляет собой важнейшую и осознаваемую туристом часть турпродукта.

Как любой пейзаж визуальный ландшафт воспринимается вертикально. Поэтому для работы с ним нужны других подходы и методы, включая методы географии восприятия и поведенческой географии.

Любой красивый вид – пейзаж – в туризме представляет собой большую ценность. Однако его ценность возрастает еще больше, если он выступает как среда значимого туристского объекта, природного или культурного.

Образно-символический туристский ландшафт

Образно-символический туристский ландшафт представляет собой пространство межкультурной коммуникации. Его морфология определяется семантикой, образно-символическим наполнением входящих в него мест и урочищ [4]. Восприятие туристского объекта в данном случае определяется не его красотой, а его значимостью в системе культурных координат [5]. В этом смысле это виртуальный ландшафт.

Формирование образно-символического ландшафта – важнейшая задача культурно ориентированных видов туризма. Однако и для других видов туризма важно представить «культурную атмосферу» территории. Именно она выступает в качестве основы для культурной коммуникации между ландшафтным субъектом (представителем местного сообщества) и внеландшафтным субъектом (туристом).

Предварительные выводы

Формирование туристского ландшафта представляет собой сложную управленческую задачу. Промахи ландшафтного планирования частично могут быть сняты искусством специалиста по созданию географических образов, отсутствие социальной политики в местах отдыха – талантом руководителя группы. Однако устойчивое развитие туризма в регионах и на местах предполагает координацию государственного и муниципального управления, территориального проектирования и ландшафтного планирования, теоретиков и практиков туристкой сферы при формировании, поддержании и развитии туристских ландшафтов.

Литература

1. Культурный ландшафт как объект наследия / Под ред. Ю.А. Веденина, М.Е. Кулешовой. — М.: Институт Наследия; СПб.: Дмитрий Буланин, 2004. – 629 с.

2. Колбовский Е.Ю. Экологический туризм и экология туризма: Учебное пособие. – М.: ИЦ «Академия», 2006. – 256 с.

3. Николаев В.А. Ландшафтоведение: Эстетика и дизайн ландшафта: Учебное пособие. – М.: Аспект-Пресс, 2003. – 176 с.

4. Калуцков В.Н. Ландшафт как территория и ландшафт как место // География и природные ресурсы. – 1995 а. – № 4. – С. 3–7.

5. Калуцков В.Н., Иванова А.А., Давыдова Ю.А. и др. Культурный ландшафт Русского Севера: Пинежье, Поморье. – М.: Изд-во ФБМК, 1998. – 136 с.

О ЛАНДШАФТНО-ЭКОЛОГИЧЕСКИХ ПРИНЦИПАХ ПЛАНИРОВАНИЯ И РАЗВИТИЯ РЕКРЕАЦИОННЫХ ТЕРРИТОРИЙ

Дроздов А.В., *отдел физической географии и природопользования, Институт географии РАН, г. Москва, Россия, a.drozdov@mtu-net.ru*
Басанец Л.П., *ООО «Центр экологических путешествий «Зеленая сеть», basanets@ecotravel.ru*

В настоящее время термин «рекреационная территория» не имеет строго определенного содержания. В современной туристской литературе и практике используются различные термины – это могут быть рекреационные зоны, местности, районы. Однако различия между ними, принципы их выделения, типологии и управления ими четко не сформулированы.

Развитые в 1970 годы школой В.С.Преображенского представления о территориальных рекреационных системах, а также методические работы того времени, выполненные градостроителями-планировщиками Литвы [1] и специалистами охраны природы Латвии [2], как и последующие исследования, посвященные рекреационному районированию, выделению и анализу рекреационных систем [3, 4], ныне редко принимаются во внимание. И это происходит сейчас не только при выборе мест размещения таких объектов как особые экономические зоны туристско-рекреационного типа, что отчасти оправдано их спецификой, но нередко и при составлении новых схем территориального планирования регионов, хотя прежний опыт таких работ был достаточно богат [см., например, 5].

Необходимо, разумеется, учитывать кардинально изменившуюся в стране социально-экономическую ситуацию. Вместе с тем, преобладание экономических принципов в региональном планировании туризма, сформулированных, например, в учебном пособии С.А.Севастьяновой [6], едва ли продуктивно. На наш взгляд, в рекреационном планировании важно было бы, во-первых, не терять накопленные знания, а во-вторых, опираться на результаты экологических исследований, все активнее проникающих в туристику.

Безусловно, органичное соединение экономического и экологического подходов это сложная задача, ее эффективное решение требует значительных усилий. Тем не менее, существующий опыт эколого-туристских разработок использовать уже можно. Обобщение и анализ такого опыта позволяют предложить некоторые ландшафтно-экологические принципы выделения, планирования рекреационных территорий и управления ими.

Из совокупности проблем, порождаемых недостаточным вниманием разработчиков региональных планов развития туризма к опыту рекреационной географии и принципам экологического планирования, необходимо выделить три основные группы:

несогласованность с общими планами территориального развития.
конфликты в землепользовании и социальное напряжение.
неблагоприятные экологические последствия.

Ниже они кратко охарактеризованы на примерах туристского освоения Северного Кавказа в последние годы.

По данным из справочника [7] к 1996 году в национальном парке «Приэльбрусье» в 23 гостиницах и туристских базах за сезон отдыхали около 5 тысяч человек. Экскурсии проводились по 16-ти маршрутам. Ежегодно их посещали около 300 тысяч человек. Число самодеятельных туристов ориентировочно составляло до 15 тысяч человек в год. Имелось семь спортивно-альпинистских баз. Общее число мест размещения можно было оценить в 2,6 тысячи.

Несомненно, все эти цифры на сегодняшний день превышены. Мы не знаем истинных масштабов развития туризма. Справочники устарели, а современные отчеты национального парка не очень информативны и убедительны.

По свидетельствам экспертов эта ситуация порождает серьезные экологически неблагоприятные последствия. Нет нормальных очистных сооружений – Баксан становится все грязнее. Мусор не вывозится или почти не вывозится. Сосновые леса в долине Баксана едва ли можно будет восстановить. Развивается хаотичная застройка, в том числе из уродливых времянок.

Между тем, крупный бизнес (в частности, финансово-промышленная группа «Интеррос») планирует интенсивное дальнейшее развитие в Приэльбрусье массового, преимущественно горнолыжного туризма. Заявлены следующие планы: канатные дороги довести до «Приюта 11» с пропускной способностью 2400 чел./час, оборудовать на Приюте 125 мест; построить комплекс «Джилы-Су» на 10 тысяч мест; построить комплекс «Чипер-Азау» на 6 тысяч мест [8].

Федеральные и региональные власти активно поддерживают эти планы. «Наша стратегия развития предусматривает увеличение ежегодного числа туристов с 130 тысяч человек до одного миллиона, число работников гостиничного бизнеса увеличится в шесть раз и будет создано еще дополнительно до 15 тысяч новых рабочих мест», – заявил президент Кабардино-Балкарии А.Каноков [9]. Отвечая на вопрос журналистов, что конкретно даст развитие горно-туристических курортов республикам Северного Кавказа, Полномочный представитель Президента РФ в Южном федеральном округе Д. Козак пояснил: «Прежде всего, для жителей республик это будут рабочие места. В частности, в Приэльбрусье будет дополнительно создано 23 тысячи рабочих мест» [9].

Кто эти места займет? Сохранят ли местные жители свою культурную идентичность? Не забудем – в Эльбрусском районе всего 6 тысяч жителей.

Уже сейчас возникают не только экологические, но и земельные проблемы, причем они приобретают этнические аспекты. Так, отвечая на выступления балкарцев против законов, предлагающих пересмотреть границы некоторых балкарских сел и отторгнуть у них часть ныне находящихся в их распоряжении так называемых межселенных земель, А. Каноков сделал примирительное заявление: «Мы проведем оценку, и если придем к выводу, что жители могут развивать эти территории, мы их передадим в муниципальное управление». Необходимо пояснить, что выделение «межселенных территорий» означает выведение общинных земель из-под контроля сельских органов самоуправления и их передачу в распоряжение органов власти более высокого уровня. Сегодня эти «ничейные» земли часто используются в качестве пастбищ и сенокосных угодий в горных районах, где сосредоточена основная часть балкарского населения. Балкарские активисты говорят, что они лишаются контроля над 80% их земель. Они обеспокоены тем, что новый закон может стать предпосылкой к сдаче в аренду или продаже курортных мест, расположенных в окрестностях горы Эльбрус.

Тем временем, градостроители приступили к разработке схем территориального планирования. Ю. Н. Трухачев в публикации «Приэльбрусье смотрит в будущее» [10] пишет:

«Наша концепция имеет принципиальное отличие от разработанных до настоящего времени документов. Во главу угла ставится задача «Не навреди». Чтобы снизить нагрузку посетителей на природный комплекс, проектом предлагается создание курортного парка по дну долины. Высокогорный скоростной монорельсовый поезд сократит до минимума время подвоза горнолыжников к нижним станциям канатных дорог. Предполагается, прежде всего, развитие канатных дорог, освоение новых полей катания.

Пространственное развитие горнолыжного комплекса ... рассчитано на пребывание 12 тысяч рекреантов на первую очередь. Межселенные территории преобразуются в курортные парки. По дну долины пройдёт велосипедная дорожка и пешеходная аллея. Приведение территории Приэльбрусья к цивилизованным формам отношений человека и природы станет эталоном для освоения уникальных природных комплексов Кабардино-Балкарии».

Приведенные фрагменты публикации звучат обнадеживающе. Но планировочные карты и принципы их составления не опубликованы, так что судить о заявленных планах и их достоинствах пока рано, тем более что и в них господствует горнолыжная тема и предлагается межселенные территории превратить в курортные парки.

Итак, существующие планы пока еще далеко не экологичны и не учитывают должным образом социальные проблемы. Они также не вполне вписаны в комплексные схемы развития территорий, хотя для Кабардино-Балкарии разработано, например, комплексное рекреационное районирование [11].

Подобные планы имеются не только для Приэльбрусья и многострадальной Красной поляны, но для всех ценных горных территорий Северного Кавказа. Так, Президент российского олимпийского комитета Л.Тягачев заявил: «У Сочи ближайшие братья – Ар-

хыз и Приэльбрусье. Развитие этой инфраструктуры должно быть сегодня поддержано правительством и другими структурами, которые знают, как строить в горах». Он также отметил, что объемы государственных инвестиций составят около 1,5 миллионов долларов в каждый регион – Кабардино-Балкарию, Карачаево-Черкесию и Северную Осетию [9]. Кто и каким образом прогнозировал вероятные последствия – пока неизвестно.

Выше уже было сказано, что нам нельзя забывать классические инструменты рекреационного планирования. Но осваивая новые рекреационные территории, необходимо использовать и новые инструменты, такие как методики оценки допустимых изменений [12] и рекреационных нагрузок [13], анализ туристского потенциала [14], в том числе для целей районирования с экологических позиций, а также экологически ориентированный SWOT-анализ.

Анализ эколого-туристского потенциала России и специальное районирование на его основе недавно выполнили авторы этой статьи [15]. Потенциал был определен для всех субъектов РФ с учетом интересов разных категорий туристов. Он рассчитывался по трем блокам параметров: природные условия, социально-экономические условия, специальная инфраструктура. Оценивая потенциал, мы стремились использовать «подходящую» информацию. Она отвечала следующим требованиям:

соответствие масштабу районирования,
достоверность данных,
наличие данных для всей территории страны,
сопоставимость в пределах блоков,
возможность балльной оценки.

Совокупные оценки трех блоков эколого-туристского потенциала всех субъектов РФ послужили для их объединения в районы (см. рис. 1), однородные по структуре потенциала, поскольку именно анализ его структуры позволяет выявить характерные черты регионов.

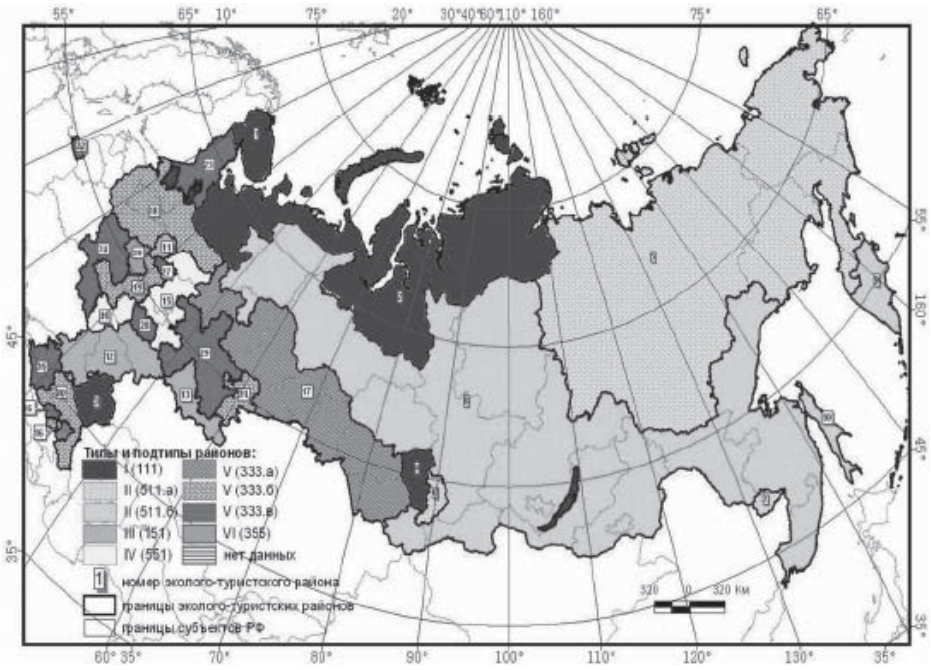


Рис. 1. Эколого-туристские районы России.

Сибирские и дальневосточные территории характеризуются однородными структурой и оценками потенциала, что связано с неудовлетворительными характеристиками

социально-экономического блока и низким уровнем развития эколого-туристской инфраструктуры. Оценки европейской части страны более разнообразны, – несмотря на относительно однородные природные условия, европейские регионы более разнообразны с точки зрения социально-экономических условий и уровня развития инфраструктуры.

В самых общих чертах, в соответствии с имеющимся потенциалом, для северных, сибирских, дальневосточных и кавказских районов целесообразно и уже характерно предложение экологического туризма согласно классической модели. Это продолжительные туры по охраняемым территориям с набором характерных занятий: наблюдением за животными и птицами, лекциями ученых, знакомством с природой, экологическими проблемами и традиционной культурой природопользования.

Для европейских районов более уместно предложение эколого-культурного и сельского туризма. Эта модель экотуризма, часто обозначаемая как «западноевропейская», позволяет по-новому вовлекать и осмысливать культурного наследие, рассматривая его в неразрывной связи с природой. Потенциал для развития здесь этой разновидности экотуризма связан с большей насыщенностью территории культурными объектами, в том числе, музеями-заповедниками, с освоенностью и плотной заселенностью этих мест.

Таким образом, опираясь на результаты исследования экотуристского потенциала, планировать рекреационное освоение территорий можно в рамках районов, выделенных с учетом ландшафтно-экологических критериев.

Обязательным условием успешной реализации проектов туристского освоения территорий должно быть использование ландшафтного планирования. В России этот инструмент применяется уже боле 10 лет для решения различных задач [17, 18]. Ландшафтное планирование включает:

– анализ современного землепользования и выявление конфликтов использования территории,

– оценку экологической и ресурсной значимости и чувствительности компонентов ландшафта, учет его пространственной структуры,

– сопоставление функций ландшафта, выбор совместимых и приоритетных функций,

– определение целей развития территории,

– разработку мероприятий для достижения этих целей.

Учитывая охарактеризованные выше инструменты планирования можно следующим образом сформулировать основные принципы и шаги ландшафтно-экологического выделения и освоения рекреационных территорий.

Выбор конкретной территории на основе специального районирования.

Анализ ландшафтно-экологических ресурсов и потенциала избранной территории.

Сопоставление и взвешивание основных функций ландшафта, выбор приоритетов развития.

Оценка чувствительности, возможных последствий, допустимости туристского использования с экологических позиций.

Координация планов освоения с общей схемой развития территории (в т.ч. экономическим и социальным аспектами развития).

Планирование не только размещения туристской инфраструктуры, маршрутов, объектов и т.п., но и способов управления ими, экологический мониторинг.

При этом необходимо:

Формировать сообщество партнеров и вместе строить «встречные» планы развития (в этом велика роль неформальных сетей!), заранее заботясь о местных жителях и бюджетах.

Разрабатывать свой специфический продукт с учетом всего ансамбля туристских предложений.

Всегда следовать экологическому императиву (приоритетам), понимая, что нужны бывают и компромиссы с экономикой и политикой.

Одним из примеров удачного планирования туристского освоения, принимающего во внимание ландшафтно-экологические принципы, может служить организация туризма в Кенозерском национальном парке.

В целом парк весьма успешно реализует свой эколого-туристский потенциал, придерживаясь основных принципов экотуризма.

Парк сумел разработать программы, которые эффективно используют наиболее привлекательные природные и культурно-исторические ресурсы местности. Здесь представлено размещение в гостевых избах – настоящих крестьянских домах с характерным интерьером и использованием подлинных предметов быта. Разработаны летние и зимние маршруты, в которых туристские занятия основаны на использовании природных ресурсов (прогулки на лодках и купание летом, лыжные прогулки зимой, познавательные экскурсии).

Принцип минимизации ущерба природной среде воплощается в оборудовании специальных стоянок, мест отдыха туристов и экотроп, ограничении передвижения туристов на собственной транспорте.

Принцип экологического просвещения реализуется во время экскурсий, которые повествуют не только о характеристиках местности, но и особой истории взаимодействия местных жителей и природы.

Принцип вовлечения местного населения в оказание услуг туристам реализуется через организацию обучающих семинаров, как, например, семинара по бизнес-планированию, прошедшего в 2005 году. Другой пример – организация мастер-классов, например, по лепке знаменитой каргопольской глиняной игрушки. Так формируется уважение и интерес к местной культуре С жителями деревень, расположенных на территории парка, заключаются договоры на оказание услуг туристам. С одной стороны, это позволяет парку в определенной степени контролировать уровень оказания туристских услуг, с другой – вызывает протест нескольких предпринимателей. Например, руководство турбюро «Лаче» заявляет, что при организации туров по национальному парку турфирма может предоставлять весь комплекс услуг сама, без вмешательства администрации парка. Это ошибочная позиция – администрация парки обязана следить за деятельностью турфирм на его территории и направлять ее.

Другой способ вовлечения местного культурного наследия в туристскую деятельность – выкуп парком заброшенных домов и их оборудование для принятия туристов.

Внедрение ландшафто-экологических принципов выделения и развития рекреационных территорий сопряжено с преодолением существенных трудностей. Дефицитами, затрудняющими этот процесс, являются:

– базовая и специальная информация о территориях, в том числе – использование земель, демография и социальные отношения, экономика, планы развития;

– туристская статистика, в том числе – специальные социологические данные;

– политика и механизмы управления, в том числе – полномочия муниципалитетов, надзорных органов и др., местное законодательство, координация;

– кадры (особенно местные) в том числе – маркетологи, специалисты по рекламе, по общему территориальному и ландшафтному планированию.

Итак, трудности очевидны. Тем не менее, перед организаторами туризма стоит выбор – либо следовать сложившейся в последние годы тенденции интенсивного рекреационного освоения территорий, нацеленной на развитие массового туризма и максимизацию прибыли за счет неограниченной эксплуатации всех доступных ресурсов, что со временем неизбежно ведет к деградации территорий. Либо стремиться к устойчивому развитию этих территорий, необходимым компонентом которого является ландшафтно-экологическое планирование.

Литература.

1. Стаускас В. П. Градостроительная организация районов и центров отдыха. – Ленинград: Стройиздат, 1977. 164 с.
2. Меллума А. Ж., Рунгуле Р. Х., Эмсис И. В. Отдых на природе как природоохранная проблема. – Рига: Зинанте, 1982. 158 с.
3. География рекреационных систем СССР. Отв. ред. В. С. Преображенский, В. М. Кривошеев. – М.: «Наука», 1980. 220 с.
4. Рекреационные системы. Ред. Н. С. Мироненко, М. Бочваров. – М.: Изд-во Московского университета, 1986. 136 с.
5. Градостроительные основы развития курортно-рекреационных районов СССР. М.: Стройиздат, 1990. 197 с.
6. Севастьянова С. А. Региональное планирование развития туризма и гостиничного хозяйства: учебное пособие. – М.: КНОРУС, 2007. – 256 с.
7. Заповедники СССР. // Национальные парки и заказники. М.: Мысль, 1996. – 359 с.
8. http://www.kavkazweb.net/news/18.09.2007 12:59
9. http://www.09biz.ru/2007/02/05/.html
10. http://www.urgc.aaanet.ru/items/item1701.shtml
11. Галачиева Л. А. Формирование и развитие территориально-рекреационного комплекса Кабардино-Балкарии. Автореферат дисс. на соискание уч. степени канд. геогр. наук. Ставрополь, 2005. 21 с.
12. Калихман А. Д. и др. Методика пределов допустимых изменений на Байкале – участке Всемирного наследия ЮНЕСКО. – Иркутск: «Оттиск», 1999.
13. Чижова В. П., Севостьянова Л. И. Экологический туризм. Географический аспект. – Йошкар-Ола. Марийский государственный технический университет. 2007. 276 с.
14. Кружалин К. В. Оценка рекреационного потенциала России для развития международного туризма. //Туризм и рекреация. Фундаментальные и прикладные исследования.// Труды международной научно-практической конференции. – М. РИБ «Турист», 2006. с. 281-288.
15. Дроздов А. В., Л. П. Басанец. Туристское природопользование, экологический императив и потенциал России. // Природопользование и устойчивое развитие. Мировые экосистемы и проблемы России. – М.: Тов-во научных изданий КМК. 2006. с. 322-340.
16. Басанец Л. П. Потенциал, состояние и проблемы развития экотуризма на Северном Кавказе в контексте страны. // Материалы конференции «Перспективы развития особо охраняемых природных территорий и туризма на Северном Кавказе». – Майкоп (в печати).
17. Руководство по ландшафтному планированию. Том 1. Принципы ландшафтного планирования и концепция его развития в России. Коллектив авторов: Антипов А. Н., Винкельбрандт А., Волкова И. Н. и другие. Редактор Дроздов А. В. – М.: Центр экологических программ, 2000. 136 с.
18. Руководство по ландшафтному планированию. Том 2. Методические рекомендации по ландшафтному планированию. Коллектив авторов: Антипов А. Н., Дроздов А. В., Князева Т. Ф., Кравченко В. В., Семенов Ю. М. Ответственный редактор Дроздов А. В. – М.: Центр экологических программ, 2001. 73 с.

УЧЕБНАЯ РЕКРЕАЦИОННО-ГЕОГРАФИЧЕСКАЯ ПРАКТИКА – ИННОВАЦИОННЫЙ ЭЛЕМЕНТ ОБУЧЕНИЯ СТУДЕНТОВ ПО НАПРАВЛЕНИЮ И СПЕЦИАЛЬНОСТИ «ТУРИЗМ»

Кружалин В.И., *вице-президент Национальной Академии туризма, директор Института Комплексных исследований образования МГУ, профессор, зав. кафедрой рекреационной географии и туризма географического факультета МГУ*
Мотовилова М.С., *с.н.с,. кафедра рекреационной географии и туризма географического факультета МГУ*
Магин Е.Б. *н.с., лаборатории рекреационных систем географического факультета МГУ*

Туристско-рекреационная деятельность и формирование туристско-рекреационных экономических зон является одним из важнейших и динамичных факторов устойчивого развития экономики многих стран мира. В России в последние годы развитию внутренне-

го и въездного туризма уделяется огромное внимание: принята и реализуется программа организации системы особых экономических зон туристско-рекреационного типа, разрабатываются новые туристские маршруты, обустраиваются многочисленные рекреационно-туристские зоны различного иерархического уровня (от локальных, имеющих местное муниципальное значение, до федеральных, предназначенных для российского и международного туристского рынка). На повестке дня стоит вопрос создания единой туристско-рекреационной системы страны, обеспечивающей потребности в туризме и отдыхе все категории российских и иностранных граждан. Правительством РФ принята стратегия развития индустрии туризма до 2016 г. Такое разнообразие и интенсивность развития сферы туризма и рекреации привели к пониманию важности и сложности фундаментальных рекреационно-географических исследований. Планирование рекреационно-туристской деятельности требует проведения сложного многофункционального анализа природных и культурно-исторических факторов рекреационно-туристского потенциала территории, социально-экономических условий его реализации, научного и кадрового сопровождения.

Активизация туристско-рекреационной деятельности как в отдельных регионах России, так и в целом в стране привели к возрастанию спроса на высококвалифицированных современных специалистов для индустрии туризма, в том числе и в области рекреационной географии и туризма. В высшем образовании появилась новая специальность – «Туризм» (№ 100201), в 2004 г. разработан и реализуется соответствующий государственный образовательный стандарт, направленный на обеспечение индустрии туризма квалифицированными кадрами, подготовка которых базируется на принципах интеграции науки, рынка технологий и бизнеса, усиления практической и языковой подготовки. В настоящее время завершаются работы по созданию стандартов третьего поколения, которые предполагают двухуровневую модель (бакалавры, магистры) подготовки профессиональных кадров. Более 70 высших учебных заведений в Москве и других городах России реализуют подготовку специалистов по новому направлению и специальности «Туризм», а около 300 ВУЗов по-прежнему осуществляют подготовку кадров по разработанным более 15 лет назад образовательным профессиональным стандартам «Социально-культурный сервис и туризм», «География», «Менеджмент организации» и др., в которых «Туризм» является специализацией.

Обучение студентов по новой специальности в Московском государственном университете имени М.В.Ломоносова осуществляется на географическом факультете на специально созданной в 2004 г. кафедре рекреационной географии и туризма. К учебному процессу привлечены профессорско-преподавательский состав географического и других факультетов МГУ (вычислительной математики и кибернетики, исторического, иностранных языков, филологического, социологического, философского, юридического, психологии), ведущие ВУЗы Москвы, представители турбизнеса. Помимо теоретических курсов, большое значение имеет практическая подготовка будущих специалистов, включающая 4 недели учебной и 21 неделю производственной практики. Особое значение имеет учебная рекреационно-географическая практика, направленная на закрепление знаний, полученных студентами первого курса по дисциплинам «Введение в географию», «География», «Рекреационная география», «Основы туризма», «Топография с основами картографии». Уникальность этой практики заключается в том, что она дает возможность непосредственно в полевых условиях познакомиться с технологией и методами оценки туристско-рекреационного потенциала территории. Как показывает четырехлетний опыт проведения этой практики, качественная подготовка специалистов современного уровня в сфере рекреации и туризма невозможна без такой методически обоснованной полевой практики. Инновационность этого вида учебной практики заключается в том, что является базисом для всех последующих практик, раскрывает системность в организации и реализации проектов в сфере туризма и рекреации.

Цель рекреационно-географической практики, проводимой после первого курса, – дать студентам навыки полевых исследований, комплексной оценки и картографирования туристско-рекреационного потенциала территории (учебного полигона) на основе изучения природных и культурно-исторических факторов его формирования и социально-экономических условий реализации.

В задачи практики входит ознакомление студентов с природными и культурно-историческими факторами туристско-рекреационного потенциала территории и социально-экономическими условиями его реализации, а также обучение методам комплексного изучения территории с позиций ее туристско-рекреационного использования. Основной принцип практики: обучить методическим основам оценки рекреационно-туристского потенциала территории на локальном (крупномасштабном), региональном (среднемасштабном) и федеральном (мелкомасштабном) уровнях.

В ходе практики студенты обучаются методам и приемам:

– сбора полевой информации, ее картографирования по различным аспектам оценки туристско-рекреационного потенциала территории;

– эстетической оценки ландшафтов;

– изучения объектов природного и культурного наследия;

– формирования туристских маршрутов;

– оценки рекреационной нагрузки на территорию;

– экологической оценки рекреационных территорий (экспресс-методы);

– планирования размещения инженерных объектов туристско-рекреационного назначения;

– анализа социально-экономических условий реализации туристско-рекреационного потенциала;

– практической организации туристской деятельности и формирования туристско-рекреационных зон.

При проведении практики используются методы визуальных наблюдений, сравнительно-описательный, балльных оценок, картографический, системный.

Практика проводится на территории Калужской области и охватывает Сатинский учебный полигон и его окрестности, г.Боровск и Боровский район, наиболее интересные туристско-рекреационные объекты; продолжительность практики две недели. Местоположение, природно-географические особенности территории и история социально-экономического развития Сатинского полигона делают его весьма привлекательным для проведения учебной полевой практики по специальности «Туризм». Прежде всего, на территории полигона с 1968 г. работает учебно-научная Сатинская станция, в пределах полигона площадью 20 км^2 ежегодно проводятся учебные практики студентов географического факультета МГУ, систематические научные исследования кафедр и лабораторий, организуются российские и международные семинары и конференции, проводятся экологические экскурсии для студентов и школьников и т. д.

На территории полигона и в его окрестностях сохранились многочисленные памятники истории, культуры, археологии, градостроительства и другие. Особо следует отметить разнообразие природных достопримечательностей полигона, которые во многом и определяют его высокий туристско-рекреационный потенциал. Удаленность от крупных промышленных центров, низкая плотность местного населения, ландшафтное разнообразие делают территорию полигона экологически чистой, а хорошая транспортная доступность – рекреационно-привлекательной для жителей Боровска, Балабанова, Обнинска и Москвы. За последнее десятилетие помимо уже сложившихся видов туризма (учебно-научного, познавательного, экологического) наблюдается ускоренное развитие сельского туризма: масштабы сельской рекреации в летние месяцы возрастают более чем в 3 раза, а в выходные дни еще больше – за счет купально-пляжного туризма.

Методологически и методически практика включает три основных раздела, в рамках которых изучаются:

1. Природные и культурно-исторические факторы туристско-рекреационного потенциала территории. Практика включает ряд учебных маршрутов по оценке разнообразия ландшафта и его эстетической ценности на основе анализа геолого-геоморфологических, гидрологических, климатических и ландшафтных особенностей территории как факторов туристско-рекреационного потенциала. При проведении учебных маршрутов выявляются и изучаются природные достопримечательности, обращается внимание студентов на участки произрастания дикорастущих редких (занесенных в Красную книгу), лекарственных и ядовитых растений. Эти знания используются в процессе практики при самостоятельной разработке студентами экологических маршрутов.

Особое внимание студентов обращается на необходимость комплексного учета и анализа инженерно-географических особенностей территории при проектировании и реализации проектов рекреационно-туристского назначения. Сатинский полигон представляет богатую возможность для демонстрации как примеров удачных ландшафтных решений, так и инженерных неудач, вызванных отсутствием квалифицированного анализа и оценки инженерно-географических свойств осваиваемого участка.

Инновационным элементом комплексной рекреационно-географической практики является специальный экологический мини-тренинг, имеющий целью ознакомление студентов с особенностями формирования и динамики экологической обстановки – важнейшего элемента рекреационно-туристского потенциала территории. Студенты получают навыки и обучаются принципам инженерно-экологической оценки территории и методам экологического проектирования и экспертизы. В полевых условиях проводится ознакомление с современными экспресс-методами анализа содержания загрязняющих веществ в атмосфере, поверхностных водах, почвенном покрове. Комбинированный автобусно-пешеходный маршрут позволяет провести как фоновое экологическое обследование полигона, так и локальное обследование территорий, подвергающихся относительно интенсивному антропогенному воздействию (площадь городского автовокзала, автодороги, места интенсивного рекреационного использования и т.п.). На основе полученных в полевых условиях данных студенты обучаются методическим основам оценки экологического состояния территории, знакомятся с существующей системой стандартов в области охраны окружающей среды и экологического проектирования.

Проводятся учебные маршруты по изучению культурно-исторических факторов туристско-рекреационного использования территории, автобусные экскурсии по Боровску и его окрестностям. Боровск внесен Министерством культуры Российской Федерации в перечень исторических городов России. На территории Боровского района расположено около сотни памятников истории, архитектуры и градостроительства, среди которых особое место занимает действующий Пафнутьев-Боровский монастырь, основанный в 1444 г. на берегу реки Протвы преподобным Пафнутием Боровским, духовным внуком преподобного Сергия Радонежского. Большое количество сельских храмов XVIII-XIX вв. сохранилось в сельской местности: церковь Козьмы и Дамиана в с. Беницы, церковь Николая Чудотворца в с. Русаново, церковь Дмитрия Солунского в с. Рябушки, церковь Варвары в с. Совьяки и др. Боровск и Боровский район связаны с именами многих выдающихся деятелей науки, культуры, военного искусства. Здесь начиналась учительская и научная деятельность родоначальника космонавтики К.Э. Циолковского. В разное время на территории района проживали выдающиеся ученые, художники, военачальники. Боровские «корни» – у основателя российской геоморфологической школы, создателя и заведующего первой в России университетской кафедры геоморфологии (на Географическом факультете МГУ) профессора Ивана Семеновича Щукина.

Перечисленные памятники истории и культуры представляют собой элементы рекреационной ценности и являются важнейшей составляющей туристско-рекреационного потенциала территории проведения рекреационно-географической практики.

2. Социально-экономические условия реализации туристско-рекреационного потенциала территории. Этот блок начинается с автобусного маршрута по окрестностям Сатинского полигона, анализа видов природопользования, закономерностей их пространственного размещения. Благодаря природным предпосылкам и сложившимся социально-экономическим условиям, в Боровском районе сформировалась система землепользования, в которой ведущую роль играют сельское и лесное хозяйство: сельскохозяйственные и лесные земли в совокупности составляют более 85% территории. Возрастной состав населения (городское 44,6 тыс. человек и сельское около 10 тыс. человек по данным Всероссийской переписи населения, 2002г.) характерен для периферийных территорий Центрального района – около 60% составляют лица трудоспособного возраста, 25% пенсионеры и 15% – население моложе трудоспособного возраста. Численность занятого населения во всех отраслях экономики составляет 15,8 тыс. чел. (29% от всего населения и 48% от лиц трудоспособного возраста).

В камеральных условиях дается краткая характеристика населения, видов природопользования, использования земель, социальной и транспортной инфраструктуры Боровского района и Калужской области в целом, а также оценка социально-экономического развития территории полигона и Боровского района с позиций реализации и перспективного освоения его туристско-рекреационного потенциала. Студенты обрабатывают и анализируют статистические данные о землепользовании, транспортной обеспеченности, наличии туристской инфраструктуры, численности и структуре населения, демографической ситуации, состоянии здоровья населения; составляют таблицы, графики и карты по данным государственной статистики.

3. Основы туристско-рекреационного зонирования территории. Инновационная часть практики заключается в разработке методических основ оценки рекреационно-туристского потенциала территории и методики ее проведения на локальном (крупномасштабном) и региональном (среднемасштабном) уровнях. В пределах Сатинского полигона, площадью около 20 км^2 студенты имеют возможность ознакомиться с методикой и реализовать локальный (крупномасштабный) уровень оценки рекреационно-туристского потенциала. Разработаны учебные маршруты по ознакомлению с методикой рекреационной оценки территории и приемами полевого картографирования для целей рекреационного районирования территории Сатинского полигона. Обосновываются границы участков, обладающих различной рекреационной ценностью для наиболее массового (купально-пляжного) вида туризма и отдыха, анализируются реализуемые и потенциально возможные виды туристско-рекреационного освоения территории учебного полигона.

На заключительном этапе практики студенты проводят самостоятельное рекреационное районирование территории полигона для наиболее массового (купально-пляжного) вида рекреации и туризма. Картографирование рекреационных районов разного потенциала производится на картографической основе масштаба 1:10000. При картографировании туристско-рекреационного потенциала территории используется метод балльной оценки. Выделяются 5 уровней (классов) туристско-рекреационного потенциала, каждый из которых оценивается в диапазоне от “0” до “4” баллов. В соответствии с такой шкалой студенты проводят ранжирование туристско-рекреационного потенциала Сатинского полигона для развития летних видов туризма и отдыха.

В камеральных условиях студенты разрабатывают и заполняют оценочную матрицу пригодности (привлекательности) территории полигона для реализации различных видов рекреации и туризма. Оценка осуществляется с учетом влияния на туристско-рекреационный потенциал Сатинского полигона рельефа местности, наличия водных

объектов и ландшафтного разнообразия. По горизонтали в этой матрице вписываются структурные элементы (морфологические комплексы) территории или преобладающие ПТК, а по вертикали – реализуемые и/или потенциально возможные виды рекреации и туризма. Далее проводится экспертная оценка пригодности каждого из выделенных природно-территориальных элементов для развития существующих или перспективных видов рекреации.

В настоящее время на Сатинском полигоне и прилегающих территориях формируются туристско-рекреационные зоны локального и регионального уровня, ориентированные на развитие различных видов туризма и отдыха. Студенты знакомятся с новыми формами туристско-рекреационной деятельности: посещают этническую деревню «Этномир» в Боровском районе и «Парк птиц» в Жуковском районе Калужской области (туристско-рекреационные зоны регионального уровня).

Важнейшим элементом рекреационно-географической практики является анализ существующей рекреационной нагрузки на территорию. Студенты проводят полевые исследования, осуществляя в ключевых точках полигона подсчет количества въезжающих и отъезжающих автомашин, их региональную принадлежность и количество пассажиров. Такие подсчеты осуществляются в начале выходных (вторая половина дня в пятницу) и в конце (вторая половина воскресенья). Полученные данные заносятся в специальные таблицы, в камеральных условиях обрабатываются, ранжируются и наносятся на карту.

В процессе прохождения практики студенты получают навыки работы с GPS-приемниками (система спутникового позиционирования), позволяющими определить координаты объектов с необходимой для рекреационных исследований точностью, обучаются основам дешифрирования космических снимков и обучаются цифровой фотографии.

Реализация предложенной методологии и методики предполагает выделение трех этапов в организации рекреационно-географической практики. Первый этап – учебно-ознакомительный: с помощью преподавателя студенты знакомятся с особенностями природы, населения и хозяйства Сатинского полигона и его окрестностей, оценивают существующие и перспективные виды туризма и рекреации. Второй этап заключается в проведении самостоятельных полевых маршрутов и исследований: рекреационной нагрузки в пределах полигона, наличия памятников истории и культуры, природных достопримечательностей, проектирования экологических и учебно-научных маршрутов, выбора мест для размещения рекреационно-инженерных объектов, районирования туристско-рекреационного потенциала.

Третий этап включает в себя обработку данных самостоятельных полевых наблюдений и исследований, разработку содержания и составление серии карт для оценки туристско-рекреационного потенциала, написание итогового отчета. Итоговый отчет о практике включает текстовые описания, таблицы, графики, а также набор выполненных студентами крупномасштабных карт рекреационно-туристского потенциала территории.

Анализ опыта организации учебных и производственных практик в других ВУЗах РФ показал, что подобная практика в рамках ранее существовавших специализаций и новой специальности «Туризм» является инновационным элементом и в настоящее время нигде, кроме МГУ им.М.В.Ломоносова, не проводится. Учитывая заметно возрастающие потребности регионов в специалистах, умеющих разрабатывать проекты рекреационного освоения территорий разного ранга на основе оценки туристско-рекреационного потенциала, реализуемая учебная рекреационно-географическая практика должна стать базисным элементом в подготовке современных высокопрофессиональных кадров для индустрии туризма.

ВОЗМОЖНОСТИ ЛАНДШАФТНО-ИСТОРИЧЕСКОГО ТУРИЗМА В ОБРАЗОВАТЕЛЬНОМ ПРОЦЕССЕ

Дмитрук Н.Г., *доцент., НовГУ им. Ярослава Мудрого*
Низовцев В.А., *кгн., в.н.с. географического ф-та МГУ им.М.В.Ломоносова,*

Развитие системы современного образования связано со стремлением использовать разнообразные формы, методы, новые педагогические технологии в целях повышения эффективности образовательного процесса, как в школе, так и в учебных заведениях среднего и высшего профессионального образования.

Их внедрение призвано служить реализации следующих целей:

– решению задач обучения, воспитания и развития личности в их неразрывном единстве, что обусловлено не только всей стратегией образовательного процесса, но и изменениями, которые влечёт за собой внедрение компетентностного подхода,

– изменению отношения учащихся к познавательной деятельности путём создания условий для формирования внутренней мотивации, следовательно, заинтересованности ученика (студента) в изучении школьных дисциплин, что позволит само знание сделать личностно-значимым для обучающегося, следовательно, хорошо усвоенным.

Возможностями для реализации указанных задач, безусловно, обладает образовательный туризм, который сегодня рассматривают как высокоэффективную технологию обучения. Под образовательным туризмом понимают познавательные туры, которые совершают с целью выполнения задач, определённых учебными программами образовательных учреждений. В широком понимании образовательный туризм – это все виды обучения, которые осуществляются за пределами постоянного места жительства.

В сложившейся практике работы туроператоров к образовательным турам, получившим наибольшее распространение, обычно относят поездки, имеющие целью отдых за рубежом с одновременным изучением иностранного языка. Это могут быть разнообразные программы пребывания в летних лагерях, краткосрочные и долгосрочные языковые курсы, в том числе академические с размещением в студенческом кампусе или семье. Сюда следует отнести и образовательные туры, предпринимаемые в целях изучения различных дисциплин, ознакомительные поездки, научные и учебные стажировки в разнообразных учреждениях и на предприятиях. Ещё одно направление образовательного туризма связано с совершением экскурсионно-ознакомительных путешествий по городам, регионам, странам, различным природным зонам. Наконец, широкое распространение находят поездки, связанные с участием в семинарах и конференциях, съездах и конгрессах с целью получения новой информации и обмена опытом.

Безусловно, все выше изложенные направления туризма характерны для работы образовательных учреждений различного типа, но они не носят массового характера. В таких поездках принимают участие далеко не все учащиеся и студенты.

Поэтому имеет смысл рассмотрение образовательного туризма с точки зрения его организации в пределах учебного процесса, где в подобную деятельность могут и должны быть включены все учащиеся. Нужно заметить, что учебный план средних школ предполагает определённое единообразие изучаемых дисциплин, а особенности специализации учебных заведений другого типа определяют их, практически полную, несхожесть. Следовательно, и направления организации образовательного туризма в средней школе могут быть практически одинаковыми и определяться в основном географией места расположения учебного заведения. В других типах учебных заведений эти направления могут быть весьма различны.

Остановимся на особенностях образовательного туризма в области изучения географии в средней школе и ВУЗе. Туристическая деятельность собенно важна для школьни-

ков, потому что в школьной программе, в отличие от программ ВУЗов, не предусмотрено никаких выездов и натурных наблюдений. В ходе экскурсий и туристических походов учащиеся в реальной ситуации видят изучаемые объекты, негативные последствия деятельности человека и экологические проблемы.

В зависимости от уровня познавательной деятельности школьников, все мероприятия туристического характера можно разделить на две группы:

– мероприятия, на которых преобладает информационно-рецептивная деятельность (экскурсии, проводимые экскурсионными бюро и туристскими фирмами, работниками музеев, представителями предприятий и т.д.),

– мероприятия, где школьники вовлечены в активную познавательную деятельность (экскурсии и наблюдения в природе, поисковые экспедиции, туристские походы, социологические опросы, сбор этнографической информации, обобщающая работа по результатам исследований – представление докладов, защита рефератов, выставки, участие в конференциях, публикации результатов исследований и т. д.).

Несмотря на то, что экскурсионная деятельность и туризм принципиально различные понятия, в рамках учебного процесса целесообразно объединить их в единую систему, так как эти виды деятельности дополняют друг друга. Также логично отнести к образовательному туризму не только организацию познавательных туров, но и систему туристско-краеведческой работы, значительный опыт которой накоплен за многие десятилетия преподавания географии и ряда других дисциплин. Все виды туристической работы должны систематически включаться в учебный процесс, согласованно вливаться в систему образовательной и воспитательной работы школы.

Основу научно-познавательного туризма в школе может составлять комплексный ландшафтно-эколого-исторический подход (Марченко и др., 2002). При таком подходе родной край изучается как целостное системное образование, человек и его деятельность не отрываются от окружающих его ландшафтов, природа, население и хозяйство рассматриваются в их историческом развитии.

В рамках образовательного туризма одной из самых интересных и перспективных форм может стать ландшафтно-исторический туризм. В первую очередь это объясняется тем, что на фоне все возрастающего внимания к объектам всемирного культурного наследия проявляется интерес и понимание обществом тесной взаимной связи человека и природы. Ландшафтно-исторический туризм это такой вид туризма, который позволяет получить целостное представление о территории, способствует лучшему познанию взаимосвязи «человек-природа» (Марченко, Низовцев, 2006). Турист знакомится и познает не только природу или исторические достопримечательности района своего путешествия. Его цель – всестороннее рассмотрение района, природных условий и предпосылок его освоения, приуроченности поселений и памятников истории и культуры к определенным ландшафтным позициям, ознакомление с положительными примерами сотворчества человека и природы и экологическими проблемами, возникающими при неправильном природопользовании.

Объектами ландшафтно-исторического туризма могут быть как природные, так и историко-культурные достопримечательности, природные, природно-антропогенные ландшафты, культурные и культурно-исторические ландшафты. Особенно большим туристско-рекреационным потенциалом обладают культурно-исторические ландшафты – целостные системы, являющиеся результатом взаимодействия человеческого общества и природы, конкретной хозяйственной и культурной деятельности человека в конкретных ландшафтных условиях, включающие как антропогенные, так и природные составляющие (Низовцев, 2005).

Историко-культурные особенности территории формировались на протяжении многих веков в условиях активного социально-экономического развития, что привело к

большому разнообразию памятников истории и культуры (Дмитрук, Степанова, 2006). Их можно объединить в следующие группы:

– памятники истории – здания, сооружения, памятные места и предметы, связанные с важнейшими историческими событиями в жизни народа, развитием общества и государства, Великой Отечественной войной, а также с развитием науки и техники, культуры и быта народов, с жизнью выдающихся государственных, военных деятелей, народных героев, деятелей науки, литературы, искусства; захоронения погибших.

– памятники археологии – городища, курганы, остатки древних поселений, укреплений, каналов, дорог, древние места захоронений, каменные изваяния, участки исторического культурного слоя древних населенных пунктов.

– памятники градостроительства и архитектуры – архитектурные ансамбли и комплексы, исторические центры городов, кварталы, площади, улицы; сооружения гражданской, промышленной, военной, культурной архитектуры, народного зодчества, природные ландшафты.

– памятники искусства – произведения монументального, изобразительного, декоративно-прикладного и иных видов искусств.

Под культурно-историческим ландшафтом нами понимается целостное историко-культурное и природное образование, отражающее историю природопользования и духовного развития местного (этнического) сообщества конкретной территории с однородными природными (ландшафтными) свойствами. По сути дела это культурные ландшафты прошлого («посткультурные ландшафты»), в которых произошла утрата антропогенного управления и разрушилась, соответственно, блоковая структура. Характерными чертами культурно-исторических ландшафтов является: своеобразие, уникальность (или типичность) природной среды и историчность ландшафта (сохранность исторического облика); насыщенность памятниками исторического, архитектурного и духовного наследия; целостность и единство природной и антропогенной составляющей, памятника и его природного окружения; экологичность ландшафта (органичность сочетания природной и антропогенной составляющей, эколого-эстетические свойства).

Современная ландшафтная структура культурнно-исторических ландшафтов необычайно сложна и разнообразна. В их структуре значительное участие составляют антропогенно-природные и даже антропогенные («рукотворные»), комплексы. Наряду с антропогенно трансформированными природными компонентами и элементами морфологической структуры включают артефакты, социофакты, ментифакты, так называемый «антропогенный слой ландшафта» по Ю.А.Веденину (Веденин, Кулешова, 2001). Особую роль в формировании культурно-исторических ландшафтов играют интеллектуальные и культурные ценности, которые могут становиться и самостоятельным компонентом ландшафта, своего рода информационным блоком. Они могут служить своего рода своеобразной «биографической летописью» жизнедеятельности населения в определенных ландшафтных условиях в конкретное историческое время, свидетельством материальной и духовной культуры создававшего его социума.

Многие такие комплексы можно отнести к категории ассоциативных, т.к. материальные элементы в них или отсутствуют, либо малосущественны, а историко-культурные ассоциации заключены в природных элементах, которые и являются собственно их носителями. Например, погребенные старопахотные почвы, культурные слои, насыщенность ряда ПТК определенного типа артефактами. Такими носителями могут быть и топонимы, отражающие специфическое природопользование, духовную жизнь в конкретном ландшафтном комплексе. Основная ценность таких ландшафтов заключается в его информационном блоке, представляющего информацию об исторических событиях или исторических личностях, а также в его материальных природных и культурных элементах как носителей исторической информации. И, как считает Ю.А. Веденин (2003),

ассоциативный ландшафт может быть сакральным или же связан с жизнью великих людей, с важными историческими событиями, хотя никаких материальных свидетелей этих событий уже может и не сохраниться. Тем не менее, уже сам факт связи этого места с определенными историческими событиями («образ места») является основанием для рассмотрения его как ассоциативного ландшафта.

Большинство культурно-исторические ландшафты относятся к категории реликтовых ландшафтов, закончивших свое эволюционное развитие, а основная «историческая» жизнь оказалась в далеком прошлом, как, например, сохранившиеся культурные ландшафты исторических центров древних городов. Многие такие ландшафты в настоящее время находится в определенной стадии музеефикации, например, культурно-исторический ландшафт «Бородинское поле», дворцово-парковые комплексы.

Примером культурно-исторического ландшафта может служить музей-заповедник «Царицыно», занимающий водноледниковую равнину и долинные комплексы, включая места селищ разных исторических периодов, древнерусские курганные могильники и дворцово-парковый ансамбль. Дворцово-парковый ансамбль, в котором в настоящее время ведутся активные реставрационно-восстановительные работы вместе с непосредственно примыкающими к нему склонами и эрозионными формами представляет уникальный для территории современной Москвы ландшафтно-исторический комплекс.

Выделятся три иерархических уровня посткультурных ландшафтов (Низовцев, 2005). Наряду с собственно культурно-историческим ландшафтом выделяются его структурные элементы: ландшафтно-исторические комплексы. Ландшафтно-исторический комплекс (ЛИК) – эго элементарная ячейка ландшафта, формирующаяся под влиянием природно-материальных факторов. ЛИКи как бы фиксируют территориальную структуру хозяйственной деятельности в определенные хроносрезы на локальном уровне. Наличие в ЛИК разного типа артефактов, погребенных старопахотных почв, культурных слоев, или даже топонимов дает возможность восстановления картины жизнедеятельности поселенцев в определенные исторические этапы, а также реконструировать антропогенные изменения в ПТК, сопутствующие разным видам природопользования. Например, многие городища и селища средневекового времени, как, например, «Рюриково городище» под Великим Новгородом, курганные комплексы вятичей в «Дунино», «Горках» в Подмосковье и др.

Природная основа ландшафтно-исторических комплексов – это ПТК локальной размерности, в котором проводилось то или иное природопользование и именно в него нередко «вписан» материальный объект – свидетельство определенной хозяйственной и духовной деятельности. Иерархический уровень природной основы ЛИК соответствует рангу – подурочище и урочище (их можно назвать культурно-историческими урочищами), т.к. именно на этом уровне отмечается наиболее тесная корреляция хозяйственных угодий и ПТК. Многие современные ЛИК – это свидетели существования природно-хозяйственных систем определенных исторических периодов в антропогенной эволюции ландшафтов. Сходные по внутренней структуре и функционированию ландшафтно-исторические комплексы объединяются в функциональные зоны (подзоны), границы которых проходят по границам природно-территориальных комплексов или хозяйственных угодий. Зоны объединяются в культурно-исторические ландшафты.

Единица более крупного таксономического ранга – культурно-исторический район – совокупность культурно-исторических ландшафтов на определенной территории, отражающая закономерности исторического ее развития. При выделении районов особое внимание уделяется на ландшафтные особенности территории, которые непосредственно влияли на расселение, на формирование поселенческой структуры и на хозяйственное освоение территории. Ландшафтно-исторический район является целостным пространственным объектом, насыщенным особо ценными природными и историко-культурными объектами, отражающими типичную природную среду и традиционную культуру, что

делает их исключительно ценными памятниками (территориями) природно-культурного наследия нашей страны.

Ярким примером такого района служит Северо-Двинская водная система, в которой ландшафтообразующим ядром, своего рода системообразующим стержнем являются канальные системы герцога Вюртембергского, Мариинской и Северо-Двинской системы шлюзов, представленные озерно-речными системами, соединенными рукотворными каналами с сохранившимися памятниками гидротехнического строительств Снытко и др. (2007). В состав этого своеобразного и уникального культурно-исторического района входят культурно-исторические ландшафты древнейших городов России Белозерска и Каргополя, «архитектурные жемчужины» Севера культурно-исторические ландшафты Кирилло-Белозерского, Феропонтова и Горицкого монастырей и Нило-Сорской пустыни. Заселение и хозяйственное освоение этого района Севера в значительной степени связано с освоением водных путей. В ранние времена – это естественные водные пути и связующие их волоки, позднее – рукотворные водные системы. В этот культурно-исторический район входят также разнообразные по свойствам и структуре природные ландшафты и в разной степени антропогенно преобразованные ландшафтные комплексы. Многие такие ландшафты в настоящее время находится в определенной стадии музеефикации, например, культурно-исторические ландшафты канала герцога Вюртембергского, древних городов или древних монастырей.

Интересным примером культурно-исторического района, где начинает развиваться туристская деятельность может служить район Ильменского глинта, расположенный на юго-западном берегу озера Ильмень в Новгородской области (Дмитрук, 2007в). Эта территория привлекательна не только сочетанием культурных и природных памятников, но и транспортной доступностью, близостью к областному центру. Наличие в этом районе уникального геологического памятника природы, объектов культурно-исторического наследия, событий, нашедших упоминание в летописях позволяют говорить о складывающемся здесь ландшафтно-историком туризме. Расположенный неподалёку город Старая Русса, возникший в 1167 году на пути «Из варяг в греки», известен существующим ныне здесь домом-музеем Ф.М. Достоевского, ансамблем Спасо-Преображенского монастыря XII века. В окрестностях Старой Руссы функционирует бальнеологический курорт с лечебными минеральными водами и грязями – один из первых курортов в России. Деревня Коростынь примечательна наличием Путевого дворца, построенного по проекту знаменитого архитектора В.П. Стасова и служившего местом остановки императора на пути в Старую Руссу. Неподалёку от Коростыни в 1471 году состоялась знаменитая Шелонская битва, в которой войска Ивана III одержали победу над новгородцами, что привело к объединению русского государства. Объектами туризма могут быть как природные, так и историко-культурные достопримечательности, природные и природно-антропогенные ландшафты, где традиционная культура составляет единое целое с окружающей природной средой.

Еще одним примером может служить культурно-исторический район «Порубежное Западное Подмосковье», основу которого составляют культурно-исторические ландшафты древнерусских порубежных городов-крепостей (Тушков городок, Можайск, Верея, Борисов, Вышгород, Лужеск), приуроченных к флексуре коренного фундамента карбоновых известняков, являющейся и важной ландшафтной границей. Ландшафтно-исторические районы могут стать основой для формирования оптимальной функциональной и пространственной структуры территории регионов .

Особенно богаты ландшафтно-историческими комплексами и культурно-историческими ландшафтами старообжитые регионы. Необычайное множество разнообразных ландшафтно-исторических райинов и культурно-исторических ландшафтов сформировалось в Центральной и Северо-Западной России, имеющей длительную и насыщенную

историю хозяйственного и культурного освоения. Многие из таких ландшафтов относятся к объектам национального и даже всемирного достояния, получили правовой статус и являются охраняемыми территориями.

Таким образом, за длительное время существования памятника культуры, истории или археологии, происходит его «срастание» с вмещающей природной средой (как правило, представленной природно-территориальными комплексами разных иерархических уровней). Соответственно, во время маршрута турист не ограничиваться осмотром точечных объектов (храма, усадьбы и т.п.), а обращает внимание на особенности окружающей природы; органичность нахождения этого памятника в данном месте, тем более что во многих случаях выбор места для строительства именно природными особенностями и определялся.

Авторами статьи разрабатывается методика организации и проведения комплексных ландшафтно-исторических полевых практик и экскурсий и походов для студентов, школьников старших классов (Марченко, Низовцев, 2001; Зырянова и др., 2001, 2002; Дмитрук 2007а, 2007б). Однако, как показывает опыт, ландшафтно-исторический туризм представляет интерес и для самых широких масс населения. В ходе таких комплексных экскурсий освещаются природные особенности и экологическое состояние конкретных территорий, история хозяйственного освоения и деятельности человека в ландшафтах с момента освоения первых поселений и до наших дней. Знакомя школьников и студентов с родным краем, важно показывать им не отдельные памятники истории и культуры – «точечные» объекты в отрыве от окружающей их природы, а ландшафтно-исторические комплексы с природной и антропогенной составляющей. Важной особенностью этих экскурсий является то, что на определенной территории на конкретных примерах можно показать взаимодействие социума и природы, человека и ландшафта в ходе их когерентного развития, сформировать целостное представление о природе.

Проведение историко-эколого-географических экскурсий связано с изучением географических, исторических и культурных объектов непосредственно на местности. Такие экскурсии, как правило, однодневные, поэтому маршруты их проведения экскурсий нередко ограничены районом проживания учащихся. Во время этих выездов ребята обучаются таким навыкам, как различные приемы ориентирования на местности, прокладка маршрутов, знакомство с растительностью (в том числе – со съедобными, несъедобными и ядовитыми видами), а, если повезет – то и с животным миром. Кроме того, школьники и студенты овладевают основными туристическими приемами: умению разбивать лагерь, ставить палатки и т.д. Твердо соблюдается принцип: «Уходя – убери за собой», не оставлять на месте лагеря никакого мусора. Сложнее проводить такие экскурсии в условиях большого города, как например в Москве или Великом Новгороде. К примеру, в Москве экскурсии проводятся на таких особо охраняемых территориях, имеющих историко-культурную ценность, как «Коломенское», «Царицыно», «Кузьминки», а также в природно-историческом парке «Битцевский лес». Все эти места имеют сложную и длительную историю освоения.

Литература

1. Дмитрук Н.Г., Степанова А.А. Памятники культуры в развитии туризма Новгородской области. // Геология и эволюционная география. СПб.: Изд-во «Эпиграф», 2006.

2. Дмитрук Н.Г. Возможности междисциплинарных самостоятельных работ в обеспечении самореализации личности учащихся. // Образование через века. В.Новгород, 2007а.

3. Дмитрук Н.Г. Организация экскурсий на основе междисциплинарных связей как условие самореализации личности учащихся. // География: Наука и образование в системе «общество-школа-университет». СПб.: Астерион, 2007б.

4. Дмитрук Н.Г. Ильменский глинт как объект историко-географического туризма. // Геология и эволюционная география. СПб.: Изд-во «Эпиграф». 2007в.

5. Веденин Ю.А., Кулешова М.Е. Культурный ландшафт как объект культурного и природного наследия // Известия РАН. Серия географическая, 2001, №1.

6. Веденин Ю.А. Роль информации при формировании культурного ландшафта на охраняемых историко-культурных территориях // Экологические проблемы сохранения исторического и культурного наследия. – М.: Институт Наследия, 2003.

7. Зырянова Е.В., Марченко Н.А., Низовцев В.А., Онищенко М.В., Кренке Н.А. Учебные комплексные ландшафтно-исторические экскурсии. // Географическое краеведение. Владимир, 2001.

8. Зырянова Е.В., Кренке Н.А., Марченко Н.А., Низовцев В.А., Онищенко М.В. Школьные ландшафтно-исторические экскурсии в условиях большого города. // Историческая геоэкология, география и природопользование: новые направления и методы исследования. СПб, 2002.

9. Марченко Н.А., Низовцев В.А. Внеклассные факультативы и ландшафтно-исторические экскурсии в экологическом образовании школьников. // Геология в школе и ВУЗе. СПб: МК ГШВ, 2001.

10Марченко Н.А., Низовцев В.А. Туристический и рекреационный потенциал ландшафтно-исторических комплексов. // Туризм и рекреация: фундаментальные и прикладные исследования. М.: РИБ «Турист», 2006.

11Низовцев В.А. История формирования антропогенных и культурных ландшафтов Центральной России. Геопространственные системы: структура, динамика, взаимосвязи // Труды XII съезда Русского географического общества. Т.2. СПб., 2005.

12Снытко В.А., Постников А.В., Михеев В.Р., Низовцев В.А., Терский П.М., Фролова Н.Л., Чеснов В.М., Широкова В.А., Широков Р.С. Северо-Двинская водная шлюзованная система – уникальный ландшафтно-исторический район Русского Севера. // Геология, геоэкология и эволюционная география. – СПб.: «Эпиграф». 2007 .

МЕДИКО-ГЕОГРАФИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ МЕЖДУНАРОДНОГО ТУРИЗМА

Малхазова С.М., *д.г.н., профессор, МГУ им. М.В.Ломоносова, географический факультет; sveta_geo@mail.ru*
Миронова В.А., *к.г.н., МГУ им. М.В.Ломоносова, географический факультет; vmironova@inbox.ru*

Одной из проблем, наиболее остро стоящих в настоящее время перед здравоохранением как в России, так и в мире, является проблема распространения болезней в связи с усилением миграционных процессов. Одной из главных составляющих этих процессов является международный туризм, переживающий в настоящее время бурное развитие. Вместе с развитием туристической инфраструктуры, появлением новых туристических маршрутов и развитием новых видов туризма увеличивается возможность распространения заразных болезней [1]. Кроме того, возрастают риски, связанные с патологическими состояниями неинфекционной этиологии, обусловленные действием геофизических факторов, травмами, несчастными случаями, природными и техногенными катастрофами. Бурно развивающиеся в последнее время новые виды туризма, такие как экологический, предусматривающий посещение дикой природы, или этнографический, обусловливающий контакты с местным населением, увеличивают контакт путешественников с природными очагами болезней и повышают риск заражения.

Недостаточная осведомленность туристов и туристических компаний о возможных рисках для здоровья путешественников приводит к заражению последних инфекционными болезнями, возникновению патологических состояний, связанных с различными геофизическими факторами (жаркий климат, высота над уровнем моря и т.д.). Возможности современного транспорта таковы, что из любой точки земного шара до другой можно добраться не более, чем за 36 часов – время, значительно меньшее, чем инкубацион-

ный период большинства инфекционных болезней [2]. Таким образом, путешественник, заразившийся той или иной болезнью во время туристической поездки, заболевает ей зачастую уже после возвращения на родину, таким образом становясь источником завоза экзотических инфекций, не всегда своевременно и правильно распознающихся местными врачами. Завоз ряда болезней может привести и к эпидемиологическим последствиям, в случае, если от завозного источника (прибывшего с отдыха туриста) произойдет заражение людей, никуда не выезжавших.

В специальной литературе описаны многочисленные случаи завоза таких опасных инфекций, как малярия, холера, лихорадка денге и др. Так, в 1999 г. в Москве было зарегистрировано 20 случаев тропической малярии, завезенной туристами из Кении. При анализе вспышки было установлено, что туристы не были предупреждены о необходимости проведения химиопрофилактики против малярии во время пребывания в Африке. В результате 2 человека скончались, у большинства заболевших развились тяжелые осложнения, вплоть до малярийной комы [3]. В 1994 г. в Дагестан паломниками, вернувшимися с хаджа, была завезена холера [4]. Отмечается неуклонный рост числа завозных случаев лихорадки денге в Европу [5].

Географические аспекты международного туризма в настоящее время изучены недостаточно. Наиболее важными медико-географическими проблемами международного туризма в настоящее время являются:

1. Проблема инвентаризации рисков для здоровья путешественников, связанных с действием различных природных и техногенных факторов.

2. Необходимость географического подхода к изучению региональных медико-экологических особенностей.

3. Изучение проблемы завоза инфекционных болезней и прогнозирование последствий такого завоза.

4. Изучение основных направлений современного туризма и выработка рекомендаций путешественникам с точки зрения медицинской географии;

5. Изучение влияния глобальных изменений климата на возможность распространения экзотических болезней на новые территории.

Ниже приводится краткий обзор этих проблем.

Путешественник может столкнуться с возможными осложнениями уже во время переезда к месту отдыха. Воздушные перелеты, на долю которых приходится около 45% всех туристических перевозок [6], могут вызвать как лёгкие расстройства (гипоксия, заложенность ушей, расстройство биоритмов, связанное с перелетом через несколько часовых поясов), так и более серьезные. К последним относятся проблемы, связанные с циркуляцией крови во время неподвижного сидения в кресле самолета (тромбоз глубоких вен) [7], психологические проблемы (стресс, аэрофобия, агрессивное поведение на борту).

По прибытии к месту отдыха на здоровье путешественника могут оказать влияние физико-географические и экологические особенности страны пребывания. В первую очередь, это климат и высота над уровнем моря, а также специфика водоёмов и возможность как непосредственной встречи с ядовитыми животными и растениями, так и с аллергенами животного и растительного происхождения. Около 80% туристов так или иначе сталкиваются с желудочно-кишечными расстройствами различной этиологии (диарея путешественников), связанными с изменением пищевых режимов и качества питьевой воды [8].

Но наиболее серьезную проблему представляют инфекционные и паразитарные заболевания. Эффективной мерой для предотвращения заражения является вакцинация. Выбор болезней, против которых следует делать прививку, зависит от правил страны пребывания и уровня риска [2]. Необходимым условием въезда в большинство тропи-

ческих стран является сертификат о вакцинации против желтой лихорадки после посещения стран, в которых существует передача этой инфекции [8]. В ряде случаев требуется вакцинация против других болезней, например, Саудовская Аравия предписывает обязательную вакцинацию против менингококковой инфекции при хадже. Кроме того, существует перечень вакцин, не обязательных, но рекомендованных при въезде в ту или иную страну. Например, ВОЗ рекомендует при посещении любой тропической страны делать прививку против гепатита А. При посещении стран, эндемичных по малярии, часто бывает необходима химиопрофилактика, т.е. профилактический прием противомалярийных препаратов. Химиопрофилактика абсолютно необходима при посещении любых стран Африки южнее Сахары, многих стран Южной и Юго-Восточной Азии.

Всемирная организация здравоохранения (ВОЗ), а также Американский Центр контроля и профилактики инфекций (CDC) ежегодно публикуют перечень стран с подробными рекомендациями по профилактике инфекционных болезней и других рисков для здоровья путешественников [6; 8]. Однако в настоящее время насущным является вопрос об изучении региональных особенностей в медико-географическом аспекте. Так, например, рекомендации для Индии почти не учитывают различий между разными частями страны. Однако известно, что в пределах Индийского субконтинента, исключительно разнообразного в природном отношении, условия для распространения различных инфекционных и паразитарных болезней сильно отличаются.

Так, наше исследование территории Восточной Индии (В.А.Миронова, неопубликованная работа) показало существенные различия в характере распространения и уровне эндемии малярии всего в пределах одного штата Орисса, на территории которого представлены две физико-географические страны (Восточное Побережье и Континентальные Плато) и две физико-географические области в пределах последней – Восточные Холмы и Восточные Плато [9]. Восточное побережье характеризуется низкой эндемией малярии при преобладании трехдневной малярии (и при этом высокоэндемичным вухереориозом). После пересечения физико-географической границы малариологическая ситуация резко меняется – в области Восточные Холмы преобладает тропическая малярия с очень высокой эндемией (гипер- и мезоэндемия) и круглогодичной передачей инфекции. Область Восточные плато характеризуется низким уровнем эндемии малярии с перобладанием тропической малярии. Данный пример, помимо того, что он хорошо иллюстрирует природную приуроченность малярии (болезни, весьма часто поражающей туристов), показывает необходимость четкой территориальной дифференциации стран в отношении распространения заразных болезней.

Можно привести другой пример. Хорошо известно, что спецификой Индокитая является то, что крупные курорты отличаются спокойной эпидемиологической обстановкой, в немалой степени достигаемой строгим контролем со стороны санитарных служб. Так, путешественнику в Таиланд нет необходимости в химиопрофилактике малярии, если он намеревается оставаться в Бангкоке, Патайе или на острове Пхукет. Однако ситуация резко меняется в сельских районах страны, где круглогодично существует достаточно высокий риск заражения как трехдневной, так и тропической малярией. Это касается и других государств этого региона (Вьетнама, Камбоджи), где приморские равнины являются немалярийными, но при продвижении вглубь этих стран риск заражения увеличивается многократно. Это связано с наличием в этом регионе весьма эффективных переносчиков, приуроченных к лесистым предгорьям и низкогорьям [10].

Важной проблемой является и проблема завоза экзотических инфекций в неэндемичные страны. Возбудитель может завозиться несколькими путями. Собственно завозом называется завоз возбудителя зараженным человеком. Путешественник, заразившийся в тропической стране какой-либо инфекцией, зачастую заболевает по приезде домой. Кроме того, завоз возбудителя может осуществляться с зараженными продуктами. Характерным примером может быть завоз охотниками мяса, зараженного трихинеллой.

Наконец, возбудитель может завозиться с зараженным переносчиком. Описано множество случаев заражения малярией местных жителей, проживающих в районе крупных аэропортов [11]. Это явление получило название аэропортовой малярии. Однако ведущую роль в завозе инфекционных болезней играет завоз инфицированными лицами.

Если природные условия страны, в которую произошел завоз, не позволяют осуществиться передаче завезенной инфекции, такой завоз будет иметь лишь клинические последствия для самого путешественника. В этом случае важно, чтобы болезнь была вовремя и правильно распознана врачами и пациент получил адекватное лечение. Однако случается, что возбудитель завозится на территорию, где местные условия могут обеспечивать его передачу другим лицам. В этом случае речь уже идет об эпидемиологических последствиях завоза, которые могут оказаться весьма серьезными. Так, завоз трехдневной малярии в европейские страны, где прежде существовала передача малярии, может вызвать не только эфемерную (неустойчивую) передачу, но и укоренение инфекции.

Показательным примером служит недавняя вспышка лихорадки чикунгунья в Италии. Лихорадка чикунгунья – природноочаговое арбовирусное заболевание, передающееся через комаров рода Aldes, прежде регистрировавшееся главным образом в Восточной Африке. В 2006 г. произошла беспрецедентная вспышка этой болезни, охватившая острова Индийского океана – Реюньон, где было зарегистрировано 265000 клинических случаев (34% населения), Маврикий, Мадагаскар, Коморские, Сейшельские, Мальдивские острова. Затем эпидемия дошла до Индии, а позже перекинулась в Юго-Восточную Азию [12]. Отмечался беспрецедентный завоз (более 1000 случаев) этой инфекции в Европу туристами. В Италии завозной случай из Индии дал начало мощной вспышке среди местного населения летом 2007 г., когда было зарегистрировано не менее 190 случаев заболевания [13]. Расследование вспышки [14] показало, что вирус передавался через комаров Aldes albopictus, чье присутствие в Европе само по себе является весьма примечательным фактом. A.albopictus, за свою агрессивность получивший называние «тигровый комар», прежде был распространен в Юго-Восточной Азии, где считался второстепенным переносчиком лихорадки денге. В последнее десятилетие он распространился по всему миру из Азии в связи с перевозкой старых покрышек морским транспортом на переработку. Отработанные покрышки, в которых собирается дождевая вода, оказались подходящим местом для размножения этого комара. Так он проник в США, Латинскую Америку, Европу, где включился в передачу некоторых арбовирусных заболеваний. Комар проявил высокую экологическую пластичность, показав способность выживать как в сельской местности, так и в пригородах больших городов [15]. Данный вид был отмечен не только в Италии, но и в некоторых других странах Европы, поэтому вероятность возникновения эпидемических вспышек экзотических инфекций в прежде благополучных странах остается достаточно высокой. Приведенный пример является ярким символом глобализации: эпидемия, начавшаяся на островах Индийского океана, в которой был задействован африканский вирус и восточноазиатский комар, оказалась на Европейском континенте.

Риск установления передачи экзотической инфекции на какой-либо территории определяется совокупным действием многих факторов, важнейшими из которых являются климатический, орографический, биотический, ландшафтный. Для географической оценки потенциала распространения тех или иных инфекций используются два качественных показателя: уязвимость и восприимчивость. Эта концепция первоначально разрабатывалась применительно к малярии, но отмечалось, что она может использоваться и для других инфекций [16].

Уязвимость – это интенсивность завоза возбудителя с эндемичных территорий. Она определяется частотой и сезонностью прибытия носителей инфекции (реже – заражённых переносчиков) и их количеством. Восприимчивость – способность экосистем воспринимать возбудителя инфекции в качестве сочлена [17]. Взятые в совокупности, они

дают представление о потенциале распространения инфекции на той или иной территории, или, точнее, в той или иной экосистеме, поскольку возбудители инфекций и инвазий, как и любые другие биологические виды, всегда являются членами биоценозов. Потенциал распространения инфекции, уровень которого дает представление о возможности установления ее передачи среди населения, в свою очередь, зависит от уровней восприимчивости и уязвимости и от их сочетания. Так, крупные города являются высоко уязвимыми, поскольку в них идёт большой завоз возбудителя из эндемичных территорий, но восприимчивость их низка, т.к. в целом городская среда неблагоприятна для развития переносчиков. Однако даже в крупных городах возможны эпидемические проявления некоторых природноочаговых и природноэндемичных болезней. Случаи местной передачи малярии отмечалась в таких крупных мегаполисах, как Нью-Йорк [18], Хьюстон [19] и др. А интенсивный завоз малярии в Московский регион привел не просто к единичным местным случаям, а к восстановлению передачи трехдневной малярии не только в сельских районах Московской области, но и в черте города Москвы [17].

Зависимость таких болезней, как малярия, лихорадка чикунгунья и т.д. от природных факторов дает широкий простор для проведения исследований с применением различных географических подходов наряду с традиционными методами эпидемиологического анализа. Географический подход необходим при решении такой актуальной проблемы, как влияние глобальных изменений климата на распространение инфекций. Особенно это касается тропических болезней, возбудителям которых для осуществления своего жизненного цикла необходимо определенное количество тепла.

Международные миграции населения, важнейшей составляющей которых является туризм – это один из главнейших факторов распространения болезней. Изучение этого фактора наряду с природными предпосылками инфекций с применением географических подходов позволит выделить те болезни, передача которых возможна в природных условиях каждой конкретной страны, что, в конечном итоге, даст возможность более адресно и полноценно планировать противоэпидемические мероприятия. С другой стороны, проведение нозогеографических исследований тропических стран, выявление современных тенденций распространения болезней и создание системы обучения работников туристических компаний может повысить безопасность путешественников в туристических поездках и, в конечном итоге, ограничить завоз ими экзотических инфекций в свои страны.

Литература

1. Fidler, D.P. Globalization, International Law, and Emerging Infectious Diseases. Emerg. Inf. Dis., vol.2, No.2., 1996. p. 77-84.

2. Cetron, M., Keystone, J., Shlim, D, Steffen R. Travelers' Health. Emerg. Infect. Diseases, Vol. 4, No. 3, pp. 405-407.

3. Ющук Н.Д., Астафьева Н.Г., Белова Р.Н, и др. Тропическая малярия у московских туристов, заразившихся в Кении. Лечащий врач, № 2-3, 1999.

4. Федоров Ю.М. Международный туризм и вопросы борьбы с инфекционными болезнями. Вакцинация для путешественников, № 2(39), март-апрель 2005 г.

5. Bulugahapitiya U., Siyambalapitiya S., et al. Dengue fever in travellers: A challenge for European physicians. Europ.Journ.Intern.Med., Vol.18, Issue3, May 2007, pp. 185-192.

6. CDC. Health information for international travel 2008. http://wwwn.cdc.gov/travel/default.aspx

7. Kelman, C.W, Kortt, M A, Becker N.G. et al. Deep vein thrombosis and air travel: record linkage study. BMJ, 2003; 327:1072 (8November), doi:10.1136/ bmj.327.7423.1072.

8. WHO International trvel and health. http://www.who.int/ith/en/

9. National Atlas of India. National Atlas and Thematic Mapping Organisation, Government of India. 1977.

10.Schapira A. Determinants of Malaria in Oceania and East Asia. ////Casman E.A., Dowlatabadi H., eds. The Contextual determinants of Malaria. Washington,D.C.: RFF Press, 2002. – p. 93-109.

11Isaacson M. Airport Malaria: a review. Bull. WHO. – 1989. – vol.67. –No.6. – P.737-743.

12.Charrell, R., Lamballerie, X., Raoult, D. Chikungunya Outbreaks – The Globalization of Vectorborne Diseases// N. Engl J Med 356: 8; february 22, 2007. p. 769-771.

13.Watson R. Chikungunya fever is transmitted locally in Europe for first time. BMJ 2007; 335: p.532-533.

14.ECDC. Mission Report: 17 – 21 September 2007 Joint ECDC/WHO visit for a European risk assessment. http://www.ecdc.europa.eu.

15.Wilson, M. Travel and the Emergence of Infectious Diseases //Emerg. Infect. Dis., Vol. 1, No. 2 – April-June 1995. P. 39-46.

16.WHO. Receptivity to Malaria and Other Parasitic Diseases. //Rep. on a WHO Working Group. Copenhagen:WHO, 1979. – 103 p.

17.Миронова В.А. Географические предпосылки восстановления малярии в различных экосистемах: оценка и прогноз. Дисс. канд. геогр.наук. М: 2006. – 159 с.

18.Layton M., Parise M.E., Campbell C.C. et al. Mosquito-transmitted malaria in New York City, 1993 //Lancet. – 1995. – No.346 (8977). –P.729-731.

19.Zucker J.R. Changing patterns of autochthonous malaria transmission in the United States: a review of recent outbreaks. //Emerg. Inf. Diseases. – 1996. Vol. 2. – No. 1. – P.37-43.

ПРЕДПОСЫЛКИ РАЗВИТИЯ РЕКРЕАЦИОННОГО ПРИРОДОПОЛЬЗОВАНИЯ НА КОЛЬСКОМ ПОЛУОСТРОВЕ

Голубева Е.И., *д.б.н., профессор кафедры рационального природопользования географического факультета МГУ имени М.В. Ломоносова, egolubeva@gmail.com*
Шипигина Е.А., *кафедра рационального природопользования географического факультета МГУ имени М.В. Ломоносова*

Туризм на сегодня стал одной из наиболее крупных и бысто развивающихся отраслей индустрии. Высокоширотные регионы осваиваются и становятся более все привлекательными как для любителей активного отдыха, так и для местных жителей. При этом, уязвимость северных экосистем, проблемы деградации почвенно-растительного покрова, вероятность возникновения и развития опасных природных достаточно высока. Рекреационные ресурсы как неотъемлемая часть понятия «природные ресурсы», требуют разработки: а) принципов и методов их оценки и б) рекомендаций по рациональному использованию. При классификации видов природопользования рекреационное природопользование из-за разнообразия форм и степени воздействия на компоненты окружающей среды часто рассматривают как в группе ресурсопотребляющих так и в группе ресурсопотребляющих. Это объясняется отсутствием системного подхода к анализу природного потенциала территории, ее рекреационной емкости и устойчивости ландшафтов к такому виду антропогенной нагрузки (Кусков, Голубева, Одинцова, 2005).

Развитие туризма и рекреации часто представляется альтернативным путем в социально-экономическом развитии многих регионов России. Однако, использование природных комплексов для целей рекреации и туризма требуют подготовки территории и соответствующей инфраструктуры, чтобы не вызвать новые противоречия и конфликты, обостряя уже существующие экологические, социальные и экономические проблемы (Кружалин, 2006).

Поставленные вопросы рассматриваются на примере развития рекреации и туризма в Хибинах (Мурманская область). Центральная часть Мурманской области – один из ведущих районов Севера России по богатству и разнообразию рекреационных ресурсов: разнообразные пейзажи северной тайги и горной тундры, живописные виды крупного тектонического озера Имандра, Хибинский горный массив – геологический музей под открытым небом, наличие уникальных природных явлений (полярного дня и ночи, северного сияния), историко-культурное наследие коренного малочисленного народа-саамов и многое

другое позволяет заниматься практически всеми видами рекреации. Предварительные оценки рекреационных ресурсов района показали перспективность развития данного вида природопользования, который может создать экономическую альтернативу сложившемуся промышленному использованию и способствовать стабилизации экологической обстановки, особенно в Апатито-Кировском районе, самом богатом разнообразными природными условиями и объектами. На основе карт состояния растительного покрова водосбора озера Имандра и антропогенного воздействия на экосистемы водосбора озера Имандра возможно выработать рекомендации по рекреационному использованию территории. Зимние виды рекреации и туризма, особенно состояние горнолыжных трасс, достаточно подробно проанализированы (Седова, Воробьевская, 2006), тогда как и современный анализ и перспективы развития в летний период нуждаются в более тщательном рассмотрении. Нами в этом аспекте рассмотрены два соседних района Мончегорский и Апатито-Кировский, имеющие схожие природные условия и развитую промышленность.

В пределах Мончегорского района достаточно большую площадь хорошо доступной территории занимают земли поврежденные выбросами и сбросами предприятий металлургической промышленности, где отсутствует возможность какой-либо рекреационной деятельности. С другой стороны, Лапландский биосферный заповедник охватывающий и таежный, и горно-тундровый пояса имеет особый режим охраны, где исключены все формы хозяйственной деятельности, в том числе и большинство видов рекреации, за исключением экскурсий по экологическим тропам, которые не вносят существенных нарушений в естественный ход природных процессов. Таким образом, для рыбалки, сбора ягод и грибов или походов в горы жителям Мончегорска и Оленегорска приходится выезжать в соседние районы. Излюбленным местом проведения кратновременного отдыха горожан Мончегорска является Рижгуба озера Большая Имандра, находящаяся в стороне от основных направлений ветров, переносящих выбросы загрязняющих веществ комбината «Североникель». Здесь расположено большинство садово-огородных и дачных участков жителей города.

В Апатито-Кировском районе значительную рекреационную нагрузку испытывает юго-западная горная часть Хибин и горные долины, а также северный берег озера Экостровская Имандра, место отдыха жителей Апатит, и озеро Малый Вудъявр – район отдыха жителей Кировска. Таким образом, видно, что живописная территория Хибин, выходящая к озеру Большая Имандра, и имеющая большой рекреационный потенциал, практически не используется.

Главная причина сложившийся ситуации – недостаточная транспортная доступность отдаленных районов Хибин и их удаленность от основных транспортных центров. В настоящее время, по берегу озера Большая Имандра со стороны Хибин проложена лишь Октябрьская железная дорога. Поезда дальнего следования на участке Оленегорск-Апатиты следуют без остановок. Поэтому можно рекомендовать в летне-осенний период пустить местные дополнительные поезда, перевозящие туристов к северной границе Хибин. Параллельно железнодорожному полотну идет грунтовая дорога, которая в последние несколько лет заросла и местами разрушилась. При планировании строительства автомобильных дорог в этом регионе необходимо учитывать удаленность населенных пунктов и зависимость от использования различного транспорта и лимита времени у отдыхающих. Каждому виду рекреационной деятельности соответствует определенная полоса территориального охвата, которую может использовать турист в зависимости от целей и продолжительности маршрута (Евсеев и др. 1996).

По результатам социологического опроса 200 жителей городов исследуемого региона, были выяснены предпочтения местного населения в вопросе кратковременного и долговременного отдыха. Оказалось, что отдых горожан, как мужчин, так и женщин, во многом схож. Отличия наблюдаются только в возрастных категориях. Летом молодое население (несемейное) предпочитает отдых в выходные с друзьями на природе или в клу-

бах, а люди среднего возраста (31-65 лет и более) отдыхают с детьми и/или друзьями и/или родителями на дачах (своих или знакомых) (рис. 1). Сбор ягод и грибов одинаково привлекает и молодое и более пожилое население. Как правило, территория сбора располагается в окрестностях города, люди редко уезжают за грибами и ягодами более чем на 100 км.

Летом, мужское население проводит свои выходные на рыбалке на близлежащих озерах. Зимой горожане предпочитают либо кататься на лыжах в горах, либо проводить свои выходные дома. Все любимые места отдыха выходного дня (берега озер, горнолыжные склоны, дачные поселки и т.д.) располагаются вблизи городов и привлекают эстетичностью природного пейзажа и удобством подъезда к ним.

Результаты опроса показывают, что такие виды рекреации, как отдых на даче и туризм, будут развиваться, так как в нем есть заинтересованность местного населения. При этом если на восточном берегу озера Большая Имандра от Апатит до северной границы Хибин (примерно 30 км) проложить дополнительные дороги и построить необходимую рекреационную инфраструктуру, то нагрузка на существующие рекреационные территории снизится, и перераспределится более равномерно между озером Большая Имандра и Экостровская Имандра.

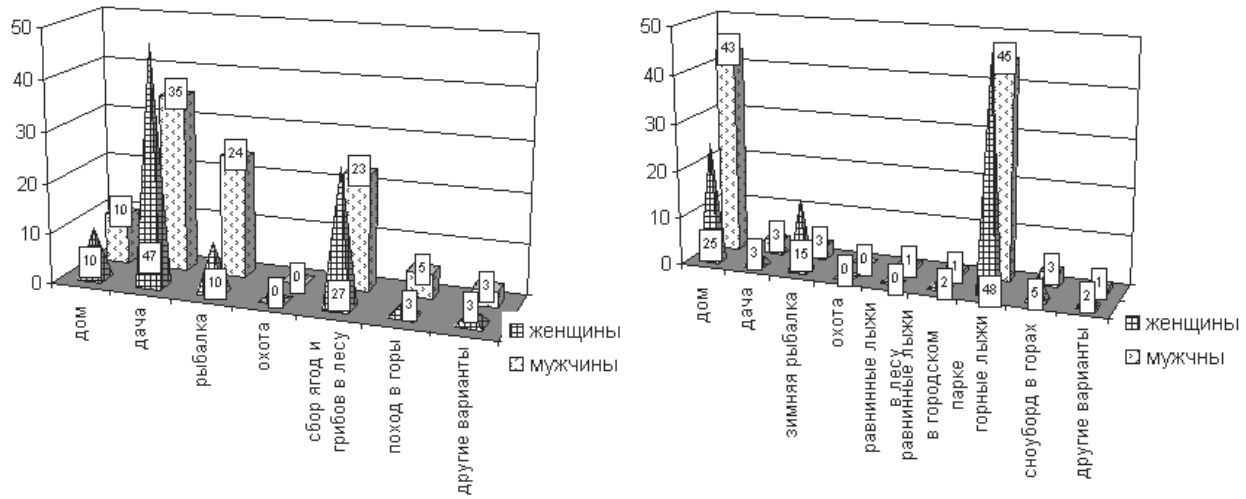


Рис. 1. Как проводят свои выходные жители Мончегорска, Апатит, Кировска и Полярных Зорь (по результатам социологического опроса 2004 г.): а – летом; б – зимой

Помимо развития транспортной сети необходимо строительство рекреационной инфраструктуры: небольших гостиниц, оборудованных кемпингов, магазинов, кафе и т.д. Кроме того, следует поставить по местам следования туристов мусорные баки и организовать бесперебойный вывоз мусора. Видится возможность посещения туристов и горожан не только из Апатито-Кировского района, но и их доставка на катерах из Мончегорского района с пристани в Рижгубе до пристани в поселке Имандра. Закладка новых рекреационных центров с подведением туда воды, газа и света не потребуется, так как уже построены поселки Имандра, Хибины и станция Нефелиновые Пески, расположенные на равном удалении друг от друга (около 10 км).

На рассматриваемой территории есть возможность в летний период совмещения нескольких видов и типов рекреационной деятельности:

– наземный: пешие походы, спортивный туризм, промысловый туризм;

– водный на озере Большая Имандра и реках Хибин: катание на катерах, катамаранах, яхтах, скутерах, сплав и рыбалка на реках.

Несомненно, необходимо осуществлять постоянный контроль рекреационной нагрузки на данную территорию для целей устойчивого управления. Вопрос о рекреационной

нагрузке данной территории требует тщательной проработки, так как в случае выполнения данных рекомендаций, рассматриваемая территория начнет принимать не только туристов из Апатито-Кировского района, но и из Мончегорского, а также из районов за пределами Мурманской области. В будущем, для снижения плотности нагрузки на западную часть Хибин, возможно строительство транспортной и рекреационной инфраструктуры на север до Оленегорска.

В настоящее время, если не рассматривать места проведения отпусков, то жители Апатит и Кировска намного реже покидают границы района отправляясь на отдых или за ягодами и грибами; жители Мончегорска и Оленегорска выезжает либо в Апатито-Кировский, либо в Ковдорский район на озеро Экостровская Имандра; жители Ковдора также редко выезжают на отдых за пределы района; жители Кандалакши и Полярных Зорь, как правило, предпочитают отдых в районе Белого моря, либо в Карелии. Жители опрошенных городов водосбора, вне зависимости от возраста, стараются проводить свои отпуска в центральных и южных областях России, в Белоруссии и на Украине, в основном у родственников (рис. 2).

На основе анализа созданных авторами карт, данных городских администраций о рекреационной деятельности и социологического опроса могут быть даны рекомендации по рекреационному использованию территории Мончегорского и Апатито-Кировского административных районов, имеющие схожие природные условия и развитую промышленность. Дополнительным центром летней рекреации предлагается восточный берег озера Большая Имандра и западная часть Хибин.

Для реализации этих рекомендаций необходимо:

– повышение транспортной доступности (строительство автомобильных и железных дорог);

– строительство рекреационной инфраструктуры (гостиниц, оборудованных кемпингов, кафе, горнолыжных трасс, пристань и т.д.);

– организация бесперебойного вывоза мусора;

– разработка маршрутов разных видов рекреационной деятельности (наземный и водный) с возможностью их сочетания между собой;

– разработка и контроль рекреационной нагрузки на данную территорию в целях устойчивого управления ею.

Развитие на данной территории рекреационной деятельности позволит снизить нагрузку на уже существующие центры отдыха и туризма – восточный берег озера Экостровская Имандра и южная часть Хибин, а также даст возможность жителям Мончегорска и Оленегорска отдыхать вблизи от дома.

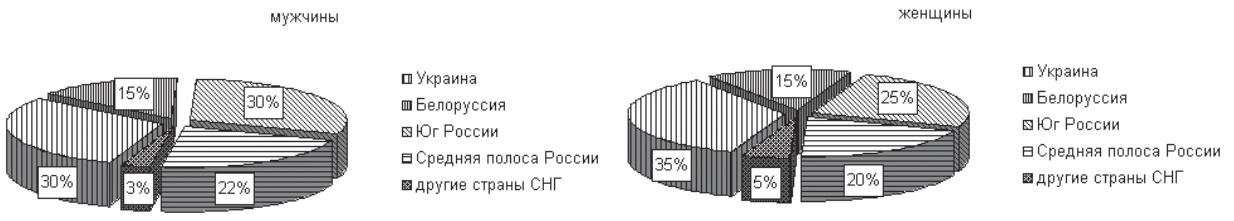


Рис. 2. Предпочтения жителей Мончегорска, Апатит, Кировска и Полярных Зорь на отпуск (по результатам социологического опроса 2004 г.)

Литература

1. Евсеев А.В., Красовская Т.М., Мироненко Н.С., Тикунов В.С., Шабалина Н.В. Рекреационный потенциал Севера России. Смоленск, 1996.

2. Кружалин В.И. Теория и методика рекреационно-географических исследований: состояние и перспективы// Туризм и рекреация: фундаментаотные и прикладные исследования. Труды международной научно-практической конференции. М., РИБ «Туризм», 2006, с. 28-30.

3. Кусов А.С., Голубева В.Л., Одинцова Т.Н. Рекреационная география.- М., 2005
4. Седова Н.Б., Воробьевская Е.Л. Методика оценки рекреационных систем горнолыжных комплексов (на примере г. Кировска) // Туризм и региональное развитие. Выпуск 4. Сборник научных статей. – Смоленск. Универсум, 2006. с. 462-467.

ГЕОГРАФИЧЕСКИЕ ПРИЕМЫ ФОРМИРОВАНИЯ ТУРИСТСКОГО ИМИДЖА РЕГИОНОВ

Богданова Л.П., *д.г.н., профессор кафедры социально-экономической географии и туризма, Тверской государственный университет, Bogdanova.Lidiya@tversu.ru*

Стихийный характер развития туризма в современной России свидетельствует о коммерческой привлекательности этой сферы деятельности и одновременно – об отсутствии организующего начала, которое базируется на глубоком понимании значения туризма для экономики страны и для устойчивого развития ее территорий. По оценкам специалистов, 90% профессиональных туристских организаций России работает на выездной туризм, в то время как в скромном секторе внутреннего туризма происходит бесконтрольное освоение ценных рекреационных территорий, приходят в запустение исторические города и села [1].

В Гаагской декларации по туризму [2] отмечены три важнейшие аспекта, связанные с развитием внутреннего туризма: вклад последнего в экономическое благосостояние и занятость населения на национальном, региональном и местном уровнях; роль внутреннего туризма в расширении социальных контактов, взаимопонимания между людьми; создание базовой туристской инфраструктуры и подготовка специалистов, которая обеспечивает прочную основу для развития туризма международного. Необходимо понимание не только экономического значения туризма как доходного бизнеса, но и его возможностей в плане восстановления жизненных сил российской провинции: развитие туризма может обеспечить не только рабочие места, но и средства для сохранения памятников истории и культуры, для поддержания экологического состояния территорий.

Неразвитость рынка туристских услуг в большинстве регионов России препятствует закономерному переходу от перечисления ресурсов и предпосылок развития туризма к созданию и продвижению конкурентоспособного туристского продукта. В рамках исследований по территориальному маркетингу сформулированы представления о территориальном туристском продукте, под которым понимается вся совокупность туристских ценностей и услуг, какие могут приобрести туристы, пребывающие на данной территории [3, с. 131].

Базовым компонентом территориального туристского продукта (ТТП) является природное и культурное наследие – ресурсы, которые определяют богатство и разнообразие туристско-рекреационного потенциала, существуют независимо от туристской деятельности и предназначены не только для использования, но также для сохранения и передачи от поколения к поколению. К первичным компонентам ТТП также относят отрасли экономики, обеспечивающие сферу туризма продуктами питания, сувенирами и другими товарами, а также человеческие ресурсы территории. Вторичными компоненты ТТП называют услуги, которые оказывают специализированные туристские организации, а также услуги общего характера, которыми пользуются не только туристы, но и местные жители.

Наибольший интерес с точки зрения продвижения туристского продукта представляют третичные, символические компоненты. Они представляют собой психологические атрибуты территории в виде впечатлений, образов, стереотипов, которые приносят туристам впечатления и удовольствия, удовлетворение от осознания причастности, престижности и т.д. Подобные символические компоненты ТТП маркируются знаками, названиями, логотипами и дополняют ценность первичных, материальных компонентов ТТП.

Обязательным элементом ТТП является управление, которое выполняет функцию организующего начала. Эффективное продвижение ТТП зависит также от ключевой идеи – нематериальной конструкции, объединяющей все компоненты ТТП ради единой цели достижения рыночного успеха.

Если оценивать туристский рынок России, можно говорить о недостаточном развитии не только материальных компонентов ТТП, но также о дефиците оригинальных, самобытных идей и недостаточном внимании формированию туристского имиджа территорий. Туристский имидж конкретной территории принято рассматривать как совокупность объективных и субъективно эмоциональных представлений, вытекающих из сопоставления всей совокупности факторов, информационных посылок, слухов и собственного опыта людей; имидж региона или страны является важным побудительным фактором для выбора туристом объекта посещения [4, с. 134]. Целенаправленная деятельность по формированию и позитивному развитию имиджа страны, региона, города на туристском рынке должна включать следующие этапы [5]:

– оценку туристского потенциала территории,

– определение его сильных и слабых сторон,

– обоснование возможного туристского имиджа территории с позиций целевых групп туристов,

– разработку направлений эффективного развития и продвижения туристского имиджа территории.

В исследованиях, посвященных проблемам создания и продвижения ТТП российских регионов, обозначилась следующая схема создания туристского имиджа: «широкий культурно-географический образ – туристский имидж – туристский бренд». Основание этой логической цепочки базируется на комплексных географических подходах, с широким привлечением историко-краеведческих материалов; на завершающих этапах расширяется применение методов социологии, психологии, маркетинга.

Российские регионы предоставляют широчайшие возможности для подобных исследований. Множество малых провинциальных городов нуждается в научной инвентаризации и современном представлении туристских ресурсов, вскрывающих глубинные корни истории страны, духовные и материальные результаты деятельности многих поколений и наиболее ярких исторических личностей. На протяжении XX столетия процессы ускоренной индустриализации и урбанизации страны, глубокие социально-политические потрясения привели к отчуждению широких масс населения от своих духовных и исторических корней, даже несмотря на сохранение множественных черт традиционного образа жизни у жителей российских городов. Новая, поднимающаяся Россия особенно остро нуждается в возрождении духовных основ, глубокого патриотизма, способствующего моральному оздоровлению и консолидации общества. Востребованность духовных и культурно-исторических начал является важным стимулом в развитии внутреннего туризма, прежде всего, культурного и познавательного направлений.

Главное свойство образа территории – сочетание субъективного и объективного начал, когда последнее рассматривается через восприятие, впечатление самого исследователя и целевых потребительских групп, для мотивации которых строится образная характеристика, на основе которой формируется туристский имидж. Н.Ю. Замятина [6] называет две трактовки образа города, которые могут быть задействованы в качестве фактора его развития, в том числе и через сферу туризма. Первая – социологическая трактовка, когда под образом города понимаются суммарные и обобщенные представления о городе конкретной социальной группы (образ города в глазах местных жителей, в глазах потенциальных инвесторов и т.д.). Такой целенаправленно создаваемый образ города принято называть имиджем. В рамках второй – культурной, или культурно-географической трактовки – под образом города понимается совокупность ассоциаций о данном городе,

накопленных в определенной (российской или региональной) культуре и представленных в произведениях литературы, музыки, живописи, различных документальных источниках, а также местных городских ландшафтах, архитектуре, памятниках. Подобный широкий культурно-географический образ города служит основанием, исходным материалом для разработки, корректировки и пропаганды массового социологического образа, т.е. его туристского имиджа.

В работах Н.Ю. и Д.Н. Замятиных представлена методика изучения гуманитарно-географического образа города, который рассматривается как система упорядоченных взаимосвязанных представлений о пространстве и пространственной структуре города, а также системы знаков и символов, наиболее ярко и информативно представляющих и характеризующих данный город [7, с. 278]. Методика основана на полевых исследованиях городского ландшафта и широком анализе внеландшафтного текстового поля города; она включает отбор исторических и культурных контекстов, выявление знаковых мест исследуемых городов, составление образно-географических карт и, как итога, образной формулы города, составленной из наиболее существенных, символических элементов [8].

Второй способ конструирования образов географических объектов состоит в использовании классических методик комплексных географических характеристик. Комплексная характеристика основана на выделении смысловых блоков широкого круга информации об изучаемом объекте и последовательном (от полочки к полочке – по Н.Н. Баранскому) описании этих блоков. Традиционная комплексная описательная характеристика соответствует приему квантовой организации информации в предыдущей методике. Второй шаг, создание образа территории, представляющего собой синтетическую характеристику объекта, состоит в выделении доминант, «выдающихся» единиц информации, которые воспринимаются в первую очередь на эмоциональном уровне [9].

В итоге складывается логическая схема культурно-образного подхода, в основании которого лежат традиционные географические приемы накопления и систематизации широкого круга информации, затем последовательного отбора и обобщения информации, ее преобразования в структурные элементы образа (протообразы, символы и т.д.). Завершающий шаг заключается в «брендировании», выявлении ключевых элементов образа. На каждом переходе к более высокому уровню обобщения используется традиционная процедура географической генерализации, отбора главных, ведущих, входящих в характеристику черт, которая «должна быть дополнена конкретизацией этих черт в виде живых, наглядных, доходчивых и легко запоминающихся образов» [10, с. 172].

В практическом плане традиционная комплексная географическая характеристика, также как и широкая образная характеристика города предназначена для круга пользователей, которых можно назвать «профессионалами», создающими территориальный туристский продукт, – это исследователи, маркетологи и организаторы туристской деятельности, это могут быть также особо любознательные туристы, для которых выпускаются содержательные и весьма дорогие путеводители, справочники и т.д. Краткая синтетическая характеристика, образная модель города, построенная как система взаимосвязанных наиболее ярких, символических элементов, предназначена для целенаправленного формирования и продвижения туристского имиджа города, а также для выявления одного или нескольких элементов, которые можно «раскручивать» в качестве туристских брендов. Такая образная, яркая, доступная информация адресована широкому кругу потребителей туристского продукта и может стать действенным инструментом в работе профессионалов.

Процедура выявления основных элементов, составляющих ядро культурно-географического образа города, включает три составных части:

1. Анализ особенностей географического положение города, которые раскрывают индивидуальные, специфические черты изучаемого объекта, прежде всего его местопо-

ложение, главные элементы природного наследия, позволяет выявить «ключевой ландшафт», главный пейзаж, с которым ассоциируется город.

2. Выделение ключевых событий в истории города, которые нашли отражение в материальной и духовной культуре страны, региона, собственно города. На данном этапе определяются ключевые объекты материального наследия, представленные памятниками, архитектурными ансамблями и оригинальными планировочными решениями.

3. Определение духовных начал, связанных с историческими событиями и/или личностями, оставившими заметный след в истории и культуре всей страны или Тверского региона. Этот этап включает изучение исторических фактов и легенд, местных обычаев и традиций, фольклора и других источников.

Реализация подобной процедуры требует сбора и обобщения широкого круга материалов об изучаемом объекте, с привлечением данных смежных наук, прежде всего, исторических. Сложность структурирования географических образов заключается во взаимосвязанности, взаимообусловленности всех выделенных компонентов.

Практическая работа по конструированию культурно-географического образа проведена на примере малого исторического города Торопца, самого древнего из городов Тверской области. Культурно-географический образ Торопца может быть использован в создании территориального туристского продукта – через формирование и продвижение позитивного имиджа города как центра познавательного, спортивно-оздоровительного, экологического и других видов туризма. Культурно-образный подход помогает решить проблему выявления и последующего продвижения туристских брендов города, в качестве которых можно использовать главные, наиболее яркие элементы его географического образа.

Отличительные черты географического положения Торопца определены самим выбором места для древнего города Кривитеска, построенного кривичами в VII-VIII веках среди болот и озер, на возвышенной Алаунской равнине, покрытой дремучими лесами [11]. Миролюбивые кривичи умело выбирали защищенные самой природой места, где строили окруженные деревянными стенами городки и под их защитой занимались охотой, рыболовством и земледелием. В XII веке торопецкие земли, составляющие северную часть смоленских земель, стали самостоятельным княжеством. Расположенное между полоцкими, новгородскими, суздальскими и смоленскими землями Торопецкое княжество укреплялось и богатело торговлей на Великом речном пути: по многочисленным рекам, озерам и волокам шли торговые пути из Суздальской земли к Балтийскому морю и к Поднепровью, артели возчиков переправляли грузы через многочисленные волоки, соединявшие притоки Волги, Западной Двины, Ловати и Днепра. Кроме торговли, хорошо укрепленный Торопец выполнял оборонительные функции – сначала на северной окраине Смоленского княжества, позднее на западных рубежах Московского государства. На гербе Торопца – золотой лук на зеленом поле и сторожевая шатровая башня, воссозданная копия которой теперь украшает одну из площадей древнего Торопца. В городе сохранились валы Высокого Малого и Высокого Большого городищ, на которых когда-то стояли деревянные стены с башнями, которые защищали город от набегов с литовской стороны и многочисленных княжеских междоусобиц.

В XII веке торопецкими землями правили князья из рода Ростиславичей – отец и сын Мстиславы, которые прославились благородством, храбростью и многочисленными воинскими подвигами. Через дочь Мстислава, княгиню Феодосию, Торопец достался в удел ее сыну, будущему святому князю Александру Невскому. Главным событием, которым отмечена история Торопецкого княжества, принято считать венчание князя Александра Невского, которому его невеста, дочь полоцкого князя Бречислава, привезла в дар великую православную святыню – Корсунскую икону Божией Матери, по преданию, написанную евангелистом Лукой при жизни Пресвятой Богородицы: «Оженися князь Олександръ, сын Ярославль, въ Новегороде: поя в Полотьске у Брячьслава дщерь и вен-

чася в Торопчи; ту кашю чини, а въ Новегороде другую» [11, с. 37]. Икона хранилась в торопецком кремле, в деревянной Георгиевской церкви, а в 1676 г. в память об этом событии был построен Корсунско-Богородицкий каменный собор, который вместе с Богоявленским собором составляет главное архитектурное украшение города.

Возможно, этот исторический факт и почитаемая православная святыня объясняют глубокие и сильные духовные начала, свойственные жителям этого города. Первое упоминание Торопца в Лаврентиевской летописи (1074 г.) связано с торопецким купцом Исаакием, который служил в Киево-Печерском монастыре. На месте дома купца на берегу Торопы позднее был построен Троице-Небин монастырь – в память о торопчанине, который служил небу.

Богатая событиями история города сформировала у торопчан такие деловые качества, как самостоятельность в решениях, ответственность. В домашней жизни жители Торопца отличались строгостью и благочестием, добрыми чувствами, «которые влекли их к делам милосердия и благотворительности» [11, с. 248]. Многие соборы XVII-XVIII веков, которые украшают современный Торопец, построены на средства купеческих семей.

Развитие духовного начала в структуре культурно-географического образа города можно связать с композитором М.П. Мусоргским, музыка которого пронизана величием русского духа, а также с патриархом Тихоном (Белавиным), дом которого сохранился в Торопце. Духовный подвиг этого торопчанина приходится на XX век, когда патриарх Тихон возглавил православную церковь в первые годы советской власти. Другие памятные места Торопца отмечены именами местных уроженцев, которые нанесены на карту Дальнего Востока – морских офицеров П.И. Рикорда и М.И. Ратманова, принимавших участие в изучении и освоении Дальневосточного побережья России в XIX веке.

Дальнейшие шаги по развитию, усложнению культурно-географического образа базируются на выделенных ключевых элементах, их развитии и разнообразных проявлениях – «ветвлении», по терминологии Замятиных. Такой механизм конструирования географических образов был намечен еще в работах Н.Н. Баранского: «Генерализация плюс сопутствующая ей конкретизация – такова основная формула всякой популяризации знаний» [10, с. 172]. Например, через развитие духовных начал в современных условиях можно представить оригинальный памятник Учителю, сооруженный в 1974 г. на средства выпускников торопецкой школы №1, а также биостанцию «Чистый лес» в Бубоницах, с замечательным медвежьим питомником Пажитновых – здесь организована экологическая тропа и летом работает школа экологического образования «Медвежата».

Еще одна особенность конструирования культурно-географического образа города состоит в значительной субъективной составляющей. Как отмечает Г.М. Лаппо, восприятие города, будучи сложным явлением и процессом, соединяет объективное и субъективное начала. Впечатление – результат восприятия – своего рода сплав из воздействия наблюдаемого объекта и особенностей самого наблюдателя [12]. С учетом этой характерной черты предлагаемые методики, как правило, включают не только этап конструирования, создания исследователем географического образа города, но также проверку основных образных элементов, символов на восприятие их жителями города. Подобная верификация основных элементов культурно-географического образа города проводится с применением социологических методов исследований, прежде всего, опросов, или картографических приемов – составления ментальных карт.

Пространственную структуру культурно-географического образа города можно проанализировать как на основе взаимосвязей между ключевыми элементами, опосредованных территорией, так и с помощью картосхем, составленных по материалам полевого изучения города. Такие логические или картографические схемы, учитывающие важность выделенных структурных элементов для целевой аудитории, составляют основу туристского имиджа города. Самые яркие, самобытные из выявленных элементов куль-

турно-географического образа города, могут быть использованы в качестве туристских брендов. Например, для Торопца это замечательный вид кремлевской части города на фоне озера Соломено – Корсунско-Богородицкого и Богоявленского соборов, связанных с глубокими историческими и духовными традициями торопецкой земли.

Выявленные ключевые элементы культурно-географического образа определяют объем и направление действий, которые следует предпринять для создания и продвижения городского туристского продукта. Профессиональная подача знаковых объектов, раскрутка туристских брендов – обеспечивают ту самую добавленную ценность, которая повышает значимость территориального туристского продукта.

Литература

1. Чудновский А.Д., Жукова М.А. Управление индустрией туризма России в современных условиях. М.: КНОРУС, 2007. – 416 с.

2. Гаагская декларация по туризму // Международный туризм: правовые акты. М.: Финансы и статистика, 2000, с. 219-244.

3. Качмарек Я., Стасяк А., Влодарчик Б. Туристический продукт. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2008. – 495 с.

4. Большой Глоссарий терминов международного туризма/ Под ред. М.Б. Биржакова, В.И. Никифорова. – СПб.: «Издательский дом Герда», 2006. – 936 с.

5. Дурович А.П. Маркетинг в туризме. Минск: Новое знание, 2006. – 496 с.

6. Замятина Н.Ю. Изучение образа города как социально-экономического ресурса (на примере г. Рыбинска) //Урбанизация в условиях трансформации социально-экономической структуры общества. – Смоленск: Универсум, 2003. – с. 80-87.

7. Замятин Д.Н. Локальные истории и методика моделирования гуманитарно-географического образа города /Гуманитарная география. Научный и культурно-просветительский альманах. Выпуск 2. – М.: Институт Наследия, 2005. – С. 276-328.

8. Замятина Н.Ю. Использование образов мест в преподавании страноведения и градоведения / Гуманитарная география. Научный и культурно-просветительский альманах. Выпуск 1. – М.: Институт Наследия, 2004. – С. 311-326.

9. Митин И.И. Методология и идеология комплексных географических характеристик// Региональные исследования, 2004. – №1. – С. 13-23.

10. Баранский Н.Н. О связи явлений в экономической географии / Избранные труды. Становление советской экономической географии. – М.: Мысль, 1980. – С. 160-172.

11. Побойнин И.И. Торопецкая старина. Исторические очерки города Торопца с древнейших времен до конца XVII века. – Торопец, 2004. – 340 с.

12. Лаппо Г.М. Романтическая география городов. Города в жизни и творчестве Константина Паустовского //Региональные исследования, 2007. – №2. – С. 3-12.

ПРОЖИВАНИЕ КАК НОВЫЙ ТИП МАССОВОГО ПОТРЕБЛЕНИЯ РЕКРЕАЦИОННЫХ УСЛУГ ЖИТЕЛЕМ МЕГАПОЛИСА

Кривов А.С., *директор Национального градостроительного института, президент Национального градостроительного общества.*
Крупнов Ю.В., *председатель Межрегионального общественного движения «ДВИЖЕНИЕ РАЗВИТИЯ»*
Цымбал О. А., *заместитель генерального директора ЗАО «Проекты развития»*

По убеждению авторов этой статьи переход от многоэтажной мегаполисной застройки к поместной урбанизации[1] позволит решить многие системные проблемы жизни в современном российском городе, и в первую очередь значительно повысит возможности человека в сфере рекреации.

[1] Ю.В. Крупнова, А.С.Кривова. «Дом в России. Национальная идея», М., 204.

Города «усталости»

Тезис об утомительности жизни в современном мегаполисе считается общепринятым среди специалистов различных отраслей знаний: экологов, психологов, рекреологов, политиков, промышленников, градостроителей. Эта ситуация характерна для всех стран, но есть и российская специфика. Для выработки проекта системного изменения, улучшения среды обитания нам необходимо разобраться с генезисом современных городов.

Основные типы общественных зданий в городах и типы поселений выработаны к началу 20в., в основном в период второй половины 19 – начала 20в. В тот же период в городе появляется два фокуса: исторический, и промышленный[1]. Это явление носит общемировой характер.

Уже к концу 20-х годов СССР идентифицирует себя как промышленная держава. Второй важный фактор для формирования градостроительных теорий того периода, это приоритет общественного над частным. Интенсификация промышленного труда в городе это общемировая тенденция. Но в отличие от СССР, в других странах получает развитие тип малоэтажной пригородной урбанизации. Загородный дом позволяет организовать более качественное «индивидуальное» проживание. В СССР ставка была сделана на интенсивное развитие общественных форм рекреации, расселения, здравоохранения, воспитания и образования. Исследования современных авторов позволяют сказать, что при этом качество жизни в Советском Союзе было очень высоким и сопоставимым с ведущими странами мира[2].

Последний этап градостроительного преобразования городской среды относится к постсоветскому времени. Основные его характеристики, это упразднение всех высокоразвитых форм социальной жизни, и в том числе массового использования туристско-рекреационных ресурсов. Вторая характеристика это уплотнение существующей застройки, при неизбежном нарушении принятых в СССР градостроительных норм. Наиболее разрушителен этот процесс для сферы рекреации, так как места общественного отдыха застраиваются в первую очередь.

Современный город это еще и общество, в котором мы живем. Безусловно, значительную нагрузку на человека оказывают именно общественные факторы: неуверенность в завтрашнем дне, бедность на фоне сверх потребления, отсутствие насущных благ (дом, работа, семья), и другие, но основным предметом данной работы является поиск адекватного градостроительного решения.

Рекреационный потенциал[3] различных типов расселения

Сравним рекреационные возможности среды обитания человека при многоэтажной городской застройке и жизни в собственном загородном доме.

За рабочую гипотезу примем следующее. Человек, живущий в загородном доме, ежедневно тратит на дорогу из дома на работу на 45 минут больше в каждую сторону. Го-

[1] «В результате исчезает бывшее до XIX века законом совпадение двух основных градообразующих элементов. Наделенный максимальной содержательностью и художественной выразительностью центр обретает автономность. Он перестает быть тождественным городу в целом и не совпадает ни по своему местоположению, ни по воздействию на архитектурную и социальную судьбу города с действительно выполняющим градообразующие функции объектом или объектами». «Русское градостроительное искусство. Градостроительство России середины XIX – начала XX века», под ред. Е.И.Кириченко, том 1, с.41

[2] См. например, работы И.А. Гундарова.

[3] Под рекреационным потенциалом понимается вся совокупность природных, культурно-исторических и социально-экономических предпосылок для организации рекреационной деятельности на определенной территории (Т.В. Николаенко, 1998). А так же субъективные возможности человека потреблять эти рекреационные возможности в реальном социально структурированном времени, в соответствии с принципом Преображенского.

рожанин, выезжающий за город в выходной день, тратит на дорогу к месту отдыха по 3–4 часа в каждую сторону. Загородный дом по площади больше квартиры в 3–4 раза. Загородный дом находится в привлекательном и экологически чистом природном ландшафте.

Структура рекреационного времени человека неравномерна. Ему присущи циклы: ежедневный, недельный, ежегодный.

Таблица 1

Структура рекреационного времени в течение жизни человека[1]

Виды рекреационного времени	Продолжительность, тыс. час	доля, %
Инклюзивное (в течение рабочего дня)	20,0	4,0
Ежедневное (после работы)	204,4	40,0
Уик-энд (в конце рабочей недели)	178,1	34,8
Отпускное	40,3	8,0
Пенсионное	70,1	13,2
ИТОГО	512,9	100,0

Другие авторы выделяют еще несколько видов рекреационного времени[2], см. таблицу №1*.

Таблица 1*

Виды рекреационного времени	Характеристика
«Квартальный» отдых	Цикл 65-90 суток. Обычно выражается в однодневных посещениях не очень удаленных от основного места проживания привлекательных для отдыха мест.
«Жизненный» отдых	Цикл 10-15 лет. Непосредственное время, отводимое на отдых, можно условно определить в 10-30 суток. Обычно выражается в весьма длительных посещениях предельно удаленных от основного места проживания мест, максимально привлекательных по тем или иным мотивам, или в предельно отличных стандартах проведения времени в месте своего постоянного жительства. Часто приурочивается к уникальным событиям жизни (например, празднование бракосочетания и свадебные путешествия). В отличие от других типов рекреации, этот проявляется не у всех людей, в основании чего лежат случайные причины (личные, социальные и прочие).

Функции разных видов рекреационного времени отличатся. Стоит отметить, что для рассматриваемых типов урбанизации нет отличий в инклюзивном и отпускном рекреационном времени. Пенсионное время в данной работе рассматривать не будем, хотя считается, что людям в пожилом возрасте более нравится жить в загородном доме.

Как видно из таблицы №1 рекреационное время в конце недели и ежедневное, это наиболее массовые виды. Они занимают 75% всего рекреационного времени человека за его жизнь, и 86% во время его трудовой деятельности.

Таблица 2

Отличия в использовании ежедневного рекреационного времени

Тип урбанизации	Преимущества (в отличие от второго типа)
Многоэтажная городская застройка	Рекреационного времени больше на 1,5 часа каждый день.

[1] И.В. Зорин, В.А. Квартальнов. Энциклопедия туризма. М.: 2004.

[2] А.С. Кусков, В.Л. Голубева, Т.Н. Одинцова. Рекреационная география.

Собственный загородный дом	В ежедневное рекреационное время включают сон. Для сна исключительно важное значение играет: тишина, чистый воздух. Среда для активного отдыха более качественная с точки зрения: – экологии, – возможностей прогулок, – активного летнего и зимнего отдыха, – в доме больше специализированных помещений под нужды рекреации, чем в городской квартире, – возможность отдохнуть в «тишине и покое», – больше предпосылок для ежедневных спортивных занятий, утренней гимнастики. – Возможность выращивать собственные экологически чистые овощи и фрукты.

Таблица 3

Отличия в использовании рекреационного времени в выходные

Тип урбанизации	Преимущества (в отличие от второго типа)
Многоэтажная городская застройка	Доступнее посещение: музеев, выставок, театров, кинотеатров. Возможность провести время за покупками (шопинг). Возможность участия в различных общественных организациях, сообществах по интересам. Но стоит учесть, что преимущественный тип трудовой занятости[1] в настоящее время предполагает интеллектуальную деятельность и интенсивное общение. Для перемены типичной деятельности (главное условие отдыха) люди ищут общение с природой и занятие с элементами физических нагрузок.
Собственный загородный дом	Рекреационного времени больше на 6-8 часов за выходные. А горожанину на выходные, чтобы выбраться «на природу» нужно потратить 3–4 часа в день отъезда и столько же в день приезда. При этом такая затея достаточно затратная по силам (пробки на дорогах, толчея в общественном транспорте, летом – жара), а человек истощен напряженной рабочей неделей. Более качественная среда для активного отдыха (см. таблицу №2). Возможность разрабатывать полноценные экскурсионо-туристические «туры» для себя по окрестности места проживания.

Известна аналогия, в которой туристический тур сопоставляют с «предложениями», циклы туристической деятельности – со «словами», а типы рекреационной деятельности с «буквами». Из таблицы №4 можно сделать вывод, что возможности организовать собственную рекреацию для жителя загородного дома значительно богаче, чем у жителя многоэтажного городского микрорайона.

Таблица 4

Отличия в доступности Типов элементарных рекреационных занятий[2]

Тип урбанизации	Преимущества (в отличие от второго типа)	Общие для обоих типов урбанизации	Малодоступные для обоих типов
Собственный загородный дом	– Прогулки – Климатолечение – Подвижные занятия на воде – Рыболовство, охота – Спортивный туризм	– Игры подвижные в помещении – Водные процедуры – Малоподвижные игры – Пассивные занятия в помещении	– Бальнеологические

[1] И.В. Зорин. Рекреационная сущность экологического туризма. http://lib.sportedu.ru/press/tpfk/2002N11/p9-13.htm

[2] 13 типов приведено по: Зорин И.В., Квартальнов В.А. Энциклопедия туризма. М.: 2000.

	– Любительские занятия на открытом воздухе	– Спортивные игры и упражнения	
Многоэтажная городская застройка	– Экскурсионный		

Следует отметить еще один принцип сравнения двух типов урбанизации. Важное преимущество жителя загородного дома – это большего размера жилое помещение. По статистике средняя квартира в 3 и более раз меньше среднего загородного дома. Фактически нормы потребления в загородном доме приближаются к европейским стандартам 30-50 кв.м. на каждого жителя дома.

Как следствие у жителя загородного дома значительно больше свободы организовать в своем жилище те функциональные помещения, в которых он остро нуждается, и к которым привык для удовлетворения своих нужд в рекреации: баня, теннисный стол, бильярд, мини-спортзал, тренажерный зал, бассейн, оранжерея, и другое. К этому стоит добавить то, что принципиально отсутствует у жителя городской квартиры – это приусадебный участок земли, это позволяет организовать: сад, огород (здоровое питание, зелень к столу, овощи), прогулочный маршрут возле дома и другое.

И последнее, риэлтеры работающие на рынке загородного жилья знают насколько тяжелее продать дом, в отличие от городской квартиры. Отличие в том, что квартира является типовым, кодифицированным продуктом. Даже если многоэтажный дом является авторской архитектуры, или расположен в уникальном месте города. В этом доме еще несколько десятков таких же квартир. А если проект типовой, то таких квартир тысячи по городу. И желать «что-то» особенное, человеку не приходит в голову. В отличие от этого малоэтажные дома у нас строят в основном с индивидуальными пожеланиями. Наличие такой возможности позволяет человеку проявить фундаментальный тип творчества: проектировать свою жизнедеятельность. Люди ощущают это качество и ценят его, например, готовы дополнительно платить за это. Размышления о том, как усовершенствовать свое жилье мы бы отнесли к особому виду рекреации, и таких возможностей у жителя собственного дома, безусловно, больше, чем у горожанина.

Экономическая доступность разных типов урбанизации

Возможна такая ситуация, что загородный дом лучше городской квартиры, но остается вопрос доступности: стоимость покупки, стоимость содержания, долговечность, косвенные расходы (транспорт, связь).

До недавнего времени специалисты считали, что загородный дом в пригороде, это покупка, намного превосходящая по цене городскую квартиру. Но оказалось, что это свойство не дома, а скорее проектируемого продукта. Дома продавали исключительно в категории элитной недвижимости, а квартиры имелись бизнес-класса, и эконом-класса (старые квартиры). Сейчас во многих регионах девелоперы предлагают новые дома по цене продажи двух комнатной городской квартиры, при этом площадь дома превосходит площадь квартиры в 2-3 раза.

С точки зрения содержания дома большое значение имеет качество инженерно-технических решений. Проект, выполненный с адекватными решениями, может в обслуживании обходиться в 3-4 раза дешевле проекта, не оптимизированного на экономичное потребление. Очень важный вопрос тут это теплоэффективность дома, тем более с учетом опережающего подорожания природного газа (на котором отапливается большинство загородных домов), даже относительно других типов энергоресурсов. Что касается капитальности и долговечности загородного дома и многоэтажного дома, то они сопоставимы. С учетом завышенных цен на оплату ЖКХ, по причине разрушенности городских сетей,

можно добиться меньших расходов на содержание дома, чем на городскую квартиру в 2-3 раза меньшей площади.

Косвенные расходы определяются в основном дополнительными транспортными расходами. Это серьезный фактор. При двух работающих членах семьи не редка ситуация наличия двух автомобилей в одной семье. При среднем автопробеге в 100 км. в день сумма расходов по каждой машине может превысить стоимость обслуживания дома. Но тут стоит учесть, что и городские жители пользуются транспортными средствами, в том числе и автомобилями.

Итоги сравнения двух типов урбанизации

Сегодня в России идея селиться в загородных малоэтажных домах стремительно завоевывает общественное сознание[1]. Обоснованность такого решения можно увидеть в предыдущем нашем изложении. О необходимости перейти на малоэтажную, по преимуществу деревянную застройку сегодня говорят все без исключения серьезные политики в России, такая застройка уже набирает силу в Подмосковном и ряде других примегаполисных территориях.

Подведем итоги сравнения вариантов проживания в городском многоквартирном доме и собственном малоэтажном загородном доме.

1. Рекреационные возможности жителя загородного дома существенно превосходят возможности горожанина.

2. Стоимость покупки и содержания загородного дома не превосходит стоимости городской квартиры меньшей по площади в 2-3 раза.

3. Расходы на транспорт (личный автомобиль) составляют существенную часть расходов на общее содержание загородного дома.

4. Единственным минусом малоэтажного поселения, но очень существенным, является неразвитая социальная сфера: в части образования, социальных услуг, торговых

[1] Некоторые факты, фиксирующие появление нового типа расселения:

В январе 2004 года выходит программная монография Ю.В. Крупнова, и А.С.Кривова «Дом в России. Национальная идея». Главный тезис, что необходимо перейти от доминирующего типа высотной городской застройки к новому типу – усадебной урбанизации. Книга, на тот момент, была воспринята неоднозначно в профессиональных кругах градостроителей и архитекторов. Уже через несколько лет ситуация сремительно изменилась:

А) Подмосковные строители в 2007 году ввели в строй 7,4 млн. кв. м жилья (это более чем 1 кв.м. на человека в год), из которых уже 43% общего объема составляет малоэтажное строительство (http://www.domkom.ru/article2731.html, http://www.mskmo.ru/plan_merop_oficial_zayavl/1608.html) .

Б) Название нескольких статей вышедших в 2007 и 2008 годах:

– Президент Путин поручил депутатам Госдумы сосредоточиться на развитии массового малоэтажного жилищного строительства, 12 марта 2008, http://news.vl.ru/biznes/2008/03/12/home/

– Медведев считает, что будущее строительной отрасли – за малоэтажным жильем, 13 Дек, 2006 г., http://www.rosinvest.com/news/251007/

– Генеральным направлением в сфере жилищного строительства в ближайшие годы станет возведение малоэтажного жилья – Дмитрий Медведев, 01.02.2007, http://www.rway.ru/nwsinf.asp?nws=2587&rbr=76

– Малоэтажное жилье составит половину новостроек в России к 2010 году, 03.07.2007, http://www.rian.ru/zilye/20070703/68317297.html

– "Единая Россия" займется малоэтажным жильем, 04.07.2007, http://realty.lenta.ru/news/2007/07/04/edro/

В) Многие «стародачные» подмосковные поселки превратились из дачных поселков в полноценные коттеджные поселки с постоянным проживанием. Поэтому тип малоэтажной примегаполисной урбанизации является новым для России, в СССР, массово, его не существовало.

площадей, общественных, научных и других заведений. Существующие сегодня на рынке проекты, выполнены без планирования социальной инфраструктуры на большие территории. К застройке планируются атомарные «поселки» на 30-100 домов, без какой либо инфраструктуры. Даже при высокой кучности таких поселений в них не возникает никакого «умощнения социума». По существу такие поселения можно считать только отнесенными спальными районами большого города, причем изолированными друг от друга и сообщающимися только через «метрополию».

5. В виду сложившейся ситуации с развитием образовательных и социальных ресурсов в загородных поселениях в наибольшей степени страдают дети: так как у них нет автомобиля, и так как им не удается получать качественное образование. Это можно отнести и к пожилым, мало мобильным людям.

«Малый город» как разрешение градостроительной проблемы

Поместная урбанизация становится массовым явлением. В тоже время, как было отмечено в предыдущих разделах, есть несколько серьезных проблем, которые могут встать на пути развития этого нового направления. В этом разделе мы хотим предложить направление их системного решения.

Так к основным проблемам нужно отнести:

1. Необходимость ежедневного автотранспортного проезда в Мегаполис и обратно, и связанные с этим расходы.

2. Отсутствие в месте проживания сколько-нибудь развитой общественной инфраструктуры.

Модель, которая позволит качественно нарастить потенциал малоэтажной застройки представлена на рисунке №1. Переосмысленная роль малого города позволяет существенно разрешить как первую проблему, ежедневной маятниковой миграции, так и проблему концентрации качественных общественных благ и промышленного труда в месте проживания основного населения. Помимо этого разрешаются основные проблемы большинства Мегаполисов, сверхконцентрация населения, и проблема замены выбывающего ветхого фонда, расчищая разрушающуюся застройку 60-70 годов можно будет значительно интереснее организовать высвобождающееся пространство. При этом часть жителей перемещается в кольцо малоэтажных городов и районов расселения в рамках расширенной Мегаполисной агломерации (см. рисунок №1).

Стоит специально отметить, что мировой опыт доказывает возможность организации самого передового промышленного труда в рамках малого города. Мы имеем ввиду, так называемые, кластеры, многие из которых разместились в относительно небольших населенных пунктах, с высоким качеством жизни.

Если употребить образное выражение, можно сказать что малый город это цивилизационный ответ России на холод. Используя такую неотрадиционный градостроительную форму можно добиться значительного снижения расхода энергии на единицу совокупного общественного продукта, за счет существенного снижения транспортных расходов. Так можно надежно снизить ежедневную миграцию работника с 100-200 километров в день до 5–20.

Выигрыш в качестве жизни, возможностях «социальной» и «интеллектуальной» рекреации населения в рамках предлагаемой модели, в сравнение с современными «поселками», является принципиальным.

Еще один важный фактор это выигрыш 1,5 часов ежедневного времени на рекреацию, в отличие от сегодняшних загородных жителей, и 6-8 часов времени выходных для современных горожан. Помимо этого значительно снижается непроизводительная физическая и моральная усталость человека «от езды в пробках».



Рисунок 1. Мегаполисная агломерация. Структура и функциональная специализация

СЕЛЬСКИЙ ТУРИЗМ: МИРОВАЯ ПРАКТИКА И СОВРЕМЕННЫЙ РОССИЙСКИЙ ОПЫТ

Сергеева Т.К., *кафедра менеджмента экологического туризма, Российская международная академия туризма, drsergeeva@yandex.ru*

Сельский туризм – это временное проживание туристов в сельской местности, знакомство с бытом и традициями данной территории, участие в сельском труде, народных праздниках и гуляньях. Развитие сельского туризма мотивируется стремлением части городских жителей на время избавиться от высоких эмоциональных и экологических нагрузок современных городов. Однако горожане, привыкшие к стремительному темпу современной жизни, расположены лишь к временному проживанию в сельской местности с ее неспешной размеренностью; после отдыха они с удовольствием возвращаются в города [1].

Сельский туризм относится к числу относительно мало затратных, эффективных с точки зрения рекреации и оздоровления, социально значимых видов туристской деятельности. Данное направление активно развивается и пользуется высоким спросом, благодаря невысокой стоимости, безопасности проживания, индивидуальному подходу к запросам клиентов и т.д. Малые формы размещения, используемые в сельском туриз-

ме, не нуждаются в высокоразвитой инфраструктуре, им легче соблюдать экологические нормы и требования.

Мировая практика сельского туризма

В настоящее время в мировой практике сельского туризма выделяют четыре крупные модели: западно-европейскую, восточно-европейскую, азиатскую и англо-американскую, различающиеся условиями формирования, уровнем организационной, финансовой, законодательной и т.д. государственной поддержки.

Западно-европейская модель реализуется в ряде развитых западно-европейских стран, в числе которых – Франция, Италия, Испания, Германия, Дания, Австрия и т.д.

Родоначальницей сельского туризма считается Франция, где в 1952 г. на фоне кризиса сельского хозяйства правительство поддержало идею организации приема туристов на базе фермерских хозяйств. Первоначально предполагалось, что прием и обслуживание гостей будет непрофессиональной деятельностью фермеров, позволяющей улучшить их финансово-экономическое положение. Однако постепенно, сельский туризм превратился в самостоятельную отрасль национальной экономики.

Широкое распространение в странах Евросоюза сельский туризм получил в 80-90-е годы XX столетия в связи с переделом европейского аграрного рынка, перед которым ставилась задача стабилизировать цены на сельхоз. продукцию, избежать кризисов перепроизводства путем снижения национальных объемов производства сельхозпродукции. Квотирование сельхозпродукции поставило национальных производителей в условия жесткой конкуренции; сельский туризм в этих условиях стал рассматриваться как альтернативная деятельность фермеров, которая позволила бы занять их работой, избежать миграции сельских жителей в города.

Сельский туризм быстро наращивал величину туристских потоков. Так во Франции в 1986 в сельской местности отдыхало около 8 миллионов французов (примерно 25% от общего числа отдыхающих), а в 1987 году число отдыхающих превысило 9,2 миллиона французов и 5,2 миллиона иностранцев (27% из них составили немцы, 25% – англичане, 25% -бельгийцы, 14% – голландцы, 9% – представители других наций).

Массовое развитие агротуризма в Германии началось, как и во всей Европе, с 80-х годов прошлого века. Развитие этого направления туристской деятельности поддерживается на всех уровнях государственного устройства – федеральном, земельном, коммунальном. Поддержка предпринимателей, занимающихся агротуризмом, оказывается в виде прямого финансирования из самых разных источников, например, из Федеральной Земельной программы поддержки среднего и малого предпринимательства.

Испания является не менее прогрессивной в развитии сельского туризма, чем другие европейские страны. Поддержка развития сельского туризма Генеральным секретариатом по туризму и администрациями автономных сообществ страны привела к тому, что ежегодный прирост данного сектора туристской индустрии на рубеже веков достиг 20%. Так если в 1999 году в стране было зарегистрировано 3554 сельских дома отдыха, то в 2000 году их количество выросло до 4878.

Факторами успешности развития и функционирования западно-европейской модели сельского туризма являются:

– системная государственная поддержка агротуристских хозяйств;

– финансовая поддержка в виде системы льготного кредитования и дотирования;

– поддержка сельского туризма как сектора сферы услуг;

– нормативно-правовое и рекламно-информационное обеспечение продвижения совокупного национального и региональных туристских продуктов;

– создание ассоциаций, поддерживающих порталы с базами данных по всему агротуристскому сектору.

Восточно-европейская модель организации сельского туризма распространена в странах Восточной Европы – на Кипре, в Греции, Болгарии, Польше, Чехии, Литве и т.д. при этом сельский туризм рассматривается как возможность разгрузить традиционные туристские центры, привлечь туристов вглубь страны, на экологически чистые природные территории.

Восточно-европейская модель сельского туризма основана на использовании в туристской практике уже имеющихся старинных усадеб, национальных деревень, сельских гостевых домов и иных средств размещения. При этом государство принимает непосредственное участие в реконструкции или создании необходимой туристской инфраструктуры.

В качестве примера можно привести программу восстановления деревень, разработанную на Кипре. Программой были охвачены 270 населенных пунктов в отдаленных от побережья районах острова, при этом реконструировались не только жилые дома, но и таверны, ремесленные мастерские, музеи и т.д.

В Литве количество хозяйств, предлагающих услуги сельского туризма увеличивается ежегодно, в ответ на рост рыночного спроса. Статистику сельских и гостевых домов, усадеб, кемпингов и других мест ночлега в сельской местности ведет Латвийская ассоциация сельского туризма "Лауку Цельотайс" (Lauku celotajs). В 2003 году в базе данных ассоциации было зарегистрировано 4137 мест ночлега, что на 8% больше, чем в 2002 году. 61% всех постояльцев гостевых домов составили жители страны, 39% – зарубежные туристы.

Таким образом, большую роль в развитии сельского туризма в рамках восточно-европейской модели, играет государство. Финансовую поддержку программ – осуществляет Европейский союз.

Азиатская модель сельского туризма отличается от европейских моделей тем, что требует больших первоначальных капиталовложений на строительство "VIP-деревень" и сельскохозяйственных парков – "музеев под открытым небом» или дорогих национальных гостиниц, расположенных в сельской местности.

К числу таких деревень относится, например, "VIP-деревня" на Шри-Ланке, стилизованная под национальное жилье, предоставляющая туристам полный набор услуг: проживание в отдельных бунгало, обслуживание на уровне пятизвездочного отеля. При этом гостю обеспечен контакт с "живой природой", знакомство с национальной кухней, сельскими ремеслами и промыслами, обрядами и праздниками.

В Малайзии, концепция сельского туризма ориентирована на создание сельскохозяйственных парков, пропагандирующих национальное сельское хозяйство, являющихся, в основном, государственными организациями. Первый в мире государственный Малазийский сельскохозяйственный парк, площадью 1295 га, был основан в 1986 году по инициативе Министерства сельского хозяйства страны как постоянно действующий туристский выставочный центр. Парк предлагает гостям проживание в национальных жилищах, национальную кухню, участие в сельских мероприятиях и развлечениях.

В Японии распространены гостиницы "рекан", расположенные в сельской местности, предназначенные для приверженцев японской культуры, выполненные в национальном стиле.

Таким образом, отличительной особенностью азиатской модели сельского туризма является высокий уровень комфортности средств размещения, широкое использование элементов национальной культуры в туристских предложениях, активное, в том числе финансовое, участие государства в строительстве и эксплуатации туристских деревень.

Англо-американская модель сельского туризма распространена, главным образом, в США и Великобритании. Специфика этой модели состоит в том, что средствами размещения служат частные гостиницы, пансионаты, организующие прием туристов по сис-

теме B&B (“Bed and Breakfast” – “ночлег и завтрак”), не предоставляющие набор дополнительных услуг для отдыха и не ориентированные на национальную специфику.

Система приема B&B зародилась в послевоенной Великобритании в конце 40-х годов XX века. Основной причиной развития частных гостиниц системы B&B в стране считается процесс восстановления разрушенной войной инфраструктуры и экономики страны, когда много инженерных, технических и строительных специалистов и квалифицированных рабочих регулярно путешествовали по служебным командировкам.

В США средства размещения по системе B&B начали развиваться в период завершения Великой депрессии 30-х годов. Тогда, чтобы вывести страну из депрессивного кризиса, президент США Франклин Д. Рузвельт, взял на вооружение кейнсианскую экономическую теорию и инициировал проекты по государственному строительству автомобильных дорог, электростанций и прочей инфраструктуры народнохозяйственного комплекса. Строительство сети автомагистралей “от океана к океану” тогда объяснялось стратегической подготовкой к возможной войне. После окончания Второй мировой войны, развитая автодорожная инфраструктура стала катализатором стремительного роста американской экономики малого и среднего бизнеса в сфере услуг, сельском хозяйстве, тяжелом и среднем машиностроении.

Специалисты стали активно передвигаться по стране на легковом и грузовом транспорте, появилась необходимость в организации питания и кратковременного отдыха для них. Спрос породил предложение и в США появились первые мотели, обслуживающие туристов по системе B&B. Основными организаторами питания и отдыха стали семьи фермеров, живущих вдоль оживленных автомагистралей. Американские фермеры всегда строили добротные большие жилые дома, когда дети вырастали и покидали родительский дом, в нем высвобождались площади, которые и предоставлялись для временного отдыха и питания.

Второй этап развития системы B&B в США пришелся на 50-е годы XX века, когда высшее образование получило значительные государственные субсидии и стало более доступным для детей фермеров, которые уезжали учиться в города, высвобождая помещения в жилых домах под B&B.

Третий этап развития системы обслуживания туристов в сельской местности пришелся на 60-70-е годы – период роста уровня урбанизации страны. В конце 70-х годов напряженный образ жизни урбанизированных городов способствовал росту популярности отдыха горожан в рекреационных зонах сельских территорий в так называемых “домиках в деревне” (farm vacation home).

Таким образом, сельский туризм в США и Великобритании имеет деловую основу, не нагружен элементами традиционной культуры, лишен специальной государственной поддержки.

Сельский туризм в России

Россия – огромная, многонациональная, многоукладная страна может формировать самые разнообразные формы организации сельского туризма. Не исключено восстановление заброшенных имений и барских усадеб с традиционным набором служб, создание этнографических деревень, воспроизводящих культуру многочисленных этносов, проживающих на территории России, строительство гостевых домов в деревнях и организация приема туристов в фермерских хозяйствах и т.д.

И хотя целевые потоки «сельских» туристов в настоящее время не велики, современные формы его организации в регионах России достаточно многообразны.

Одной из заметных программ развития сельского туризма в стране является программа создания сети малых гостиниц “Bed & Breakfast & Excursion” (ночлег – завтрак – экскурсия) в Приморском крае [2]. Отличительной чертой программы, обеспечившей ее

успешность, является объединение усилий широко спектра административных, научных, бизнес-структур, вовлечение местного населения (от студентов до пенсионеров), представителей местных СМИ, администраций районов и сельских советов, туристских предприятий края. В разработке и реализации программы принимали участие: Фонд объединенных санаториев (ФОС) "Взморье", ООО БМТ "Приморье", частные турбазы, научные и высшие учебные заведения края – Тихоокеанский институт географии ДВО РАН, Институт истории, археологии и этнографии народов Дальнего Востока ДВО РАН, Дальневосточный государственный университет, Приморский институт переподготовки и повышения квалификации работников образования. Перечисленные организации обеспечили программу специалистами – разработчиками проекта, преподавателями по туризму, праву, гостиничному бизнесу, экологии.

Объединенными усилиями специалистов разного профиля была проведена оценка рекреационных ресурсов региона, выявлено их экологическое состояние, определен круг хозяйств, готовых участвовать в приеме гостей. На основе результатов анкетирования жителей был создан компьютерный банк данных "Консультативно-информационный Центр развития экотуризма в Приморском крае", который включал 338 хозяйств в 11 районах края. Оказалось, что половина из хозяйств могла предоставить туристам услуги гидов-проводников для организации экскурсий в лес, к морю, местным достопримечательностям и т.д. Опрос потенциальных гидов показал, что 40% из них увлекаются рыбалкой, 25% – спортивной охотой, 6% – верховой ездой, 5% – подводным плаванием. Примерно 70% хозяев занимаются собирательской рекреацией в своем районе (грибы, ягоды, папоротник, кедровые шишки, орехи, лекарственные растения); около 35% хозяйств могут предложить в аренду спортивный инвентарь, 16% – имеют лодки и снасти для рыбалки, 12% – лыжи и сани.

С целью знакомства будущих хозяев частных гостиниц с основами туристского и гостиничного бизнеса, были организованы обучающие семинары. На семинарах слушателей знакомили: со стандартными правилами проживания отдыхающих и туристов по системе "B&B" в России и за рубежом; с основными понятиями экологического туризма; с методами повышения экологического образования туристов и местных жителей; с правовыми основами успешной реализации гостевого бизнеса; с вопросами ценообразования и управления качеством в хозяйствах.

Для рекламы сети "Bed & Breakfast & Excursion" был создан рекламно-информационный сайт – "Сеть комплексных туристских модульных систем "Ночлег – завтрак – экскурсия", в десяти районных центрах края установлены красочные щиты, содержащие контактные телефоны районных координаторов, телефоны и сайты туристских фирм, где можно найти дополнительную информацию.

Уже в первый сезон (лето 2003 г.) по системе "B&B&E" отдохнули 102 российских и 10 иностранных туристов. Участие в обеспечении туристской деятельности стало для хозяев гостевых домов разумной экономической альтернативой или дополнением к основному заработку. Люди, занятые в туристском бизнесе, повысили юридическую грамотность, разработали стратегию и тактику работы с клиентами и компаньонами. В регионе выросли налоговые поступлений в бюджет, было создано муниципальное унитарное предприятие по контролю и координации туристской деятельности на территории, созданы новые рабочие места, активизировалось развитие туристской инфраструктуры и сферы обслуживания.

Развитие сельского туризма в национальных парках России – менее масштабная, чем предыдущая, но чрезвычайно социально значимая форма туристской деятельности [3, 4]. На особо охраняемой природной территории (ООПТ) администрация практически выполняет функции региональной администрации, участвуя в процессе планирования и организации туризма, формировании базы хозяйств, готовых участвовать в приеме

туристов, организации обучения, финансовой поддержке хозяйств, рекламной и маркетинговой деятельности.

В качестве примера можно привести программу развития сельского туризма на территории национального парка “Угра” (Калужская область) [5]. Программа реализуется при участии местных жителей, администрации и научных сотрудников парка, консультантов WWF. Координатором программы выступил Департамент охраны окружающей среды и экологической безопасности Министерства природных ресурсов РФ.

Первый этап формирования программы включал оценку реальных предпосылок развития туризма на территории национального парка. Преимущества территории парка “Угра” – это уникальная природа и хорошая экологическая ситуация, разнообразие объектов туристского показа, близость Москвы, формирующей крупные выездные туристские потоки, наличие квалифицированных рабочих рук и т.д.

В ходе выполнения программы была произведена оценка туристского потенциала территории, изучен возможный спрос на услуги гостевых домов; определена целевая аудитория; произведена сертификация гостевых домов, определены цены на услуги, выяснены правовые аспекты привлечения потенциала частного жилого фонда местного населения в туристскую деятельность; проведено обучение местных жителей, желающих получать доходы от реализации услуг гостевых домов; разработана вся необходимая сопроводительная документация по формам договоров; организовано продвижение туристского продукта потенциальным клиентам (тур. фирмам, физическим лицам); начата реализация услуг гостевых домов посетителям.

Особое внимание было уделено обеспечению безопасности, разработке системы страхования посетителей, предоставления налоговых льгот и микрокредитования различным категориям граждан, участвующим в реализации программы сельского туризма и т.д.

Развитие сельского туризма в национальных парках страны может способствовать обустройству их территории, созданию базовой инфраструктуры; выработке профессионального подхода к формированию туристских предложений; обеспечению высокого уровня обслуживания посетителей; активизации предпринимательской активности местного населения; построению партнерских отношений со специализированными коммерческими, местными и региональными органами власти и управления.

Развитие сельского туризма на ООПТ России, особенно расположенных в удалённой сельской местности, не имеющей достаточного количества рабочих мест, может иметь чрезвычайно важные социально-экономические последствия, в числе которых:

– повышение экономической устойчивости сельских регионов;

– снижение уровня социальной конфликтности в них;

– повышение жизненного уровня местного населения, путём создания новых рабочих мест;

– возвращение в обезлюдевшие деревни части молодого населения, ушедшего жить в города;

– создание рынка сбыта для местной сельхозпродукции;

– создание рынка сбыта для продукции ремесленного производства и, таким образом, возрождение культурных традиций территории;

– повышение престижа охраняемых природных территорий в стране и за рубежом;

– получение дополнительных средств на охрану природы в ООПТ;

– повышение экологической культуры местного населения и туристов.

Практика организации сельского туризма путем строительства гостевых домов и участия в обслуживании туристов местных жителей дает хорошие результаты при условии частного инвестирования первых этапов строительства и формирования туристского потока. Развитие этой формы сельского туризма инициируется, чаще всего, частным предпринимателем или предпринимателями – выходцами из данной местности [6].

В качестве примера можно привести схематичное описание истории создания гостевого дома в Невьянском районе Свердловской области. Усилиями частного предпринимателя, родившегося в деревне и работающего в Екатеринбурге, было возрождено гончарное производство, существовавшее в деревне до революции. Небольшая гончарная мастерская на семь рабочих мест была открыта в опустевшей начальной школе. Оценка качества и объемов запаса местной глины подтвердили целесообразность организации небольшого по объемам производства. Сбыт готовой продукции – цветочные горшки, горшочки для мяса, кувшины, сувениры – был организован предпринимателем в Екатеринбурге. Постепенно, посещение гончарной мастерской, было включено в ряд туристских маршрутов, что позволило увеличить сбыт продукции и обеспечить территории некоторую известность. Для организации отдыха и питания туристов, посещающих мастерскую в ходе тура, предпринимателем был выстроен деревянный гостевой дом, во внутреннем и внешнем убранстве которого были использованы местные традиции и мотивы. Функционирование гостевого дома (прием гостей, поставка продуктов питания, приготовление пищи, уборка помещения и т.д.) обеспечивают местные жители, которые, таким образом, имеют небольшое денежное подспорье и возможность сбывать продукты своего натурального хозяйства. В планах развития этого небольшого туристского комплекса – воссоздание кузнецы (помещение выделено, первые экспонаты собраны), не в виде музея, а в виде реально действующей мастерской, строительство русской бани, строительство второго гостевого дома, который сможет предоставлять гостям размещение и ночлег.

Позитивная роль развития сельского туризма в виде отдельных гостевых домов, обслуживание туристов в которых осуществляется местными жителями, является не столь масштабным, как рассмотренные выше программы, однако не менее важным социально-экономическим вкладом в жизнь депрессивных сельских регионов России. Это и обеспечение частичной занятости части ее жителей, расширение сферы их общения, создание рынка сбыта сувенирной и сельскохозяйственной продукции и т.д.

Практика организации гостевых домов в сельских регионах России базируется на предпринимательской активности граждан и реализуется сегодня в целом ряде регионов страны.

Прием и размещение туристов в частных фермерских хозяйствах – еще одна форма организации сельского туризма в России. Тверская, Ярославская, Ивановская, Тульская и другие, расположенные в непосредственной близости от Московского региона области, лидируют в развитии этого направления. В начале 90-х годов опустевшие деревни этих областей испытали массовую “экспансию” москвичей, которые активно раскупали дома для летнего отдыха и производства сельхоз. продукции. Часть москвичей, особенно пенсионеры, переселились в купленные дома на постоянное жительство; часть – через 10-15 лет купленные дома законсервировали, т.к. получили земельные участки в Московской области; небольшая часть “дачников” закрепилась, увеличила земельные наделы, стала наращивать хозяйство и заниматься приемом отдыхающих.

В качестве примера можно рассмотреть схему развитияе фермерского хозяйства в Кашинском районе Тверской области. Московской семьей был куплен деревенский дом и принадлежащие прежним хозяевам сорок соток земли. Затем были куплены две дойные коровы, молоко которых хозяин продавал дачникам. Постепенно для хозяйственных нужд были приобретены две лошади, выстроена конюшня. Первыми отдыхающими были родственники и знакомые хозяев. Туристам предлагались конные маршруты, купание в реке Медведице – одном из наиболее чистых притоков Волги, сбор грибов и ягод в окрестных лесах. Питание и размещение отдыхающих обеспечивали сами хозяева. Одним из предложений, позволившим увеличить туристский поток, была апи-террапия.

Увеличение числа отдыхающих потребовало расширения площадей для размещения: над конюшней был надстроен второй этаж и оборудованы спальные номера (существует

мнение, что сон над конюшней является оздоровительной процедурой). Рост туристского потока требовал расширения хозяйства, привлечения наемных рабочих из числа местных жителей, аренды дополнительных участков земли.

В результате организации туристской деятельности на одном только фермерском хозяйстве, были созданы новые рабочие места для местных жителей, которые занимались распашкой земли, заготовкой дров и кормов, уходом за лошадьми и коровами, доставкой, размещением, обслуживанием туристов. Хозяином была заасфальтирована грунтовая дорога от трассы Тверь-Кашин до деревни, приобретен автобус для подвоза рабочих из близлежащего поселка и т.д.

Рассмотренные выше формы организации сельского туризма – наиболее типичные образцы туристской деятельности, развивающейся сегодня в сельских регионах России.

Успешность дальнейшего развития сельского туризма в России во многом зависит от государственного участия и государственной поддержки этого важнейшего направления туристской деятельности. Учитывая мировую практику организации сельского туризма, можно полагать, что на данном этапе его развития чрезвычайно важна реализация следующих мероприятий:

– организация системной государственной поддержки хозяйств, развивающих сельский туризм;

– нормативное и рекламное обеспечение сельского туризма;

– участие региональных администраций в развитии сельского туризма;

– подготовка специалистов высшего и среднего звена;

– создание ассоциации субъектов сельского туризма, формирование портала с базами данных.

Рост интереса отечественных и иностранных потребителей к сельскому туризму в России можно повысить, придав турам выраженный этнический колорит, в частности русский: размещение в рубленых деревянных домах с традиционным внутренним убранством, предложение традиционной национальной кухни, экологически чистых, местных продуктов питания, рыбалки, «ночного», русской бани, анимационных программ с народным колоритом.

Развитие сельского туризма открывает перед Россией уникальную возможность возрождения сельских регионов путем вовлечения в туристский процесс широких слоев населения. Социальные последствия развития сельского туризма могут быть чрезвычайно значимы – это и возвращение на “малую родину” городских жителей, выросших в деревнях и селах и покинувших их из-за безработицы; оживление практически обезлюдевших сел; уменьшение маятникового движения жителей на работу в города; повышение жизненного уровня и снижение социальной напряженности в регионах; возрождение народных промыслов, ремесел и т.д.

Литература

1. Сергеева Т.К. Экологический туризм. Учебник. М.: Финансы и статистика, 2004, 358 с.

2. Сеть “Bed & Breakfast & Excursion” в Приморье (система “Гостиницы на дому” для экологического туризма Приморья). Изд-во “Взморье”, Владивосток, 2003, 36 с.

3. Травкина М.Ю. Регулируемый туризм и отдых в национальных парках России. – М.: Изд-во Центра охраны дикой природы, 2002, 43 с.

4. Экотуризм на пути в Россию. Редакторы-составители: Е.Ю. Ледовских, Н.В. Моралева, А.В. Дроздов. – Тула: Гриф и Кє., 2002, 284 с.

5. Гостевые дома Поугорья. Методические рекомендации. – Калуга: ООПТ облкомстата, 2001, 33 с.

6. Сергеева Т.К. Опыт и перспективы развития рекреационного туризма в России// Туризм: от науки к практике. Труды Российской академии естественных наук. /Под ред. И.В. Зорина/. М.: РАЕН, 2006, Том 1, с. 66 – 83.

РАЗВИТИЕ ТУРИСТСКОЙ ДЕСТИНАЦИИ НА ОСНОВЕ СЕЛЬСКОГО ТУРИЗМА

Павлова Э.Н., *кандидат педагогических наук, профессор, директор Карельского института туризма – филиала РМАТ, karit_org@mail.ru*
Павлов О.Г., *кандидат педагогических наук, зам. директора по НИР, Карельский институт туризма – филиал РМАТ, karit_org@mail.ru*

Большое значение развития туристской дестинации на основе сельского туризма имеет для слаборазвитых сельскохозяйственных регионов.

Можно просто определить сельский туризм, как “туризм, который имеет место в сельской местности”, но это определение не дает представления о сложности деятельности, разнообразии форм и значений принятых в разных странах. Согласно более широкому определению “сельский туризм включает ряд видов деятельности, услуг и условий для отдыха, предоставленных фермерами и сельскими жителями для привлечения туристов в их регионы, чтобы получать дополнительный доход для местного населения. Если принять эту концепцию, сельский туризм подразумевает не только фермерский туризм или агротуризм (то есть то, что, как правило, сельский туризм и означает для большинства людей), но также отдых на лоне природы в соответствии с особыми интересами, туры по сельским районам, а услуги включают – кроме размещения – мероприятия фестивали, развлечения на открытом воздухе, производство и продажу изделии ручной работы и сельскохозяйственных продуктов, и так далее.

Сельский туризм – один из главных приоритетов развития туристских дестинаций в европейских странах. Спрос на сельский отдых растет, в то время как будущее сельских районов неопределенно из-за изменений в сельскохозяйственной практике или растущей привлекательности городских стандартов жизни. Сельский туризм кажется подходящим инструментом для возвращения к жизни приходящих в упадок сельских районов и для обеспечения их самодостаточного будущего путем сохранения или даже создания новых рабочих мест, увеличения разнообразия видов работ, сохранения услуг, поддержки фермерства, расширения культурного обеспечения, сохранения пейзажа и природы или поддержания сельских искусств и ремесел с целью привлечения туристов. Сельский туризм часто обеспечивает стимул (и часть необходимых вложений) для развития инфраструктуры, которая потом будет способствовать росту другой экономической деятельности в сельских районах. Специфической выгодой развития сельского туризма может быть возрастающее количество возможностей для социального взаимодействия местных жителей, которые живут сравнительно изолированно в сельскохозяйственных регионах.

С одной стороны, развитие сельского туризма может играть важную роль в расширении потенциала туризма страны и в создании более комплексного и яркого имиджа страны. С другой стороны, сельский туризм – не только цель, но и средство стимулирования экономического роста, повышения жизнеспособности слаборазвитых сельских регионов и улучшения уровня жизни местного населения.

Если сельский туризм должен выполнять все эти роли, его необходимо развивать таким образом, чтобы обеспечить долговременную самодостаточность ресурсов и самого процесса развития. Но что такое самодостаточный путь развития в сельском туризме? Как можно контролировать и стимулировать самодостаточность в сельском туризме? Эта статья попытается ответить на эти вопросы, представив современное положение сельского туризма через показатели, которые считаются уместными для данного типа туризма.

Объем и значимость туризма ясно показывают, что недостаточно развивать новые формы «альтернативного» туризма, чтобы свести до минимума негативное и увеличить

до максимума позитивное влияние развития туризма. Весь сектор необходимо развивать и управлять им таким образом, чтобы не причинить вреда природному и социально-культурному окружению, и это обязанность индустрии туризма всего мира, сельского туризма в том числе.

Концепция самодостаточного развития была предложена Мировой комиссией по окружающей среде и развитию, которая определила самодостаточное развитие, как «развитие, которое удовлетворяет потребности настоящего времени, не подвергая опасности способность будущих поколений удовлетворить их собственные потребности».

Самодостаточный туризм имеет несколько – часто вызывающих серьезные споры – определений. Согласно определению Федерации природных и национальных парков, самодостаточный туризм – это «все формы туристского развития, управления и деятельности, которые поддерживают экологическую, социальную и экономическую целостность и благополучие естественных, созданных и культурных ресурсов навсегда». Публикация Всемирного Фонда Дикой Природы определяет самодостаточный туризм, как туризм, который «работает в пределах естественных способностей для восстановления и будущей продуктивности природных ресурсов; означает вклад, который сделали люди и сообщества, традиции и стили жизни в туризм; признает, что эти люди должны иметь справедливую долю в экономической прибыли от туризма и руководствуется пожеланиями местных жителей и сообществ в районах, принимающих гостей» (Tourism Concern & WWF, 1992).

Возьмем за основу такие понятия самодостаточности, которые наиболее значимы для развития сельского туризма.

Экологическая самодостаточность, которая означает, что развитие туризма не вызывает необратимых изменений в экосистеме данного направления, самый общепринятый критерий, так как есть очевидная необходимость во всем мире защищать природные ресурсы от негативного воздействия туристской деятельности. Всеобщее осознание беспокойства за окружающую среду внесло значительный вклад в этом направлении.

Социальная самодостаточность относится к способности сообщества принять туризм (саму индустрию и туристов), не нарушая дисгармонии.

Культурная самодостаточность, в контексте туризма, подразумевает, что данное сообщество способно сохранить и приспособить свои собственные культурные ценности к давлению со стороны, так называемой, “туристской культуры” и “остаточных явлений культуры” посетителей.

Экономическая самодостаточность означает уровень экономической выгоды от туризма, которая в достаточной мере обеспечивает соответствующий доход местному сообществу (в сравнении с беспокойством, вызванным деятельностью туристского сектора) и покрывает все затраты на мероприятия для удовлетворения запросов туристов (поэтому предпосылкой экономической самодостаточности является привлекательность региона и ощутимо высокое качество туристского предложения; без конкурентно способного положения на мировом рынке никакое направление не будет экономически самодостаточным).

Различные аспекты самодостаточности не соперничают, а должны рассматриваться, как в равной степени важные и дополняющие друг друга. Высокий уровень экономической прибыльности нельзя считать инструментом для покрытия ущерба, нанесенного социальным и природным ресурсам, но их сравнительная недолговечность не должна привести к планированию окружающей среды, где экономические соображения не учитываются (в полной мере). Самодостаточное развитие туризма должно быть экономически жизнеспособным и в то же время бережным по отношению к природе и культуре.

Как видим, несоответствующее развитие туризма приводит к росту напряжения на направлениях и, следовательно, к негативным изменениям в их физических, экономи-

ческих и социо-культурных характеристиках. Чтобы избежать или свести к минимуму неблагоприятные воздействия, власти должны учитывать все факторы, задействованные в процессе развития. В измерении прогресса, который каждое отдельное направление делает относительно самодостаточного развития туризма, показатели самодостаточности общеприняты, как единый набор полезных инструментов.

“Показатели дают информацию, с которой власти могут ограничить шансы принятия заведомо неправильных решений” (ВТО, 1996). Другими словами показатели – это набор полезных критериев, которые важны для изучения путей развития в сельском туризме (соответственная значимость этих факторов зависит от их уместности для целей развития данного направления и их важности для туристов). “Показатели – это инструмент и управления, и инвестирования в будущем, так как они ограничивают риск ненамеренного ущерба базе ресурсов, от которой зависит развитие туризма” (ВТО, 1996).

Таблица 1

Показатели самодостаточности в сельском туризме.

Показатель	Критерий
1. Стресс	-Количество посетителей/туристов (по сезонам)
2. Социальный стресс	-Коэффициент посетителей/туристов по отношению к местному населению (по сезонам)
3. Привлекательность	-Список природных и культурных ресурсов -Уровень привлекательности природных и культурных ресурсов
4. Планирование процесса	-Наличие местного/регионального плана развития
5. Планирование туристского процесса	- Наличие местного/регионального плана развития туризма
6. Охрана района	-Категория охраны -Коэффициент охраняемой территории по отношению ко всей территории области
7. Локальное участие	-Процент местного владения туристским бизнесом
8. Локальный контроль	-Наличие официальных мер (опросы населения, общественные собрания, местный референдум) для обеспечения локального контроля над планированием и реализацией развития
9. Занятость	-Количество рабочих мест в туризме (в эквиваленте полной занятости) -Коэффициент местных служащих по отношению к приезжим служащим
10. Вклад туризма в местную экономику	-Соотношение общей налоговой прибыли и только от туризма
11. Экономическое различие	-Доля разных видов экономической деятельности в общей налоговой прибыли
12. Потребление энергии	-Коэффициент восполняемых энергетических затрат по отношению к невосполняемым (потребление)
13. Отходы управления	-Коэффициент собственности с хорошей очистительной системой -Процент убыточного обращения
14. Образование и подготовка	-Процент местного населения в туризме с профессиональной подготовкой и образованием -Классификация служащих турбизнеса в соответствии с образованием -Процент работников туризма, участвующих в профессиональной подготовке в установленный период
15. Локальная удовлетворенность	-Полное осознание воздействия туризма на местное сообщество
16. Удовлетворенность туристов	-Полная удовлетворенность туристов качеством и стоимостью комплексного туристского продукта -Процент/сдвиг повторных визитов по сравнению с визитами впервые

Сельский туризм часто считается внутренне самодостаточным, так как он привлекает небольшое количество туристов, нет необходимости интенсивного инфраструктурно-

го развития, туристы обычно искренне интересуются местной культурой и традициями. Одна из главных прелестей сельского туризма – это личное взаимодействие с местными жителями, таким образом, хозяева и гости могут делиться идеями и знаниями, и, следовательно, туризм может выполнить свою роль, как «индустрии мира», как инструмента взаимопонимания.

Тем не менее, если развитие сельского туризма анализируется на высоком уровне, определенные сомнения возникают относительно внутренней самодостаточности. Самая важная проблема для изучения – экономическая выгода услуг сельского туризма, так как спрос на них обычно сезонный, местные налоги от занятости невысоки, а вложения, требуемые для создания и улучшения мест для туристов, часто большие. В большинстве сельских туристских направлений совсем не похоже, что туризм может выживать, как единственный источник дохода. Сельский туризм может, как правило, быть лишь одной из дающих прибыль альтернатив в регионе, поэтому на его роль в самодостаточном развитии большое влияние оказывает работа других секторов экономики (особенно сельского хозяйства).

Относительно самодостаточности окружающей среды, опыт подсказывает, что значительное инвестирование необходимо в управление уязвимым природным достоянием окружающей среды, чтобы сделать сельский туризм во всех смыслах самодостаточным. Туристов обычно привлекают промышленно менее развитые регионы, которые особенно чувствительны к вмешательству со стороны человека. К тому же, управляемые сельскохозяйственные ландшафты не всегда соответствуют ожиданиям туристов, основанным на представлении о «традиционных сельских» пейзажах, представленных в русской литературе и рекламных материалах.

Туризм часто оказывает влияние на социально-культурные особенности сельских направлений, как положительное, так и отрицательное. Как позитивное воздействие, можно отметить следующее: сельский туризм способствует лучшему использованию имеющихся ресурсов (земли, труда, капитала, природных и культурных ценностей), способствует социально-экономическим переменам, вносит вклад в защиту культурного наследия и сохранение окружающей среды села, предоставляет больше социальных контактов местным жителям и увеличивает их шанс узнать больше о других культурах. Что касается негативного влияния, туризм в сельских районах изменяет или портит сельский ландшафт, а также, природные и культурные ценности данного региона, реорганизует социальную прослойку (это можно расценивать и как положительное влияние в определенных случаях), оказывает дополнительное давление на местное сообщество, изменяет ритм их жизни, представляет угрозу для их собственности, приводит к неверной презентации местных обычае и традиций, приспособленной к запросам туристов.

ЗАРУБЕЖНЫЕ МОДЕЛИ РАЗВИТИЯ СЕЛЬСКОГО ТУРИЗМА

Мозгунов Н.А., *аспирант Географического факультета МГУ имени М.В.Ломоносова*

На современном этапе перспективы развития туристской деятельности в российских регионах связаны, прежде всего, с экологическим и сельским туризмом. Рекреационно-туристская деятельность не только создаёт предпосылки для восстановления экономического и экологического потенциала регионов, но и становится одним из важных факторов устойчивого регионального развития. [1]

Развитие туризма оказывает стимулирующее действие на такие отрасли экономики, как транспорт, гостиничное хозяйство, общественное питание и другие, которые могут быть отнесены к индустрии туризма, способствует созданию значительного количества рабочих мест и увеличению поступлений средств от налогов в бюджет государства. Важнейшими факторами, оказывающими влияние на доходность элементов туристской ин-

фраструктуры в экономике страны, являются природно-климатические, исторические и социально-культурные ресурсы, политический климат и уровень благоприятствования государственной политики в отношении туризма. Принимая во внимание общемировые тенденции развития туризма, можно заключить, что одним из перспективных направлений развития индустрии туризма за рубежом является сельский туризм или агротуризм. В мире ежегодно путешествуют около 700 миллионов туристов, при этом по разным данным от 12 до 30 процентов из них предпочитают сельский туризм. Причем, эти цифры характеризуют лишь международную ситуацию, а количество внутренних сельских туристов в разных странах значительно выше.

В узком понимании, сельский туризм является деятельностью, которая проходит в контакте с природой, жизнью в лагере или маленьких поселках. Эта деятельность сопряжена с сельскохозяйственными работами, знакомством с жизнью небольших поселков, пешими экскурсиями по природным объектам, изучением флоры и фауны, занятиями речным спортом, путешествиями по горам и озерам. Проживание при таком туризме осуществляется в загородных домах, которые приспособлены для этих целей, или предлагаются дома, в которых проживают сами крестьяне. [2]

Международная практика показывает, что развитие агротуризма в форме малого семейного гостиничного бизнеса является крупной социально-экономической программой по переводу части аграрного населения из сферы производства в сферу услуг. Ее задача – дать импульс развитию аграрных регионов и их населению путем организации нового специфического сектора местной экономики. Помимо экономических, такая государственная политика преследует социальные и социокультурные цели: остановить деградацию сельских районов, рост негативных социальных явлений.

Комплекс мер по развитию агротуризма получил статус крупной социально-экономической подпрограммы на уровне ЕС, и, в связи с этим, можно условно выделить несколько этапов внедрения индустрии сельского туризма в экономику стран.

Страны «первой» волны реализовали программы внедрения сельского населения в сферу услуг в 80-е гг. XX века. В этих странах важным фактором является то, что жилищный фонд в сельских регионах в целом имеет высокий уровень комфортности; концепция агротуризма основывается, в первую очередь, на использовании ресурсов домашних хозяйств в качестве средств размещения и туристических ресурсов местных сообществ в целом (как сельских, так и близлежащих городов). В странах «второй волны», – лидерах туриндустрии, – выделение агротуристического сектора было связано с необходимостью изменения имеющейся структуры туриндустрии в целях снижения нагрузки в традиционных туристских центрах. Модель, принятая в этих странах, в качестве необходимых условий реализации предполагает:

а) наличие свободного или условно свободного жилого фонда в сельской местности (включая малые города);

б) достаточно высокий уровень комфортности и хорошее состояние жилого фонда;

в) системная государственная поддержка агротуристических хозяйств: принятие политического решения о поддержке агротуризма как сектора сферы услуг;

г) организационная поддержка: создание специальных структур, оказывающих системную помощь и занимающихся организацией данного сектора туриндустрии, а также внедрением информационных технологий, позволяющих создать масштабный рынок агротуризма в виртуальной форме;

д) организация объединений субъектов агротуризма, поддерживающих порталы с базами данных по всему агротуристическому сектору;

е) нормативно-правовое (принятие соответствующих законов и госпрограмм) и информационное и рекламно-информационное обеспечение продвижения совокупного национального и региональных агротуристических продуктов;

ж) финансовая поддержка (система льготного кредитования или дотирования агротуристических хозяйств).

Описанная модель принята за образец и в странах «третьей волны», в которую входят страны Восточной Европы и некоторые бывшие республики СССР, вступившие в ЕС. Они не располагают, как правило, жилищным фондом такого уровня комфортности, как в Западной Европе. Однако они имеют госпрограммы выстраивания агротуристического сектора «сверху» по образцу ЕС. Так, в рамках государственной политики поддержки агротуризма, создается система льготного кредитования агротуристических хозяйств – для реконструкции и дооборудования домов в целях приема туристов, организуются национальные ассоциации субъектов агротуристического бизнеса, уже на начальном этапе внедряются информационные технологии и поддерживаются информационно-рекламные порталы.

В менее развитых странах, где частные дома нельзя использовать как средства размещения туристов, но имеется большой турпотенциал (климатический, природный, ландшафтный, историко-культурный и т. д.), практикуют иной подход: в сельской местности вне курортных зон создаются крупные частные туристические центры, ориентированные на использование турресурсов сельской местности.

В некоторых тропических странах концепция агротуризма ориентирована, прежде всего, на создание сельскохозяйственных парков, являющихся в основном государственными организациями, пропагандирующими национальное сельское хозяйство и приносящими доход от туризма. Эта комплексная модель, как правило, курируется ведомством, ответственным за развитие сельского хозяйства. То есть, для реализации любой модели (направления) агротуризма, помимо наличия в регионе турресурсов, принципиально важным является развитие средств размещения в сельской местности, необходимыми для этого условиями являются:

а) наличие в сельской местности свободных или условно свободных домовладений (усадеб, коттеджей, площадок на территории усадеб для размещения палаточных городков, в некоторых странах – исторических зданий, монастырей и т.д.), изначально не создававшихся как гостиницы, но пригодных для переоборудования их в средства размещения туристов;

б) строительство специальных агротуристических объектов – средств размещения туристов («национальные деревни», «дома охотника/рыбака», «культурные центры», «аграрные парки», кемпинги и т. п.), выполняющих функцию сельских гостиниц.

Реально осуществляемые в мировой практике концепции агротуризма обычно, помимо экономического (коммерческого) аспекта, несут также определенную социально-идеологическую нагрузку. Как правило, развитие агротуризма связывают с решением социокультурных задач (сохранение национального и этнокультурного наследия, сохранение природной и историко-культурной среды обитания, архитектурно-исторического пространства, возрождение и пропаганда традиционных ценностей и образа жизни и т. д.). В практическом решении последних ведущая роль принадлежит местным сообществам. В последнее время при разработке национальных концепций развития туризма в ряде европейских стран специально отмечается высокая роль территориального самоуправления, местных сообществ в развитии различных направлений агротуризма. Как показывает мировая практика, успех агротуризма как сектора туриндустрии обеспечивают следующие факторы:

– высокая экономическая эффективность модели на микроэкономическом уровне. Высокоэффективная структура затрат при производстве турпродукта обеспечивает низкую себестоимость и, следовательно, его высокую конкурентоспособность по сравнению с другими, более затратными и, следовательно более дорогими, видами турпродуктов. При этом позволяет варьировать пакет туруслуг от VIP до самых простых запросов клиентов;

– высокая конкурентоспособность турпродукта по показателю цена-качество, заложенная в его микроэкономической модели.

Современная организация агротуристического бизнеса позволяет удерживать конкурентоспособные цены по сравнению с другими секторами туриндустрии (стоимость размещения в агротуристическом секторе ниже, чем в гостиничном). Модель удовлетворяет запросы широкого социального слоя – среднего класса (учитывает специфику его образа жизни и потребностей), что обеспечивает стабильно высокий уровень платежеспособного спроса на международном рынке туруслуг в секторе агротуризма.

Концепция агротуризма учитывает современную тенденцию к индивидуализации пакета туруслуг и рост индивидуального, семейного и малогруппового туризма. Ключевым фактором превращения этого направления в сектор в туриндустрии является политическая поддержка региональных и центральных властей, что доказывает международный опыт.

Необходимым фактором успешного функционирования агротуристического сектора является применение современных информационных технологий, создание электронных баз данных и интерактивных агротуристических порталов.

Сельский туризм – это одно из важных направлений в политике развития села, поскольку является альтернативой его индустриализации и источником доходов населения в слабо развитых в промышленном отношении регионах. На Западе сформировались два вида сельского туризма – «смешанный» и «чистый». Первый, – опирается на фермерские хозяйства, которые выращивают скот и овощи и дополнительно принимают туристов. Это дает приблизительно 25% прибыли фермерской семье. Причем, большая часть этих средств реинвестируется в обустройство дома, обновление интерьера, создания условий для гостей. Второй – это, исключительно, деятельность по обслуживанию туристов, предоставлению им гостиничных услуг в домах, которые выполняют роль мини-гостиниц.

Нарастающая популярность сельского туризма побудила многих английских фермеров организоваться с целью предложения более разнообразных услуг в своих домах. Сельский туризм в Англии становится все более привлекательным, предлагает исключительно доступные цены и специальные скидки для детей. В Юго-Западной Англии реставрируют старые фермы для туристических целей, они роскошно оборудованы, с отоплением, электробытовыми приборами, телевизорами и с частично сохраненной старой меблировкой, и они пользуются большим успехом у туристов. В Ирландии сельские усадьбы проходят обязательную сертификацию и получают «звезды» как гостиницы, стены их домов украшаются соответствующим количеством зеленых листков.

Бесспорны успехи Франции в предложении на рынке туристических услуг такого специфического продукта, как отдых в сельской местности. Из 37 миллионов иностранных туристов, которые ежегодно посещают страну, около 7 миллионов отдают преимущество именно отдыху в селе. [3]

Следует отметить также, что с функциональной точки зрения сельский туризм тесно связан с другими видами туризма, в первую очередь с морским и горным, культурным, специализированными видами туризма (лыжным, охотничьим, рыбацким, культовым и тому подобное). В организационном плане объединительной основой является семейный туристический бизнес. Все это позволяет включать сельский туризм в комбинированные туры, что приумножает спрос на традиционный туристический продукт.

На фоне мировой тенденции развития и укрепления позиций сельского туризма, в России наблюдается несовершенство законодательной базы моделирующей и вводящей нормативы, в сфере сельского туризма. В федеральном законе «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» с поправками от 05.02.2007 еще не введено понятие «сельский туризм», однако постепенно такая работа проводится на региональном уровне (Федеральный закон 5 февраля 2007 г. N 12-ФЗ о внесении изменений в федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации»). [4]

Закон Калининградской области «О туристской деятельности в Калининградской области от 27 ноября 1997 года» вводит понятия экологический туризм и сельский туризм. Признавая туристскую деятельность одной из приоритетных отраслей экономики, органы власти Калининградской области создают благоприятные условия для становления и развития экологического и сельского туризма, предоставляя налоговые льготы туроператорам и турагентам, занимающимся оказанием туристских услуг в сельской местности. [5]

При критическом рассмотрении зарубежных моделей функционирования в сфере сельского туризма, можно детерминировать следующие потенциально перспективные типы развития агротуризма в России:

1. Использование существующих турресурсов сельской местности без существенного изменения социальной и культурной среды.
2. Воссоздание исторически аутентичной среды сельского поселения.
3. Искусственное создание крупных и средних агротуристских комплексов.

Каждая из перечисленных моделей агротуризма в той ли иной степени апробирована в мировой практике. Концепция развития агротуризма в российской провинции может и должна носить комплексный характер.

Огромное разнообразие социально-экономических и природных условий территории России позволяет каждому региону выбрать ту модель развития, которая наиболее эффективно реализует его индивидуальные преимущества в этом направлении развития.

Литература

1. Лащенко Н.С. К вопросу о разработке концепции развития сельского туризма (агротуризма) в российской провинции: экономический,социальный и социокультурный аспекты.

2. Монтехано Х.М. Структура туристического рынка. Под ред. Н.С. Мироненко.М.; Смоленск, 1997.

3. Федеральный закон от 24 ноября 1996 года N 132-ФЗ “Об основах туристской деятельности в Российской Федерации” (Собрание законодательства Российской Федерации, 1996, N 49, ст. 5491; 2003, N 2, ст. 167; 2004, N 35, ст. 3607).

4. Федеральный закон 5 февраля 2007 г. N 12-ФЗ о внесении изменений в федеральный закон “Об основах туристской деятельности в Российской Федерации”.

5. Закон Калининградской области “О туристской деятельности в Калининградской области”от 27 ноября 1997 года.

ТУРИСТИЧЕСКАЯ АНТРОПОЛОГИЯ

Ваганов А.Г., *ответственный редактор приложения «НГ-наука» «Независимой газеты», Москва, andrew@ng.ru*

Антропологи выдвигают самые различные гипотезы, пытаясь объяснить причины стремительной, по геологическим масштабам, эволюции представителей рода homo, приведшей в итоге к появлению вида homo sapiens. Гипотез этих столь много, что я вполне могу рискнуть и предложить еще одну: именно страсть и способность к путешествиям сыграла, возможно, главную роль в эволюции человеческого рода.

Действительно, сегодня твердо доказано, что уже около 2-х млн. лет назад произошел первый исход homo habilis (человека умелого) из своей первоначальной экологической ниши – зоны Восточно-Африканского рифта. (Так называемая гипотеза «Out-of-Africa»). Очень вероятно, что подобные волны «исхода» повторялись затем, как минимум, три раза. Последний такой поход – уже homo heidelbergensis, непосредственного предшественника homo sapiens, – произошел совсем недавно – 200-100 тыс. лет назад. Эта «охота к перемене мест» и стала определяющим генетическим механизмом эволюции нашего вида.

Происходила генкультурная коэволюция. Например, в когнитивной психологии установлено, что 250-175 тыс. лет назад (и это – удивительное совпадение с третьей волной миграции предков человека разумного из Африки!) произошел так называемый «грамматический взрыв»: мозг человека стал развиваться так, что возникла потребность в грамматике, в языке. То есть, психика теперь берет на себя функции двигателя эволюции. «Вся эволюция возникла из-за появления ассоциативных форм мышления», – подчеркивает Константин Анохин, профессор, член-корреспондент РАМН, руководитель Российско-британской лаборатории нейробиологии памяти.

Эти выводы подтверждаются и данными генетических исследований.

Так, известно, что для построения мозга экспрессируются 75% генов в геноме человека. (Для сравнения: почки, печень, кожа, сердце нуждаются в экспрессии 3-5% генов.) Новизна, какое-либо неожиданное событие или впечатление – главное условие, чтобы включить в работу гены, ответственные за формирование и функционирование нервной системы человека. Другими словами, гены нервной системы активируются при столкновении с чем-то новым. Источником, а вернее – способом, предъявления новых и новых стимулов к развитию нервной системы, и могли быть путешествия – физическое перемещение тела в пространстве.

Итак, фундаментальный инстинкт человека – потребность в разнообразных впечатлениях. Путешествия, туризм – идеальный способ удовлетворения этого инстинкта. Учитель Пифагора, древнегреческий философ Ферекид Сиросский не уставал повторять своему ученику: «Отправляйся путешествовать – только так утолишь ты жажду познания. Помни: путешествия и память суть два средства, возвышающие человека и открывающие ему врата мудрости» [1].

Путешествия – акт репрезентации и интерпретации культурно-географических образов. Туризм – это окультуренный инстинкт путешественника. Может быть, весь научно-технический прогресс и происходит только потому, что человеку нужны все новые и новые способы удовлетворения этого основного инстинкта. Хороший пример – статистика развития авиатуризма.

«Построить самолет больших размеров не удастся никому и никогда», – заявил инженер авиакомпании Boeing после первого полета самолета, поднимавшего в воздух 10 человек [2]. Сказано это было около 80 лет назад.

Но технологии нельзя остановить. Тем более технологии, которые удовлетворяют основные инстинкты человека. Транспорт, во всех его вариантах, несомненно, относится к таким технологиям. Вряд ли будет сильным преувеличением сказать, что главной причиной возникновения этой профессии стало все возрас-тающее стремление людей путешествовать на дальние расстояния с использованием нового средства пере-движения...

Еще раз повторим: технологии не остановить.

По данным аналитической компании Official Air Guide (Лондон), которая каждый день анализирует информацию о полетах более чем 1000 авиакомпаний, статистика по коммерческим полетам выглядела сле-дующим образом: в 2001 году было совершено 2 318 609 рейсов; в 2003 – спад, вызванный последствиями теракта в Нью-Йорке: 2 099 743 рейсов; но к 2007 году – новый рекорд: 2 513 642 рейса.

Другими словами, с развитием транспорта и технологий человечество все чаще отправляется в путешествие. Есть этому и вполне материальные доказательства. Совокупный доход туристического рынка в 2006-м году составил 650 миллиардов долларов. Работа в инфраструктуре туризма – одна из самых распространенных на Земле. По разным оценкам, в этой сфере услуг заняты от 220 до 250 миллионов человек [3].

Но технологическая экспансия, которую порождает основной инстинкт путешественника, имеет и обратную сторону. История авиатуризма – замечательная иллюстрация законов развития техники. Любое зна-чительное (или незначительное, на первый взгляд)

технологическое усовершенствование неминуемо рож-дает целый букет проблем, которые решаются посредством новых технологических прорывов et cetera. Пример типичной цепной реакции.

Так, по мнению профессора Ларса Йоханссона, секретаря международного экологического авиацион-ного комитета, авиастроительная промышленность не в состоянии покрыть дефицит перевозок и удовле-творить растущий на 4-5% в год спрос на них. С другой стороны, каждый новый лайнер в воздухе наносит непоправимый вред атмосфере планеты и всему человечеству.

Британский писатель и футуролог Йорик Блюменфельд рисует и вовсе апокалипсическую картинку не такого уж и далекого будущего. 2070-й год: спустя десять лет после введения экологического запрета на большую часть путешествий наступит очередь Интернета – он будет разделен на несколько несвязанных между собой частей. К 2090 году люди будут знать о мире за пределами своего региона куда меньше, чем за 100 или 50 лет до этого [4].

И тут мы подобрались, возможно, к самой реальной опасности для мирового туризма – феноменально быстрому и глобальному по своим масштабам развитию так называемого cyberspace, киберпространства. По крайней мере, Йорик Блюменфельд далеко не единственный визионер, который предсказывает «атрофию» инстинкта путешественника у будущих поколений людей.

Динамика киберпространства, действительно, впечатляет: сегодня в экономически развитых странах доля пользователей сети Интернет достигает 80% населения. Как заметила еще в 1997-м году известная сетевая активистка Эстер Дайсон, «все будут в Интернете, за исключением некоторых упрямцев». Физическое перемещение тела в пространстве становится, вроде бы, неактуальным. Инстинкт путешественника переходит в категорию атавизмов...

Однако, архетипические модели поведения, доставшиеся нам в наследство от homo habilis'ов, по-видимому, имеют даже более фундаментальный характер, чем мы можем себе представить. Что с человеком не делай, он упорно стремится путешествовать. И никакая Всемирная Паутина не помехой ему в этом стремлении. Особенно наглядно это становится видно, если наложить на график развития киберпростран-ства данные по динамике мирового туризма. По данным агентства Washington ProFile, в 2000-м году в трансграничном туризме участвовало 700 млн. человек; в 2006-м – 842 млн.; в 2007-м – 900 млн. По про-гнозным оценкам, к 2020-му году их количество увеличится до 1,6 млрд. человек.

Неслучайно, например, провалился, казалось бы, беспроигрышный интернет-проект, который анонсировали в 2005-м году в США, самой интернетизированной стране мира. Проект назывался «click-n-shut», то есть, «кликай и стреляй».

Всем желающим предлагалось поохотиться через Интернет на оленей, кабанов и прочую живность с помощью дистанционно управляемой многозарядной винтовки 22 калибра. На одном из техасских ранчо была установлена веб-камера и охотничье ружье с дистанционным управлением. Винтовка с оптическим прицелом, закреплена на высоте около полуметра от земли на специальной поворачивающейся платформе с электрическими моторами, позволяющими управлять оружием во всех плоскостях.

Был открыт специальный сайт Live-Shot.com. Через удобный интерфейс посетитель сайта мог навести курсор, прицелиться, нажать клавишу мыши (кликнуть) – и на ранчо падал подстреленный кабан. Одна охотничья «сессия» в интернете стоила 150 долларов. По желанию и за дополнительную плату для «интернет-охотников» предлагалось организовать свежевание охотничьих трофеев, экспресс-доставка на дом мяса и готовых чучел. При этом можно заказать видеозапись компьютерной охоты и получить вместе с трофеем готовый DVD-диск.

За прошедшие с тех пор два года сразу 25 штатов запретили интернет-охоту на законодательном уровне. Правозащитные организации призывают и вовсе принять федеральный закон о запрете «click-n-shut». Но и без этих мер, услуга не пользовалась успехом: основным контингентом услуги «click-n-shut» были случайные пользователи и инвалиды, не могущие позволить себе настоящую охоту [5].

Но, как это ни парадоксально, интернет-аддикция и антропологическая страсть к путешествиям имеют одну и ту же психологическую природу. Наслаждение от компьютерных игр и езды на большой скорости основывается на эстетике напряжения как стабильного состояния. Потребность в переменах также связана с этим принципом. Чтобы сохранить напряжение надо постоянно подпитывать его новыми переживаниями.

«Психологам это явление известно как свойство личности – «поиск ощущений» («sensation-seeking»). Эта тенденция в поведении человека, выраженная в готовности искать разнообразные, новые, сильные впечатления и идти ради них на физический и социальный риск. То есть, человек испытывает потребность непрерывно поддерживать определенный (индивидуально различный) уровень внутренней активации» [6].

Предельной, – по крайней мере, на современном этапе развития земной цивилизации, – формой реализации генетически заложенной в нас программы «путешествий», становится космический туризм.

Согласно определению из Википедии, «Космический туризм – оплачивающиеся из частных средств полёты в космос или на околоземную орбиту в развлекательных или научно-исследовательских целях».

Если всю предшествующую историю человечества одним из самых главных побудительных мотивов к путешествиям было стремление «посмотреть, как живут люди в других странах», набраться впечатлений, то цель космического туризма принципиально другая – набраться ощущений. Не исключено, что это и есть отличительный признак нового представителя вида homo – homo cosmicus viator, путешествующий космический человек.

Кстати, надо заметить, что изменение онтологического статуса путешественника происходило не одномоментно, а эволюционно. Я могу здесь сослаться на замечательное исследование отечественного географа и культуролога Дмитрия Замятина. Анализируя, как изменялись в конце 19-го – начале 20-го века классические стратегии человеческого наблюдения окружающего мира, Замятин отмечает: «Наблюдатель стал постепенно растворяться со своей субъектностью, а его тело становилось лишь частью репрезентируемых и интерпретируемых им образов... Стоит задуматься над тем, насколько этот принципиально важный геокультурный переход изменил и идеологию путешествий, бывших весьма традиционным средством накопления культурных впечатлений и эффективным способом интерпретации географических образов. Передвижения с высокой скоростью, все более и более становившиеся нормой в XIX-XX вв., привели к тому, что сам путешественник стал восприниматься в терминах баллистики, преобразившись в простое физическое тело, как бы окутанное облаком расширяющихся и растворяющих его географических образов» [7].

Первые, не признаки даже, но предощущения, появления «человека, путешествующего в космосе» есть уже в работах русских космистов. Так, по Николаю Федорову, весь космос – обширная равнина, которая начинает заселяться по законам фронтира. «Изучение новых планет – “открытие новых землиц” по выражению наших казаков», – пишет Федоров. Само пространство для него – вещество.

Еще более радикален в своих умозаключениях Константин Циолковский: «Как в свое время география вышибла из нас представление о величии родной деревушки, так астрономические познания уничтожат авторитет Земли». Цель экспансии человека в космос – совершенствование собственно Вселенной.

По состоянию на апрель сентябрь 2007-го года, после первого полета в космос, совершенного Юрием Алексеевичем Гагариным 12 апреля 1961 года, в космосе побывало 463 человека. Пять человек из этих, почти пятисот, – космические туристы. То есть, люди, заплатившие собственные деньги за возможность побывать на космической орбите (в данном случае – на борту Международной космической станции, МКС). Вот этот список.

28 апреля – 6 мая 2001 г.: американский бизнесмен Деннис Тито на борту российского корабля «Союз» был доставлен на МКС.

25 апреля – 5 мая 2002 г.: бизнесмен из ЮАР Марк Шаттлворт полетел на МКС в составе экипажа «Союз ТМ-34».

(За полёты эти полеты Тито и Шаттлворт заплатили Федеральному космическому агентству России по 20 миллионов долларов США.)

1 – 10 октября 2005 г.: американский бизнесмен Грегори Олсен полетел на МКС в составе экипажа «Союз ТМА-7».

18 – 29 сентября 2006 г.: на МКС находилась первая женщина – космический турист, американка Ануше Ансари. Она летала в состав экипажа «Союз ТМА-9».

7 – 21 апреля 2007 г.: пятый космический турист – американский миллиардер Чарльз Симони. Инте-ресно, что для него были запланированы научные эксперименты по заказу Европейского космического агентства (исследования влияния невесомости на кровь), а также по его собственной научной программе (влияния радиации). То есть, Симоне стал не просто очередным космическим туристом, но первым научным космическим туристом.

На октябрь 2008 г. был запланирован полет Ричарда Гарриотта. Предполагается, что сын астронавта NASA Оуэна Гарриотта отправится на МКС на российском космическом корабле «Союз». Гарриотт-младший станет первым космонавтом во втором поколении. Он также может стать первым туристом, который получит задание на проведение научных экспериментов на орбите от коммерческих организаций.

Таким образом, космический туризм имеет, хотя и весьма короткую, но уже очень интересную историю. Мало того, посещение МКС, то есть орбитальный космический туризм, – это только одно из направлений. В последние несколько лет бурно развивается и другое – полеты в космос на специально созданных для заатмосферного туризма летательных аппаратах. Именно оно обещает в перспективе превратить космический туризм из экзотики во вполне обыденный способ путешествий.

Во всем мире существует, как минимум, два десятка проектов кораблей для заатмосферного туризма. Один из самых проработанных, и в техническом, и в коммерческом плане проектов, – «SpaceShip two» (SS2), развиваемый корпорацией Vergin Galactic. Максимальная точка полета SS2 – 110 км. Аппарат рассчитан на полет 6 туристов и двух членов экипажа. Предполагаемая дата начала эксплуатации системы – 2009-й год [8].

В отличие от орбитального космического туризма, стоимость одного билета, например, на SS2 – всего около 200 тыс. долларов. (Для сравнения: примерно столько же стоят не самые дорогие наручные мужские часы в московских бутиках.)

Все, кто совершат эту миссию, будут, по американским критериям, автоматически считаться астронавтами. (Для этого нужно подняться на высоту более 50 миль (80 км) над Землей.) Правда, по критериям «Международной федерации аэронавтики» (Лозанна, Швейцария), граница атмосферы и космоса проходит на высоте более 62-х миль (100 километров). Но в любом случае пассажиры SS2 получат нагрудный знак – «крылья астронавтов» компании «Vergin Galactic», а возможно еще и – «крылья астронавтов» NASA.

Есть и еще один важный аспект, который делает наиболее перспективным развитие именно суборбитального космического туризма – безопасность.

Так, по экстремальности, туристические полеты на МКС (или, в будущем, возможно на другой орби-тальный комплекс) сравнимы с покорением Эвереста: из каждых 100 альпинистов, добравшихся до «крыши мира», 4 навсегда остаются на ее склонах. При-

мерно такой же уровень риска существует в настоящее время и для экипажей космических кораблей. Причем за последние 20 лет, в связи с катастрофами американских орбитальных челноков «Челленджер» в 1986 году и «Колумбии» в 2003, унесшими жизни 14 человек, уровень риска стал еще выше. Очевидно, что в такой ситуации трудно говорить о массовости космического туризма.

Суборбитальные ракетно-космические системы, по мнению экспертов, способны привести к появлению кораблей, риск полета, на которых, будет не выше, чем на современных пассажирских лайнерах. Например, конструкторы SS2 ставят себе целью обеспечить уровень безопасности разрабатываемых ими «туристических» кораблей, который был достигнут в течение первых пяти лет существования частных пассажирских авиакомпаний (1920-е годы) и который был в среднем в 100 раз выше, чем у современных пилотируемых космических аппаратов.

Это – хороший ориентир. Если сейчас риск катастрофы со смертельным исходом составляет в пилотируемой космонавтике 1:62, то у первых регулярных воздушных перевозчиков пассажиров в 1927-28 годах он был 1: 5500, в 1934-36 гг. уже 1: 31000, а у нынешних авиакомпаний – 1: 2-5 миллионам полетов. Для сравнения: один из 33000 вылетов в современной истребительной авиацией заканчивается аварией с гибелью летчика. (Автор приносит свою благодарность Юрию Карашу, доктору наук (Ph.D.) США по специальности «Космическая политика и международные отношения», члену-корреспонденту Российской академии космонавтики имени К.Э.Циолковского, который предоставил данные по оценкам безопасности космического туризма.)

Как бы там ни было, глава группы компаний Vergin, британский миллиардер Ричард Брэнсон, в январе 2008-го года объявил о создании первого в мире космического турагентства – Vergin Galactic. Первые биле-ты уже раскуплены, и среди пассажиров, приступивших к подготовке к полету, есть джентльмен в возрасте 88 лет. Сейчас на веб-сайте компании зарегистрировалось около 85 000 человек, проявивших интерес к полетам на «SS2». В общей сложности они уже внесли 21 миллион долларов за свои предстоящие суборби-тальные миссии. Желающим оказаться в первой сотне полетевших это стоило 200 000 долларов. Остальные сделали первоначальный минимальный взнос в размере 20 000 долларов. Всего к середине 2007 года, по данным руководителя «Отдела продаж мест для астронавтов» компании Vergin Galactic Каролин Винсер, 200 человек из 30 стран, включая США, Англию, Японию, Россию, Австралию, Канаду, Новую Зеландию, Испанию и Ирландию, с помощью депозитов уже забронировали места на SS2. Кстати, 15% из них – женщины.

«Сегодня мы открываем эру массового туризма в космос. В течение первых 12 лет нашего проекта сотни тысяч людей смогут совершить путешествие в космос», – заявил на пресс-конференции в Нью-Йорке 24 января 2008 года конструктор корабля Барт Рутан [9].

Начавшееся два миллиона лет назад освоение предками homo sapiens окружающего их пространства, привело, сначала, к стремительной эволюции самого вида. Сегодня все тот же основной инстинкт путешественника буквально выталкивает человека в космическое пространство. «Тотальное, непрерывное путешествие в пределе и есть мировое развитие...» [7, с. 119]. Правда, где остановится эта экспансия, и остановится ли она вообще когда-нибудь, предсказать невозможно.

Литература:

1. Волошинов А.В. Пифагор: союз истины, добра и красоты. – М.: Просвещение, 1993. – 224 с. (с. 43)
2. Курмакаев Валерий, «30 несбывшихся прогнозов». // Sync, 2008, №3, март, с. 108-109
3. http://www.orexca.com/news/2007/02/27/statistika-mirovogo-turizma/
4. «Виды на будущее». // GEO, 2008, №4, апрель, с. 58-74
5. http://www.habrahabr.ru/blog/cyberpunk/5139.html#habracut

6. Винтерхофф-Шпурк, Петер. Медиапсихология. Основные принципы. / Пер. с нем. – Харьков: Изд-во Гуманитарный центр. 2007, – 288 с., (с. 108-109)

7. Замятин Д.Н., Культура и пространство: Моделирование географических образов. – М.: Знак, 2006. – 488 с., (с. 116-117)

8. Michael Belfiore, «Europe's tourist rocket». // Popular Science, October 2007, v. 271, №4, p. 40-43

9. http://www.rian.ru/technology/20080124/97633824.html

ТУРИЗМ И МЕТОДЫ НЕОГЕОГРАФИИ: ВОЗМОЖНОСТИ НОВОГО ПОДХОДА

Войцеховский М.Б., *д.т.н., директор ОАО РОСГИПРОЛЕС*
Голубчиков Ю.Н., *к.г.н. вед. н.с. кафедры рекреационной географии и туризма географического ф-та МГУ*
Еремченко Е.Н., *эксперт центра Google*

В настоящее время происходит быстрая смена фундаментальных принципов работы с данными, проявляющаяся в смещении вектора усилий с создания обычных картографических продуктов на разработку средств агрегации локализованных во времени и в пространстве данных различного рода – не только географических в узком, классическом понимании. К настоящему времени наиболее полное и законченное выражение новые принципы нашли в геоинтерфейсе Google Earth.

Новые принципы получили условное наименование «Неогеография».

Новый подход, получивший условное наименование «неогеография», наиболее полно выражен в геоинтерфейсе Google Earth. Появление этого геоинтерфейса фактически предварило теоретическое осмысление особенностей реализованного в нем подхода.

Термин "неогеография" впервые был введен в оборот Ди-Энн Эйснор (Di-Ann Eisnor). Из компании Platial. Он приобрел широкое распространение после выхода в свет в декабре 2006 года книги Эндрю Тёрнера (Andrew Turner) «Введение в Неогеографию» (Introduction to Neogeography). Согласному данному в нем определении, неогеография объединяет воедино сложные технологии картографии и ГИС и делает их доступными для пользователей и разработчиков.

Исходное определение звучит так: Neogeography means "new geography" and consists of a set of techniques and tools that fall outside the realm of traditional GIS, Geographic Information Systems. Where historically a professional cartographer might use ArcGIS, talk of Mercator versus Mollweide projections, and resolve land area disputes, a neogeographer uses a mapping API like Google Maps, talks about GPX versus KML, and geotags his photos to make a map of his summer vacation. Essentially, Neogeography is about people using and creating their own maps, on their own terms and by combining elements of an existing toolset.

The term arose with Web 2.0 around the increased public appeal of mapping and geospatial technologies that occurred with the release of Google Maps "slippy map" and also with the decreased cost of GPS devices, and increased ubiquity of mobile devices (A. Turner, 2006).

Очевидно, данное определение лишь характеризует "поведенческое" различие "классических" географов и "неогеографов" и недостаточно ясно выделяет сущностные особенности нового подхода, обособляющие его от цифровой картографии и ГИС. Поэтому мы попытались дать более конкретное определение на основе анализа технологических особенностей продуктов нового рода и специфики подхода к работе с геоданными, реализованной в них.

В то время как геоинформационные системы (ГИС) остаются дорогими программами, ограниченными в пользовании опытными специалистами, разработки подобные появившемуся в июне 2005 г. семейству продуктов компании Google (Google Earth и Google

Maps) позволяют каждому увидеть масштабируемо любую местность такой, какая она есть, а не в ортогональной проекции, как на аэрокосмоснимках. Любой пользователь сети может бесплатно воспроизводить трехмерные (геопортальные) модели земной поверхности в каком угодно масштабе и отражать на них пространственную динамику земель, распространение пятен застройки, эстетику окружающей среды.

Семейство продуктов Google не отменяет традиционные бумажные карты. На какомто этапе, а может быть и всегда, они будут сосуществовать. Как сосуществуют портреты нарисованные карандашом или красками с фотопортретами, хотя удельный вес последних все более возрастает. Открываются возможности соединения моделей Google с горизонталями рельефа и тематическими крупномаштабными картами (ландшафтными, геоботаническими, почвенными, геоморфологическими), но эти карты в масштабах крупнее 1:50 000 у нас все еще закрыты. Приходится не обновлять по Google тематические карты, а составлять их заново. А вот западным нашим коллегам этого не приходится, у них тематические карты в подавляющем большинстве никогда не закрывались. И опять мы плетемся у них в хвосте, и они учат нас как жить.

Из-за секретности координат высотных объектов остаются закрытыми цифровые модели рельефа, нужные широкому кругу потребителей, в частности для кадастра земель, строительства коммуникаций. На открытых картах нет сведений по высотам линий электропередач, ретрансляторных мачт, отдельно стоящих деревьев. В результате часто случаются аварии легких воздушных судов и вертолетов.

Под запретом находятся в России все сведения и оборудование, позволяющее получить координаты точнее 30 м. В продаже при этом легко доступны приборы GPS, позволяющие определять планово-высотное положение объекта с точностью до 3-5 м. Более дорогие приборы могут обеспечить точность до нескольких сантиметров. Приемниками GPS с ГИС оборудован каждый новый автомобиль в США и Европе. Они позволяют не только ориентироваться на местности любой страны мира, но и предвидеть пробки на дорогах, определять местоположение автомобиля при угоне. Приемники GPS становятся в мире тем же элементом быта, что и мобильные телефоны, которые, кстати, у нас тоже до поры до времени были запрещены. Наши же пользователи GPS могли вплоть до 2008 года быть привлечены за это занятие к уголовной ответственности.

Отечественная система определения координат ГЛОНАСС обеспечивает высокоточные измерения и позволяет создавать карты по мировым стандартам, но из-за ее засекреченности, Россия добровольно уступила место на отечественном навигационном рынке спутниковой системе GPS (Global Positioning System), созданной министерством обороны США. Согласно новостным лентам и интервью с чиновниками ГЛОНАСС сейчас вроде рассекречивают, хотя законодательно это не оформлено. Но громадный ущерб для страны из-за предоставления ее рынка GPS, уже нанесен.

Появившиеся в Интернете космические снимки с линейным разрешением на местности до 60 см (с аппаратов QuickBird, Orbview, EROS, KVR-1000, IKONOS) в ближайшие годы будут доведены до 30 см и полностью революционизируют наши географические представления. Заказать съемку и получить личностно ориентированную информацию уже можно по Интернету.

Анализ показал, что неогеография характеризуется тремя основными особенностями, отличающими данный подход от подхода, реализуемого в классической картографии и геоинформационных системах:

– использованием в качестве основной среды для восприятия местности уже не векторной («картографической»), но растровой («фотографической») информации – так называемых данных дистанционного зондирования (ДДЗ);

– представлением этих данных не в картографических проекциях, но в географической системе координат – единой для всей страны и мира и позволяющей бесшовно интег-

рировать данные для любых, сколь угодно удаленных друг от друга территорий на Земном шаре без потери детальности данных и обеспечивающей принципиальную основу для работы с трехмерными и четырехмерными моделями данных;

– использованием открытых стандартов представления данных, поддерживающих распределенный доступ через механизм гипертекстовых ссылок не только к ним самим, но и к произвольным образом организованной информации, характеризующей эти объекты или их текущее состояние (семантической информации).

Продукты, в которых органично интегрированы все три принципа, приобретают иное, новое качество, кардинально отличающее их и от «классических» карт, и от ГИС.

Во-первых, космические снимки и другие виды данных дистанционного зондирования становятся все более доступным и эффективным средством представления геоданных. Становясь документальным источником сведений о состоянии местности в определенный момент времени, они позволяют значительно сократить масштабы векторизации – а следовательно, и стоимость этого важнейшего этапа в цикле создания карт.

Снимки «читаемы» в очень широком диапазоне масштабов – в отличие от векторизованных карт. Отказ от сплошной векторизации данных драматическим образом снижает и стоимость самих геоданных, и оперативность их получения, и возможность использования созданного продукта в самом широком диапазоне масштабов. География становится и детальной, и достоверной, и оперативной, и прозрачной – и при этом вполне приемлемой по стоимости.

Во-вторых, с появлением цифровых информационных систем измерительные средства любого рода стало возможным встраивать в интерфейс – и тем самым отображать весь Земной шар или любую его область под произвольным ракурсом и без потери метрических свойств во всем их многообразии без представления ее в виде картографических проекций.

Это не только открывает возможность работать с геоинформацией, просматривая ее под произвольных ракурсом без утраты ее метрических свойств, но и позволяет «естественным» образом встроить режимы 3D и 4D-визуализации в геопространственный контекст.

В-третьих, использование открытых гипертекстовых форматов хранения данных позволяет “связать” информацию пространственного характера с семантической наиболее простым, ясным и эффективным методом – в виде ссылок на другие страницы.

Новый подход, в частности предоставляет уникальные возможности по разрешению ключевой проблемы, осложняющей работу с географической информацией в наше время – невозможность создания географических карт с точностью, соответствующей необходимой для эффективного использования возможностей современных систем дистанционного зондирования Земли (ДЗЗ) и мгновенного спутникового позиционирования (GPS, Глонасс, Galileo, Beidou и перспективных), и тем более – поддержания их в актуальном состоянии.

Разрешение тупика становится возможным за счет изменения принципа циркулирования географической информации «сверху вниз»: за счет появления массового источника первичного ввода данных становится возможным обеспечить максимально широкий круг пользователей средствами обновления геоданных, а следовательно – и обеспечить режим непрерывной их актуализации.

Неогеография и туризм

Метод неогеографии только начинает широко распространяться по планете. Тем не менее, уже можно обозначить некоторые направления использования его уникальных возможностей в информационном обеспечении туризма.

1. Глобальность геопространственного контента. Туризм – это всегда туризм в пространстве, и фактор посещения дальних окрестностей места обитания с присущим им

колоритом является важным побудительным мотивом туризма как такового. Неогеография позволяет «вырваться» из характерного и для карт, и для ГИС «ограничения» доступной для высокодетального наблюдения области граничной «рамкой» и представить весь Земной шар в виде дальней или ближней, но окрестности наблюдателя. Просмотр всего Земного шара с произвольной степенью детализации позволяет подобрать наиболее интересные для каждого направления туризма, тем самым позволяя выйти за пределы имеющихся на рынке туристических услуг предложений и найти наиболее интересный объект для туризма.

2. Достоверное представление ландшафтов. Важнейшим фактором привлекательности объектов и территорий является ландшафт. Возможность моделирования в виртуальной среде реального ландшафта позволяет предварить посещение региона, повысить интерес к нему и обеспечить более быструю «ландшафтную акклиматизацию».

3. Актуализация данных и обратная связь. Сетевые технологии, реализованные в средствах неогеографии уже сейчас, позволяют с помощью сети Интернет получать доступ к текущей, онлайновой информации о тех или иных важных для туриста характеристиках объекта или территории (текущим обменным курсам валют, метеоданным, информации об изменениях в транспортной инфраструктуре, и т.д.) Они же позволяют туристам обмениваться информацией друг с другом, резко повышая качество и уровень информированности друг друга.

4. Трехмерность. Возможность представления, наряду с ландшафтом, трехмерных высокодетальных моделей зданий и сооружений позволяет предложить туристам качественно новые услуги – например, изображения вида из окон заказанного ими номера, демонстрацию туристических маршрутов в реальной географической среде. Это служит важным фактором повышения доверия пользователя к структуре, с помощью которую он организует туристическую поездку.

5. 4D-мерность. Наряду с обычным и виртуальным туризмом, появляется возможность реализовать принципиально новый вид экскурсий – экскурсии во времени, когда наряду с просмотром моделей в реальной 3D-среде становится возможным отобразить развитие обстановки в ее временной динамике.

Использование активно развивающихся технологий неогеографии видится крайне перспективным в туризме, поскольку позволяет значительно повысить качество и уровень информированности пользователей, повысить уровень доверия к операторам рынка, а также реализовать принципиально новые, недостижимые в парадигме карт или ГИС, виды сервисов.

ГЕОГРАФИЧЕСКИЕ ИНФОРМАЦИОННЫЕ СИСТЕМЫ В ОЦЕНКЕ РЕКРЕАЦИОННОГО ПОТЕНЦИАЛА ТЕРРИТОРИИ

Саранча М.А., *к.г.н., доцент кафедры геодезии и геоинформатики Удмуртского государственного университета, г.Ижевск, Удмуртская Республика, sma77@rambler.ru*

Оценка рекреационного потенциала территории в отечественной географической науке традиционно является одним из наиболее аттрактивных направлений исследований. С началом повсеместной информатизации всех сфер жизнедеятельности человека, данные исследования также начали существенно претерпевать изменения. При этом важнейшую роль в рассматриваемом процессе играют географические информационные системы.

При исследовании рекреационного потенциала территории практически всегда возникает необходимость работы с большим массивом пространственно-координированной информации. Для данных целей незаменимым средством являются ГИС, так как они интегрируют в себе методы и технологии информационных систем различного назна-

чения и обладают следующими свойствами: пространственности; структурированности данных; функциональности; системности интегрированных технологий; автоматизации поддерживаемых функций; проблемно-практической ориентированности; оперативности и интерактивности; обеспечения комплексного и системного подхода к исследованию и отображению геосистем; адаптивности и многовариантности решения задач с возможностью совместного анализа значительного числа параметров, характеризующих геосистемы; многосредности и т.д.

Оценку рекреационного потенциала территории обычно проводят в несколько этапов, которые обобщенно можно представить в следующем виде:

1. Ознакомление с теорией и методологией туристско-рекреационных исследований и геоинформатики, разработка понятийного аппарата;
2. Определение субъекта, объекта, предмета и принципов оценки;
3. Разработка/выбор методики оценки рекреационного потенциала территории;
4. Отбор ключевых показателей оценки, с последующим сбором информации и разработкой геоинформационной базы данных;
5. Нормализация и/или квантификация ключевых показателей;
6. Получение частных и интегральных оценок, создание рабочих карт;
7. Проверка результатов оценки;
8. Создание аналитических, синтетических и комплексных тематических карт;
9. Интерпретация полученных результатов.

Проводя аналогии указанных этапов оценки к функциональным подсистемам ГИС (накопления, ввода, хранения, обработки, поиска, моделировании и анализа, отображения и распространения пространственно-координированной информации) наблюдаются их существенные сходства. При осуществлении любого исследования (в данном случае оценки рекреационного потенциала территории) первоначально становится необходимым ознакомление теорией, методологией и опытом соответствующей отрасли знаний. После чего переходят ко второму и третьему этапам (см. выше) с последующим отбором ключевых показателей оценки. Таким образом, приходя к проектированию геоинформационной базы данных, разрабатывая из инфологических моделей предметной области концептуальную (данные в ней структурированы в соответствии с требованиями структуры базы данных ГИС), а за тем и физическую (представление базы данных в памяти машины). Концептуальная модель базы данных ГИС включает [1]: описание и определение рассматриваемых объектов; установление способа представления географических объектов в базе данных; выбор базовых типов пространственных объектов (точки, линии, ареалы, ячейки растра и др.); способ представления размерности и взаимосвязей реального мира; определение содержания баз данных и т.д. При этом, следует отметить, что ГИС должна формироваться не как послойный набор геоданных, а как система, отражающая моделируемые геоистемы в соответствии с предметом исследований.

Разработанная абстрактная модель геоинформационной базы данных непосредственно наполняется за счет функциональных подсистем сбора и обработки первичных данных, таким образом становясь готовой региональной туристско-рекреационной геоинформационной базой данных. В рамках проведенных исследований была составлена база данных масштаба 1:200000, которая содержала более 200 первичных показателей, характеризующих рекреационный потенциал Удмуртии [2].

После разработки базы данных приступают к этапу оценки рекреационного потенциала территории, на котором используются, как единое целое, все функциональные подсистемы ГИС с выдвижением на первый план моделирования и анализа.

Оценка интегрального рекреационного потенциала территории республики была проведена по разработанной автором методике (балльная оценка). В методике редукция показателей осуществлялась в двух вариантах по следующим формулам:

$$ИРП_{1} = \sqrt{\sum_{j=1}^{n} (\bar{a}_j - \hat{a}_j) * I_j)^2},$$

$$ИРП_{2} = \sum_{j=1}^{n} I_j \bar{a}_j,$$

где $ИРП_i$ – интегральный рекреационный потенциал территории i-го рекреационного подрайона; $\bar{a}_{ij}$ – нормализованное значение j-го фактора рекреационного потенциала i-го рекреационного подрайона; $\hat{a}_j$ – наилучшее значение по нормализованному j-му фактору; Ij – базовый весовой коэффициент j-го фактора; i, j=1, 2, 3, ..., n; n – число рекреационных подрайонов и базисных показателей соответственно.

Оценка осуществлялась сначала по отдельным видам рекреации (23 вида), которые за тем были сведены в РПТ. Редукция показателей осуществлялась в четырех вариантах, различающихся по способу определения базовых весовых коэффициентов показателей (факторов): без взвешивания (Ij =1); экспертное взвешивание (методом сопоставления факторов с последующим обобщением); статистическое взвешивание при помощи метода главных компонент; индикационное взвешивание (в случае наличия индикаторного показателя, отражающего рекреационный потенциал исследуемой территории, однако в другом пространственном разрезе). После этого полученные четырьмя способами «промежуточные» значения рекреационного потенциала по двум вариантам редукции ИРПТ преобразовывались в итоговый при помощи метода главных компонент и экспертного логического анализа структуры потенциала рекреационных подрайонов [2]. Результаты оценки представлены на рисунке 1.

Каждый из вариантов и способов оценки рекреационного потенциала территории в технологическом плане представлял собой математико-картографические модели (в виде цепочек, сетей, дендритов и сложных графов) в которых логически синтезировались математико-статистические и аналитические элементы с картографическими (карты предварительного исследования и постановки задач моделирования, рабочие и итоговые карты). Таким образом, непосредственно реализуя процесс “создание—использование карт” как на единую систему картографического метода познания [3].

Заключительные этапы исследования рекреационного потенциала территории (создание рекреационно-туристских карт аналитического, синтетического и комплексного типа, отчетов и т.п., а также интерпретация полученных результатов) непосредственно связанны с реализацией функций подсистемы ГИС представления и распространения информации (в цифровых и аналоговых формах), полученной в результате проведенных работ (например, рис. 1).

В заключении хочется отметить, что именно использование возможностей ГИС в географических исследованиях рекреационного потенциала территории является основой к системному картографированию и исследованию геосистем.

Литература:

1. Основы геоинформатики: В 2 кн. Кн. 1 / Е.Г. Капралов, А.В.Кошкарев, В.С. Тикунов и др.; Под ред. В.С. Тикунова. – М: «Академия», 2004.

2. Рысин И.И., Саранча М.А. Рекреационный потенциал Удмуртской Республики: географический анализ и оценка с использованием геоинформационных технологий. – Ижевск: Ассоциация «Научная книга», 2007. – 184 с.

3. Тикунов В.С. Моделирование в картографии. – М.: Изд-во МГУ, 1997. – 405 с.

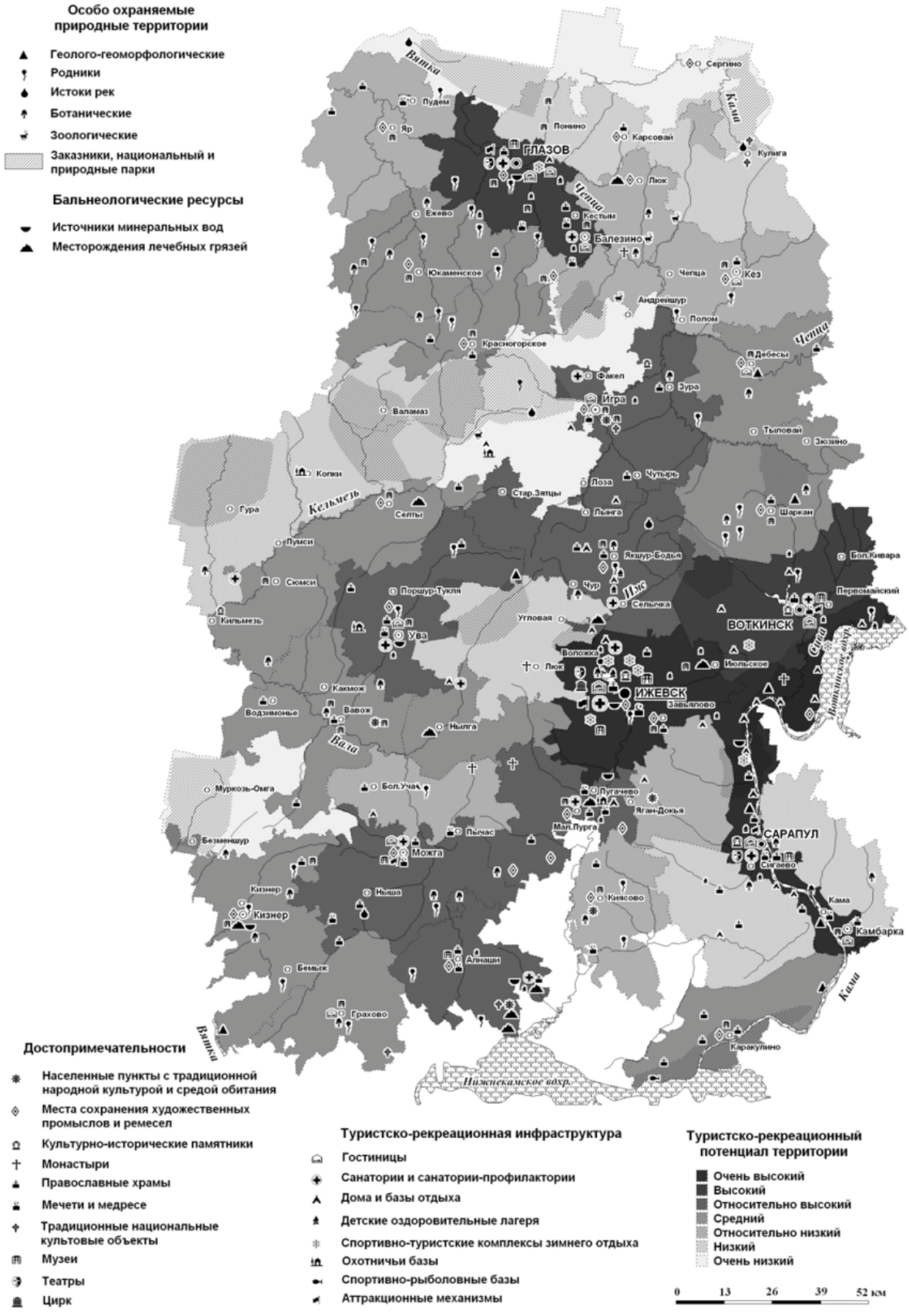


Рис. 1. Рекреационный потенциал Удмуртской Республики

РОЛЬ ГЕОГРАФИЧЕСКИХ НАУК В ПРОЦЕССЕ ПОДГОТОВКИ СПЕЦИАЛИСТОВ В ОБЛАСТИ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА

Байкова И.М., *кафедра туризма и гостеприимства, Санкт-Петербурский институт гостеприимства, Санкт-Петербург, irinabaykova@yandex.ru*

В рамках французско-российского сотрудничества в области образования в туризме и гостеприимстве были осуществлены ряд мероприятий, включающих:

– конференции и встречи организаторов туристского и гостиничного бизнеса России и Франции

– ознакомительную поездку по учебным заведениям Франции преподавателей и администрации учебных заведений высшего и среднего профессионального учебного заведений разных регионов России

– стажировку студентов и преподавателей туристских дисциплин в лицеях и университетах Франции.

Программа образовательно-ознакомительная поездка в октябре 2006 г в рамках проекта создания франко-российских программ в области туризма и гостиничного дела была подготовлена для руководящих лиц девяти российских учебных заведений (ректоров, деканов, заведующих кафедрами) для ознакомления с французской образовательной системой по различным дисциплинам, охватывающим многочисленные аспекты туристского и гостиничного бизнеса. С французской стороны в проекте участвовали представители университетов Мари–ля – Валле (Universitй de Marne la Vallйe), Пари-5 (Universitй Paris-5), Версаль Сан-Кентин- ан-Ивлин (Universitй de Versailles Saint-Quentin-en-Yvelines), Анжера (Universitй d'Angers), Ниццы (Universitй de Nice Sophia Antipolis), лицея Марселя (Lycйe des mйtiers regional Hotelier de Marseille) и центра по подготовки специалистов группы гостиниц (Accor), которые представили информацию об организации учебного процесса.

В следующем 2007 году в рамках французско-российского сотрудничества в области образования в туризме и гостеприимстве была организована стажировка

– студентов и преподавателей в учебных заведениях Франции. В ходе практики в соответствии с программой стажировки студентам была предоставлена возможность пройти месячный курс обучения по программам BTS, а преподавателям посетить практические и теоретические занятия, в ходе которых:

– были проведены беседы с преподавателями учебных дисциплин лицея;

– изучены программами BTS и проведено сравнение их с программами подготовки специалистов – менеджеров в области туризма, гостеприимства и ресторанного дела в России;

– просмотрена учебно-методическая литература по программам BTS;

– сформулировано задание для студентов при прохождении практики в гостинице Вилла Массалья Конкорд Марсель (l'hфtel Villa Massalia, Concorde Marselle) и туристском бюро ФРАМ (le bureau voyages FRAM/DRH).

В ходе встреч и бесед с преподавателями учебных дисциплин специализаций обсуждались следующие вопросы:

Презентация учебного курса, форма проведения и организация теоретических и практических заданий учебной дисциплины;

Сравнение учебных дисциплин и учебного процесса подготовки специалистов в области туризма и гостеприимства согласно стандартам Франции и России;

Учебно-методическая литература по дисциплинам подготовки специалистов в области туризма, гостеприимства и ресторанного бизнеса;

Подготовка студентов к сдаче экзамена на диплом BTS разных специализаций;

Возможные направления сотрудничества в рамках французско-российского проекта;

Организация стажировок в туристических офисах, гостиницах и ресторанах.

В процессе образовательно-ознакомительной поездки и прохождения практики было проведено сравнение российских и французских стандартов по организации образовательного процесса для подготовки высококвалифицированных специалистов в области туризма, гостеприимства и ресторанного дела.

Рассмотрим более подробно организацию учебного процесса для подготовки специалистов высшей квалификации в учебных заведениях Франции на примере университета г.Ниццы и лицея г. Марселя.

Организация учебного процесса в университете г. Ницца (l' Universitй de Nice Sophia Antipolis) подготовки специалистов в области туризма и гостеприимства дает возможность получить дипломы магистра в области туризма и гостеприимства на базе диплома бакалавра. Схема организации учебного процесса может быть представлена в виде равнобедренного треугольника, основанием которого служит образование бакалавра (BAC), а вершиной треугольника является диплом магистра (MASTER). Для получения диплома магистра студент может выбрать одну из двух форм обучения:

– непрерывное высшее профессиональное образование (от бакалавра до магистра);

– высшее классическое образование в области географии, экономики и управления и получения степени магистра.

Если после получения свидетельства «Бакалавра» молодые люди (обычно это возраст 16-17 лет) выбирают классическое направление образования в области туризма, то после обучения в течение первых 2-х лет (4 семестра, BAC+2) в университете г.Ниццы они получают право на получение диплома-лицензии (Licences 2йme annйe disciplinaires) в области географии, экономики и менеджмента. Третий год обучения по классической схеме (BAC+3) дает им право на диплом- лицензию более высокого третьего уровня (Licences 3 йme annйe disciplinaires) с ориентацией на туризм, четвертый год обучения дает право на диплом магистра 1 уровня (Master 1 Professionnel GATH) и пятый год обучения – магистра 2 уровня (Master 2 Professionnel GATH). Таким образом, классическая ветвь образовательного процесса в университете г. Ницца близка формированию высшего образования в сфере туризма в России на базе географических факультетов университетов. Отличительной особенностью классического университетского образования является хороший базовый уровень географических дисциплин, ориентированных на туристскую отрасль.

Если студенты, имеющие диплом бакалавра (BAC), выбирают форму обучения профессиональное образование в области туризма и гостеприимства, то университет г. Ниццы предлагает следующую схему формирование процесса обучения. В течение первых двух лет обучение студентов проводится на базе гостиничного лицея Поля Ожье г. Ниццы (Lycee Hotelier Paul Augier de Nice), который имеет право осуществлять подготовку к дипломам BTS «Туризм и гостеприимство» (Tourisme et Hфtellerie) и DUT «Деловой туризм» (Tourisme d'affaires).

Лицей гостиничного бизнеса в Марселе (Lycйe des mйtiers regional Hotelier de Marseille) также осуществляет двухгодичную подготовку высококвалифицированных специалистов в области туризма, гостеприимства и ресторанного бизнеса с правом выдачи следующих государственных дипломов BTS:

Продажа и производство турпродуктов (BTS Ventes et Productions Touristiques);

Менеджмент в гостеприимстве (BTS Responsible de l'Hebergement, a Referentiel Commun Europeen);

Гостиничный и ресторанный бизнес » (BTS "Hфtellirie –restauration") по двум специализациям:

«Менеджмент гостиничного дела (Mercatique et gestion hфtelliire);

«Кулинарное искусство, искусство и сервиз в ресторации» (Art culinaire, art de la table et du service).

Сравнение организации учебного процесса согласно французскому образовательному стандарту «Продажа и производство турпродуктов» (BTS Ventes et Productions Touristiques) и русскому стандарту по специализации 080500 “Менеджмент, бакалавриат: Гостиничный и туристский бизнес» позволяет утверждать, что программы подготовки специалистов в области туризма в России и Франции близки. Однако, большое количество учебных дисциплин в российском стандарте позволяют, с одной стороны, расширить кругозор студентов, но идут в ущерб практическим навыкам. Курсовые и практические работы, выполненные российскими студентами по 10 или 15 предметам, имеют более узкую профессиональную направленность и ограниченный набор методов и инструментария для исследования по сравнению с работами французских студентов, которые выполняются по четырем направлениям (учебным дисциплинам):

«География и история цивилизаций” (Gйographie et histore des civilizations»);

«Экономика и право применительно к туризму» (Economie et droit appliquйs au tourisme);

«Маркетинг и разработка турпродукта» «Mercatique et productions touristiques»;

«Профессиональная деятельность» «Actions professionnelles».

В таблице 1 представлена информация о распределении учебного времени согласно французскому образовательному стандарту BTS «Продажа и производство турпродуктов» (BTS Ventes et Productions Touristiques). Как можно видеть в табл.1 общее количество часов по учебной дисциплине «География и история цивилизаций» за два года обучения составляет 330 учебных часов. Учебная программа по «География и история цивилизаций» включает следующие разделы: 1) Основные понятия, определения, источники информации, составление карт, схем диаграмм и исторических справок; 2) Идентифицирование, анализ и оценка туристских пространств разных масштабных категорий; 3) Изучение и страноведческий анализ географии мирового туризма: современное состояние и перспективы.

Кроме того, надо учесть, что задания для практических работ по географии и истории цивилизаций французские преподаватели тщательно отбирают из опыта работы предприятий индустрии туризма Франции и других стран, а также публикаций в СМИ.

Для получения диплома более высокой квалификации, чем BTS – профессиональной лицензии в туризме 3 года обучения (Licence 3 йme annйe professionnelle en Tourisme) был разработаны специальнык курсы обучения(проекты). Университет София Антиполис г. Ниццы разработал специальный проект с целью:

– подготовки к национальному диплому гида-переводчика (совместно гостиничным лицеем Поля Ожье, курс продолжительностью 2 семестра (с октября по июнь, включая двухмесячную стажировку в туристских офисах);

– подготовки к профессиональной лицензии «Управление и технология организации туризма» (Licence Professionnelle: Management et Ingйnierie du Tourisme (LPMIT);

– подготовки к профессиональной лицензии «Оценка туристско-рекреационного потенциала территории» (Licence professionnelle” Ingйnierie de la Valorisation Touristique de Territoires” (IVATT);

– подготовки к профессиональной лицензии «Туризм—Территория-Гостеприимство» (Licence professionnelle Tourisme-Terrtoires-Hфtellerie).

В программу образовательного процесса перечисленных выше проектов третьего года обучения (BAC + 3) обязательно входит блок географических дисциплин, который направлен на обучение знаниям в области культурно-исторического и природно-климатического потенциала стран и территорий и страноведческому анализу туристского пространства.

Таблица 1.

Распределение учебного времени при подготовке к диплому BTS «Продажа и производство туристских продуктов» (BTS "Ventes et productions touristiques")

Учебные дисциплины	Количество часов /1 год обучения	Количество часов / 2 год обучения
1. Георафия и история цивилизаций (Gйographie et histore des civilizations)	180	150
2. Прикладная экономика и право (Economie et droit appliquйs au tourisme)	144	120
3. Маркетинг и производство турпродуктов (Mercatique et productions touristiques)	216	180
4.Формирование и продвижение турпродуктов (Commercialisation de produits touristiques)	216	180
5. Профессиональная деятельность (Actions professionnelles)	144	120
6. Французский язык (Fransais)	72	60
7.Разговорный язык (Английский) Langue vivante A(1) Anglais	108 108	90 90
Всего	1188	990

При формировании двухлетних магистерских программ (BAC+4/5) в области социально-гуманитарных наук (IAE) в университете г. Ниццы выбрано направление географические науки и профессиональные специализации по «Управлению туристскими дестинациями и отелями – Технология и менеджмент: Туризм-Отели-Отдых (Master 2 GATH). Первый год обучения по программам магистра –подготовительный и в качестве обязательных дисциплин включает учебные дисциплины, из разряда географических: «Страна и территория: современное состояние и перспективы развития» и «Концепции и методы пространственного анализа территории». Второй год обучения по программе магистратуры – год специализаций в одном из трех направлений: развитие и управление туристскими центрами и территориями, разработка туристского продукта и гостеприимство. Специалист с дипломом магистра второго уровня (Master 2 GATH) может претендовать на должность руководителя или советника перечисленных выше государственных и частных предприятий индустрии туризма и гостеприимства.

Выводы и рекомендации

На основании информации, обобщенной во время учебно-ознакомительной поездки стажировки в учебных заведениях Франции, для подготовки высококвалифицированных специалистов в области туризма в ходе реализации французско-российского проекта в области образования можно сделать следующие выводы и рекомендации:

– географические науки наряду с экономикой и правом, маркетингом, разработкой туристского продукта и профессиональной деятельностью являются основой образовательного процесса бакалавриата и магистратуры

– учебные дисциплины по туризму, относящиеся к географическим наукам, присутствуют на всех курсах обучения во французских учебных заведениях и, дополняя друг друга, формируют профессиональное образование в туризме;

В России в настоящее время ведется подготовка к разработке нового стандарта подготовки кадров в области туризма и гостеприимства. Хотелось бы надеяться, что новые русские стандарты будут соответствовать французским и европейским стандартам и, тогда наше сотрудничество в области подготовки кадров будет более плодотворным.

РОССИЙСКИЙ ЭКОТУРИЗМ В ПРЕДЛОЖЕНИИ ИНОСТРАННЫХ КОМПАНИЙ

Басанец Л.П., *«Центр экологических путешествий «Зеленая сеть», г. Москва, basanets@ecotravel.ru*

Обзор реального предложения экотуров интересен для сравнения эколого-туристского потенциала, которым располагает территория и степени его реализации. Результаты этого обзора могут быть использованы российским туроператорам для планирования стратегии своего развития, выбора перспективных туристских направлений и расширения ассортимента предлагаемых туров, а также формирования адекватной ценовой политики.

Обзор предложения экотуров по России, предлагаемых иностранными компаниями, заключался в поиске туров, которые можно было отнести к экологическим. Выделяют пять базовых и более десятка основных принципов экотуризма (см., например, [1]). К сожалению, оценка степени соответствия отдельных туров этим требованиям требует большой работы, в том числе на маршруте. В данном исследовании отнесение туристских программ к экологическим осуществлялось с некоторой долей условности, исходя исключительно из информации на сайте.

При этом рассматривались только иностранные компании, туроператоры (ТО) и турагенты (ТА). Выбор только этих продавцов туруслуг объясняется двумя соображениями. С одной стороны, обращение иностранцев напрямую к российским туристским компаниям или туристским отделам охраняемых территорий затруднено из-за отсутствия информации об экотуристском предложении на иностранном языке и сложности поиска предложений российских туроператоров в иноязычных сегментах Интернета. Низкий уровень владения иностранными языками сотрудников также снижает возможности российских экотуристских компаний по обслуживанию иностранных туристов без привлечения посредников.

С другой стороны, несмотря на быстрый рост продаж турпродуктов в Интернете, минуя посредников, участие последних весьма важно в случаях, когда клиенты отправляются в необычные путешествия, где риск непредвиденных ситуаций особенно высок, или необычные места, где культура и стандарты обслуживания сильно отличаются от принятых в развитых странах. Это, несомненно, относится к экотурам по России.

Маршрут тура целиком или частично должен был проходить по территории России. Если маршрут проходил по России только частично, то учитывался только его российский отрезок.

Поиск туров для включения в анализируемую базу данных осуществлялся следующими способами:

– на туристских порталах (Expedia, Lonely Planet и другие),

– на сайтах туристских журналов (Travel Magazine Weekly, The Travel Magazine и другие),

– по ключевым словам и фразам через поисковый сервер Google.com (более 15 вариантов слов и словосочетаний),

– также анализировались сайты партнеров Центра Экологических Путешествий.

Ограничение сферы поиска предложениями, представленными в Интернет, вполне обосновано. В настоящее время Интернет является не только источником краеведческой или другой информации для принятия решения о направлении турпоездки, но и полноценным каналом сбыта: «Во второй половине 1990-х годов Интернет, набрав критическую массу пользователей и значительно расширив территориальных охват, превратился из маркетингового рычага в инструмент продаж... Объем реализации туристских про-

дуктов через мегасайты «ТрэвелОсити» и «Майкрософт Экспедия» составил в 2001 году 250 млн. и 285 млн. долларов соответственно» [2].

Всего было зарегистрировано 58 туров 25 компаний, которые отвечали выше названным критериям. Главные офисы компаний расположены в Европе, США, Азии и Австралии.

География туров охватывает большинство районов природного туризма в нашей стране: Карелию, Кольский полуостров, дельту Волги, Алтай, Байкал, Приморье, Камчатку, Сахалин, а также Якутию, Чукотку и Арктику.

Часть туров комбинируют посещение России с какой-либо другой страной – Финляндией, Литвой, Монголией, Японией, США.

Длительность программ варьирует от одного до 26 дней.

Весьма широк спектр предлагаемого размещения: гостиницы (обычно в начале и конце тура), каюты кораблей, гостевые дома, коттеджи, палатки.

Компании, предлагающие экотуры по России, обычно специализируются на странах бывшего Советского Союза (Red Star Travel Agency, Sokol Tours и т.д.) или на приключенческих (Explore!, Zegrahm & Eco Expeditions и т.д.) турах. Несколько представленных компаний занимаются исключительно орнитологическими турами (Ornitravel) или заявляют о своей специализации на экотуризме (Heatherlea). Экомаршруты в Россию также предлагают компании, организующие железнодорожные туры и круизы.

Почти половина компаний, вошедших в обзор, имеют главный офис в Великобритании. Шесть компаний расположены в США, по две – в Австралии и Монголии, по одной – во Франции и Болгарии.

Больше всего туров, около трети, проходит по Камчатке. Это могут быть пешеходные, водные маршруты по полуострову или круизы вдоль побережья. Доминирующие цели туров: познавательная и спортивная. Наиболее популярными занятиями являются посещение Долины гейзеров, осмотр вулканов, наблюдение за медведями и другими дикими животными, купание в горячих источниках, знакомство с культурой и бытом коренного населения. Последнее может осуществить множеством способов: посетить музей, послушать концерт национальной музыки, провести день в стойбище оленеводов.

Практически все туры включают посещение одной или нескольких охраняемых территорий: заповедников «Кроноцкий», «Командорский» и «Корякский», природных парков «Быстринский» и «Налычево».

Примерно каждый пятый тур знакомит с Байкалом (в основном – Прибайкальем). Это пешие, велосипедные, водные маршруты. Обычно это туры со спортивными, приключенческими целями, а также с целью отдыха в окружении природы. Наиболее популярные объекты осмотра: музей деревянного зодчества в Тальцах и музей Байкала в Листвянке, Ушканьи острова, о. Ольхон. Также предлагается посещение сибирского рынка, этнографического музея в Улан-Удэ, музея Баргузинского заповедника, музея БАМ, наблюдение за шаманскими обрядами.

Туры предполагают посещение следующих охраняемых территорий: Баргузинского заповедника, Прибайкальского и Забайкальского национальных парков.

Помимо Камчатки, предлагаемые туры по Дальнему Востоку проходят по территории Амурской области, Приморского и Хабаровского краев, Сахалину, Курилам. В основном это познавательные круизы. В турах основными занятиями туристов являются наблюдение за животными и птицами, за ходом лосося, интерпретация следов, посещение фольклорных концертов, музеев (Лазовского заповедника, краеведческого в с. Троицкое), экскурсия к петроглифам около с. Сикачи-Алян), знакомство с вулканами Курил, а также традиционные для круизов лекции ученых во время плавания.

Маршруты включают посещение заповедников «Лазовский» и «Курильский».

Достаточно неожиданным оказалось немалое, по сравнению с другими регионами, предложение экотуров по горам Южной Сибири. В основном это туры приключенческой

направленности на Алтае (конные, водные, пешие маршруты), но так же предлагаются туры с этнографической тематикой и волонтерская программа. Из объектов показа можно отметить этнографический музей Горно-Алтайска, петроглифы и захоронения около с. Онгудай. Занятия также включают посещение старообрядческого поселения, минеральных источников в окрестностях Кызыла, концерт тувинского горлового пения. Волонтерские работы включают отслеживание численности диких животных по следам.

Посещение охраняемых территорий в программы туров по этому району не включено.

Предложение туров по северо-западному региону включает посещение Куршской косы, озер Ильмень и Ладожского, Соловков. Основное занятий в этих турах – знакомство с северной природой, наблюдение за животными. Определенный интерес представляет история Соловецкого архипелага, как отражение многовековой культуры местного населения и событий недавнего советского прошлого.

Хотя в описании туров не упоминается конкретных охраняемых территорий, видимо, некоторые маршруты предполагают посещение Нижне-Свирского заповедника и Олонецкого заказника.

Совершенно особо предложение туров в Арктике. Эти туры представляют собой многодневные (17 – 26 дней) круизы по северному морскому пути очень высокой стоимости. Доступная информация не позволяет судить о воздействии судов на окружающую природу, но в части информационного наполнения такие туры без сомнения относятся к экологическим. Во время плавания туристы имеют возможность прослушать целый курс лекций по истории открытий, арктической природе, коренных народах прибрежных районов. Тур предусматривает множество прогулок для наблюдения за животными и птицами на о. Врангеля, Новосибирских островах, Северной Земле и т.д.

В описании туров не упоминаются охраняемые территории, но, видимо, программы включают посещение заповедника «Остров Врангеля» и, возможно, других.

Тематически близко к круизам по Арктике стоят путешествия на судах по Лене. Правда, их предложение весьма ограничено. Такие туры в равной степени интересны природной и культурной составляющей. Природные объекты экскурсий: Ленские столбы, дельта Волги, растительность сибирской тайги. Культурные объекты: музей этнографии и археологии, музей мамонта, поселения оленеводов и религиозные обряды шаманов. Также тур включает лекции, мастер-классы вышивки и обработки древесины. Тур предусматривает посещение Усть-Ленского заповедника.

Неожиданно мало выявлено туров в дельту Волги, хотя были проанализированы около 15 европейских компаний, специализирующихся на орнитологических турах. Единственный найденный тур включает дневные и ночные экскурсии на территории Астраханского заповедника, а также дополнительную экскурсию в калмыцкую степь.

Обзор не выявил экотуров по таким традиционным для России районам природного туризма, как Кавказ, Поволжье и Урал.

Интересно сравнить результаты обзора и реальные потоки туристов. К сожалению, данные о количестве экотуристов или природных туристов по регионам отсутствуют. В нашем распоряжении были только данные о посещаемости охраняемых территорий за 2005 год. Хотя даже эти данные не совсем надежны, все же можно отметить достаточно высокую посещаемость упомянутых выше заповедников, особенно учитывая то, что около трети всех российских заповедников вообще не принимало туристов в 2005 году (см. характеристику развития экотуризма на охраняемых территориях в [3]). Согласуется с результатами обзора и отсутствие иностранных туристов в Алтайском и Кавказском заповедниках, небольшое их количество в Астраханском заповеднике (7 чел.) С другой стороны, высокая посещаемость заповедников «Столбы» и «Кивач» (более тысячи иностранцев в каждом) не нашла отражения в обзоре.

Что касается национальных парков, то среди них лидером по количеству иностранных туристов оказалась «Куршская коса», представленная в обзоре только одним туром. Возможно, это связано с тем, что обзор проводился, в первую очередь, по англоязычными источникам, а среди посетителей парка преобладают жители Литвы, Латвии и Германии. Тем не менее, как результаты обзора, так и данные о посещаемости указывают на востребованность туров по северо-западу у иностранных туристов. Высокая посещаемость байкальских национальных парков также согласуется с результатами обзора.

Предлагаемые туры можно объединить в несколько групп по степени соответствия требованиям экотуризма. Так, примерно пятая часть туров была включена в обзор лишь за счет их информационного содержания. Такие программы включают осмотр природных достопримечательностей, а также посещение охраняемых территорий, но нацелены, в первую очередь, на развлечение туристов.

Следующая группа, самая многочисленная, отвечает ряду принципов экотуризма. Помимо наблюдения за природой, это обучающая составляющая тура (лекции о природе, профессионально организованное наблюдение за животными) и внимание к местной культуре (фольклорные концерты, дегустация кухни, мастер-классы ремесел).

Третья группа, в которую может быть отнесен каждый пятый тур, помимо вышеуказанных, соответствует еще ряду требований. Это туры компаний, которые имеют обоснованную экологическую политику. Она заключается в стремлении к минимизации использования ресурсов в офисе, выборе небольших местных компаний-партнеров и найме местных гидов, спонсировании природоохранных проектов. Недавним нововведением стало обязательное отчисление платежей, компенсирующих негативное влияние авиапутешествий (т.н. carbon offset), со всех авиабилетов.

Проведенный анализ демонстрирует, что предложение экотуров по России для иностранных потребителей достаточно скромно. Большинство маршрутов сосредоточено в нескольких российских регионах, а многие территории, представляющие интерес для иностранных экотуристов, неизвестны на международном рынке. Таким образом, очевидно, что потенциал экологического туризма реализуется далеко не полностью.

Одним из шагов на пути вовлечения новых маршрутов и объектов в ассортимент туров иностранных компаний является размещение в Интернете информации об этих территориях на иностранных языках (в первую очередь, английском и немецком), а также публикация статей в популярных туристских журналах. Эту задачу могли бы взять на себя региональные туристские администрации.

Литература

1. Дроздов А. В. Основы экологического туризма: Учебное пособие. – М.: Гардарики, 2005. – 271 с.

2. География туризма: учебник / кол. авторов; под ред. А. Ю. Александровой. – М.: КНОРУС, 2008. – 592 с.

3. Буйволов Ю. А., Басанец Л. П. Экологический туризм в национальных парках и заповедниках России: тенденции развития и проблемы управления. // Экологическое планирование и управление. – М., 2007. № 4.

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ РЫНКА ВЪЕЗДНОГО ТУРИЗМА В ВЕЛИКОБРИТАНИИ

Аигина Е.В., *Географический факультет МГУ имени М.В.Ломоносова, eaigina@ yandex.ru*

В условиях непрекращающегося роста современного туристского рынка и появления все новых туристских дестинаций особый интерес, на наш взгляд, представляет изуче-

ние туристских рынков стран Центра мирового туристского пространства. Эти страны, традиционно являющиеся лидерами по развитию международного туризма, поставлены сейчас перед необходимостью бороться за сохранение своих позиций в жесткой конкуренции с новыми, быстро растущими странами Полупериферии. Для этого требуется четкое понимание происходящих в отрасли изменений, анализ новых тенденций потребления, осмысление возможных результатов инновационной деятельности. Количественные изменения уступают место все более сложным качественным изменениям в сфере туризма, которые при правильном использовании смогут обеспечить сохранение высокой конкурентоспособности этих стран на мировом туристском рынке и в будущем.

В Великобритании этим вопросам уделяется особое внимание, в первую очередь, со стороны VisitBritain, а также со стороны других организаций, заинтересованных в развитии туризма. Туристские ресурсы этой страны используются для целей внутреннего и въездного туризма давно и весьма активно, поэтому для дальнейшего развития туристского рынка требуются дополнительные усилия, учитывающие как новейшие технологические и организационные изменения в отрасли, так и значительные трансформации в системе туристского спроса на рынке туризма.

Возникновение новых тенденций потребления на рынке въездного туризма определяется:

– демографическими изменениями в современном обществе. Сюда относят продолжающееся старение населения, изменение состава путешествующих семей и групп, увеличение числа одиноких людей и др. У каждой из групп формируются свои специфические требования к содержанию и условиям организации туристских поездок;

– общим ускорением жизненного темпа, проявляющемся в дальнейшем сокращении и дроблении времени отдыха, что отражается на сроках и содержании туристских поездок;

Эти тенденции отмечаются уже на протяжении последних 30-40 лет, но трансформации, которые они вызывают, продолжают очень активно влиять на современный туристский рынок.

– коренными изменениями интересов и требований, предъявляемых туристами к содержанию отдыха. Туристский интерес становится все более специализированным и персонализированным, нацеленным на саморазвитие и самоусовершенствование личности, а не просто на отдых, и предлагаемый турпродукт должен полностью его удовлетворять. Особое значение имеют аутентичность предлагаемых турпродуктов, эмоциональная удовлетворенность, правильное сочетание традиционного и нового;

– продолжающейся глобализацией и возросшей миграционной подвижностью населения, которая выражается в изменениях целей, направлений и содержания поездок, т.е. всей структуры туристского потока;

– дальнейшими изменениями информационных возможностей туристов. Наряду с предоставляемыми информационными технологиями широчайшими возможностями самостоятельного формирования турпоездок меняется приоритетность источников туристской информации. Анализ показывает, что в современных условиях чрезвычайно широкого выбора туристского продукта особое значение приобретают личный опыт, рекомендации друзей, консультации профессионалов и т.п.;

– ростом обеспокоенности экологическими последствиями туризма. Для таких ограниченных в своих ресурсах стран, как Великобритания, этот фактор оказывает весьма существенное воздействие как на технологию организации туризма, так и на сознание людей, все более серьезно рассматривающих экологическую составляющую туризма [2].

Все эти изменения ведут к еще более сильной диверсификации и регионализации туристской деятельности, к дальнейшему усилению конкурентной борьбы за потребителя между туристскими дестинациями разных типов. В сложившихся условиях учитываются любые возможности воздействия на каждый из факторов развития туристской дестинации.

В Великобритании понимание специфики данной ситуации наступило достаточно быстро. После сокращения почти на 10% числа туристских прибытий в страну в 2001 г. национальной туристской администрации пришлось приложить значительные усилия по возвращению к тенденции поступательного роста путем модернизации отрасли, поиску новых путей ее развития [1]. С 2001 по 2006 г. число туристских прибытий в страну выросло почти на 10 млн. чел (на 30%), однако ситуацию нельзя считать стабильной. По предварительным итогам 2007 г. число туристских прибытий в Великобританию составило 32,56 млн., а поступления от туризма – 15,96 млрд.ф.ст., т.е. произошло очень незначительное, но все-таки сокращение показателей по сравнению с результатами 2006 г. [7].

Анализ факторов развития туризма в стране показывает, что формируются как позитивные, так и негативные тенденции, что сокращает возможности их воздействия на туриндустрию страны. Так, если говорить о транспортной доступности Великобритании, можно в первую очередь отметить высокий уровень ее развития, обеспечивающий авиационное сообщение с 365 городами 114 стран (75% туристских прибытий), работу морских паромов (15% прибытий), а также уникальный Евротоннель под Ла-Маншем (10% прибытий, 2006 г.) [2].

Вместе с тем особенности географического положения сохраняют очень сильную зависимость страны от авиационного сообщения. Аэропорты страны обеспечивают перевозку огромного числа пассажиров и входят в число крупнейших в Европе (табл.1).

Таблица 1

Крупнейшие аэропорты Великобритании (2005)

Название аэропорта	Число перевезенных пассажиров (млн. чел)	Место среди аэропортов Европы
Лондон, Хитроу	68	1
Лондон, Гатвик	33	6
Манчестер	23	11
Лондон, Станстед	22	12

Источник: [4].

Чрезвычайная загруженность воздушного пространства в районе Лондона и складывающаяся в результате этого неблагоприятная экологическая обстановка требуют ограничения числа полетов и дополнительных налоговых сборов, что сказывается на стоимости авиабилетов. Поскольку отказаться от иностранных туристов, прибывающих в страну в основном этим видом транспорта, невозможно, предлагается максимально перенаправить авиарейсы в региональные аэропорты других частей страны. В первую очередь, такая работа ведется с низкостоимостными перевозчиками (LCC), которые направляют свои рейсы в Эдинбург, Манчестер, Кардифф и другие города, а также в лондонские аэропорты Станстед и Лутон.

Если рассматривать другие характеристики рынка въездного туризма Великобритании, то стоит отметить также:

– сохранение показателя расходов на 1 прибытие примерно на одном уровне (около 490 ф.ст.);

– постепенное сокращение среднего времени пребывания туристов в стране (1998 г. – 9,0, 2007 г. – 7,7 дней);

– прибытие различных по уровню доходов и по интересам групп туристов;

– стремление к экономичному отдыху на фоне общего высокого уровня цен в стране;

– концентрацию основных туристских потоков в Лондоне.

В табл.2 представлена структура въездного туристского потока в Великобританию. Закономерно, что основной поток туристов, посещающих страну, направлен из США и стран ЕС, на них же приходится основная доля поступлений от въездного туризма.

Таблица 2

Основные туристские потоки в страну (2007)

Туристские прибытия			Поступления от туризма		
Страны	**тыс. прибытий**	**Доля, %**	**Страны**	**млн. ф.ст.**	**Доля, %**
США	3 587	11,0	США	2 554	16,0
Германия	3 385	10,4	Германия	1 217	7,6
Франция	3 323	10,2	Ирландия	969	6,1
Ирландия	2 975	9,1	Франция	865	5,4
Испания	2 158	6,6	Испания	848	5,3
Нидерланды	1 811	5,6	Австралия	683	4.3
Италия	1 591	4,9	Италия	675	4,2
Польша	1 249	3,8	Канада	540	3,4
Бельгия	980	3,0	Нидерланды	535	3,4
Австралия	957	2,9	Польша	378	2,4

Источник: [7].

Более интересен анализ наиболее быстро растущих и сокращающихся туристских потоков в Великобританию. К наиболее быстро растущим относят туристские потоки из стран Восточной Европы (Польши, Венгрии, Чехии), а также из Китая и (в перспективе) Индии, которые характеризуются невысокими поступлениями в расчете на 1 туриста, но большими потенциальными возможностями рынка.

Одновременно с этим в последнее время наблюдается довольно сильное сокращение числа туристов из Японии, Саудовской Аравии, Израиля, которые традиционно более состоятельны. Именно с перераспределением туристских потоков между менее доходными и высокодоходными странами часто связывают снижение темпов роста поступлений от туризма в экономику страны. Успех британского рынка въездного туризма во многом зависит от способности привлечь туристов из ключевого растущего региона – Азии.

Эти потоки существенно различаются не только по финансовым параметрам, но и по целям и содержанию поездок, поэтому необходим дифференцированный маркетинговый подход к каждому рынку для сохранения и укрепления его позиций. Существенным ограничением для роста туристских потоков из Китая, Индии, а также России является и визовый режим, особенно в связи с увеличением стоимости британской визы и введением процедуры сдачи биометрической информации.

Британский рынок въездного туризма всегда значительно отличался от рынков других стран по целям туристских поездок (табл.3).

Таблица 3

Структура туристских поездок в Великобританию по целям (2007)

Цели поездок	**Доля в числе прибытий, %**	**Доля в количестве ночевок, %**	**Доля в поступлениях от туризма, %**
Отдых	33	28	33
Деловые цели	27	14	29
Посещение друзей и родственников	30	39	23
Обучение	2	10	7
Прочие	9	8	8

Источник: [7].

Деловой туризм, а также поездки в Великобританию с образовательными целями имеют особое значение для страны. В общем числе деловых поездок в 2005 г. 3,7% составили посещения выставок и ярмарок, 12,2% – конференций и встреч, а 84,1% – поездки неза-

висимых бизнес-туристов, которые могут внести свой вклад дальнейшее развитие британского туризма, вернувшись в страну позже с другими целями и в другом составе [2].

В последние годы все больше туристов приезжают страну для встречи со своими друзьями и родственниками. Посещение друзей и родственников (VFR) в Великобритании особенно характерно для туристов из Новой Зеландии, Австралии, ЮАР и Канады. 90% VFR-туристов живут у друзей и родственников, а не в гостиницах. Их вклад в поступления от туризма пока не очень велик, но нельзя недооценивать значение этого туристского потока для будущего развития отрасли.

Аналогична и ситуация с образовательным туризмом. Хотя общее число поездок с образовательными целями посчитать довольно трудно, стоит отметить, что ежегодно в университеты Великобритании поступает свыше 45 тыс. иностранных студентов, которые в будущем могут стать значительной частью рынка VFR-поездок.

Региональная структура туристских прибытий в Великобританию продолжает оставаться крайне неравномерной:

– Лондон – 49%
– остальная Англия – 38%
– Шотландия – 9%
– Уэльс – 2%
– Северная Ирландия – 1% [7].

Столица страны, на которую приходится до 16 млн. международных туристских прибытий, получает огромные доходы и продолжает активно развивать туристскую индустрию. Для большинства иностранных туристов Лондон является главной и часто единственной возможностью сформировать мнение о стране в целом. Между тем, в условиях нарастающей глобализации Лондон все меньше соответствует представлениям о традиционной Британии, хотя приобретает и иные черты, открывающие новые ресурсы для развития туризма (например, карнавал в Ноттинг-Хилле или рестораны индийской кухни).

В этом случае важнейшими задачами развития рынка въездного туризма становятся регионализация туристского продукта и увеличение фрагментации туристских дестинаций. На это в первую очередь направлена работа региональных туристских администраций, их рекламные кампании и выставочная деятельность. Усиливается и конкуренция между региональными турпродуктами путем противопоставления «местного, уникального» «массовому, растиражированному».

VisitBritain выделяет «Top 10» – десятку наиболее интересных туристских дестинаций, которые охватывают практически все части страны и дают наиболее полное представление о ее богатстве и разнообразии. Первым в этом списке выделен Ливерпуль, объявленный в 2008 году культурной столицей Европы благодаря своему уникальному культурному богатству и активно продвигающий на основе этого свой туристский продукт. После следующего вторым Лондона отмечены Бат (как центр Всемирного наследия ЮНЕСКО), а также природные достопримечательности Шотландского нагорья и Корнуолла.

Следующие пять мест занимают соответственно Кардифф, Стратфорд-на-Эйвоне, Манчестер, Кембридж и Бирмингем, отражающие самые разные стороны британской жизни: от Шекспира до футбола, от древней валлийской культуры до современных торговых центров [8]. Такое разнообразие положительно влияет на въездной туризм, предоставляя широкий выбор туристских дестинаций на любой вкус.

Однако составить конкуренцию Лондону как крупнейшему туристскому центру страны в ближайшем будущем вряд ли получится, т.к. в нем уже полным ходом идет подготовка к Олимпийским играм 2012 г. Это событие, безусловно, предоставит Лондону уникальные возможности по дальнейшему развитию туризма и продвижению его туристского бренда на новых рынках.

При подготовке к Олимпиаде 2012 г. в сфере туризма Великобритании ставятся следующие задачи:

– более быстрого, чем раньше, развития въездного туризма в стране;

– распределение экономического эффекта от проведения Олимпиады по всей территории страны;

– ускоренного развития как международного, так и внутреннего туризма;

– создание туристской индустрии действительно мирового уровня;

– обеспечение продолжительного эффекта устойчивого развития отрасли и после 2012 г. [7].

Опыт Лондона по подготовке к Олимпийским играм 2012 г. с учетом новых возможностей развития туризма имеет огромное значение и для нашей страны.

Для достижения поставленных в сфере туризма задач VisitBritain и другие заинтересованные в развитии национального туристского рынка организации проводят серьезные исследования по выявлению сильных и слабых сторон британского турпродукта. Опросы показывают, что традиционно к «сильным» сторонам, привлекающим наибольший туристский интерес, относят историю и культурное наследие Великобритании, ее живописные ландшафты и сады, а также традиции, события и особенности британского образа жизни.

Самыми «слабыми» сторонами обычно считают британскую кухню, высокую стоимость жизни и ставшую «притчей во языцех» британскую погоду. Однако уже давно ясно, что необходимо разрушение сложившихся стереотипов восприятия и создание нового туристского образа страны.

Так, например, предлагаются «Путеводители для гурманов» по Лондону, в которых акцент делается на то, что именно здесь работают самые известные шеф-повары в мире, а также есть возможность попробовать качественные блюда практически любой из стран мира. Однако не нужно забывать, что и особенности британской кухни (например, пудинги или традиционное чаепитие) продолжают представлять значительный интерес для туристов, особенно если они дополняют другие туристские ресурсы страны.

Безусловно, Великобритания никогда не будет дешевой туристской дестинацией, но в соотношении «цена-качество» в данном случае важнее второе. Однако современные информационные технологии дают туристам возможности сэкономить благодаря самостоятельному формированию маршрута, бронированию, заказу билетов и т.п. и получить достаточно недорогой тур с высоким уровнем обслуживания.

Разговоры о капризах британской погоды давно стали одной из традиций этой страны, которой следуют и иностранные туристы. Но в Лондоне выпадает меньше осадков, чем, например, в Нью-Йорке или Рио-де-Жанейро. Для туризма гораздо важнее другая составляющая климата – его мягкость, которая позволяет сохранять знаменитые британские газоны, выращивать пальмы и другие теплолюбивые растения в открытом грунте и чувствовать себя комфортно практически в любое время года.

Учет существующих особенностей и новых тенденций развития туристского рынка, использование конкурентных преимуществ британского туризма, а также целенаправленная политика поддержки развития отрасли со стороны государственных, общественных и частных организаций способствуют сохранению лидирующих позиций Великобритании в сфере въездного туризма и значительному вкладу туризма в экономику страны. Накопленный в данной сфере опыт и результаты научных исследований в области туризма представляют большой интерес для ученых и специалистов по туризму разных стран мира.

Литература

1. География туризма: учебник / под ред. А.Ю.Александровой – М., КНОРУС. 2008.

2. Britain Inbound: Market and Trade Profile, 2007, 2008 –VisitBritain, [Электронный ресурс]. Режим доступа:
3. http://www.visitbritain.com
4. Cultural Tourism: How You Can Benefit – A VisitBritain Advisory Guide, 2005 [Электронный ресурс]. Режим доступа:
5. http://www.visitbritain.com
6. European Tourism Insights 2005 – European Travel Commition, 2006 [Электронный ресурс]. Режим доступа:
7. http://www.etc-corporate.org
8. www.etag-euro.org – сайт Европейской рабочей группы по путешествиям и туризму (ETAG).
9. www.etc-corporate.org – сайт Европейской комиссии по путешествиям (ETC).
10.www.tourismtrade.org.uk – сайт Национального совета по туризму Великобритании.
11.www.visitbritain.com – официальный туристский путеводитель по Великобритании.

О ВОЗМОЖНОСТИ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО ТУРИЗМА НА ОСОБО ОХРАНЯЕМЫХ ПРИРОДНЫХ ТЕРРИТОРИЯХ

Поспелова Е.Б., *кафедра рекреационной географии и туризма, географический ф-т МГУ им. М.В.Ломоносова, г. Москва, parnassia@mail.ru*

Возрастающая урбанизация территорий, неблагоприятные условия, создавшиеся в среде мегаполисов в последние десятилетия, усилили тягу среди прочих видов туризма к туризму экологическому. Основные принципы, лежащие в его основе – бережное отношение к дикой природе, сведение к минимуму воздействия на окружающую среду, экономическая выгода для местного населения и помощь в природоохранных мероприятиях, то есть это такой вид туризма, который является важным компонентом устойчивого развития природных территорий. К экологическому туризму тесно примыкает направление научно-познавательного туризма, это как бы его разновидность, но с более углубленным познанием природных явлений и процессов. Этот вид туризма очень популярен за рубежом. В Америке его называют «learning travel», что означает обучающий, или познавательный туризм. Многие туристы хотят не просто видеть природу, но и оказывать ей посильную помощь. Это и движение волонтеров, интенсивно развивающееся в последние годы в России, и многочисленные примеры из зарубежного опыта. Так, в канадской провинции Квебек это одна из основных отраслей туризма. Туристы даже из Европы приезжают сюда, чтобы внести свой вклад в решение экологических проблем. Они участвуют в проведении ихтиологических исследований, помогают ветеринарам ухаживать за животными в зоопарках, наблюдают за разными видами животных в естественных условиях, что вносит существенный вклад в изучение поведенческих закономерностей. В Квебеке планируется расширить сферы научного туризма и включить в познавательные маршруты активное участие в таких видах деятельности, как спелеология и археология, сельское хозяйство, криминология, литература или медицина. Фонд «Боспор» (Крым, Украина) предлагает желающим принять участие в археологических экспедициях, в Восточном Казахстане началась организация орнитологических и ботанических туров. Наиболее известные мировые турфирмы, организующие научно-познавательные туры – «Green Tours», «Dr. Koch Reisen», «Birdlife International», «Bird watching», «Bird finders».

Проблемы, возникающие при организации экологического туризма, связаны с необходимостью совмещения двух во многом противоположных моментов: наличия нетронутых или почти нетронутых антропогенным воздействием ландшафтов и в то же время наличия хотя бы относительно развитой туристской инфраструктуры, транспортных

коммуникаций и подбора специальных кадров, способных обеспечить при проведении туров все те принципы, которые вытекают из данного выше определения.

Довольно логично предположить, что наиболее подходящим объектом экологического туризма являются особо охраняемые природные территории (ООПТ), поскольку именно они являются теми участками относительно нетронутой природы, на которых можно ознакомиться с растительностью и животным миром, флорой и фауной конкретной природной зоны. Однако далеко не все ООПТ России по определению могут стать объектом туризма, в т.ч. и экологического. Согласно общепринятому определению, ООПТ – это «участки земли, водной поверхности и воздушного пространства над ними, где располагаются природные комплексы и объекты, которые имеют особое природоохранное, научное, культурное, эстетическое, рекреационное и оздоровительное значение, которые изъяты решениями органов государственной власти полностью или частично из хозяйственного использования и для которых установлен режим особой охраны. ООПТ относятся к объектам общенационального достояния» [1]. Различают следующие категории ООПТ, различающиеся особенностями режима и статуса находящихся на них природоохранных учреждений: заповедники, национальные парки, природные парки, памятники природы, природные заказники, памятники природы, дендропарки и ботанические сады, лечебно-оздоровительные местности.

Наиболее дискуссионным в последние годы стал вопрос о возможности развития туризма на территориях заповедников, наиболее традиционного для России типа ООПТ. На настоящее время в нашей стране существует более 13 тыс. ООПТ – 255 федерального значения (в т.ч. 101 заповедник и 38 национальных парков) и свыше 15 тыс. – регионального (30 природных парков, свыше 3 тыс. заказников, свыше 9 тыс. памятников природы и др.). Кроме того имеется более 1500 региональных ООПТ с неясным статусом – это охраняемые природно-антропогенные ландшафты и природно-ресурсные резерваты. При таком огромном количестве ООПТ, пусть даже и небольших размеров, подразумевается, что основной пресс экологического туризма должен ложиться почему-то именно на заповедники. Исходя из самого определения государственного природного заповедника (далее ГПЗ), как «природоохранного, научно-исследовательского и эколого-просветительского учреждения, имеющего целью сохранения и изучения естественного хода природных процессов и явлений, генетического фонда растительного и животного мира, отдельных видов и сообществ растений и животных, типичных и уникальных экологических систем», эти ООПТ не приспособлены к массовому туризму, поскольку он неизбежно должен вызвать деградацию природной среды, и она уже ни в коем случае не останется «в первозданном состоянии». Заповедники – традиционная для России (в отличие от большинства зарубежных стран) и наиболее жесткая форма охраны природы. Из 101 ГПЗ России 31 имеет международный статус биосферного резервата, 8 находятся под юрисдикцией Всемирной конвенции о сохранении культурного и природного наследия, 11 – под юрисдикцией Конвенции о водно-болотных угодьях, имеющих международное значение главным образом в качестве местообитания водоплавающих птиц (Рамсарской конвенции), 4 имеют дипломы Совета Европы, 3 входят в состав международных трансграничных особо охраняемых природных территорий. Территория подавляющего большинства ГПЗ обустроена в соответствии с общепринятой системой зонирования, согласно которой в нем имеется полностью заповедное ядро, в котором запрещается любая хозяйственная деятельность, и охранная зона, располагающаяся по периферии территории ГПЗ, где запрещается хозяйственная и иная деятельность, отрицательно влияющая на природные объекты и комплексы заповедника, но допускается ограниченное использование природных ресурсов (в частности, для туризма и рекреации). Только там, за пределами «заповедного ядра», и может развиваться ограниченный туризм под управлением и контролем со стороны самого заповедника. Опыт зарубежных национальных

парков (Япония, Канада и др.) показывает, что в их заповедных зонах также не предусматриваются даже пешеходные дорожки и тропы для посетителей парка [2].

Развитие экологического туризма относительно перспективно только в биосферных заповедниках, поскольку от остальных ГПЗ они отличаются наличием на прилегающих территориях биосферных полигонов, где ведется ограниченное природопользование (преимущественно традиционное для региона), в частности, виды рекреационной деятельности. Однако в последнее время и другие ГПЗ стали допускать ограниченный туризм, преимущественно в охранной зоне. Ряд заповедников, особенно биосферных, довольно широко практикует экологический и научный туризм на своей территории, особенно если в его ведении находятся прилежащие к нему памятники природы и национальные парки. Это Катунский биосферный заповедник на Алтае, предлагающий разнообразные пешие, конные, водные, лечебно-оздоровительные (пантовые ванны), научно-познавательные и снегоходные туры; Кроноцкий, с его всемирно известным маршрутом по Долине Гейзеров и посещением кальдеры Узон; Сохондинский с его маршрутом на голец Сохондо, Ильменский минералогический, заповедники Алтае-Саянского узла, Кавказский и др. В 1999 году туристические группы посетили 64 заповедника (67%), в том числе иностранные тургруппы – 47 заповедников (49%). Общее число посетителей заповедников составило свыше 140 тысяч, в том числе иностранных – свыше 5 тысяч (кроме того, свыше 300 тыс. человек посетило рекреационный участок знаменитого заповедника «Столбы» в Красноярском крае). Наибольшее число посетителей было зарегистрировано в заповедниках Тебердинском (34619), «Кивач» (32600), Кавказском (31857), Приокско-Террасном (10450). Больше всего иностранных туристов посетили заповедники «Кивач» (1309), Командорский (580), Курильский (385), Кроноцкий (344) – [3]. Но и последствия этого не замедлили проявиться. Открытие многих заповедников для туризма уже привело к нанесению экологического ущерба многим заповедным территориям, видам и особям диких животных и растений. Вместе с тем средства, полученные от туристов, как правило, шли не на нужды заповедников, а большей частью оседали в карманах частных лиц и коммерческих структур [4]. Так, в первые же годы туристической эксплуатации знаменитой Долины гейзеров в Кроноцком биосферном заповеднике ее хрупким экосистемам был нанесен непоправимый вред. На заповедных территориях Кавказского заповедника создаются горнолыжные курорты, прокладываются автомобильные магистрали. Отсутствие экологического воспитания у подавляющего большинства населения приводит к недопустимому поведению туристских групп на территориях ООПТ. Даже в такой образцовой системе, как система национальных парков США, уже отмечено изменение естественного хода природных процессов, случаи браконьерства, недопустимые на территории любой ООПТ [5], в еще большей степени наблюдается это и в наших заповедниках и парках. К сожалению, многие туристы до сих пор считают, что они должны, согласно старому советскому лозунгу, только «брать милости» от природы. А ведь общение с природой должно поддерживать нравственные устои, развивать понимание неразрывной связи человека с природой, которая начала утрачиваться у жителей больших городов, прививать ответственность за ее сохранение, а не только использование.

Хотелось бы подчеркнуть, что в данном случае во главу угла должна ставиться не доходность, как это делается по отношению к другим видам туризма, а результативность проведенных познавательных маршрутов, направленных на экологическое воспитание населения. В связи с этим мне кажется совершенно недопустимым проведение охотничьих туров, даже лицензионной охоты близ границ ООПТ, что имеется, к примеру в национальных парках Тункинском, Прибайкальском, Зюраткуль; заповедниках (!) Джергинском, Усть-Ленском, Нургуш (http://zapoved.ru). О каком экологическом воспитании может идти речь, если сами сотрудники заповедников будут приветствовать на своей территории, даже в охранной зоне, «человека с ружьём»? Неужели непонятно, что распугивание

животных в охранной зоне может привести к стрессовой ситуации и на самой территории, ведь участки обитания, к примеру, крупных копытных не подчиняются строго границам ООПТ, и животное, постоянно обитающее на его территории, но вышедшее за его пределы на кормежку или водопой, вполне может стать жертвой такой лицензионной охоты. Для любителей охоты на всей территории России имеется достаточно охотхозяйств и специальных охотничьих заказников, но ООПТ – это исключительно эколого-просветительские учреждения, обязанные воспитывать бережное отношение к природе и, с моей точки зрения, разрешение охоты (и даже рыбалки сетями) со стороны администрации ООПТ – это профанация самой идеи природоохранной организации, вызванная, в первую очередь, погоней за дополнительными средствами в силу недостаточного бюджетного финансирования, осуществляющегося по остаточному принципу. Это и неправильное понимание администрацией заповедников нормативного документа «Об утверждении основных направлений развития системы государственных природных заповедников и национальных парков в Российской Федерации на период до 2015 г.» [6], в котором четко определено, что «...развитие познавательного туризма, обязательное для каждого национального парка, вовсе не является обязательным для всех заповедников и должно осуществляться с учетом их размеров, традиций, ландшафтной, природоохранной и иной специфики».

Тем не менее, то ли благодаря этому неправильному пониманию, то ли исходя из возможного улучшения финансирования туристическими компаниями, в настоящее время уже многие заповедники приступили к организации познавательного туризма, хотя далеко не у всех есть для этого возможности. Так, из 101 заповедника лишь 5 имеют возможность гостиничного размещения туристов, у 16 нет вообще никакой базы для размещения, остальные предлагают ночевки на кордонах, в лесных избушках, хижинах, юртах, палаточных лагерях и т.д. Остается надеяться лишь на то, что только истинные любители природы согласны на такие условия проживания, что несомненно нанесет территории меньше вреда. Некоторые, как уже упоминалось, привлекают туристов охотничьими и рыболовными турами, и лишь небольшое число ООПТ совершенно отказалось от проведения туризма на своих территориях, мотивируя это крайней ранимостью и неустойчивостью природных экосистем, или вывело все туры и маршруты за территории как заповедника, так и его охранной зоны. Кроме того, многие ООПТ, расположенные в наиболее интересных с познавательной точки зрения местах, трудно достижимы – это заповедники Витимский, Вишерский, Джугджурский, Командорский, Таймырский, Юганский.

Другое дело национальные парки (НП). Эти ООПТ, казалось бы и предназначены для использования их охранной зоны, которая должна быть достаточно обширной, в качестве рекреационной территории. В отличие от России, за рубежом это основная форма ООПТ, в которой успешно развивается экологический и научно-познавательный туризм, принося при этом немалые выгоды государству. Так, в США имеется 54 НП, а всего 380 ООПТ, которые в 2000 г. посетило 300 млн. туристов из США и всего мира. Для сравнения: в 2006 г. НП России посетило менее 2 млн. туристов, в т.ч. всего 227750 – в составе организованных туристических групп, хотя за последние годы количество посетителей всех ООПТ России увеличилось вдвое (с 885 тыс. человек в 2004 г. до 1,6 млн. в 2006 г.). Из них иностранных туристов всего 13000, и то, в основном, за счет приграничных парков «Куршская коса» и «Паанаярви». Доход от экологического туризма возрос, соответственно, с 30 млн. руб. до 359 млн. Но по сравнению с другими странами, тем не менее, это мизерная цифра, кроме того, лишь небольшая часть этой суммы оседает в самих парках и идет на их непосредственные нужды.

Распределение НП по территории России очень неравномерно. Если в европейской части России имеется 25 парков, а на Урале их 5, то на всей огромной территории Сибири до 2006 г. их всего 6, только в 2007 г. организованы 2 парка на территории Дальнего Востока, которые пока еще могут принимать весьма ограниченное число посетителей.

Практически все НП России принимают туристов, но, к сожалению, не во всех имеются оборудованные экологические тропы и квалифицированные гиды-проводники, поэтому чаще отведенная для посещения территория превращается в место для баз отдыха или даже спортивных баз, что противоречит самой идеологии ООПТ. Лишь немногие национальные парки («Кенозерский», «Паанаярви», «Забайкальский», «Шушенский бор»), развивают познавательный туризм просветительского направления. Очень многие НП, особенно на территории Европейской России, разрабатывают комбинированные маршруты с осмотром как природных, так и историко-культурных достопримечательностей, особенно в Европейской части; почти полную историко-этнографическую направленность имеют сибирские НП «Алханай», «Тункинский» (места паломничества к буддийским святыням), на территории многих парков имеются лечебно-оздоровительные зоны. Количество и протяженность маршрутов, предлагающихся туристам также неодинаково. Всего на территории НП России на настоящее время имеется 362 маршрута – пеших, водных, лыжных, конных, автомобильных, комбинированных, но не все они имеют познавательный характер, хотя во многих парках и организованы специализированные ботанические, орнитологические, зоологические маршруты и туры. Туристская инфраструктура НП развита также неоднозначно. Так, если парки «Кенозерский» и «Угра» имеют для целей размещения туристов, соответственно, 9 и 5 гостиниц, то многие другие НП не имеют их вовсе, ориентируясь на такие места базирования, как лесные приюты, палаточные лагеря, кордоны, гостевые дома и т.д.

Тем не менее, совершенно очевидно, что основная нагрузка по пропаганде и реализации экологического и научно-познавательного туризма должна лежать на национальных и природных парках. Но не следует забывать, что и в самих национальных парках ведется большая научная работа в заповедной зоне. И именно для помощи в научной работе здесь допустим прием волонтеров, хорошо зарекомендовавших себя по предыдущим посещениям, возможно, следует даже ввести своеобразные сертификаты, которые будут выдаваться участникам научно-познавательных групп в зависимости от их конкретной деятельности.

Природные парки находятся в подчинении региональных органов и находится в зависимости от их заинтересованности, и, кроме этого, мало чем отличаются от НП. Многие региональные природные парки, расположенные в тех же регионах, что и заповедники, имеют хорошо развитую инфраструктуру, предназначенную для спортивного, экологического и научно-познавательного туризма, но в них практически не ведется научная деятельность. Таковы, к примеру, природный парк «Ергаки» в Западных Саянах (6 турбаз), направленный в первую очередь на развитие экологического и горного туризма, «Белуха» и «Ая-Катунь» с популярными горными и водными маршрутами на Алтае (37 маршрутов – водных, пеших и горных и конных), «Река Чусовая» на Урале, «Оленьи ручьи» в Свердловской области, «Волго-Ахтубинская пойма», который предлагает разнообразные маршруты эксклюзивного экологического туризма, и ряд других. Эти парки гораздо лучше многих близлежащих заповедников осуществляют программы экологического туризма, поскольку природоохранные обязанности лежат на них в меньшей степени.

Очень интересным представляется опыт совместного осуществления эколого-познавательных туров разными соседствующими ООПТ. Таков, например, 16-дневный экологический тур «Енисей – птицы Центральной Сибири» силами 3-х заповедников: и «Путоранский», предусматривающий путешествие по Енисею от Красноярска до Дудинки, с осмотром и экскурсиями территорий заповедников «Столбы» и «Центрально-сибирский», перелет в Норильск и перелет на плато Путорана, эколого-познавательный тур «Енисейский меридиан» продолжительностью 30 дней с осмотром всех природных зон от лесотундры до южных степей Тувы, в котором участвуют заповедники «Путоранский», «Центрально-Сибирский», «Столбы», «Хакасский», «Саяно-Шушенский», «Убсунурс-

кая котловина» и национальный парк «Шушенский Бор»; «Через заповедные Саяны – в центр Азии» через Саяно-Шушенский заповедник. Во многом разработке таких маршрутов способствовало объединение ООПТ Южной Сибири в «Ассоциацию заповедников и национальных парков Алтае-Саянского экорегиона», в которую вошли 10 заповедников, 2 национальных и 1 природный парк, благодаря чему и стали возможной их совместная эколого-туристическая деятельность. В сентябре 2007 г. ассоциацией был проведен семинар «Экотуризм на охраняемых природных территориях: на пути к выходу на мировой рынок». Организовывал семинар ЭкоЦентр «Заповедники» совместно с Фондом развития экотуризма «Дерсу Узала», Ассоциацией экотуризма, британской компанией Fieldfare International Ecological Development и национальным парком «Шушенский Бор». Были намечены пути дальнейшей работы по формированию и продвижению экотуризма на своих ООПТ и сопредельных областях, а молодые и инициативные сотрудники Дирекции ООПТ Красноярского края разработали на семинаре основу стратегии развития экотуризма в природном парке «Ергаки».

Одними из основных факторов, сдерживающих развитие экологического туризма, являются по-прежнему недостаточность материальной базы и нехватка специально подготовленных кадров. Последнее упирается в крайне низкое финансирование природоохранных учреждений, в частности низкую оплату труда сотрудников парков, которая может возрасти на данном этапе только за счет отчислений от прибыли, полученной парком от развития туризма. Но полностью покрыть средства, необходимые для развития туристической инфраструктуры – постройку гостиниц, баз отдыха, благоустроенных кордонов для ночевок, прокладку и обустройство троп, а также на усиление охраны заповедного ядра, крайне необходимое при интенсификации туризма на территории любой ООПТ, эти отчисления не могут. На первом этапе необходимо целевое финансирование на развитие туризма как государственных, так и коммерческих организаций, причем преимущественно направленное в национальные и природные парки. Необходим также строгий контроль за туристской нагрузкой, особенно для заповедников, которые могут переоценивать свои возможности приема посетителей, стремясь заработать средства на покрытие нужд охраны и научных исследований (запрет любой охоты, ограничение рыбалки и т.д.). Заповедникам, на мой взгляд, вообще лучше отказаться от массового туризма, ограничиваясь приемом небольших групп научного направления, при условии разработки экологических маршрутов на сопредельных территориях, даже за пределами охранной зоны. Не следует забывать об их основной, природоохранной и научной деятельности. Но при этом также необходимо поднять планку их финансирования, чтобы они не чувствовали себя «нелюбимыми детьми» и не ввязывались в рискованные для природных экосистем проектов, связанных с массовым туризмом.

Но в первую очередь необходимо расширять сеть национальных парков, особенно в Сибири и на Дальнем Востоке, учитывая усиление туристического потока в эти регионы. Возможно, регионам следует задуматься о том, чтобы создавать новые национальные парки на базе существующих (к сожалению часто только на бумаге) природных парков и лечебно-оздоровительных местностей.

Кадровая проблема может быть решена за счет создания сети специальных курсов переквалификации, а на будущее – введением в программы учебных заведений, выпускающих специалистов по туризму, а также специалистов в области охраны природы, особого курса, посвященного ведению экологического просвещения среди населения. Но это мало поможет, если заработная плата работников этого профиля останется на прежнем уровне. Конечно, энтузиасты заповедного дела найдутся, но их мало, а гидов-инструкторов в национальных и природных парках требуется уже сейчас очень много.

Для привлечения потока туристов в национальные парки России требуется широкая рекламная пропаганда отдыха в этих местах. Необходимо так же широко рекламировать

в СМИ привлекательность отдыха и туризма в национальных парках нашей страны, как рекламируется сейчас отдых в Турции, Греции и других зарубежных странах. По сути дела, реклама экологического туризма сейчас имеется только в Интернете. Многие ООПТ вывешивают на своих Интернет-страницах информацию о возсожности туризма, у других нет даже возможности открыть свою страничку. Недавно вышел в свет трехтомный путеводитель по национальным паркам [7,8,9], хорошо иллюстрированное издание, в котором приводятся, в частности, все сведения об эколого-просветительной работе всех национальных парков, описание экологических маршрутов и туров, условия проживания и т.д.

Министерство природных ресурсов в настоящее время предлагает создать госкомпанию по организации экологического туризма и развитию туристической инфраструктуры на особо охраняемых природных территориях которая займется организацией туризма в заповедниках. По словам министра, залогом успеха экологического туризма является сохранение и развитие уникальных природных объектов. «В стране нужно создать цивилизованную и прозрачную систему организации посещения национальных парков и заповедников, гарантирующую при этом неукоснительное соблюдение природоохранного законодательства», – отметил Ю.Трутнев. По его словам, ее принципы понятны: государство распределяет права на организацию экологического туризма в ООПТ, создает условия конкурентной среды для инвесторов, т.е. понятные правила игры, прописывает все обязательства и запреты (www.mnr.gov.ru). Будет ли на практике реализованы эти положения, или, как бывало, все останется на бумаге, покажет время.

Литература

1. Об особо охраняемых природных территориях. Федеральный закон от 14 марта 1995 г. // Сборник руководящих документов по заповедному делу. М., Изд-во Центра охраны дикой природы, 2000.С. 14-33.

2. Реймерс Н.Ф., Штильмарк Ф.Р. Особо охраняемые природные территории. М. «Мысль», 1978.

3. Кекушев В.П, Сергеев В.П., Степаницкий В.Б. Основы менеджмента экологического туризма. М., изд.во МНЭПУ, 2001. -60 с.

4. Резолюция Второй Международной междисциплинарной конференции по дикой природе “Трибуна-12”,посвященной памяти Ф.Р. Штильмарка. Материалы. второй межд. конф. Киев, 2006.

5. Бриних В.А. Реальные угрозы ООПТ федерального значения в связи с планируемым развитием горнолыжной инфраструктуры курорта «Красная Поляна»/В сб. материалов конференции, посвященной 110-летию Сочинского дендрария. Сочи. 2002. С. 35-37.

6. Об утверждении основных направлений развития системы государственных природных заповедников и национальных парков Российской федерации на период до 2015 г. Приказ МПР России от 22 апреля 2003 г. // www.businesseco.ru

7. Национальные парки России. Северо-запад и центр. М. , «Вокруг света», 2007. 240 с.

8. Национальные парки России. Поволжье и Северный Кавказ. М., «Вокруг света», 2007. 216 с.

9. Национальные парки России. Урал и Сибирь. М., «Вокруг света», 2007. 204 с.

ПАЛОМНИЧЕСКИЙ ТУРИЗМ КАК ОСНОВА ФОРМИРОВАНИЯ ЦЕННОСТНОГО МЫШЛЕНИЯ РУССКОГО ЧЕЛОВЕКА

Орлова Т.С., *проф,. д.ф.н. ГОУ ВПО УрГЭУ, г. Екатеринбург, fsit@usue.ru*
Шарова Е.Н., Яковлева С.Ф., *ГОУ ВПО УрГЭУ, г. Екатеринбург*

Туристический бизнес по праву превращается сегодня в доминирующий сектор национального хозяйства многих стран. Одной из современных тенденций развития российского туризма является перенесение основной зоны туристского освоения в центральные

регионы России, к которым относится и Уральский рекреационный район. Характеристика рекреационно-туристского потенциала Уральского региона предполагает выделение особенностей регионального воспроизводственного процесса с точки зрения оценки как общеэкономических параметров, так и специфики собственно рекреационно-туристских ресурсов Уральского региона, и в частности, Свердловской области.

Среди общеэкономических особенностей современного развития Уральского региона наиболее отчетливо просматриваются такие региональные признаки позитивного воздействия: как геополитическая роль Урала по сравнению с бывшим СССР, его центральное положения в сместившемся в целом к востоку экономическом и географическом пространстве России; связующая роль транспорта; вывоз продукции превышает ввоз; сформировавшийся высокий уровень развития инфраструктуры; исторически сложившийся высокий интеллектуальный, научно-технический и культурный потенциал.

Уральский регион обладает относительно благоприятными туристскими ресурсами:

Во-первых, это уникальные природные достопримечательности: пещеры, горы, утесы и скалы. Биоклиматические условия позволяют активно заниматься оздоровительным и спортивным туризмом, как в летний, так и в зимний периоды.

Во-вторых, гидроминеральные ресурсы Урала отличаются наибольшим разнообразием среди регионов Центральной России. На ряде озер созданы здравницы, дома и базы отдыха, где в оздоровительных и лечебных целях широко используются минеральные воды и лечебные грязи.

В-третьих, своеобразен культурно-исторический потенциал региона. Огромное количество памятников археологии, истории, архитектуры отражают многовековое прошлое нашего края, связанное с горнозаводским производством, определяющим историческое развитие Урала вплоть до наших дней.

В-четвертых, Урал славился своими промыслами и ремеслами: каслинское и кусинское чугунное литье, златоустовская булатная сталь и гравюра на стали, изделия из камня.

В-пятых, в Уральском регионе есть территории, которые могут быть отнесены к экологически чистым природным зонам (Ильменский государственный заповедник, историко-ландшафтный музей-заповедник «Аркаим», национальные природные парки «Таганай» и «Зюраткуль», Троицкий государственный ботанический заказник и др.), что создает возможность развития экологического туризма.

В-шестых, большое количество пригодных для горнолыжных трасс склонов, продолжительность зимнего периода, высота снежного покрова и величина зимних температур, соответствующих показателям европейских горнолыжных курортов среднегорья, позволяют активно развивать горнолыжный туризм.

Таким образом, выгодное географическое положение, относительно политическая стабильность, разнообразие исторического наследия, высокий интеллектуальный и культурный потенциал, развитая инфраструктура определяют долгосрочные перспективы развития въездного туризма Уральского региона. Принимая во внимание всю сложность и большой набор компонентов, требуемых для оценки ресурсного потенциала Уральского региона, мы считаем целесообразным остановиться на Свердловской области, которая имеет значительные ресурсные возможности для активного продвижения на туристский рынок с целью привлечения российских и иностранных туристов, а так же обладает большим потенциалом для развития многих видов туризма, и в частности, паломнического туризма.

Паломничество – путешествие с целью посещения святых мест. Паломничество всегда было ярким проявлением христианской религиозности, хотя по большому счету, религиозный туризм свойственен всем вероисповеданиям.

Как известно, паломничество появилось на Руси практически сразу же после принятия Христианства (1062 год). А к началу Х1У века паломнические путешествия приоб-

ретают массовый характер. Многие церковные служители (среди них Сергий Радонежский) призывают совершать паломничество в пределах Руси и, не безуспешно, наступают времена массового паломничества по русским святым местам. Уже в ХУ1 – ХУП вв. Русь была признана центром православного мира. Сегодня эта традиция возрождается. Уральский регион, и в частности, Свердловская область обладает значительным потенциалом для развития международного туризма и паломничества. Концепция развития религиозного туризма предполагает рассматривать Свердловскую область как один из духовных православных центров мирового значения, открытый для паломничества и туризма путешествующим любых стран.

К всемирноизвестным ресурсам паломнического туризма Свердловской области относят Ганину яму – первоначальное захоронение тел расстрелянных Императора Николая II и его семьи.

Объектом паломнического туризма является город Верхотурье – историко-духовный центр Урала, который представляет собой музей-заповедник с уникальными памятниками русского православия и народного зодчества. Старейший из городов Свердловской области был основан в 1598г., в 1970 г. включен в состав исторических городов России.

К объектам туристского показа относятся историко-религиозные ансамбли города:

– здания на территории Верхотурского Кремля: Свято-Троицкий собор (1703 г.), который решением Гаагской конференции ЮНЕСКО отнесен к памятникам архитектуры мирового значения, дом воеводы, приказная изба, гостиные склады, ограда и ворота.

– монастыри: Свято-Николаевский мужской монастырь (1604 г.), в котором находятся мощи святого Симеона Верхотурского, Православный музей при нем с богатой коллекцией экспонатов: женский монастырь Покрова Пресвятой Богородицы (1621 г.);

– соборы монастырей: Преображенский, Покровский и Крестовоздвиженский (второй по величине в России).

На сегодняшний день в Екатеринбурге находятся более 50 храмов и часовень.

Паломнический туризм – это не только созерцание архитектуры храмов, их монументальности, это, прежде всего, духовное совершенствование и духовное просвещение. Участие в православных богослужениях, проникновение в глубину их символики требуют более сознательного, активного и живого участия в них. Люди тянутся именно за духовной пищей. Пребывание в храме заставляет человека задуматься о смысле жизни, о своем предназначении на земле, об отношении к людям. Наступает внутреннее обновление человека, он стремиться очиститься от всего бездуховного, порочного, человек испытывает духовный подъем. Именно в такие минуты для человека открываются многие истины добра и зла, сила просвещения и слова. Познание становится средством человеческого преобразования и совершенствования, открывает путь к мудрости, укрепляет духовно-познавательный потенциал человека, помогает сформировать основу ценностей. Ценность как дефиниция философии используется для обозначения двух основных аспектов бытия человека: его отношения к миру и того воздействия, которое процессы и объекты мира оказывают на жизнедеятельность человека. Определяя посредством ценностного анализа свойства тех или иных явлений, человек вырабатывает и свое собственное мировосприятие, мироотношение, мировоззрение.

Авторы исходят из того, что ценность есть благо. Соответственно, ценностное сознание также есть благо, которое позволяет человеку осуществлять собственную самоидентификацию и самореализацию. Однако, очевидно, что разные ценностные основания могут образовывать разную ценностную иерархию. Экзогенная сторона этой ценностной иерархии определяет отношения между личностью и обществом, эндогенная – отношение человека к самому себе. Всякий разлад между этими двумя направлениями развития человеческой социальности ведет к дисгармонии, нарушает органическую целостность человека. Как известно, человек строит себя сам, в том смысле, что сам формирует в себе

иерархию ценностных оснований. Современное социально-экономическое развитие смещает ориентации на ценности духовного, нравственного, интеллектуального характера. Стремление людей посещать храмы есть ни что иное, как выстраданное понимание и признание духовной доминанты в структуре ценностей.

Огромное значение имеет и то обстоятельство, что духовно-нравственный миропорядок в своих основах, принципах, ценностях и приоритетах укоренен в самом укладе жизни русского народа и его традициях.

Духовно-нравственные основы, обеспечивающие самоорганизацию нашей жизни, выражаются в следующих базовых принципах:

– приоритет духовно-нравственных целей и ценностей над чисто материальными, экономическими как прикладными и утилитарными;

– правда нравственности, неразрывно связанной с трудовым мировоззрением человека;

– соборность, социальная солидарность, товарищеская взаимопомощь, артельность, общинность, коллективизм, социальная справедливость и равенство;

– свободное служение долгу;

– целостность и иерархизм хозяйственной жизни;

– патриотизм, державность, приверженность к родному, родовому.

Отсюда становится понятным стремление восстанавливать когда-то варварски разрушенные храмы, принимать посильное участие в строительстве новых (через пожертвования).

Каждый храм располагает той или иной значимой святыней (чудотворной иконой, мощами святого). Люди стремяться поклониться святому месту, приложиться к мощам. Издревле на Руси известны места чудесных исцелений людей, например, Саровский монастырь. Именно в такие места тянутся паломники для получения благодати, духовного и физического совета, надеясь и веря в исцеление. Вера и помогает человеку в суете и хаосе будней не терять нравственные и мировоззренческие ориентиры.

Люди, отправляясь в паломнические путешествия, невольно переноситься из мира жестокой реальности в мир добра и красоты религиозных обителей. Недаром для храма выбиралось самое красивое место в окружающем ландшафте. Большинство храмов строилось на возвышенной местности, что определяло гармонию человека с природой.

На человека оказывает эмоциональное влияние все: и архитектура, и живопись, и иконопись, и церковное песнопение, и люди, произносящие молитвы. Именно в стенах храма люди испытывают чувство сплоченности, соборности, сотоварищества, свойственное русскому менталитету. Поэтому исторически монастыри на Руси были центром притяжения паломников и верующих. XXI век – время массовых паломничеств по святым местам России, открываются новые возможности формирования духовно – нравственных ценностей и культурно – исторических традиций.

НЕКОТОРЫЕ ОСОБЕННОСТИ ПАЛОМНИЧЕСТВА И РЕЛИГИОЗНО-ЭКСКУРСИОННОГО ТУРИЗМА В РФ И ЗА РУБЕЖОМ

Христов Т.Т., *к.г.н., доцент Московская академия туристского и гостинично-ресторанного бизнеса (институт) при Правительстве Москвы, todor2009@list.ru*
Жданова А.М., *студентка 4-го курса кафедры Рекреационной географии и туризма Географического ф-та МГУ им. М.В. Ломоносова, zhammix@rambler.ru*

В последние годы в России наблюдается бум въездного и внутреннего туризма. Происходит диверсификация предпочтений людей, возникают новые виды и направления туризма. Возрастает число паломнических поездок и экскурсионных туров религиозной тематики.

Не первый год говорится о том, что паломничество и туризм – совершенно разные явления. Распространено мнение (Московский Патриархат) о том, что паломничество – это не туризм. Утверждается, что паломником движут совсем другие мотивы в отличие от туриста, который едет на отдых или экскурсию. Предпринимались попытки на законодательном уровне вывести паломническую деятельность из состава туризма, для того чтобы освободить паломнические службы от необходимости платить налоги как с коммерческой деятельности. Епископ Егорьевский Марк сказал: «Можно приехать в монастырь или храм на поклонения святыням, а можно – и на экскурсию. ... паломничество и туризм – совершенно разные понятия: паломничество – это проявление религиозной жизни, а туризм – это проявления жизни культурной» [13].

Ряд российских специалистов (преподаватели РМАТ) предлагают не смешивать понятия «религиозный туризм», «паломничество», «познавательный туризм». Утверждается, что религиозный туризм ближе к паломничеству, что он предназначен для людей, которые еще не воцерковлены и не дозрели до настоящего паломничества, но познавательного туризма для них уже мало.

М.Б.Биржаков отмечает, что паломничество является наиболее ранним видом организованного туризма в нашей цивилизации. Все виды паломничества по своим общим признакам он относит к туризму, поскольку все они содержат единообразно определяемые признаки туризма и туристского продукта: планирование, перевозка, размещение, питание, торговля, сопровождение, охрана [3]. В.С.Сенин отмечает, что паломничество – одна из трех форм религиозного туризма (наряду с экскурсионными и специализированными турами религиозной тематики) [6].

В Федеральном законе «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» говорится, что туризм – временные выезды (путешествия) граждан Российской Федерации, иностранных граждан и лиц без гражданства с постоянного места жительства в лечебно-оздоровительных, рекреационных, познавательных, физкультурно-спортивных, профессионально-деловых, религиозных и иных целях без занятия деятельностью, связанной с получением дохода от источников в стране (месте) временного пребывания.

Мы часто воспринимаем туризм просто как отдых на пляже и поездку на экскурсию. На самом деле туризм – понятие гораздо более многогранное. Туризм – это не обязательно отдых. Скажем, поездка с лечебными целями за пределы обычной среды обитания может вообще носить вынужденный характер. Или возьмем деловые поездки. Человек не выбирает ни место поездки, ни продолжительность, ни сроки. Его посылают в командировку, на симпозиум, выставку или бизнес-семинар и оплачивают его поездку. Такие поездки, наряду с паломническими будут соответствовать определению туризма, данному ЮНВТО и сформулированному в Федеральном законе «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации».

Кстати, пока на законодательном уровне не решен вопрос о правовом статусе паломничества. По словам митрополита Смоленского и Калининградского Кирилла: «Существенные ограничения на развитие паломнической инфраструктуры налагает непроработанный в достаточной мере правовой статус паломничества. Российским законодательством паломничество упомянуто только в федеральном законе «О свободе совести и религиозных объединениях» в статьях, где перечислены виды религиозной деятельности. Закон относит паломничество именно к религиозной, а не к коммерческой деятельности. К сожалению, данное упоминание носит декларативный характер, понятие паломничества в законе не раскрыто. Вследствие этого российским чиновниками и коммерсантами паломническая деятельность рассматривается как туризм. Тем самым организация паломничества трактуется как туристская деятельность, а не описывается как отдельный род деятельности, связанный с религиозной жизнью человека. Богомолец приравнивается к туристу, а епархиальные паломнические службы рассматриваются как туристические

фирмы, причем весьма низкого уровня. От паломнических служб требуют ... получать государственные разрешительные документы. Нередко получается так, что небольшая паломническая служба при монастыре или приходе практически не получает прибыли, потому что обеспечивает бесплатное проживание и питание богомольцев, тем не менее она облагается налогами на общих условиях» [13].

На конец 2007 г. в Едином федеральном реестре туроператоров фигурировало семь паломнических организаций, среди них Паломнический центр Московского патриархата. Паломническим организациям в соответствии с законом приходится получать банковские гарантии, либо заключать договор страхования.

Число церковных паломнических организаций превысило 367.

Православие в России. Как бы там ни было, паломнические и религиозно-экскурсионные поездки по святым местам православия в РФ и за рубежом набирают обороты. В 2004 г. внутреннее паломничество в России осуществило около 2 млн. чел. За границу выехало 200 тыс. паломников, в т.ч. за пределы СНГ – 50 тыс. По оценкам специалистов в Россию приехало 15-20 тыс. паломников из других стран [7]. В настоящее время по экспертным оценкам число паломников, выехавших на богомолье в дальнее зарубежье превысило 250 тыс. чел., а в РФ прибыло не менее 100 тыс. паломников. Этому способствовало в том числе и воссоединение Московского Патриархата с Русской Зарубежной Церковью, состоявшееся в мае 2007 г. [5].

Важными центрами привлечения паломников и экскурсантов остаются православные монастыри и храмы России. Число действующих монастырей РПЦ возросло в 1991-2007 гг. с 11 до 732. По всей России открываются новые и возрождаются старые храмы, только в одной Москве их 851 [7]. Во многих из них находятся чудотворные иконы, мощи святых, другие православные реликвии.

У Русской православной церкви есть четыре лавры: Троице-Сергиева, Александро-Невская (Россия), Киево-Печерская, Почаевская (Украина).

В России имеются восемь мест упокоения святых угодников, являющихся наиболее известными и наиболее посещаемыми. Это:

1. Серафимо-Дивеевский монастырь (прп. Серафим Саровский), Нижегородская обл.
2. Свято-Троицкий Александро-Свирский монастырь (св. игумен Александр) Лодейнопольского района Ленинградской обл.
3. Задонский Богородицкий монастырь (свт. Тихон Задонский), Задонск, Липецкая обл.
4. Часовня Блаженной Ксении (св. Ксения Петербургская), Смоленское кладбище С.-Петербурга.
5. Троице-Сергиева лавра (прп. Сергий Радонежский), Сергиев Посад, Московская обл.
6. Оптина пустынь (прп. Амвросий Оптинский), Козельск, Калужская обл.
7. Покровский кафедральный собор (свт. Митрофан), Воронеж.
8. Иоанновский монастырь (св. Иоанн Кронштадский), С.-Петербург [4].

Ведущими и наиболее посещаемыми среди религиозных туристов в России являются Центрально-Европейский, Северо-Европейский, Волжский туристский регионы.

В Центрально-Европейский туристский регион входят Москва, Московская, Тверская, Смоленская, Калужская, Тульская, Владимирская, Рязанская, Ивановская области.

В Центрально-Еропейском туристском регионе находятся города “Золотого Кольца”. Это уникальные древние русские города, в которых можно найти следы почти любой эпохи из истории становления современной России. В городах множество церквей, храмов и монастырей различных времен. Основные направления туров, наиболее посещаемые города Золотого кольца России – это: Кострома, Суздаль, Владимир, Углич, Переславль Залесский, Ярославль, Ростов Великий, Сергиев Посад.

Паломнические службы в данном регионе предлагают такие однодневные и двухдневные маршруты, как Владимир-Суздаль (Успенский собор, Дмитровский собор, Золотые

ворота, Княгинин монастырь), Оптина пустынь-Шамордино, Муром-Дивеево, а также однодневные маршруты: Монастыри Подмосковья, Новый Иерусалим, Переславль-Залесский с источником и множество других. Москва – крупный поставщик паломников и экскурсантов, для региона характерна достаточно развитая транспортная сеть для перевозки путешественников.

В состав региона входят 9 епархий. В регионе находится 94 монастыря.

К Северо-Европейскому туристскому региону относятся Санкт-Петербург, Ленинградская, Новгородская, Псковская, Калининградская, Мурманская, Вологодская, Архангельская области, респ. Коми и Карелия.

В регионе сохранилось множество православных святынь. Широко известны Спасо-Преображенский монастырь (XIV в.) на острове Валаам в Ладожском озере, Преображенский монастырь (XV в.) на Соловецких островах, Крестный монастырь (XVII в.) на острове Кий в Белом море, Ферапонтов (XVI в.) и Кирилло-Белозерский монастыри (XV в.) на Вологодчине. Огромный интерес представляют древние города Псков и Новгород, где сохранились образцы старинного русского зодчества: соборы, монастыри, кремли, отдельные здания. Достопримечательности этих городов внесены в Список ЮНЕСКО. Самые распространенные паломнические центры – Новгород Великий (Свято-Юрьев и Варлаама Хутынского монастыри) и Старая Русса; а также, Псков (Троицкий собор, Кремль, храмы Рождества и Покрова Богородицы), Печеры (Псково-Печерский монастырь).

С точки зрения экскурсионно-познавательного туризма религиозной тематики (религиозно-экскурсионного) наибольший интерес представляют такие города, как Санкт-Петербург, Петрозаводск, Архангельск.

Туристский потенциал данной территории с точки зрения паломничества и религиозно-экскурсионного туризма колоссальный, он все больше и больше осваивается и привлекает паломников. Причем, не только из России, из-за границы люди тоже едут знакомиться с православными святынями именно в этот край. При монастырях и близлежащих городах строятся гостиницы среднего класса для туристов и паломников. Для выделенного региона характерна четко выраженная сезонность с преобладанием в летний период. В его состав входят 5 крупных епархий. Всего здесь 63 монастыря.

В Волжский туристский регион входят Костромская, Ярославская, Нижегородская, Кировская, Саратовская, Ульяновская, Самарская, Волгоградская, Астраханская, Пензенская области, респ. Марий-Эл, Мордовия, Чувашия, Татарстан, Калмыкия.

Паломничество и религиозно-экскурсионный туризм в этом регионе представлены достаточно разнообразно. Он является центром религиозного туризма как для путешественников из Центрально-Европейского туристского региона, так и для паломников со всей страны, а также для иностранцев. Здесь паломников привлекают непродолжительные двух-трехдневные поездки. Основные маршруты их движения: Валдай-Иверский монастырь-Вышний Волочек, Кострома-Нерехта, Серафимо-Дивеевский монастырь, Ярославль-Ростов-Тутаев-Толгский монастырь. Эти маршруты у разных фирм имеют различную продолжительность, но объекты показа практически одни и те же. Волжский туристский регион является одним из наиболее привлекательных: здесь представлены не только удивительные православные святыни, но история развития и эволюции культурного наследия страны. Часто, паломники и азиатской части РФ приезжают сюда на месяц и совмещают посещение святынь Севера, Центрального и Волжского района.

В состав региона входят 14 епархий. Он имеет 92 монастыря.

Христианство в других странах. Важнейшими паломническими центрами христиан являются Иерусалим (храм Гроба Господня) и Вифлеем (храм Рождества Христова). В Иордании находится место крещения Иисуса Христа, которое король Абдалла II передал России в бессрочное, безвозмездное пользование, убежище праведника Лота, бежавшего из Содома перед его гибелью.

Много объектов привлечения паломников и экскурсионного показа находятся в Европе. В Греции это монастыри Афона (куда пускают только мужчин) и Метеоры, о-ва Патмос и Эвбея. Рим (Италия) посещает более 8 млн паломников в год. В центре города стоит собор Святого Петра. Он находится на территории государства Ватикан на месте погребения св. ап. Петра. В церковь Святая Святых ведет Святая лестница, по которой верующие поднимаются только на коленях с молитвой на устах. По лестнице Иисус Христос поднимался в дом Пилата. А в Мамертинской темнице содержались апп. Петр и Павел перед своей кончиной. Знаменитые паломнические и экскурсионные центры Франции – Лурд (более 4 млн чел. ежегодно) и Париж, Португалии – Фатима, Испании – Сантьяго-де-Компостела, Германии – Кевелар, Австрии – Айнзидельн, Великобритании – Кентербери, Гластонбери и Линдисфарн и т.д.

Ислам. В России с 1991 г. число мечетей возросло с 870 до более, чем 7 тыс., они являются и могут быть интересными объектами экскурсионного показа. Каждому мусульманину необходимо хотя бы раз в жизни совершить Великое паломничество (Хадж) в Мекку и желательно посетить Медину. В Саудовской Аравии создано Министерство по делам Хаджа. Ежегодно около 2,5 млн мусульман со всего мира отправляются в Великое паломничество, длящееся 10 дней. Из СССР первая крупная группа в составе 1,5 тыс. чел. выехала на Хадж в 1990 г. Из России паломников отправилось в 2005 г. 9,5 тыс., в 2006 г. 13 тыс., в 2007-2008 гг. 26 тыс., из них – 17 тыс. из Дагестана, среди которых 9760 чел. – наземным транспортом на 720 автоединицах, в т.ч. и на грузовых машинах [12], остальные – авиатранспортом. Наземным транспортом паломники отправлялись через Иран, Турцию и т.д.

Мусульмане-шииты наряду с Меккой и Мединой посещают в Ираке гробницу халифа Али (Эн-Наджаф), гробницу имама Хусейна и его сводного брата Аббаса (Кербела), усыпальницу 12-го имама Аль-Махди (Самарра), мечеть в Хилле, в которой по преданию имам Махди, который исчез в 878 г. вновь явится перед верующими и восстановит царство справедливости. Вход в мечеть затянут черным шелковым покрывалом, прикасаясь к которому верующие произносят молитвы, прося Аллаха ускорить возвращение на Землю Мессии.

В Иране по разным данным от 12 до 15 млн паломников ежегодно посещают усыпальницу имама Ар-Ризы в Мешхеде. Другими важными религиозными центрами страны являются Кум и Исфахан.

Буддизм. Традиция паломничества в этой религии восходит ко временам самого Будды Шакьямуни. Согласно канону Трипитака (махапаринирвана-сутра), Истинносущий[1] завещал своим ученикам посещать места, где Он родился (Лумбини, юг Непала), обрел духовной пробуждение, просветление (Бодхгая), прочитал первую проповедь (Сарнатх около Варанаси) и ушел в иной мир (Кушинагара, север Индии, штаты Бихар и Уттар-Прадеш). Эти пункты, а также Раджгир (Раджагриха), Вайшали, Шравасти и Санкасья (Санкисса)(север Индии) известны как восемь великих мест [9]. Император государства Магадха Ашока в III в. до н.э. отправился по этим местам, возводя ступы[2] и колонны с надписями. Ашока назвал паломничество сюда «Дхармаятра», что можно перевести как «паломничество Закона» или «паломничество Добродетели». В V-VIII вв. в паломничество сюда отправлялись монахи из Китая. Пожалуй, самый известный из них – Сюань Цзан, путешествовавший 16 лет и привезший из Индии священные сутры буддизма. В городе Сиань в Китае воздвигнут памятник этому великому паломнику. В XIII-XIX вв. традиция паломничества в эти места прерывается в результате мусульманских завоеваний и фактически полного исчезновения буддизма в Индии. Эти традиции были возрождены лишь в прошлом столетии. В Лумбини, Бодхгае и т.д. построили свои монастыри, храмы, пагоды, ступы буддисты многих стран мира.

[1] *Истинносущий, Благодатный, Бхагаван, Победитель Мары* – «говорящие» имена Будды.

[2] *Ступа* – один из основных типов буддийской культовой архитектуры

Правительство Индии планирует развивать туризм по святым местам буддизма, делая ставку на быстро растущий рынок стран Восточной и Юго-Восточной Азии, а это потенциальные поставщики туристов, многие из которых – буддисты по вероисповеданию.

Также в этой стране в городе Дхарамсала (север Индии) находится резиденция Его Святейшества Далай-Ламы XIV и тибетского правительства в изгнании. Монахами, бежавшими из захваченного Китаем Тибета, воссозданы многие монастыри в Индии и других странах. Вообще, проблемы тибетцев с сочувствием воспринимают многие в США и Европе [11].

Паломники и экскурсанты посещают многие выдающиеся объекты буддизма и в других странах. В Тибете это священные город Лхаса (с храмом Джокханг и дворцом Потала), а также в остальном Китае – пещерно-храмовый комплекс Лунмэньшику (Ворота Дракона) (провинция Хэнань). Здесь 1300 пещер, 2345 пещерных храмов, 3600 каллиграфических гравюр, более 50 пагод и свыше 97 тыс. статуй Будд Майтрея, Вайрочана, Шакьямуни и Его учеников, Бодхисаттв и т.д.

По результатам интернет-голосования 8 млн китайцев в онлайновом режиме (2007-2008 гг.) 10 наиболее посещаемыми паломниками памятниками буддийской культуры Китая стали горы Цзюхуашань (пров. Аньхой), Утайшань (пров. Шаньси), Путошань (пров. Чжэцзян), Эмэйшань (пров. Сычуань), дворцы Потала (Тибет) и Юнхэгун (Пекин), Будда в Лэшане, монастыри Таэрсы (пров. Цинхай), Шаолинь и Саньцзуский в горах Тяньчжушань (пров. Аньхой).

В Мьянме в Янгоне находится знаменитая ступа Шведагон, в Пегу – ступа Шуэмаудау. В Мандалае построена пагода Кутодо, а рядом с ней 729 мраморных плит (своеобразная «книга буддизма») с выгравированными на них священными текстами этой религии.

В японский город Нара прибывает около 3 млн паломников год. Они посещают храм Тодайдзи и поклоняются статуе Будды Дайнити. Она является самым большим изваянием Будды в Японии и одним из крупнейших в мире. В Камбодже туристы могут посетить Ангкор-Ват, крупнейший храмовый комплекс мира, занимающий площадь 260 кв. км и включающий около 200 храмов. Ангкор-Ват имеет сакральное значение как для буддистов, так и для индусов. В Индонезии на о-ве Ява находится Боробудур – самое большое монументальное сооружение Южного полушария и крупнейший храмовый комплекс в буддийском и индусском мире после Ангкор-Вата и Шведагона.

В России в Бурятии, Иркутской области действуют около 19 дацанов, среди них Иволгинский, Гусиноозерский и др. В Туве – 17 храмов и 1 хурэ (монастырь). В Элисте (Калмыкия) воздвигнуты памятник Будде, ступа Просветления, действует хурул Геден Шеддуп Чой Корлинг, а недавно здесь открыли новый хурульный (монастырский) комплекс Золотая обитель Будды Шакьямуни.

Индуизм. Традиция паломничеств в индуизме является, возможно, древнейшей в мире из дошедших до наших дней. Такие признаки современных индийских паломничеств, как почитание рек и приносящие духовные заслуги передвижения отмечены в таких важнейших священных писаниях, как Ригведа и Айтарея-брахмана.

В священных писаниях индуизма стала складываться концепция тиртха-ятры (с санскр. «пути к святыне»).

Индусы совершают ритуальный обход по часовой стрелке (прадакшина) алтарей богов, храмов, священных городов (Варанаси), гор (Аруначала), шт. Тамилнад, Южная Индия). Но и многие паломнические маршруты также являются круговыми, во время которых индусы посещают многочисленные тиртхи (сакральные места), храмы на своем пути. Существуют паломнические маршруты (с посещением):

– 8 храмов бога Ганеши (аштавинаяка), в радиусе 100 км от города Пуна, шт. Махараштра,

– 6 храмов бога Муругана (арупадаи-виду) в шт. Тамилнад,

– 6 храмов Шивы вокруг города Раджим, шт. Чхаттисгарх,

– вдоль русла Ганга практически от истоков до устья, когда паломники в одну сторону следуют по одному берегу реки, а в другую – по другому,

– впечатляющий своей протяженностью круговой обход по часовой стрелке фактически всего субконтинента с посещением четырех мест, дарующих освобождение: Дварка (запад), Бадринатх (Гималаи), Пури (восток), Рамешварам (юг Индии).

История знает случаи организации паломничеств с политическими целями. В 1983 г. было организовано Паломничество Единой Души (Экатмата-Ятра), целью которого было осознать и подтвердить единую конфессиональную общность индусов разных регионов. Маршруты пролегали от Катманду (Непал) до Рамешварама, от Хардвара (предгорья Гималаев, север Индии) до Каньякумари (самая южная точка страны) и от Гангасагара (восток) до Сомнатха (запад Индии).

Паломничеством считается театральная мистерия «Рамлила», продолжающаяся в течение месяца в городе Рамнагар (на Ганге у Варанаси). В ней исполняются сцены из жизни бога Рамы. Зрители иногда перемещаются на несколько км с одной площадки на другую. Считается, что они созерцают богов, роли которых исполняют актеры. Кроме того, как и при классических паломничествах, здесь раздается священная пища (прасад), собираются многочисленные отшельники, мудрецы. Д.Эк практически всю религиозную деятельность на территории Варанаси и вокруг него рассматривает как паломничество: все святыни города соединяются между собой ятрами.

Кроме вышеназванных городов паломники и экскурсанты посещают Пандхарпур, Тирупати, Чидамбарам, Мадураи, Шрикалахасти, Тируччираппалли, Тируваннамалаи, Канчипурам, Мамаллапурам и т.д.

Паломники и экскурсанты бывают в многочисленных ашрамах (духовных центрах). Среди них: Прашанти Нилаям учителя Сатья Саи Бабы (Путтапарти), Раманашрам учителя Шри Рамана Махарши (1879-1950), город-поселение Ауровиль под эгидой ЮНЕСКО и многие другие.

Другие религии. Иудеи посещают святую Землю Израиля. В Иерусалиме они бывают у Западной Стены (Стены Плача). У отдельных течений хасидизма почитаемыми являются места, где жили их учителя (ребе). В качестве примера можно привести Умань (Украина, к югу от Киева), Любавичи (Украина), Сатумары (Трансильвания) и др.

Самым почитаемым у зороастрийцев (парсов) считается храм Ираншо (Аташ Бехрам) в городе Удвада (Индия, штат Гуджарат), основанный в 1742 г. и называемый «Меккой парсов». Правительство страны объявило Удваду одним из девяти главных мест паломничества индийцев вне зависимости от их религии. В районе города Исфахан (Иран) сохранились руины храма огнепоклонников. Дожил до наших дней и храм Атесигях в селении Сураханы на Апшеронском п-ове (Азербайджан). Причем он фактически является действующим. Ежегодно сюда приезжают паломники-парсы из Индии. В Армении в городе Гарни хорошо сохранился выполненный в традициях античной Греции храм бога Митры (Гарну Танджар), регулярно посещаемый экскурсантами.

Святыми местами джайнов в Индии являются Павапури (место кремации Махавиры), Шравана-Белгола (статуя святого Бахубали), Раджгир и многие другие. На склонах горы Шатрунджая в Сауращтре возведены 863 джайнских храма. Ранакпур – один из самых больших и значимых джайнских храмов Индии. В городе Джайсалмер (запад страны) имеются семь храмов джайнов XII—XVI вв., построенных из желтого песчаника. Их изысканная сложная резьба по красоте и изяществу сравнима с Дилварскими храмами (гора Абу) и Ранакпуром.

Главная святыни сикхов – Золотой храм в городе Амритсар (штат Пенджаб, северо-запад Индии).

В Японии насчитывается около 100 тыс. святилищ синтоизма. Одно из самых известных – Ицукусима на о-ве Миядзима. Последователи религии тэнри-кё посещают город Тэнри (префектура Нара).

В Китае наиболее известными даосскими храмами являются Байюньгуан (Пекин), Цинъянгун (Чэнду) и Тайцингун (Шэньян). По сообщению китайского информационного агентства Синьхуа лучшими живописными местами даосизма были названы горы Уданшань, Цинчэншань, Маошань, Лунхушань, Лаошань, Циюньшань.

Как минимум два места в Китае являются объектами сакрального значения для последователей конфуцианства. В Цюйфу (провинция Шаньдун) находится большой мемориальный комплекс, включающий в себя дом Конфуция и место, где он похоронен. В Нанкине есть квартал, который до сих пор называется Храм Учителя. Здесь находились училище, гостиница, куда приезжали кандидаты на государственные экзамены и храм Конфуция. Во Вьетнаме в столице страны Ханое расположен храм Литературы (XI в.), посвященный Конфуцию.

Туристы, посещающие Вьетнам могут бывать в храмах и пагодах каодаизма в городах Тэйнинь, Дананг, Хойан, Камау, Ратьзя и Кантхо. Каодаизм возник в 1930-е гг. Утверждается, что все религии имеют одно происхождение и поэтому не следует подвергать друг друга дискриминации, но любить друг друга как брата и сестру, найти Бога в сердце [10]. Есть два пути взращивания Истинного Я, чтобы слиться с Абсолютом, Высшим духом – «вернуться домой»: экзотерический и эзотерический.

В Золотом Городе (юг Индии) в апреле 2008 г. был торжественно открыт Храм Единства. Как утверждают основатели Международного Университета Единства, Шри Амма и Шри Бхагаван мероприятия в храме (молитвы о духовном пробуждении человечества, медитации, дикши единства), смогут положительно влиять на физическое, душевное и духовное здоровье людей, усилить присутствие божественного в их жизни. Университет Единства – это международный духовный и образовательный центр, который насчитывает более 10 тыс. выпускников [14].

Статистика показывает, что крупнейшие религии мира: христианство, ислам, индуизм, буддизм (табл. 1) являются генераторами массовых потоков паломников.

Таблица 1

Численность приверженцев основных религий

№ п/п	Название	Численность приверженцев, млн чел.
1.	Христианство	2100
2.	Ислам	1500
3.	Нерелигиозны/агностики/атеисты	1100
4.	Индуизм	900
5.	Китайская народная религия	394
6.	Буддизм	376
7.	Родо-племенные верования	300
8.	Африканские традиционные верования, афро-христианские и афро-американские культы	100
9.	Сикхизм	23
10.	Спиритизм	15
11.	Иудаизм	14
12.	Бахаизм	7
13.	Джайнизм	4,2
14.	Синтоизм	4
15.	Каодаизм	4
16.	Зороастризм	2,6
17.	Тэнри-кё	2

18.	Неоязычество	1
19.	Унитарианство/универсализм	0,8
20.	Растафарианизм	0,6
21.	Сайентология	0,5

Источник: [8].

Паломничество – явление глобального масштаба и значения. Свыше 200 млн чел. в мире ежегодно совершают паломничество. Из них около 150 млн христиан, 20-30 млн индусов, около 40 млн мусульман, буддистов, синтоистов и т.д. [2]. Исследования паломничества и религиозно-экскурсионного туризма во всей их полноте и многогранности продолжают оставаться актуальными для специалистов в области рекреационной географии, туристского бизнеса и т.д.

Литература

1. Федеральный закон от 24 ноября 1996 г. № 132-ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации».
2. Александрова А.Ю. Международный туризм. – М.: «Аспект-Пресс», 2004, 464 с.
3. Биржаков М.Б. Введение в туризм. – М.; СПб.: «Невский Проспект», 2007, 512 с.
4. География туризма // под ред. А.Ю. Александровой. – М.: «Кнорус», 2008, 592 с.
5. Православный паломник. – 2008. – № 1 (38).
6. Сенин В.С. Организация международного туризма. – М.: «Финансы и статистика», 2004, 397 с.
7. Христов Т.Т. Религиозный туризм. – М.: «ИЦ Академия», 2008, 288 с.
8. http://www.adherents.com
9. http://www.buddhistpilgrimage.info
10 http://www.caodai.org
11 http://www.freetibet.org
12 http://www.imancentre.ru
13 http://www.nevskiy.orthodoxy.ru
14 http://www.onenessuniversity.org

ИСТОРИКО-КУЛЬТУРНЫЙ КАРКАС ТЕРРИТОРИИ И МЕТОДЫ ГО ИЗУЧЕНИЯ И КАРТОГРАФИРОВАНИЯ

Баюра В.Н., *к.г.н., старший научный сотрудник кафедры рекреационной географии и туризма МГУ им. М.В.Ломоносова*

Для развития внутреннего и въездного туризма, успешной реализации экскурсионно-туристской деятельности большое значение имеет изучение историко-культурного каркаса, являющегося важнейшей составной частью туристско-рекреационного каркаса территории. Под рекреационно-туристским каркасом (ТРК) территории мы, наряду с другими авторами (4), понимаем системно взаимосвязанную совокупность элементов туристской и рекреационной деятельности. Анализ составных частей ТРК – историко-культурного, природно-рекреационного, социально-экономического и инфраструктурного каркасов позволяет лучше понять структуру, организацию и функционирование туристско-рекреационных систем, изучить возможности повышения туристской привлекательности регионов и страны в целом.

Историко-культурный каркас территории включает в себя систему выявленных, изученных и включенных в туристско-рекреационный оборот историко-культурных и этнокультурных объектов (ядер туристского интереса), связанных туристскими маршрутами (официальными и неофициальными). В качестве ядер туристского интереса обычно

выступают исторические города (поселения) или выдающиеся исторические места, в качестве осей, связующих ядра в единый каркас – туристские потоки и реальные туристские маршруты, реализуемые через различные транспортные пути, наземные, водные и, в последние десятилетия, также воздушные. Собственно говоря, любая обитаемая в обозримом прошлом и настоящем территория обладает определенным, хотя и сохранившимся в разной степени культурным наследием и, соответственно, историко-культурным потенциалом. Однако лишь получив признание сначала у специалистов, а затем и у туристов (хотя часто бывает и обратный порядок признания), объект культурного наследия постепенно превращается в туристскую достопримечательность (объект туристского посещения).

Изучение историко-культурного разнообразия, выявление исторических и культурных особенностей территории должны базироваться на совокупности методов, накопленных исторической, географической и другими науками.

Квалифицированная оценка научного, культурного, гуманитарного значения того или иного памятника культуры, а также учет существующей и возможности развития, повышения рейтинговой оценки его туристской популярности необходимы для формирования туристских маршрутов и превращения «компонентов туристского потенциала» в «туристский продукт». С развитием туристской деятельности в рамках культурно-ориентированного туризма выявленное историко-культурное наследие может служить важным фактором возрождения ныне депрессивных районов, особенно в сельской местности.

Историко-культурный каркас территории образуют следующие объекты историко-культурного и духовного наследия:

– памятники археологии (стоянки, городища, курганы, выдающиеся археологические находки);

– памятники архитектуры, выдающиеся сооружения и здания государственного, религиозного, гражданского, общественного и промышленно-торгового назначения;

– памятники истории – места исторических событий (войн, походов, революций и др.); места, связанные с жизнью и деятельностью выдающихся людей; места легендарных событий, описанных в мировой и отечественной литературе;

– объекты духовного наследия – православные, католические, протестантские, буддийские и принадлежащие другим религиям храмы и культовые сооружения, языческие капища, и пр.;

– места военных сражений, битв и объекты оборонного искусства (укрепрайоны, траншеи, доты, дзоты и пр.);

– объекты культурно-природного наследия (старинные усадебные парки и аллеи, ландшафтные музеи-заповедники, деревья-долгожители, и др.);

– памятники монументального искусства (включая мемориалы и мемориальные кладбища).

– историческая дорожная сеть и объекты коммуникации (тракты, волоки, каналы, шлюзы, пристани, узкоколейки и пр.).

Наличие объектов культурного наследия и историко-культурных ценностей, являющееся важной предпосылкой осуществления туристско-рекреационной деятельности, как отмечалось выше, само по себе не является достаточным условием ее успешного развития. Необходима планомерная работа по изучению, сохранению и вовлечению в «туристско-рекреационный оборот» имеющихся историко-культурных объектов, а также по выявлению ранее неизвестных объектов потенциального туристского культурно-познавательного интереса. В западной литературе эту работу часто называют процессом интерпретации культурного наследия (1).

Основной целью интерпретации культурного наследия является пробуждение туристского интереса к тем или иным объектам культурного наследия. Различными методами,

включая социологические обследования, изучается мотивация туристов – посетителей данного региона вообще и конкретных историко-культурных объектов в частности. Ответы на вопросы «что привело сюда туриста и каковы основные мотивы его туристского прибытия» помогают выработать концепцию интерпретации и валоризации (целенаправленной оценки) конкретных историко-культурных объектов, исторических мест, поселений и территорий.

В практику интерпретации культурного наследия обычно входят следующие основные этапы:

– выявление историко-культурных объектов;

– оценка историко-культурной значимости тех или иных объектов;

– подготовительные работы по включению объектов в туристский оборот – реставрационные работы, информационно-рекламная подготовка и т.п.);

– разработка дополнительных программ, способствующих максимальному восприятию исторического прошлого, нередко с использованием современных технических средств (спецэффектов, компьютерных технологий, системы аудио- и видео- сопровождения, исторические спектакли, и др.);

– включение исторических объектов и исторических мест в туристские маршруты.

В числе наиболее активно используемых приемов и методов активации туристского интереса входят также натурные демонстрации ремесел и технологий традиционных занятий местного населения, анимационные программы, нередко – оригинальные решения музейных экспозиций. В последние годы во многих странах получили развитие различные мероприятия, связанные с исторической реконструкцией интересных для туристов событий – рыцарских турниров, битв, старинных праздников, карнавалов и т.п.

Так, в России ежегодно проводятся начавшиеся еще в советский период исторические реконструкции важнейшей битвы Отечественной войны 1812 г. при Бородино, в которых принимают участие сотни отечественных и зарубежных участников военно-исторических клубов, а также многочисленные туристы. Известны примеры успешных исторических реконструкций битв на Куликовом поле, осады Азова и других известных исторических событий.

В западных странах для популяризации событий военной истории активно используются военно-исторические фестивали, шоу и ярмарки. Так, в графстве Кент (Великобритания) вблизи г.Мэйдстоуна на территории бывшей фермы по разведению хмеля ежегодно проводится 5-дневная демонстрация образцов военной техники, вооружения и амуниции армий разных стран и разных времен, включая периоды американской войну за независимость, наполеоновских войны, гражданской войны в России, 1 и 2 мировых войны, и др. Многочисленных туристов привлекают парады военной техники и соответственно историческому периоду экипированных «подразделений», и военные оркестры, исполняющие военные марши разных времен и армий, и возможность «потрогать» или самому проехать на бронемашине времен первой мировой войны, и купить понравившуюся старую фуражку или пилотку. За эти 5 дней шоу успевают посетить десятки тысяч туристов из многих стран Европы, а отдельные туристы прилетают также и с других континентов.

Важным этапом включения объектов культурного наследия в систему историко-культурного каркаса территории является оценка и фиксация их исторической (часто и художественной) ценности. В соответствии со сложившейся практикой относительная значимость того или иного объекта фиксируется приданием им определенного статуса, т.е. включением в список уникальных объектов всемирного наследия, в государственный реестр находящихся под охраной памятников федерального или регионального значения, а также находящихся в процессе определения статуса. Однако эта огромная работа пока находится лишь на начальной стадии, особенно в отношении этнокультурных памятников, памятников промышленного строительства и многих других объектов.

Так, например, в туристско-экскурсионный оборот, в туристские маршруты включено большинство сохранившихся памятников духовной культуры – монастырей и храмов. Нередко в регионах неплохо представлены старинные ремесла, памятники гражданской архитектуры, находящиеся под охраной государства. Однако другие памятники ушедших эпох представлены зачастую весьма скудно, особенно это касается объектов промышленности и транспорта. А ведь история страны – это не только церкви (посещавшиеся населением в основном по воскресениям) и монастыри. Прежде всего это сохранившиеся объекты промышленной и горнозаводской архитектуры – корпуса фабрик и заводов, образцы старинных станков и оборудования, образцы старых вагонов, железнодорожных и трамвайных, паровозов и локомотивов, автомобилей и велосипедов, музыкальных инструментов и часов, фактически – любой техники!

Любой город в Западной Европе или Америке (что город – часто маленький городишко!) напичкан превращенными в музеи старыми пожарными и трамвайными депо, сохраненными зданиями небольших фабрик и заводов, музеями автомобилей и велосипедов, музыкальных инструментов и шляп. Примеров можно привести массу. Приведу лишь один. Вблизи Сиэтла (возникшего как поселение сравнительно недавно, лишь в середине 19 века – на месте бывшей лесопилки) – и действующая лишь по выходным дням (для туристов) кольцевая железная дорога начала 20 века, и музей старинных вагонов под открытым небом, и сохраненная лесопилка конца 19 века, и построенная в 1920-х гг. небольшая плотина с маленькой (но действующей) электростанцией, и старая (тоже действующая) пивоварня... Все эти объекты отражают историю промышленного производства и иных видов экономической (производственной) деятельности и пользуются значительным туристским спросом.

У нас в России, особенно на территориях, не подвергшихся разрушению в мировых войнах, в первую очередь в Поволжье и на Урале, таких объектов культурного наследия сохранилось довольно много, необходима лишь тщательная работа по их выявлению, реставрации и введению в туристский оборот. Следует пересмотреть существующую практику формирования туристского продукта в культурно-познавательном туризме, перенеся во многих случаях центр тяжести с чрезмерного посещения многочисленных храмов и монастырей на другие, не менее интересные объекты. Даже на знаменитых маршрутах Золотого кольца не раз доводилось слышать жалобы туристов и экскурсантов на «чрезмерную нагрузку» монастырями и соборами, особенно на 5-7-дневных маршрутах.

Использование, наряду с другими, картографического метода на разных этапах изучения и инвентаризации историко-культурного каркаса территории позволяет наиболее наглядно представить пространственную структуру его организации. На первом этапе создаются инвентаризационные карты, на которых показываются все выявленные объекты историко-культурного наследия. Карты сопровождаются детальными списками объектов. Подобная работа уже выполнена для Ярославской и Калужской областей России, для некоторых административных районов Московской области.

Следующий этап – создание карт историко-культурного районирования территории. Так, успешным примером работ такого рода является опубликованная «Карта-схема историко-культурного и природно-ландшафтного зонирования Калужской области» масштаба 1:400 000, на которой приведена детальная типология историко-культурных районов области (3). Районирование позволяет облегчить работу по разработке культурно-познавательных туристских маршрутов.

Для территории России в целом большое значение имеет создание 4-го тома Национального Атласа (2), работа над которым ведется в институте культурного и природного наследия. Завершение этого масштабного проекта позволит наглядно представить историко-культурный потенциал и перспективы развития культурно-познавательного туризма в России.

Литература

1. Alderson W.T., Low S. Interpretation of historic sites. Nashville, 1985
2. Ельчанинов А.И. Картографирование культурного и природного наследия / Изв. РАН; сер. геогр. – 2003. – №4
3. Карта-схема историко-культурного и природно-ландшафтного зонирования Калужской области. Масштаб 1:400 000. Калуга, 2003
4. Коростелев Е.М. Состояние рекреационно-туристской отрасли в Северо-западном регионе Российской Федерации / Туризм и устойчивое развитие регионов. Тверь, 2005

ПРОШЛОЕ КАК ЧАСТЬ РЕКРЕАЦИОННОЙ СРЕДЫ

Бахметова Е.Ю., *студентка 5 курса кафедры социальной экологии филиала Российского государственного социального университета в г. Дедовске*
Голубчиков С.Н., *кандидат географических наук, доцент филиала РГСУ в г. Дедовске, директор Московской областной общественной экологической организации «Истрица», s_golubchikov@rambler.ru*

«Археологи выкапывают из земли историю, которую закопали политики»
(Габриэль Лауб, чешско-немецкий писатель, род. 1928)

От информации – к знанию, от знания – к мудрости.

Как только человек осознал свое место в мире, он начал его изучать, то есть стал краеведом, осваивающем свою окружающую (жизненную) среду. Сегодня окружающая нас среда во многом утратила свой первозданный, мудрый природный облик, она стала более гомогенной и однообразной – техногенной, урбанизированной, информационной. И все же она остается жизненной, в которой мы проводим большую часть своего рабочего и свободного времени. Стремясь вырваться из привычного уклада жизни, современный горожанин (субъект туризма) тянется к перемене мест, путешествию, насыщающим душевный мир новыми впечатлениями. Известно, что разнообразие (природное, культурно-историческое) окружающего нас мира – основный источник туризма. Мир, становящийся в условиях глобализации и урбанизации (субурбанизации), в котором мегаполисы похожи друг на друга как близнецы-братья, теряет свою туристическую привлекательность. Поэтому задача сохранения и повышения разнообразия жизненной среды человека – важнейшая для туристического и рекреационного освоения территории. На этом поле география тесно переплетается с историей, которая выражаясь словами французского географа Элизе Реклю (1830-1905), есть путешествие во времени, в то время как география – это путешествие в пространстве. Пожалуй, наивысшего синтеза географии и истории мы видим в краеведении, которое советский экономико-географ Н.Н. Баранский (1881-1963) называл «местной географией», науке ныне почти забытой. И это не удивительно – краеведы-географы изучают реальную местность подобно тому как археологи – прикладную, не перекроенную в угоду политикам историю. Поэтому краеведение не утратило своей привлекательности для любознательных туристов и потому обладает большим рекреационным потенциалом.

Совершим краеведческое путешествие по информационному полю прошлого Подмосковья. Оно, это поле, – вполне материально, имеет свои культурные слои, пласты истории, как в земле, почве – хранительнице информации. В любой почве есть современные напластования, соответствующие нынешним факторам окружающей среды – климату, растительности, агротехнике («почва-момент»). Есть в ней и следы былых процессов почвообразования («почва-память») в виде зольных остатков былых пожарищ, куль-

турных включений, сгнивших остатков исчезнувших лесов. Так же и в историческом ландшафте – каждая эпоха оставила в нем свой культурный слой, плодородие которого зависит от нашего к нему отношения, желания чтить его, читать и понять историю, запечатленную в его облике, зачастую разрушенному временем и нашим невежеством. Если весь ландшафт воспринимать с позиций не только его современного облика, но и как связь времен, то мы увидим, что он – единое, неделимое целое (как и род человека), одна эпоха в нем легко проникает в другую. Диффузия времен в нем безгранична. Страшно, когда прерывается связь времен из-за внешних катаклизм (например, всемирный потоп или оледенение). Но еще страшнее, когда мы эту связь разрушаем сами, осознанно или неосознанно. Историки для своего удобства делят историю на периоды – слои (допетровский, советский, ельцинский и т.д.), для меня же она едина: страна одна, история одна. Когда всю громаду российской истории сфокусируешь в одном крохотном историческом ландшафте (например, в истории моей деревни-поселка Костров), то прошлое приблизится к нам вплотную, оно наполняется голосами, запахами, скрипом колес, топотом сапог, дыханием и ритмом отгремевших событий.

Все Подмосковье густо насыщено памятными местами. Оно хранит нетронутыми тропы Левитана и Блока, Нестерова и Чайковского, Родионова и Пришвина, оно бережет берега, где рыбачили Аксаков и Чехов, хоть давно уже в тех реках нет той рыбы, да и самих рыбных мест... Здесь куда ни шагнешь – всюду живая память. Здесь нет просто пейзажа, он всегда наполняется гулами прошлого – то топотом ордынской конницы, то залпами пушек львовского гетмана Жолкевского осаждающего вместе с украинскими казаками Иосифо-Волоколамский монастырь и Троицеву лавру, то канонадой тысяч орудий на бородинском поле, то ли лязгом гусениц танков последователей крестоносцев в 1941 г... Пожалуй, только в Греции, в Анталии или в Италии, вокруг Рима или Флоренции, встретишь такую насыщенность ландшафта событиями. Во всей России нет места более богатого историей, чем наше Подмосковье.

Нам, жителям Средней полосы России крупно повезло – наш исторический ландшафт хранит прошлое, по крайней мере, за 2-3 тысячи лет (житель районов пионерного освоения, например, Крайнего Севера, Австралии, США таким богатством похвастаться не сможет). Каждый камушек, ручеек, деревенский погост, сохранившийся и еще не перестроенный храм или неприватизированная еще полуразрушенная барская усадьба с сохранившимися еще 150-летним парком и заболоченными прудами готовы сообщить нам, любознательным потомкам, о былом, ибо исторический ландшафт умеет не хуже современного компьютера собирать и хранить информацию. Но готовы ли мы ее воспринимать?

Везде что-то было...

«В России умеют умирать окончательно: зарыт – забыт»

(М.О. Меньшиков, русский мыслитель и публицист, 1859-1918)

В национальной Парижской библиотеке хранится рукопись У11 в. арабского писателя Магомета Кацвини «Чудеса природы». В этом памятнике приводится рассказ аллегорического путешественника Кидца.

«Однажды, – говорит он, – я проходил по улице весьма древнего и удивительно многолюдного города и спросил одного из жителей, давно ли основан он?

– Действительно, это великий город, – отвечал горожанин, – но мы не знаем, с какой поры он существует.

Пятьсот лет спустя я снова проходил по тому же самому месту и не заметил малейших следов населения. Я спросил крестьянина, косившего траву на месте прежней столицы, давно ли она разрушена?

– Странный вопрос! – отвечал он, – эта земля ничем не отличается от того, как ты ее сейчас видишь!

– Но разве прежде не было здесь богатого города? – сказал я.

– Никогда, – отвечали мне. – По крайней мере, мы никогда его не видели, да и отцы наши нам о нем ничего не говорили.

Возвратившись еще через 500 лет, Кидца нашел море на том же месте, а на берегу его толпу рыбаков, которые на вопрос, давно ли земля эта покрылась водой? – ответили, что это место всегда было таким же морем как теперь...».

Много веков и тысячелетий странствовал Кидца и, несомненно, был очевидцем длинного ряда еще более величественных и поучительных изменений природы...

Таким предисловием открывает свою книгу «Наши степи прежде и теперь» великий русский географ В.В. Докучаев, написанной в 1892 г. Историзм, ретроспективный подход к анализу ландшафтообразующих процессов – отличительная черта взглядов великого русского мыслителя, относившего время к числу факторов почвообразования.

Во времена странствий Кидцы да и позже, при жизни В.В. Докучаева, для смены облика ландшафта (точнее, ландшафтной структуры, инварианта) требовались десятки и сотни лет. Сегодня этот процесс во много раз ускорился, и ландшафтная структура в условиях чрезмерных антропогенных нагрузок (или, наоборот, разгрузок при спаде или реформе производства) может измениться за считанные годы.

Ландшафты Подмосковья за последнее тысячелетие испытали многократную смену типов и условий природопользования, изучение которых, наряду с факторами почвообразования, «составляет высшую прелесть естествознания» (слова В.В. Докучаева). Любая местность хранит память о былом, надо уметь увидеть прошлое в окружающем нас мире, т.е прочитать написанное незримой рукой Создателя. Оглянитесь вокруг – везде разбросана информация, т.е. память о прошлом в чертах настоящего. Огромное богатство, безмерное информационное поле. Оно – не только в Интернете, библиотеках, закрытых и полуоткрытых архивах. Вот забытая кем-то в лесу выемка, а тут – остатки дамбы, теперь здесь болото, а что же здесь было 10, 300 лет назад? Странно, откуда здесь 100-летние пихты, ведь это порода, как и лиственница, в Подмосковье не растет? Здесь, в окрестностях села Филатово на р. Маглуше, растет несколько сотен (если не тысяч) лиственниц – на геоботаничекой карте Подмосковья должен быть обозначен целый выдел (искусственного происхождения подобно докучаевской Каменной степи), но вузовские географы об этом, вероятно, и не знают. Кто же безвестный владелец проступающей среди бузины фундамента былой барской усадьбы? А что это за остатки брусчатки в лиственничнике, наверное, здесь раньше был большак, куда же он вел?

Ландшафты Подмосковья за время своей многовековой истории испытали многократную смену функций места – от первобытного подсечно-огневого земледелия и вотчинных военных крепостей-городов в «стрелках» рек, боярских усадеб и царских охот Алексея Михайловича, промышленных мануфактур и эпохи расцвета усадебного искусства в 18-19 вв., с прудами и т.д., колхозно-социалистический этап освоения пространства, раскроенного административно-командной рукой, в одночасье превращающих живые деревни в разряд неперспективных, а храмы – хранители пространства и бытия – в склады и мастерские МТС и т.д. Новый этап начался с появлением коттеджей и дач (трудно найти городскую семью, которая не имеет дачу – также как и семью без телевизора – таков общий стиль жизни). Совершенно прав историк В.О. Ключевский, утверждавший, что история России – это история ее заселения (я бы добавил – освоения и переосвоения, и здесь история тесно смыкается с географией).

Буквально насыщено историей тверское Верхневолжье, большая часть которого не вошло в «Золотое кольцо России». В августе 2006 г. я проехал на скутере «Хонда-такт» (прекрасный «верховой» транспорт для российского бездорожья) по старым, заброшенным и заросшим дорогам у границы Московской и Тверской областей (здесь проезжал в 1830-х гг. А.С. Пушкин). На старом Географическом атласе А.Ф. Маркса 1905 г. здесь

были обозначены ныне вымершие «большаки» (как межрайонные на административно-политической среднемасштабной карте 1956 г.). Моя попытка пройти от с. Микулино (бывший Микулин городок, с нем еще сохранились крепостные укрепления) в Лотошинском районе до г. Старица на Волге удалась лишь отчасти, помешало бездорожье. За деревней Зиновьево путь преградило непроходимое болото, по которому можно пройти пешком лишь в сухую погоду. А у заброшенной, промасленной церкви, где разместилась сельская автотракторная станция мне повстречалась старушка, которая поведал, что «большак» здесь действительно был полвека назад и он ввел к райцентру Емельяново (теперь его нет, осталась одноименная деревня). Пришлось переночевать в лесу и возвращаться назад, чтобы добраться до Старицы кружным путем через былое крупное торговое село Степурино на р. Жидоховка. В начале XX в. в нем были телефон, аптека, народная больница и ветеринарная лечебница, красильня (для льна), трактир, чайные, разные мастерские, свыше 10 торговых лавок. Теперь – лишь редко работающая почта, названная почему-то «киберпочтой», четыре продовольственных магазина, амбулатория, заброшенная каменная церковь Флора и Павла с колокольней и трапезной 1835 г., перекусить – негде. В бывшем купеческом двухэтажном особняке разместилась сельская администрация.

Целая картина былой хозяйственной жизни раскрылась мне во время путешествия из Микулино в Старицу. О прошлом поведали не только заросшие бурьяном барские усадьбы, монастыри, церкви, но и поля забытых битв. Так, возле сожженного в 1941 г. села Бортенево (недалеко от границы с Московской областью) сохранился обелиск на месте одного из самых почитаемых мест в былой Тверской губернии (сейчас об этом событии мало кто помнит). Оказывается, здесь 22 декабря 1317 г. состоялась Бортеневская битва, в которой, как написано на памятнике «Тверские рати под руководством князя Михаила Тверского одержали блистательную победу. Это первое, подробно описанное в источниках сражение, в которой русичи разгромили ордынскую конницу и заставили ее неволею отступить в стан» и взяли татар в плен. За эту победу Михаил тверской был казнен в орде. Благодарные потомки нарекли Михаила святым. Да прибудет вечно чистым и незабвенным имя его в наших сердцах Поклонимся павшим!». На этом поле, не уступающем по значимости в истории России Куликовому, до 1917 г. стояла часовня, в которой служился благодарственный молебен в честь победы Позже в местном краеведческом музее выяснил, что на стороне ордынцев были московский князь Юрий Данилович, также получивший ярлык на княженье и сбор дани от хана, как и Михаил Ярославович. Ему тверской князь добровольно уступил Великое княженье, оговорив лишь свою неприкосновенность в тверской земле. Но московский князь нарушил данное им слово, и поддерживаемый ордынским и новгородским войском вторгся в Тверскую землю. Орда не простила Тверскому князю своего поражения и в 1318 г. он был вызван в Орду и был там казнен. Князь знал. Что его ждет смерть, но предпочел добровольно пойти на казнь, чтобы сохранить жизни тысячам своих подданных. Ведь откажись он ехать, орда прислала бы огромное карательное войско, нещадно разрушающее все на своем пути. В советской историографии, видимо, это место не случайно замалчивалось – ведь к чему ворошить прошлое, в котором московские князья, претендовавшие на великое княженье, выглядели непорядочно. А в Твери до сих пор помнят о давнем конфликте с Московией – на географическом факультете Тверского университета мне напомнили, что Москва живет за счет тверской воды, черпаемой из Иваньковского («Московское море») и Вазуского водохранилищ, расположенных в Тверской области (98 % потребляемой москвичами воды – поверхностная, черпаемая из бассейнов рек Волга и Вазуза). Да и земельные участки в Тверской области сегодня захватывают под коттеджи и дачи в основном москвичи (отмечу, что не «лица кавказской национальности», как в Ближнем и Среднем Подмосковье, я их не видел), что лишь усугубляет социальную рознь в регионе. Вот о что может поведать исторический ландшафт при умелом его прочтении. Чем не объект для рекреационного исследования и туристического освоения?

...Еще на заре ушедшего века поэт Андрей Белый предупреждал: “задохнулись мы среди суеты базарной”. Да, базарная суета мешает слышать и видеть, понимать прошедшее, не подпускает к прошлому, интерес к которому питается бескорыстием, свободой от меркантильности, таким же нравственным началом что и страсть к искусству, любовь. И когда пыль базарной суеты, смуты реформ и очередной перестройки рассеется, вы с удивлением откроете вокруг себя иной мир, где каждый камушек, каждая былинка как в языческой мифологии, готов нашептать вам свое, самое заветное, самое сокровенное, что хранит ее генетическая память. И тогда, оглянувшись вокруг, вы увидите нечто достопамятное, неслучайное, наполненное историей. Насыщенность исторического ландшафта Подмосковья прошлым чрезвычайно высока. К нему, где нет ни клочка земли, неотмеченного историей, в полной мере подходят рериховское: «везде что-то было....».

В истории, как и в природе, существуют переходные состояния (время перемен, революций, реформ, перестроек и т.д.). В таком состоянии социокультурная (и природная – тоже) система неустойчива, т.е. находится в точке бифуркации (раздвоения, а порой – растроения, как у русского витязя на большой дороге – «налево пойдешь..., направо –...»). Сегодня Россия тоже находится в состоянии бифуркации (это ее «момент истины»), страна вошла в эпоху перемен («чтобы ты жил во времена перемен», – гласит китайское проклятие). В этот период прерываются вековые традиции, устоявшиеся взгляды на суть бытия, переписывается Книга Истории, а порой – заменяются целые страницы из Книги Бытия. В эпоху перемен многие элементы исторического ландшафта Средней полосы России могут навсегда исчезнуть в связи с безудержной приватизацией земель, начавшимся переосвоением территории и экономическим ростом.

Сохранить хотя бы часть историко-культурного и природного ландшафта Подмосковья в условиях нарастающей субурбанизации (слияние городской и сельской среды) как национальной ценности – наш долг перед потомками. Ведь исторический ландшафт учит нас понимать суть русской истории, которая состоит в том, что со временем большаки становятся просеками, а просеки – большаками...

ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ ТУРПРОДУКТА СТОЛИЧНОГО ГОРОДА – МЕГАПОЛИСА (НА ПРИМЕРЕ МОСКВЫ)

Очкина К.Н., *Финансово-бухгалтерский отдел, Комитет по туризму города Москвы, ochkina@kt.mos.ru*

В «Большом глоссарии терминов международного туризма» понятие туристского продукта определяется как совокупность туристских услуг, работ, обеспечивающих потребление туристских услуг и товаров [1]. Ключевым словом является совокупность. В настоящее время разнообразие туристского предложения настолько велико, что только комплексный подход, обеспечивающий удовлетворение потребностей туриста на каждом этапе его путешествия, позволит обеспечить туристскому центру конкурентоспособность на мировом рынке.

В соответствии с мировыми туристскими стандартами туристский продукт состоит из нескольких компонентов:

– достопримечательности и экскурсионное обслуживание
– виды туристской деятельности
– средства размещения
– туристская инфраструктура, включающая предприятия питания и торговли, объекты для развлечений, транспортную и инженерную инфраструктуру
– информационный сервис

При оценке мотивации туристкой поездки выделяется ряд факторов, основными из которых являются интерес к историческим, культурным, природно-климатическим

достопримечательностям, к социально-экономическим и хозяйственным особенностям территории, различные культурно-деловые мероприятия, экономические удобства поездки.

Часто понятие турпродукта сужается только до тех его компонентов, которые являются мотивационными. Это не совсем верно, так как отсутствие или недостаточное развитие инфраструктурных и информационных составляющих может в значительной мере повлиять на принятие решение о совершении поездки и на популярность туристского направления. Именно наличие и уровень развития всех компонентов в совокупности определяет конкурентоспособность туристского центра, его способность создавать и удерживать стабильный уровень интереса у туристов.

Исходя из этих аспектов, современный столичный мегаполис предлагает широчайшие возможности для удовлетворения туристского спроса. Столицы государств в большинстве случаев представляют собой квинтэссенцию национальной культуры, в них сосредоточено значительное количество памятников истории и архитектуры, объектов показа и развлечений, наиболее развит гостиничный сектор и транспортная инфраструктура. Столичный город является также административным, политическим, финансово-хозяйственным и часто научным центром. Совокупность всех этих факторов даёт столице существенные преимущества по сравнению с другими регионами страны по привлечению различных категорий туристов.

Вместе с тем, мегаполис, представляя собой сложную многофункциональную систему, сталкивается с рядом проблем при осуществлении планов по развитию туризма и, прежде всего, это обеспечение гармоничного взаимодействия всех компонентов развивающейся туристской среды с обычной, сложившейся годами, жизнью столицы: многомиллионным населением города, существующим положением в отраслевой структуре местной экономики, градостроительными и пространственными особенностями территории, состоянием инфраструктуры, обычаями и традициями.

Однако опыт мировых столиц показывает, что отказ от промышленного развития города в пользу его туристского развития имеет неоспоримые преимущества, т.к. позволяет при относительно небольших инвестициях в отрасль обеспечить эффективное использование имеющихся «ресурсов» – историко–культурного и природного наследия. При этом развитие туризма способствует сохранению памятников истории и архитектуры, улучшению экологической обстановки за счет переориентации экономики на сферу услуг, благоустройству города, возникновению новых рабочих мест, росту качественного уровня жизни и благосостояния местного населения. Но туризм выполняет не только социально-культурную функцию, но и способен быть ведущей доходообразующей отраслью. Безусловно, для этого необходимо превратить город в настоящий «рай для туристов», как в плане широчайшей диверсификации туристского предложения, так и в плане обеспечения удобства и комфорта пребывания иностранного гражданина в городе.

Основным преимуществом современных столиц является то, что приоритетность развития туризма, как одной из основных отраслей городской экономики, признана давно, в связи с чем в сознании потенциального туриста есть сложившийся имидж города и связанные с этим имиджем пожелания и предпочтения. При упоминании Парижа, Лондона, Рима у большинства людей возникает тот или иной конкретный образ. Кто-то видит Эйфелеву башню, а кто-то Мулен Руж, кто-то Биг Бен, а кто-то универмаг Harrods, но турист имеет определённое представление, что он хочет получить от города, даже не используя справочников и путеводителей. Мировые столицы достигли такого уровня, что сами являются турпродуктом, зачастую продавая не услуги, а образ города.

Учитывая роль столиц в историко-культурном развитии государств и выполняемые функции, в них преимущественно процветает познавательный, религиозный, деловой и событийный туризм. Это в свою очередь диктует необходимость наличия хорошо со-

хранившегося исторического центра города, в котором сосредоточены основные объекты туристского показа, и который является местом прогулок и проведения досуга туристов. От состояния исторической зоны мегаполиса, её роли в существующей застройке города зависит туристская привлекательность столицы. Знакомство со всеми туристскими центрами Западной Европы неизменно начинается с исторического центра, и именно он является основным местом концентрации туристских потоков: в Париже это остров Иль де Сите и Елисейские поля, в Лондоне – Тауэр и район Вестминстера, в Вене – район внутри Ringstrasse. Экскурсионные программы по историческому центру столиц с посещением находящихся в нем достопримечательностей и объектов культуры и искусства являются основным турпродуктом современного столичного мегаполиса.

Также в центре располагается и значительная часть отелей, в том числе и бюджетных. Это создаёт дополнительные удобства туристу, позволяя ему сэкономить время на перемещение по городу, имея в непосредственной близости от своего места проживания всю необходимую инфраструктуру, разгружает городские магистрали и общественный транспорт, и невольно вынуждает туриста тратить больше денег в находящихся в центре более дорогих магазинах и ресторанах.

Вместе с тем выполнение столицами функций деловых и административных центров, требует наличия бизнес-инфраструктуры и, прежде всего офисных зданий, отвечающих современным требованиям. Размещение деловой инфраструктуры в исторических центрах городов невозможно в связи с нехваткой помещений и сложной транспортной ситуацией в мегаполисах, а новое строительство современных объектов в центре нарушает стилистическое архитектурное единство исторической части и его эстетическое восприятие. В то же время отнесение бизнес-центра на окраины значительно снижает его привлекательность у потенциальных инвесторов. Эту проблему по-разному решают мировые столицы. Так в Париже в 10 км от центра построен деловой квартал Дефанс с его знаменитой 110 метровой аркой, продолжающей «арочную» ось города, на юге Вены строится новый квартал Wienerberg City. А, например, в Лондоне, в центральной части города построено немало современных офисных зданий(Swiss Re (180м), One Canada Square (235 м)), которые с одной стороны совершенно не вписываются в исторический облик города, мешают целостному восприятию центральной его части, и в то же время вызывают неизменный интерес у туристов, как признак ультрасовременного стиля жизни мегаполиса.

Вообще стоит отметить, что с бурным развитием делового и событийного туризма, современные постройки и кварталы становятся всё более привлекательными для туристов и представляют собой некоторый специфический вид нового столичного турпродукта.

Вместе с тем, мировые столицы, имеющие даже очень впечатляющие результаты по туристским прибытиям, так к Париже в 2007 году побывало 29 млн., а в Лондоне 15,6 млн. иностранных туристов, постоянно расширяют своё турпредложение, предлагая гостям как абсолютно новые возможности проведения досуга, так и «модифицируя» классические туристские объекты.

Так один из самых популярных туристских объектов мира Эйфелева Башня (в 2007 году её посетили 6 млн. 893 тыс. туристов), несмотря на имеющийся к ней огромный интерес, ежегодно предлагает гостям Парижа различные развлечения. Например, летом 2007 года у её подножия был оборудован бассейн с фотографиями морской флоры и фауны и возможностью погрузиться с аквалангом, ранее она иллюминировалась красным светом по случаю празднования китайского Нового года, а на одном из этажей на высоте 57 метров заливался каток. В музее Триумфальной арки открылась интерактивная экспозиция, рассказывающая о строительстве этого знаменитого сооружения и о триумфальных арках мира. И это добавляется к сотне постоянно действующих музеев и 6 000 культурных мероприятий, ежегодно проводимых в городе.

В самой посещаемой лондонской галерее «Тэйт-Модерн» (в 2007 году в ней побывали 5,2 млн. туристов) открылись 50 метровые горки для спуска с этажей музея, скорость спуска достигает 50 км/час, а посетители выстаивают огромные очереди ради 20-секундного развлечения. На берегах Темзы строится огромный спортивный комплекс для экстремального отдыха, который будет давать возможность научиться прыгать с парашютом, кататься на скейте, попробовать силы в скалолазании и сёрфинге.

На фоне западноевропейских туристских столиц успехи Москвы в туристской отрасли выглядят пока несколько скромнее. Так по данным Федеральной пограничной службы РФ, в 2007 году в Москву въехало 4,1 млн. иностранных туристов. Хотя следует отметить, что за последние 9 лет количество туристских прибытий в столицу увеличилось в 2,76 раза.

Москва объективно обладает широчайшими возможностями для привлечения туристов, сосредоточив на своей территории 38% общероссийских объектов показа и являясь политическим и экономическим центром страны, вследствие чего имеется значительный потенциал реализации московского турпредложения.

В настоящее время более половины приезжающих в Москву иностранцев составляют бизнес-туристы. Это соответствует мировым тенденциям развитиям делового туризма, объемы которого ежегодно увеличиваются на 8%. Вместе с тем развитие данного вида туризма требует наличия высокоразвитой гостиничной и транспортной инфраструктуры, современных офисов, выставочных и конгрессных залов. Мировой опыт показывает, что бизнес-туристы, хоть и являются наиболее выгодной категорией, т.к. тратят в городе в 2,5-3 раза больше, чем туристы, приехавшие с экскурсионными целями, предпочитают размещаться в отелях категории 3* или 4* с оптимальным соотношением цена/качество. Это требует особого внимания к развитию именно данного сегмента гостиничного хозяйства. В настоящий момент цены на услуги гостиничных предприятий в Москве находятся на уровне цен в европейских столицах (около 190 евро), что негативно сказывается на популярности города у туристов. Рост предложения на рынке гостиничных услуг столицы позволит говорить о возможном снижении цен на размещение и повышении конкурентоспособности московского турпредложения.

В настоящее время в столице 223 гостиницы (в Париже – 1450, в Лондоне – 1700). В соответствии с Генеральной схемой размещения гостиниц в городе Москве к 2010 году число отелей в городе планируется увеличить до 556, доведя общий номерной фонд до 186 тыс. мест, из которых 67% будут составлять гостиницы бюджетной категории (2*-3*),.

Развитие Москвы как административного и финансового центра страны требует наличия достаточного количества бизнес-площадей. В настоящее время значительная часть административных и бизнес структур, располагающихся в Центральном округе Москвы, размещаются в старинных особняках или в заново отстроенных зданиях, зачастую не вписывающихся в окружающий архитектурный ансамбль. Концентрация деловой жизни в историческом центре Москвы ведет к необратимым изменениям в облике города, ухудшению экологической ситуации, транспортному коллапсу. В целях создания в столице бизнес-инфраструктуры мирового уровня с 1992 года на Краснопресненской набережной на территории 60 га ведется строительство многофункционального делового центра «Москва-Сити», являющегося на сегодняшний день одним из самых крупных инвестиционных проектов в области недвижимости не только в Москве, но и в России. На общей площади 4 млн. кв.м. планируется разместить городскую администрацию, офисы, конгрессно-выставочный центр, дворец бракосочетания, гостиницу и аквапарк. Наличие подобного делового района, безусловно, свидетельствует о ведущей роли Москвы в деловой жизни страны и является хорошей предпосылкой для более масштабного развития бизнес-туризма в столице.

Как отмечалось ранее, для формирования спроса на столичный турпродукт в отношении его историко-культурного потенциала необходимо наличие достаточно большой

туристкой зоны, сосредотачивающей в себе значительную часть туристского потенциала и инфраструктуры. Специфика Москвы такова, что места туристского показа рассосредоточены на большой площади, историческая застройка активно «разбавлена» типовыми безликими зданиями, а территория, представляющая ценность с точки зрения организации прогулочных маршрутов пролегает вдоль наиболее загруженных городских магистралей с соответствующей экологической обстановкой. Реализация Концепции создания в Москве туристско-рекреационных зон (ТРЗ) реализуется Правительством Москвы и Префектурами округов уже в течение ряда лет. Наиболее значительная и масштабная – это ТРЗ «Золотое кольцо Москвы», предусматривающая вывод промышленных предприятий из центра города, создание и реконструкцию объектов туристского показа, строительство гостиниц и реорганизацию инфраструктуры, обеспечивающей пешеходную связь разобщенных территорий. В рамках ТРЗ планируется организация 16-ти экскурсионных маршрутов.

Также ведется работа по созданию пешеходного маршрута «Нескучный сад – ММДЦ «Москва-СИТИ». Пешеходная туристская улица, длиной 4,8 километра, пройдет через центр Москвы, от Нескучного сада до делового комплекса «Москва-Сити». На всем протяжении будет построена широкая сеть объектов туристской инфраструктуры под единой крышей.

Если вышеуказанные проекты будут реализованы в запланированном объеме, то можно будет говорить о наличии в столице сформированной конкурентоспособной туристкой среды

В настоящее время столичное турпредложение является довольно консервативным и одним из путей его популяризации является нахождение новых, интересных форм преподнесения с использованием современных технологий: интерактивных композиций, световых инсталляций, лазерных шоу и т.д. Огромный потенциал в привлечении туристов в столицу имеет проведение различных мероприятий. Спортивные соревнования, музыкальные фестивали, городские праздники, выставки неизменно являются объектом туристского притяжения. Причем подобные мероприятия не всегда являются дорогостоящими, т.к. значительная часть расходов покрывается за счет спонсорской поддержки. Часто необходимо лишь выделение площади и обеспечение безопасности. Наряду с наличием богатейших историко-культурных ресурсов это создаст впечатление города, сохранившего свою уникальность и самобытность, и в тоже время, современного, динамично развивающегося, кипящего культурными событиями и способного удовлетворить туристов с самыми разнообразными интересами.

Литература

1. Большой глоссарий терминов международного туризма/The Great Glossary of Terms for the International Tourism/ Под. Ред. М.Б.Биржакова, В.И.Никифорова – Спб.: «Издательский дом «Герда», «Невский фонд», 2002.-704с.

ДЕСТИНАЦИИ: СТРУКТУРА И ЭВОЛЮЦИЯ

Цапук Д.А., *Департамент культуры и туризма Администрации Ярославской области*

Туризм настолько быстро развивается, что анализ происходящих процессов явно запаздывает. Положение усугубляется тем, что преобладают либо крайне прикладные работы, направленные на повышение эффективности коммерческой составляющей туризма, либо общетеоретические. Мы остановимся на вопросах формирования и развития туристских дестинаций. Сейчас мало какой исторический город России не стремится стать центром туризма. Важно представлять какие процессы и сложности ожидают территории на этом пути.

При внимательном рассмотрении можно вычленить несколько аспектов использования термина «дестинация». Во-первых, дестинация – это территория где развивается туризм и существует туристская инфраструктура (индустрия). Во-вторых, это территория, привлекающая потенциальных туристов еще до самой поездки. И, наконец, дестинация является неотъемлемой частью туристского продукта, который и может потребляться только в данном конкретном месте.

В современной российской литературе теория и методология формирования и развития дестинаций практически не рассматривается. По-видимому, это происходит потому, что в период количественного роста туристских потоков преобладает сугубо прагматический подход: чего здесь изучать, главное – туристов привлекать побольше и вкладывать средства в развитие туристской инфраструктуры. Западный опыт длительного развития коммерческого туризма показывает, что существуют определенные закономерности в возникновении и функционировании дестинаций.

Единственная небольшая статья, полностью посвященная теории дестинаций была опубликована на русском языке несколько лет назад (Морозов, Коль, 1998). В ней кратко освещаются зарубежные научные достижения изучения дестинаций. В частности, говорится о двух подходах к их определению – как собственно территория, и как привлекательность конкретной территории для целей туризма. Авторы выводят следующую формулировку: «Дестинация – это территория, предлагающая определенный набор услуг, которые отвечают потребностям туриста и удовлетворяют его спрос на перевозку, ночевку, питание, развлечения и т.д.» (с. 9). К сожалению, данная публикация и тематика в целом не нашли продолжения в специализированной литературе. Некоторые вопросы теории дестинаций частично упомянуты в сборнике «Теория и практика международного туризма» (2003), вышедшем под эгидой мэрии г. Москвы.

Обратим внимание на преимущества использования понятия дестинации вместо часто употребляющихся терминов туристский центр, туристский регион, туристская местность, курорт. Оно короче и уже широко используется несколько десятков лет не только в научном, но и в широком туристском обиходе западных стран. Важно, что дестинация позволяет отражать более широкий спектр территорий (от небольшого городка или туристской деревни до целого континента) и дает в руки оружие теоретического анализа.

Каковы же пространственные масштабы дестинаций? Максимальным размером территории дестинации может быть географический объект, воспринимаемый субъектом (потенциальным туристом) как единое целое в контексте его посещения. Такими крупнейшими территориями являются, по-видимому, континенты и океаны. Не исключено, что с развитием космического туризма, дестинациями станут и небесные тела (Луна и планеты Солнечной системы). За минимальный пространственный масштаб дестинации следует принять территории, на которых происходит законченный суточный цикл рекреационно-туристской деятельности. Это требует от территории необходимости наличия определенной туристской инфраструктуры.

Территория, на которой развертывается сам процесс туризма, является фактором интегрирующим и придающим своеобразие каждой туристской системе. Эта значимость территории, в отрыве от которой невозможно потребление туристских услуг, вкупе с определяющей значимостью потребителя привели к появлению специфического для туризма вообще и для географии туризма, в частности, понятия дестинации как совокупности туристских ресурсов конкретной территории, являющейся объектом посещения определенной группы лиц с заранее определенными целями (Цапук, 2000).

Дестинация предполагает связь со страной и местом проживания туриста, поскольку территория только становясь привлекательной для конкретного туриста или группы туристов, как носителей определенных ментальности и культуры, является дестинацией. С теоретической точки зрения все территории это потенциальные дестинации. Но

туристский потенциал территории только при соотнесении с потребностями и платежеспособным спросом становится туристским капиталом и превращает территорию в конкретную дестинацию.

Структурно и функционально туристские территории могут являться дестинациями 4 типов:

– созданные специально для посещения туристов;
– радикально преобразованные туристскими потоками;
– существенно измененные туристскими потоками (приспособившиеся);
– интегрированные (крупные города и мегаполисы, где туризм – одна из равноправных функций, возникшая благодаря, прежде всего, масштабу поселения).

Синтезируя вышесказанное, логичной представляется следующая многомерная структура дестинации:

– дестинация-образ
– дестинация-продукт
– дестинация-территория.

В процессе вовлечения туриста и освоения дестинации турист с ней взаимодействует именно в такой последовательности.

Нередко различные аспекты дестинации входят в противоречие друг с другом. Так однозначно успешный проект создания вотчины деда Мороза в Великом Устюге испытывает определенные трудности в своем развитии. После привязки образа к территории и создания продукта пользующегося спросом («В гости к Деду Морозу») оказалось, что территория не совсем была готова к быстрому росту спроса (за пять лет число туристов увеличилось до 113 тыс. в 2003 г.). Появились организационные трудности, медленно развивалась инфраструктура гостеприимства, т.е. был не налажен процесс получения прибыли территорией и ее развитие.

Характеристики дестинаций должны отражать многоаспектность процессов в них как минимум с трех позиций:

– образ (туристский имидж, бренд);
– продукт (со всеми особенностями и изменчивостью, со своим жизненным циклом);
– территория (готовность инфраструктуры, жителей и т.п.).

Дестинация как образ

Формирование дестинации начинается с формирования ее образа в сознании потенциальных туристов. Здесь можно отметить следующие приемы.

1. Локализация существующего образа (мифа, явления), например, Великий Устюг. Затем происходит закрепление его на территории различными артефактами (обычно музеи, памятники) и создание на этой основе продукта

Сегодня в России можно наблюдать определенную борьбу за «право первородства», как, например, за право быть родиной Снегурочки между Костромской областью и Северо-западным регионом (Ленинградская область и др.). В полном соответствии с одним из принципов позиционирования – лучше быть первым, чем лучшим (Райс, Траут, 2003). Да и у вотчины Деда Мороза появляются «клоны» на Севере, Урале, в Сибири, в Якутии.

2. Рождение, конструирование нового, уникального образа (так появился известный маршрут «Золотое кольцо России» который стал фактически брендом крупной территории)

3. Использование и развитие существующего образа (например, «Ростов – древнейший город Центральной России», «Иваново – город невест»).

4. Ресурсный подход на основе утверждения о замечательности или уникальности какого-либо вида туристских ресурсов использование ресурсов для образования продукта

Трудности изменения образа дестинации (перепозиционирование)– гораздо более тяжелое и длительное дело, чем перепозиционирование потребительских товаров. Сегодня

трудности Иваново в том, что он был не столько городом ситца и невест, сколько столицей «красных ткачей» и символом зарождения советского строя. Чтобы изменить данный образ, необходимы не только серьезные усилия, но определенное время, когда на сцену войдет уже новое поколение россиян, не знакомое с советскими символами и мифами.

Подобные трудности испытывает и некогда благополучный промышленный Рыбинск. Сейчас на туристском рынке он пытается вернуться к истокам своей славы как столицы российской хлебной торговли и купечества. Если эти усилия в Ярославской области приносят некоторые плоды, то на российском рынке данный образ пока почти неизвестен.

Интересен опыт Владимирской области – столкнувшись с проблемой эволюции сразу нескольких дестинаций области к однотипными брендами, там попытались найти каждой дестинации, каждому историческому городу (коих не менее десятка в регионе) свою нишу на рынке, свой образ (как будущий прообраз туристского бренда).

В целом, чем меньше дестинация, тем больше вероятность того, что одна идея, один образ могут значительно увеличить ее узнаваемость и популярность, а впоследствии и поток туристов. Более глубокий анализ показал, что в самом развернутом виде складывается следующая структура образа дестинации:

- центральный образ;
- дополнительные сильные образы;
- впечатления от архитектуры;
- общие впечатления от территории в целом;
- образ возможного отдыха и развлечений на территории;
- образ природы территории;
- возможные негативные или позитивные индивидуальные впечатления или эмоции.

Дестинация как турпродукт

До сих пор во многих справочниках предлагают указывать туристские маршруты. По мнению автора, это идет во многом от советских времен, когда существовала стройная система утвержденных свыше всесоюзных, республиканских и областных маршрутов. В наши дни часть из тех маршрутов известны на рынке, другая часть – оказалась в забвении. Сам маршрут (путь следования) – это только одна из частей турпродукта.

Сегодня надо говорить не о присущих городу или региону маршрутах, а об основных турпродуктах, ими предлагаемыми. Причем, в первую очередь, следует указывать наиболее известные, «раскрученные» туры, поскольку именно они и имеют наибольшие шансы оказаться востребованными. Сказанное совсем не исключает возникновения и создания новых турпродуктов.

Считается, что, как и любой другой продукт (по Дойлу, Александрова, 2001), дестинация проходит в своем развитии следующие стадии жизненного цикла: разведки (подготовки); вовлечения; развития; укрепления; стагнации (зрелости); упадка. На наш взгляд эта теория имеет ограничения и, прежде всего, потому, что эта схема относится только к дестинации – продукту. Развитие других составляющих (образа, территории), также потенциально стадийное и цикличное, может обуславливаться другими закономерностями и факторами.

Интересно было бы понять, насколько данная теория применима к российским реалиям. Удобнее всего проиллюстрировать многие положения на примере Мышкина, который является «новой» дестинацией, возникшей в постсоветский период.

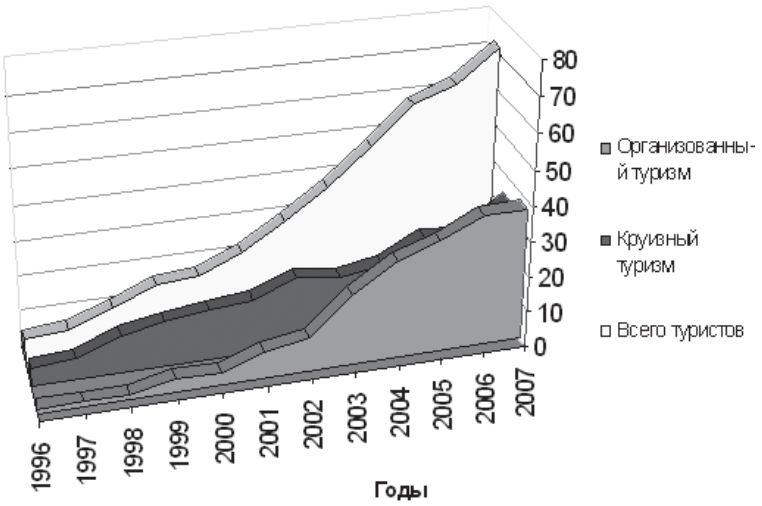
С возвращением в 1991 г. статуса города и исторического названия в кругах местной интеллигенции и краеведов стало зреть понимание значимости истории своего города как яркого проявления провинциальной культуры России и желание донести свою «самость» до посетителей. В стадии разведки и подготовки к выходу на туристский рынок был создан народного музей Мыши (судя по всему – единственный в мире!), ставший

визитной карточкой города. Был построен и установлен причальный понтон для круизных лайнеров, на профессиональном уровне подготовлены первые полтора десятка экскурсоводов из местных жителей. Одновременно разрабатывалась программа развития туризма муниципального округа, где важнейшее место уделялось рекламным акциям и программам. Надо четко представлять, что этому предшествовало не менее двух десятков лет работы местных энтузиастов-краеведов.

Центральным мероприятием стал Международный фестиваль «Мышь-96» (1996 – год мыши по восточному календарю), который удачно обыгрывал название и легенду о возникновении города. Его проведение, поддержанное и профинансированное Правительством области, дало возможность привлечь внимание специалистов, журналистов, туроператоров, федеральные и региональные власти к возможностям Мышкина как уже существующей дестинации, показать имеющиеся туристские программы и понять, куда двигаться дальше. Кроме того, при подготовке к фестивалю преобразились центр города и набережная. Были заасфальтированы основные дороги и площадки, около каждого исторического дома появились таблички с информацией о нем и его прежних владельцах. Таким образом, в Мышкине изменилась среда в целом.

1996 год можно считать поворотным в развитии дестинации. Именно в этом году город принял первые 50 теплоходов с туристами, пришли первые серьезные инвестиции. Моментом перехода от стадии вовлечения к стадии развития и инвестирования можно обоснованно считать проведение в июле 1996 г. Международного фестиваля «Мышь-96», в ходе которого сами горожане окончательно поверили, в то, что их город действительно туристский центр, способный привлекать посетителей.

Динамика посещений г. Мышкина



Само развитие туризма в Мышкине в эту вторую стадию проходило неравномерно. Сразу с 1996 г. с начала массового этапа развития туризма с 50 теплоходов и 30 автобусов. Резкое увеличение количества принимаемых теплоходов до 115 в 1998 г. не принесло столь же существенного изменения числа посетителей. Действительно началом новой фазы можно считать 1999 г., когда наблюдалось увеличение и автобусной и круизной составляющей туристского потока (см. рис.). Число автобусов с экскурсантами перевалило за сотню. Соответственно, в разы увеличился и объем туристских услуг.

За последние несколько лет в городе появились несколько новых аттракций (Волков, 2004): музей П.А. Смирнова (русского водочного короля), музей «Русские валенки», музей частных коллекций, Дом ремесел. В 2001 г. для работы со все возрастающими пото-

ками туристов и дальнейшего развития туризма появилось туристское муниципальное предприятие.

В дальнейшем инновационная волна развития туризма охватила и территорию округа. Основанные музеи Учемского края и, особенно, кацкарей стали для российских туристов не менее интересными, чем сами мышкинские достопримечательности. В последние годы начали отмечаться и индивидуальные посещения достопримечательностей и музеев Мышкина около (20 тыс. в 2003 г.), что говорит уже об определенной зрелости дестинации.

Рост туристической привлекательности г. Мышкина вызвал усиление инвестиционной привлекательности округа в сфере туризма. Стали создаваться новые туристические комплексы, развиваться туристическая инфраструктура. В 2003 году начато строительство нескольких туристических комплексов рядом с Мышкиным, часть из которых уже вступили в строй.

Рассмотренный пример наглядно демонстрирует то, что стадия развития и инвестирования дестинации – достаточно непростой процесс, который может включать несколько фаз. Первоначально идет развитие и увеличение разнообразия турпродукта, потом организационные усилия, подготовка к созданию адекватной инфраструктуры размещения. Велика роль привыкание местного населения, когда сознание местных жителей начинает привыкать к тому, что их город – это туристский центр. Это принципиальный и поворотный пункт в туристской биографии любой дестинации.

Таким образом, можно предложить следующие этапы формирования дестинации:

– Подготовительный (формирование культурной среды, создание музеев, потенциальных объектов показа)

– Выдвижение идеи (миссии и т.п.) дестинации и начало ее продвижения

– Переход от индивидуального туризма и первых экскурсионных групп к технологии приема (т.е. появление собственно продукта); прием организованных туристских групп на постоянной основе

– Завершение создания продукта или целой серии продуктов, появление туристской инфраструктуры (средств размещения) которое превращает территорию в полноценную дестинацию.

Общим выводом из сказанного является необходимость согласованной политики формирования развитых дестинаций. Часто же все оканчивается на уровне создания привлекательного имиджа территорий, без необходимых усилий по развитию инфраструктуры территории и обеспечению условий развития турпродукта.

Другие выводы

1. Внимания на теоретическое и практическое обоснование создания и развития дестинаций в современной России обращается мало. Все предпочитают идти методом проб и ошибок.

2. Как правило, усилия администраций дестинаций сосредоточены на создании благоприятного имиджа и его продвижения на рынке. Реального соответствия предлагаемого продукта данному имиджу и, тем более, подготовке территории, уделяется значительно меньше влияния.

3. Предлагается учитывать многомерную структуру дестинации: дестинация-образ, дестинация-продукт, дестинация-территория, что поможет избежать многих ошибок в практике развития дестинаций.

4. В качестве ближайших задач автору видится осмысление и анализ недолгого, но бурного опыта развития дестинаций в России. Создание методологического фундамента их формирования.

Литература

1. Александрова А.Ю. Международный туризм. – М.: Аспект Пресс, 2001, 464 с.
2. Волков П.П. Туризм в Мышкинском крае: история развития и перспективы // Туризм в Ярославском крае: история, проблемы, перспективы. – Ярославль: Изд-во ЯГПУ, 2004. – с. 117-127.
3. Морозов М.А., Коль О.Д. Дестинация – важнейший элемент туризма // Туризм: практика, проблемы, перспективы. № 1 1998. – с. 8-10.
4. Райс Э., Траут Дж. Позиционирование: битва за узнаваемость, СПб: Питер, 2003. – 256 с.
5. Цапук Д.А. Курс "география туризма" как базовый элемент географического образования в туристской сфере // Проблемы и перспективы развития туризма в странах с переходной экономикой: Матер. междунар. научн.-практич. конф. – Смоленск: СГУ, 2000. – с. 322 – 325.
6. Цапук Д.А. Об эволюции дестинаций в условиях Центральной России // Проблемы развития внутр. туризма в Центр. России: образ., менеджмент, планирование: Матер. научн.-практ. конф. Ярославль: Изд-во ЯГПУ, 2005. – с. 32-38.

К ВОПРОСУ ОБ ОПРЕДЕЛЕНИИ ПОНЯТИЯ «ТУРИЗМ»

Казенина Т.В., *ст. преподаватель кафедры географии ВятГГУ, kazenina@inbox.ru*

Проблемы научного подхода к феномену туризма встали на повестку дня в XX веке. До сегодняшнего дня трактовка и формы понятия «туризм» находятся в процессе трансформации. В начале XX века стали создаваться первые научные школы и исследовательские организации, занимающиеся туристской тематикой. С тех пор, как туризм стал объектом исследования, делались попытки установления его точной характеристики. По мнению ученого Кохена существует столько же терминов "туризм", сколько исследований по нему. Вопрос дефиниций, как отмечает М.Б. Биржаков, и сегодня достаточно актуален и является предметом "ожесточенных и амбициозных дискуссий" ведущих ученых – теоретиков туризма. Как справедливо отмечает В.А. Квартальнов, «туризм проявляется во многих формах и аспектах, поэтому дать ему единственно точное и полное определение практически невозможно», но крайне необходимо, в целях понимания процессов, происходящих как в самой туристской индустрии, так и для разработки эффективных методик управления и оценки ее влияния на экономическую и социальные сферы .

Четкое толкование туристских терминов и понятий имеет большое значение:

1) для целей изучения туризма – анализ феномена туризма первоначально требует определить, что этот феномен охватывает;

2) для целей статистики – чтобы измерить феномен туризма, его нужно определить с наибольшей точностью.

Рассмотрим понятие «туризм» и совокупные понятия в динамике.

В конце 19 века на страницах книги англичанина Педжа появляется слово «турист». Педж констатировал: «путешественника в наши дни называют «туристом». В конце 19 века этот термин стал повсеместно использоваться в Англии, а также жителями материковой Европы.

Первые определения эпохи "кустарного туризма", как отмечал испанский ученый Л. Фернандес Фустер, делали акцент на связи туристской деятельности и транспорта, т.е., исходя из этих определений, туризм считался частью транспортных перевозок.

По мере развития туризма и превращение его в массовое явление появлялись и новые трактовки этого понятия.

Одно из первых определений туризма было дано австрийским экономистом Германом фон Шуллардом (Hermann Von Schullard) в 1910-м году. Он определил его, как «общая сумма действий, в основном экономической сущности, имеющих непосредственное от-

ношение к въезду, проживанию и передвижению иностранцев внутри и за пределами определенного государства, города или региона».

Впервые понятие "международный турист" было введено в 1937г. Советом Лиги наций. Согласно этому определению, таковым являлось лицо, обладающее тремя признаками:

– передвижением;
– временным пребыванием в определенном месте;
– отсутствием связи с трудом и заработком.

Хунцикер и Крапф (Hunziker and Krapf) в 1942-м определили туризм, как «совокупность отношений и событий, возникающих при приезде и проживании иностранцев, при условии, что проживание не предполагает получения гражданства и не связано с деятельностью, направленной на получение прибыли». Их теория получила широкое распространение и сегодня считается «генеральной теорией туризма».

После 1945 года туризм вступил в новую фазу развития, которая характеризовалась, с одной стороны, массовостью турпоездок, а с другой – масштабностью и прогрессирущей диверсификацией туристского предложения. В связи с чем, академия туризма Монте-Карло в 1951 году дает более широкое определение понятию "туризм": "это общее понятие для всех форм временного выезда людей с места постоянного жительства в оздоровительных целях, для удовлетворения познавательных интересов в свободное время или профессионально-деловых целей без занятий оплачиваемой деятельностью в месте временного пребывания". Здесь главный упор делается на характер деятельности посетителей в месте, отличном от проживания.

Совещание Международного союза официальных туристских организаций (Дублин, 1950г., Лондон, 1957 г.), Римская Конференция ООН по международным путешествиям и туризму 1963 г. рекомендовала использовать термины «посетители», «туристы» (ночующие посетители) и «однодневные посетители» (экскурсанты), предложенные Международным союзом официальных туристских организаций – МСОТО (International Union of Official Travel Organization – IUOTO).

С течением времени в туристской системе появились изменения: стали создаваться и внедряться компьютерные технологии, расширился ассортимент предлагаемых путешествий для массового потребления. Стали активно внедряться в мировую практику программы обменов, стажировок и прочие программы межкультурных коммуникаций. И в 1976-м Английское общество по туризму дало следующее определение: «Туризм – это временное, краткосрочное передвижение людей к цели, удаленной от мест их обычного проживания и работы, а также их деятельность во время проживания в местах назначения»

В 1979 году публикуется системная концепция Лейпера, которая рассматривает туризм как систему, состоящую из следующих основных элементов:

– географический компонент (включает в себя три основных составляющих: регион, «порождающий» туристов; транзитный регион; регион туристской дестинации)
– туристы;
– туристская индустрия.

Следует отметить: если до 1980 года туризм в основном рассматривался с точки зрения его доходности, то Манильская декларация по международному туризму (Всемирная конференция по туризму, Манила, 1980г.) определила новую концепцию туризма, согласно которой туризмом считается и способ проведения отпусков, и форма отдыха, путешествий и перемещений лиц с любыми целями. Таким образом, понятие туризма получает более широкую антропоцентрическую окраску.

Гаагская межпарламентская декларация по мировому туризму (1989г.) определяет туризм как явление, которое включает все свободные перемещения людей, а также сферу услуг, созданную для удовлетворения потребностей, возникающих в результате этих перемещений.

К туризму стали относить и различные виды деловых путешествий, которые не приводят к постоянному пребыванию и не подразумевают извлечение прибыли в стране пребывания, поэтому их экономическое значение остается тем же.

В.И. Азар предлагает рассматривать туризм как большую экономическую систему с разнообразными связями между отдельными элементами, в рамках, как народного хозяйства отдельной страны, так и связей национальной экономики с мировым хозяйством в целом.

На конференции ВТО по статистике путешествий и туризма, проходившей в 1991 году в Оттаве, в качестве концепции был выбран аспект спроса, и туризм получил такое определение: «Деятельность лиц, путешествующих и осуществляющих пребывание в местах, находящихся за пределами их обычной среды, на период не более одного года подряд с целью отдыха, деловыми и прочими целями».

По рекомендации ЮНВТО все туристы определяются как посетители. Таким образом, все путешественники делятся на посетителей (включаются в туристскую статистику) и прочих путешественников (не включаются в туристскую статистику).

По определению ЮНВТО, посетитель – это лицо, которое путешествует в какое-либо место, находящееся за пределами его обычной среды, на срок, не превышающий 12 месяцев подряд, и главной целью поездки которого не является занятие деятельностью, оплачиваемой из источника в посещаемом месте. Помимо понятия «посетитель», статистики туризма ВТО предлагают употреблять следующие понятия: путешествующая группа, путешественник, поездка, посещение, международный посетитель, внутренний посетитель.

Путешествующая группа включает в себя несколько посетителей, которые совместно путешествуют в течение всей или части поездки и осуществляют и осуществляют туристские расходы. Такая группа, как правило, включает в себя отдельных физических лиц, которые в том числе, могут быть членами одной семьи.

Путешественник – физическое лицо, осуществляющее поездку между двумя и более населенными пунктами.

Международный путешественник – физическое лицо, совершающее поездку между двумя и более населенными пунктами разных стран.

Внутренний путешественник – физическое лицо, совершающее поездку между двумя и более населенными пунктами в стране места жительства.

Поездка рассматривается с точек зрения места туристского посещения и периода, в течение которого путешествует физическое лицо.

Посещение – термин, который употребляется для описания туристских услуг в месте назначения (страна или регион) и который характеризует период пребывания в указанном месте.

Международный посетитель – физическое лицо, путешествующее в страну, не являющуюся страной проживания.

Внутренний посетитель – физическое лицо, путешествующее по территории страны проживания не более 12 месяцев.

Выделяют три главных признака, позволяющих объединить туристов и экскурсантов в категорию посетителей и одновременно отличить от других путешествующих лиц:

1) перемещение за пределы обычной среды (термин «Обычная среда» был введен в оборот на Оттавской конференции в 1991г. для того, чтобы исключить из числа посетителей людей, ежедневно совершающих поездки из дома на работу (учебу) и обратно. Они не покидают обычной среды и не считаются туристами. Параметры обычной среды: частота посещения объекта и его удаленность) [1, с.9].

2) продолжительность пребывания в месте назначения – второй критерий выделения статистической совокупности посетителей. Он вводится в развитие концепции обычной

среды и позволяет отличить туристов и экскурсантов от резидентов. Продолжительность пребывания ограничивается 12 месяцами, после чего посетитель переходит в категорию постоянных жителей и не учитывается в статистике туризма

3) цель (мотив) поездки – третий признак посетителей. В отличие от других путешественников ими движут туристские мотивы, которые в официальных документах и научной литературе трактуются очень широко.

Для удобства статистического учета посетителей по рекомендации ВТО туристские цели объединены в несколько блоков:

– досуг, рекреация
– посещение знакомых и родственников
– деловые и профессиональные цели
– лечение
– религия (паломничество)
– прочие цели [2, с.52]

В настоящее время в международной практике широко используется определение, выработанное Международной конференцией по статистике путешествий и туризма (Оттава, 1991г.) и одобренное ВТО и Статистической комиссией ООН. Согласно ему: «Турист – это посетитель, т.е. лицо, которое путешествует и осуществляет пребывание в местах, находящихся за пределами его обычной среды, на срок не более 12 месяцев с любой целью, кроме занятия деятельностью, оплачиваемой из источников в посещаемом месте». Данное определение не является полностью удовлетворяющим смысловые нагрузки, вкладываемые в понятие «турист»:

например, в США к туристам относятся только те граждане, которые перемещаются от своего постоянного места проживания на расстояние, превышающее 100 миль. Путешествия на меньшие расстояния в статистике туризма не учитываются.

Согласно одному из последних определений, предложенных Статистической комиссией ООН в марте 1993г., “туризм охватывает деятельность лиц, которые путешествуют и осуществляют пребывание в местах, находящихся за пределами их обычной среды в течение периода, не превышающего одного года подряд, с целью отдыха, деловыми и прочими целями”.[3, с.23] В данном определении для выделения туризма из других видов путешествий являются: нерегулярный характер путешествия; мотивация поездки, не относящаяся к поиску постоянной работы или миграции; добровольности совершения поездки. Именно это определение используется Всемирной туристской организацией (далее ВТО). Для более полного определения туризма ВТО предложила ввести следующую классификацию по типам туризма: внутренний, въездной и выездной туризм. Основным критерием классификации является пересечение государственных границ. Причем, данную классификацию можно применять как для страны, так и для каждого конкретного региона.

Внутренним туризмом занимаются жители какой-либо страны (региона), путешествующие по своей стране (региону). Этот тип туризма не приносит стране валюту, хотя и влияет на развитие экономики, воздействуя на перераспределение доходов между регионами страны. Одним из условий развития туризма этого типа является наличие необходимых средств приема и обслуживания туристов. Другое условие – соответствующий уровень развития внутренней инфраструктуры (транспорт, дороги страны и т.п.).

Выездной туризм – выезд и путешествие жителей какой-либо страны (региона) по другой стране (региону).

Въездной туризм – прибытие и путешествие по какой-либо стране (региону) лиц, не являющихся ее жителями (жителями региона). Въездной туризм с точки зрения получения доходов характеризуется как активный, поскольку создает приток иностранной валюты, а выездной туризм – как пассивный, при котором валюта вывозится из страны.

В большинстве стран въездной туризм представляет собой приоритетное направление развития туристской (и национальной) экономики.

При изучении экономики туризма конкретной страны (региона), направлений ее развития и повышения эффективности функционирования ВТО рекомендовано рассматривать такие понятия, как «национальный туризм», «международный туризм» и «туризм в пределах данной страны (региона)». С точки зрения приведенной классификации к национальному туризму относится внутренний и выездной туризм, к международному туризму – въездной и выездной.

В России в соответствии с Федеральным законом № 132-ФЗ «Об основах туристской деятельности в российской федерации» туризм определяется как – временные выезды (путешествия) граждан Российской Федерации, иностранных граждан и лиц без гражданства (далее – лица) с постоянного места жительства в лечебно-оздоровительных, рекреационных, познавательных, физкультурно-спортивных, профессионально-деловых, религиозных и иных целях без занятия деятельностью, связанной с получением дохода от источников в стране (месте) временного пребывания.

Также данным законом вводятся термины:

1) туризм внутренний – туризм в пределах территории Российской Федерации лиц, постоянно проживающих в Российской Федерации;

2) туризм выездной – туризм лиц, постоянно проживающих в Российской Федерации, в другую страну;

3) туризм въездной – туризм в пределах территории Российской Федерации лиц, не проживающих постоянно в Российской Федерации;

4) туризм международный – туризм выездной или въездной;

5) туризм социальный – 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;

6) туризм самодеятельный – туризм, организуемый туристами самостоятельно;

7) турист – лицо, посещающее страну (место) временного пребывания в лечебно-оздоровительных, рекреационных, познавательных, физкультурно-спортивных, профессионально-деловых, религиозных и иных целях без занятия деятельностью, связанной с получением дохода от источников в стране (месте) временного пребывания, на период от 24 часов до 6 месяцев подряд или осуществляющее не менее одной ночевки в стране (месте) временного пребывания. [4]

Базируясь на Генеральной теории туризма Хунцикера и Крапфа, предложенной в 1942-м году, определение туризма РФ не учитывает некоторые современные тенденции развития данной отрасли. До сего момента в России остается до конца не выясненным вопрос о включении в статистику международного туризма некоторых категорий путешествующих лиц. Если обратиться к туристской практике, можно обнаружить, что в статистику туризма не включают, например, участников международных культурных обменов и стажировок: краткосрочных волонтеров, участников программ «Work & Travel » и т.д. В настоящий момент огромное число российских граждан в возрасте от 18 до 32 лет ежегодно выезжают по данным программам за пределы страны. Особенной популярностью пользуется программа межкультурного студенческого обмена «Work & Travel». Данная программа официально действует с 1957 года. История создания этой программы уходит в послевоенные годы, когда американское правительство стало учреждать разнообразные гуманитарные программы, заботясь об имидже страны. Создав институт спонсорства, который впоследствии стал активным куратором приезжающих на лето в США студентов, Госдепартамент США дал разрешение на привлечение в летний период студентов для выполнения сезонных работ, с целью увеличения количества

путешествующих по США студентов из разных стран мира. Для таких студенческих обменов была учреждена специальная виза – J-1, которую сейчас используют для разрешения на въезд не только студентов, но и преподавателей, ученых, политиков и прочих посетителей с целями делового туризма. Причем, данная виза запрещает осуществлять трудовую деятельность лицам, въезжающим на срок только более 6-ти месяцев подряд. Таким образом, решилось сразу несколько задач:

– у студентов из самых разных стран мира появилась возможность путешествовать, изучать язык другой страны, приобретать новых друзей, новые впечатления

– США ежегодно получают солидные доходы от международных посетителей, а также могут активно пропагандировать ценности своего государства весьма эффективным способом.

Позднее примеру США последовали многие другие страны мира: Великобритания, Канада, Франция, Австралия и т.д. В настоящее время ежегодно в мире ежегодно только в Соединенные Штаты на летние каникулы уезжает с туристскими целями более 100 тысяч студентов более чем из 40 стран мира. А программа «Work & Travel » превратилась в программу международных языковых и профессиональных стажировок за рубежом.

С 1989 года данная программа действует и на территории России и стран СНГ. По данным Федеральной миграционной службы России, в 2005 году по данной программе выехало около 12 000 человек, в 2006г – 14 200 человек. В 2007 году – 16 000 человек, в 2008 году – квота увеличена до 40 000 человек. (см. рисунок 1)

Можно сослаться на Глобальный этический кодекс туризма, в Статье 2 п.4 которого говорится: «Особо полезными формами туризма, которые следует поощрять, являются поездки с религиозными, оздоровительными, образовательными целями, а также для культурных и языковых обменов» К сожалению, Правительство РФ считает, что данная программа является программой трудовой миграции, и студенты, отправляющиеся по такой программе, учитываются в статистике Федеральной Миграционной Службы РФ как трудовые мигранты. На самом деле этот вопрос требует очень тщательного анализа, т.к. основные цели поездки по данной программе – туристские. Так, из 2 100 участников данной программы, которые участвовали в статистическом исследовании, проводившемся в г. Москве и Московской области, г. Санкт-Петербурге, г. Перми, г. Нижнем Новгороде, г. Ульяновске, г. Пензе, г. Рязани, г. Кирове и г. Екатеринбурге в течении 2006-2007-2008 годов. Им был предложен следующий вопрос с различными вариантами ответов: программа «Work & Travel USA» для Вас это: 1)возможность путешествовать; 2) возможность заработать , чтобы купить в Америке качественные вещи; 3) получить представление об американском образе жизни; 4) почувствовать себя американцем; 5) почувствовать себя сотрудником иностранной компании; 6) усовершенствовать английский язык; 7) заработать и привезти домой деньги; 8) устроить личную жизнь; 9) мигрировать; 10) найти новых друзей. (см. рисунок 2).



Рисунок 1. Динамика программы «Work & Travel USA»

В результате, 94% респондента выбрали главной целью данной поездки – одну из предложенных туристских целей, только 5% студентов высказались, что главной целью их поездки является цель зарабатывания денег, а 1% – миграционные намерения Таким

образом, возможность заработать на территории посещаемого государства и посетителями, – участниками программ обмена, и правительством такого государства рассматривается лишь как способ получения средств для реализации туристских намерений: для осуществления возможности путешествия по принимающей стране. (см. рисунок 3)

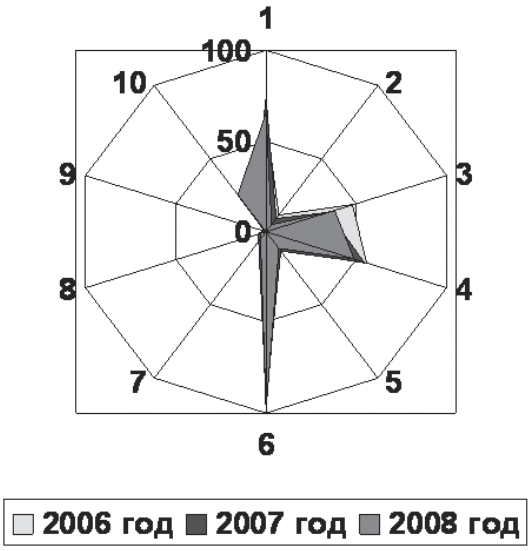


Рисунок 2. Цели участников программы «Work & Travel USA» по годам



Рисунок 3. Основные цели участников программы

Таким образом, мы получаем целый пласт участников международного туризма, который не включается в туристскую статистику РФ, т.к. данный вид посетителей не подходит под определение международного туризма и туриста. В результате, все участники данной программы, по законодательству РФ, не являются участниками индустрии туризма, и на них, соответственно, не распространяются все предусмотренные законодательством акты. В результате, страдающей стороной, в первую очередь, выступают потребители – российское студенчество и молодежь. Для исправления сложившейся ситуации требуется уточнение определения туризма.

Если базироваться на определении, уже данным Российским законодательством, то измененное определение туризма может звучать так: туризм – временные выезды (путешествия) граждан Российской Федерации, иностранных граждан и лиц без гражданства (далее – лица) с постоянного места жительства в лечебно-оздоровительных, рекреационных, познавательных, физкультурно-спортивных, профессионально-деловых, религиозных и иных туристских целях, с целью занятием деятельностью, не подразумевающей извлечение прибыли от источников в стране (месте) временного пребывания.

Тогда турист – лицо, посещающее страну (место) временного пребывания в лечебно-оздоровительных, рекреационных, познавательных, физкультурно-спортивных, профессионально-деловых, религиозных и иных туристских целях, для занятия деятельностью, не подразумевающей извлечение прибыли от источников в стране (месте) временного пребывания на период от 24 часов до 6 месяцев подряд, или осуществляющее не менее одной ночевки в стране (месте) временного пребывания. Данные формулировки не будут противоречить общепринятой туристской парадигме, обозначенной определением ЮН ВТО: «туризм охватывает деятельность, лиц, которые путешествуют и осуществляют пребывание в местах, находящихся за пределами их обычной среды в течение периода, не превышающего одного года подряд, с целью отдыха, деловыми и прочими целями».

При допущении данного определения может измениться:

1)статистический туристский учет, т.к. в туристскую статистику можно будет вносить участников программ студенческих и молодежных обменов

2) могут измениться лицензионные и квалификационные и прочие требования к организаторам как въездных, так и выездных обменов и стажировок, т.к. данные организации будут включаться в туристскую индустрию.

3) появиться возможность пересмотреть отношение к въезжающим на территорию РФ участникам волонтерских движений и студенческих обменов, что может увеличить участие в РФ в международном туризме.

4) подходы к участникам международного туризма в РФ будут соответствовать Глобальному Этическому кодексу туризма.

Литература

1. Жукова М.А. «Индустрия туризма: менеджмент организации», Москва, Финансы и статистика, 2004, 200 с., с.9

2. Соболева Е.А., «Статистика туризма», Москва, Финансы и статистика, 2004, 159с., с.52

3. Балабанов И.Т. Экономика туризма: учебное пособие. Москва, Финансы и статистика, 2003, 176с., с.23-27

4. ФЗ № 132 в ред. Федерального закона от 05.02.2007

МЕТОДИКА ПРОВЕДЕНИЯ ПРОГРАММЫ «СЕКРЕТНЫЙ ГОСТЬ» НА ПРЕДПРИЯТИЯХ ГОСТИНИЧНОГО И РЕСТОРАННОГО БИЗНЕСА

Лупина М.А., *ст. преподаватель Конаковский филиал Российской международной академии туризма, lupina55@yandex.ru*

Всемирный экономический форум опубликовал очередной рейтинг туристической привлекательности государств мира – The Travel & Tourism Competitiveness Report 2008. В список попало 130 стран, куда теоретически может поехать отпускник. Составители этого рейтинга учитывали все, что должно волновать потенциального туриста: транспортную инфраструктуру, количество и качество гостиниц, санитарные условия, уровень медицинского обслуживания, безопасность, политическую стабильность, экологию и т.д.[1]. Наша страна в общем зачете заняла 64-е место. Перед нами практически все страны Западной Европы и США, позади страны Африки и Азии. Но это не самое страшное. Индекс развития инфраструктуры для России оценен – 0,1, для сравнения: Кипр – 5,6, Греция – 3,3, Черногория – 2,9. Но самый низкий показатель по критерию «гостеприимство» (оценивалась психологическая готовность граждан РФ обслуживать туристов), Россия заняла 127 место из 130 возможных!

Исследования показывают, что основная причина потери гостей – низкий уровень обслуживания:

– 69 % низкий уровень сервиса
– 13 % низкое качество продукта или услуги
– 9 % деятельность конкурентов
– 9 % другое

Довольный гость информирует о своем удовлетворении трех человек, каждый из которых информирует еще двоих. В сумме удовлетворение потребностей одного гостя стимулирует еще девять человек, настроенных позитивно, и можно рассчитывать на то, что в случае необходимости они воспользуются услугами нашего предприятия.

Но старое американское журналистское правило, что «хорошая новость новостью не является», полностью применимо при распространении информации о качестве гости-

ничных и ресторанных услуг. Хорошее выполнение предприятием своих обязательств обычно не трактуется как случай, достойный внимания. Лучше запоминается и охотнее повторяется информация о противоположных ситуациях. Гость, не удовлетворенный услугой, информирует обычно 11 чел о реальных, а иногда даже преувеличенных неприятностях, с которыми столкнулся в гостинице или на предприятии питания. Каждый из них информирует еще шесть человек об услышанном случае.

Результатом недостаточного удовлетворения потребностей одного клиента являются 77 чел., которые в будущем будут избегать данную фирму (таб.1).

Таблица 1

Распространение информации

ДОВОЛЬНЫЙ ГОСТЬ ПОХВАЛИТ НАС	ОДИН НЕДОВОЛЬНЫЙ ГОСТЬ – ЭТО ТОЛЬКО НАЧАЛО
1 довольный гость проинформирует о хорошем обслуживании 3 человека От каждого из них об этом узнают еще 2 человека, в итоге – 6 человек. В сумме это составляет – 10 человек КОТОРЫЕ (МОЖЕТ БЫТЬ) СТАНУТ КОГДА-НИБУДЬ НАШИМИ КЛИЕНТАМИ	1 недовольный гость проинформирует о плохом обслуживании 11 человек. От каждого из них об этом узнают еще 6 человек, а в итоге – 66 человек. В сумме это составляет – 78 человек. КОТОРЫЕ БУДУТ НАС ОБХОДИТЬ СТОРОНОЙ

Это средние данные. Естественно, последствия распространения этой информации могут зависеть от возможностей гостя формировать мнение. Это может быть, к примеру, ведущий популярной телевизионной программы, известный журналист или представитель туристской фирмы, сотрудничающей либо намеревавшейся сотрудничать с гостиницей. Это может быть любой другой человек, имеющий существенное влияние на решение о пользовании услугами гостиницы (ресторана) большим числом лиц. Все эти люди могут свои знания или полученную информацию использовать в своей производственной деятельности.[2].

Одним из способов оценки качества деятельности предприятий индустрии гостеприимства, а в частности, обслуживающего персонала, являются так называемые аудиты качества, проводимые сторонними организациями, персонал которых действует инкогнито.

Данный метод на Западе получил название «Mystery Shopping». В России у данного метода есть несколько названий, такие как «Тайный покупатель», «Сервисный аудит», «Секретный гость» и т. д., данные названия являются русскими переводами иностранных названий.

Идея подобного исследования зародилась около 30 лет назад в США, когда стала очевидной значимость фактора качества обслуживания для повышения объема продаж. При выведении на рынок новых товаров для проверки работы розничных сетей стали применяться услуги специально обученных мнимых покупателей. Тогда же западные маркетологи, являясь большими любителями звучных названий, придумали термин «Mystery Shopping», который в отличие от серой и невнятной «контрольной закупки» намного сильнее цепляет сознание, вызывая множество ассоциаций из сферы конспирологии.[3].

Подобные проверки стали проводиться руководителями компаний еще до того, как появились компании, предоставляющие услугу «Mystery Shopping». В качестве мнимых покупателей выступали либо представители руководства, либо служащие, работающие в других отделах.

В США и Европе около 80 % всех магазинов, кафе, ресторанов и банков проводят проверки регулярно. В Европе по данным международной ассоциации MSPA (Mystery

Shopping Providers Association), объем рынка в 2005 году составил 201 млн евро. По оценкам экспертов, к 2010 году эта цифра увеличится до 360 млн евро. В США годовой оборот рынка услуги «Mystery Shopping» превышает 600 млн долларов и растет со скоростью примерно 10 – 15 % в год.

На сегодняшний день рынок услуги «Секретный гость» / «Таинственный покупатель» в России находится в состоянии быстрого развития. Все больше компаний предлагают данную программу в качестве инструмента оценки качества обслуживания клиентов. Россия демонстрирует полное совпадение с США и Европой: наиболее частыми заказчиками услуги «Секретный гость»/ «Таинственный покупатель» по всему миру являются розничные торговые сети и банки, за ним следуют предприятия питания, гостиницы, автосалоны, турфирмы. [3].

В индустрии гостеприимства чаще всего используется название «Секретный гость». В гостиничном бизнесе программа «Секретный гость» получила активное использование у международных гостиничных операторов, работающих по системе франчайзинга.

Секретный гость» – это метод маркетингового исследования, основной целью которого является комплексная оценка и контроль качества работы обслуживающего персонала. Благодаря этому методу можно определить эффективность тренингов и других программ работы с персоналом на предприятии.

На сегодняшний день, данный метод является наиболее популярным для оценки и контроля обслуживающего персонала, который может использоваться гостиницами и ресторанами. Прежде предприятия гостиничного и ресторанного бизнеса решали проблемы в обслуживании в основном путем применения метода «Гостевое мнение», используя при этом письменный или устный опрос потребителей услуг. Собранная с помощью опросов информация помогает выявить ошибки в обслуживании, но проблема такого исследования заключается в том, что гости не обязаны заполнять опросные листы в гостиницах или, тем более, в ресторанах и принудить их к этому невозможно, да и нецелесообразно. Также не стоит забывать, что опрос, как инструмент маркетинговых исследований обладает рядом недостатков – необходимость значительной выборки, высокая стоимость и меньшая надежность информации. Подсчитано, что программа «Гостевое мнение» стоит в 5 – 7 раз больше, нежели программа «Секретный гость», направленная на получение аналогичной информации.

Естественно, предприятиям индустрии гостеприимства не стоит отказываться от исследования мнения своих гостей. Руководству данных предприятий необходимо следовать комплексному методу сбора информации о состоянии качества обслуживания, включая и «Гостевое мнение» и программу «Секретный гость».

Объективность собранной информации заключается в том, что программа «Секретный гость» осуществляется специалистами в гостиничном или ресторанном бизнесе, работающими инкогнито и выступающими под видом обычных клиентов.

В Конаковском филиале РМАТ разработаны и внедрены методики проведения программы «Секретный гость» для гостиниц и предприятий питания. Цель данной программы – получение более полной и достоверной картины качества обслуживания гостей и всей работы гостиницы или предприятия питания. Данную программу мы используем совместно с проведением обучающих семинаров-тренингов для обслуживающего персонала. «Секретный гость» лучше проводить в два этапа. Первый этап – предтренинговый, его задача выявить проблемы в обслуживании на данном предприятии и, исходя из полученных данных, разработать программы обучения для персонала. Второй этап – посттренинговый, его задача состоит в отслеживании изменений ситуации на предприятии в работе персонала после проведения обучения.

Одним из основных критериев проведения программы «Секретный гость» являются заранее выработанные критерии, в среднем около 30-40, и разработан сценарий посеще-

ния гостиницы или ресторана. В некоторых случаях может быть использована аудио- или видел записывающие устройства. Так как для сотрудника индустрии гостеприимства важно обладать определенными личностными качествами, такими как стрессоустойчивость, неконфликтность и доброжелательность, то в сценарии проведения программы «Секретный гость» рекомендуется включать создание конфликтной ситуации.

При проведении программы «Секретный гость» эксперты заезжают в гостиницу на несколько дней (2 – 3 дня в зависимости от размеров предприятия). В задачу входит проверка состояния материально-технической базы гостиницы, начиная с фасада здания, заканчивая оборудованием в номере, и оценка обслуживания в гостинице. Обычно такой проверке подвергается работа службы приема и размещения, поэтажно-хозяйственной службы, службы консьержей, службы питания и напитков, службы по оказанию дополнительных услуг, т. е. оценивается работа контактного персонала, главной функцией которого является общение с гостями.

Для оценки предприятия питания рекомендуется составить несколько сценариев проведения программы «Секретный гость». Оценка будет объективней, если оценить работу персонала в разные смены и в разное время суток, т. е. необходимо минимум два – три посещения, чтобы выявить проблемы в обслуживании и разработать необходимые рекомендации по обучению персонала. На предприятиях питания оценивается материально-техническое оснащение, качество блюд и напитков, техника обслуживания гостей официантами, хостес, метрдотелем, клиентоориентированность персонала и использование техники продаж.

Во время посещения гостиницы / ресторана эксперты заполняют оценочные листы, состоящие из нескольких разделов по критериям обслуживания и материально-технического оснащения (лучше использовать чек-листы в формате Да/Нет), дают комментарии каждому процессу в свободной форме, затем пишется отчет с выделением положительных и отрицательных сторон в обслуживании и материально-техническом оснащении. На основе проанализированной информации по желанию заказчика составляется программа обучения для персонала и разрабатываются рекомендации по повышению качества обслуживания.

Заказчиками проведения программы «Секретный гость» чаще всего выступают владельцы предприятий, инвесторы, генеральные менеджеры. Аргументами для заказчика в пользу проведения данной программы являются:

– получение полной информации о том, какой видят вашу гостиницу / предприятие питания гости;
– что и как происходит на предприятии в отсутствии руководителей;
– как соблюдаются стандарты обслуживания;
– какие проблемы существуют на предприятии;
– вы точно знаете об уровне сервиса на вашем предприятии;
– можно использовать полученные результаты при проведении аттестации сотрудников;
– на основе полученных данных можно разработать систему мотивации для персонала.

Следует помнить, что программа «Секретный гость» эффективна только при регулярном выполнении, в среднем, один раз в месяц или квартал. Персонал должен быть постоянно в тонусе. При прекращении программы, как показывает практика, уровень сервиса падает через два-три месяца, а через год, или раньше, возвращается на прежний уровень. Это еще раз доказывает необходимость постоянного контроля на предприятии!!!

Также следует помнить, что главная функция программы «Секретный гость» – это не картельная мера для персонала. Результаты оценки следует воспринимать как руководство к действию по исправлению ошибок и корректировок в обслуживании. Исключение составляет только выявление серьезных нарушений, таких как агрессивное поведение персонала по отношению к гостям, нарушение сотрудниками предприятия

законодательства РФ, критическое несоблюдение стандартов компании, приводящих к падению имиджа предприятия.

Стоимость внедрения программы относительно невысока, по сравнению с принятыми расценками за проведение маркетинговых исследований, а опыт специалистов Конаковского филиала РМАТ, выполнивших несколько программ для гостиниц и предприятий питания, показывает, что практический эффект от данной программы огромен. В первую очередь это относится к проведению программы «Секретный гость» совместно с семинарами-тренингами. По нашему опыту такое взаимодействие повышает эффективность тренинговых программ, максимально приспосабливает тренинговые программы к реалиям жизни, позволяет количественно подсчитать эффект от проведения тренингов, увеличивает ответственность преподавателя за конечный результат.

Развитие гостиничного и ресторанного бизнеса в России приведет к усилению конкурентной борьбы, это в свою очередь приведет к потребности в контроле за уровнем качества оказываемых услуг. В связи с этим методика программы «Секретный гость» будет модернизироваться и совершенствоваться.

Литература

1. Тарасевич Г. А. Рейтинг гостеприимства.// Журнал «Русский репортер», Москва, 2008, № 4, стр.11 – 12.

2. Турковский Марек. Маркетинг гостиничных услуг: Учебно-методическое пособие.- М.: Финансы и статистика, 2006, 286 с.

3. Проценко С. А. «Mystery Shopping» – метод оценки качества обслуживания. // Журнал «Коммерческий директор», Москва, 2007, № 6 (18), стр. 56 – 63

НЕКОТОРЫЕ ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ СФЕРЫ ТУРИЗМА, РЕСТОРАННОГО И ГОСТИНИЧНОГО БИЗНЕСА В СВЕРДЛОВСКОЙ ОБЛАСТИ

Фонова Н.Г., *к.э.н., доцент, зав.кафедрой «Сервис и Туризм» ГОУ ВПО УГТУ-УПИ*

Развитие туризма в Свердловской области происходит по той же типовой модели, что и в России в целом, и испытывает те же проблемы. Каждый регион уникален, имеет свои неповторимые и не возобновимые особенности, также и Екатеринбург имеет свою особую историю и специфику. Он являлся одним из закрытых для посещения и информации центров военно-промышленного комплекса страны до 1992 года. Следствие этого является модель развития Свердловской области как промышленного центра с неразвитой инфраструктурой и разрушенной экосистемой. Без глубоко разработанной государственной программы по развитию туризма и территории, с серьезной финансовой поддержкой со стороны бизнеса, невозможно найти конструктивное решение. Данные приведенные ниже иллюстрируют эту ситуацию:

– За последние 4 года в данном секторе экономики происходит ежегодный рост на 20-30% и на сегодняшний день он предоставляет 15000 рабочих мест;

– 20000 туристов и 150000 иностранных бизнесменов посетили область в 2004 году (в большинстве случаев заинтересованных в сотрудничестве в металлургической промышленности);

– Несмотря на то, что в области в настоящее время насчитывается 400 туристических фирм, удовлетворяющих имеющийся спрос, область располагает ограниченной инфраструктурой, которая не в полной мере отвечает европейским стандартам (60 отелей, 480 ресторанов).

На протяжении последних 5 лет правительство Свердловской области проводило экономическую политику, направленную на развитие сферы услуг. Одной из приоритетных задач является придание сфере туризма, ресторанного и гостиничного бизнеса статуса самостоятельного сектора экономики. С этой целью, принимается ряд эффективных мер, которые осуществляются и сегодня:

– Привлечение внимания к религиозным и историческим местам (православные церкви, место расстрела царя...)

– Развитие программ по организации международных выставок и ярмарок

– Развитие сети международных гостиниц в рамках проекта строительства 50 отелей в течение 3 лет

– Инвестиции в развитие горнолыжных курортов

– Реконструкция аэропорта «Кольцово» и превращение в международный хаб.

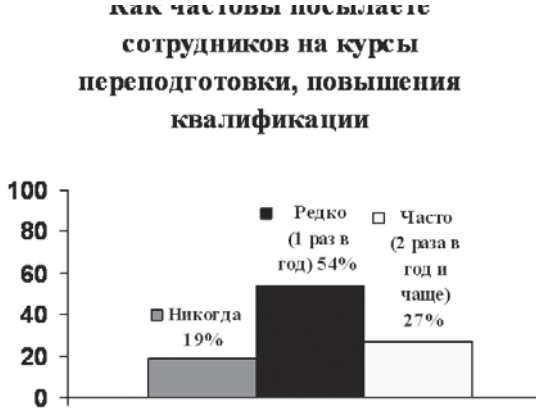
Министерство по физической культуре, спорту и туризму и Министерство международных и внешнеэкономических связей Свердловской области предполагают, что эти меры потребуют через 3 года дополнительно 2300 квалифицированных специалистов в сфере туризма, ресторанного и гостиничного бизнеса. Однако, одной из главных проблем является подготовка квалифицированных специалистов всех уровней. Эта проблема требует незамедлительного решения. Об этом же свидетельствуют результаты анкетирования, проведенного среди специалистов сферы туризма, ресторанного и гостиничного бизнеса:

– Довольно высок процент неудовлетворенности уровнем квалификации персонала в организациях сферы туризма, ресторанного и гостиничного бизнеса, что косвенно указывает на низкий уровень подготовки специалистов в учебных заведениях.

– Суммарный процент (81%) положительных ответов на вопрос о переподготовке и повышении квалификации сотрудников свидетельствует о том, что руководство организаций данной сферы уделяет большое значение обучению персонала. Однако работодатели сходятся во мнении, что уровень образования специалистов приходящих на работу после выпуска из института не соответствует потребностям работодателей. И поэтому возникает необходимость дополнительно обучать персонал, затрачивая временные и финансовые ресурсы.

– Наиболее часто посещаемые курсы повышения квалификации: «менеджер по туризму», «иностранный язык», «технология продаж». Это указывает на то, что обычно на обучение отправляют менеджеров по продаже туристического продукта, тех, кто непосредственно общается с клиентами. Следует также отметить, что одной из наиболее часто называемых респондентами проблем в сфере туризма является дефицит кадров.

– В сфере общественного питания также высок процент (45%) респондентов недовольных квалификацией линейного персонала.





– 82% респондентов отметили, что в их организациях периодически отправляют сотрудников на курсы переподготовки и повышения квалификации, что тоже является свидетельством низкой квалификации. Помимо этого, на данный показатель влияет специфика инновационного процесса, усиливающего динамику развития межотраслевого комплекса.

– В гостиничной сфере степень удовлетворенности квалификацией персонала с позиции работодателей выше (77% респондентов), чем в других сферах. В гостиничном бизнесе лишь (48%) респондентов ответили положительно на вопрос о переподготовке.

Проведенное исследование, выявило общую динамику процесса:

1. Сфера сервисной деятельности по-прежнему испытывает достаточно высокую потребность в квалифицированных кадрах. Поэтому необходимо формировать различные формы социального партнерства всех заинтересованных участников рынка: государства, образовательной сферы и предпринимательской среды.

2. Динамика рыночного развития требует постоянного движения и в подготовке и переподготовке кадров (потребность в переподготовке персонала в сфере туризма и ресторанного бизнеса достигла 80%);

ПОТРЕБНОСТЬ РЕАЛИЗАЦИИ МОДУЛЬНОЙ ИННОВАЦИОННОЙ ПРОГРАММЫ ПЕРЕПОДГОТОВКИ КАДРОВ В КОНТЕКСТЕ ЗАДАЧ ПОДГОТОВКИ К САММИТУ ШОС 2009 г.

Букис В.В., *кафедра Сервиса и Туризма ГОУ ВПО «УГТУ-УПИ»*

Екатеринбург все больше приобретает элементы мирового города в связи с концентрацией в нем дипломатических миссий, офисов транснациональных корпораций, представительств иностранных фирм, международных культурных организаций, информационных сетей и транспортных коммуникаций.

Современное экономическое развитие Екатеринбурга определяется не только уровнем промышленного производства крупных предприятий, но и состоянием торговли, сферы услуг, финансового рынка. В Екатеринбурге сосредоточены органы областного управления деятельностью учреждений рекреационно-туристского комплекса, образовательных учреждений по подготовке кадров для гостиничной отрасли. Географическое расположение города на границе Европы – Азии и пересечении транспортных путей способствует усилению этой тенденции. Кроме того, широкий спектр туристских ресурсов Екатеринбурга и, как следствие, возможности его позиционирования как города, интересного для различных групп туристов, создают предпосылки для значительного роста количества гостей города (как российских, так и иностранных), приезжающих в Екатеринбург с разнообразными целями.

Городской рынок туристических услуг еще далек от перенасыщения и продолжает формироваться. Официальная статистика гласит, что ежегодно значительно возрастает поток туристов, приезжающих на Урал с коммерческими целями. Об этом свидетельствует тот факт, что каждый год в Екатеринбурге открывается 10 новых гостиниц, классом не ниже 3***. В связи с этим учредители и директоры гостиниц сталкиваются с острой нехваткой квалифицированного персонала, причем как линейного, так и персонала управляющего среднего звена.

Как известно, туристический бизнес – одно из перспективных направлений развития экономики. Однако для того, чтобы получать от этого бизнеса полноценную отдачу, необходимо совершенствовать материальную базу и заниматься подготовкой кадров. Ситуацию с подготовкой кадров необходимо активизировать, т.к. в ближайшей перспективе

г. Екатеринбург да и вся область готовиться к саммиту ШОС в 2009. Для организации и проведения такого события на сегодняшний день реализуется множество приоритетных муниципальных и коммерческих программ, а точнее готовится широко развернутая инфраструктура сервисного обеспечения. Строятся и запускаются в эксплуатацию гостиницы, рестораны, выставочные комплексы, конгрессные предприятия и т.д. Реализация программы профессиональной переподготовки управленческих кадров поможет решить кадровые проблемы туристической отрасли. Таким образом программа обладает значительным потенциалом реализации и развития, а так же и долгосрочными перспективами.

В настоящее время менеджеры в сервисе и туризме остаются наиболее высоковостребованны на рынке туристских кадров. Так, проведенный контент-анализ СМИ, в том числе и электронных, по вопросу предложений и спроса на специалистов, показал значительное преобладание спроса на специальности, связанные с сервисной и туристской индустрией, над предложением (приблизительно в 2 раза) при том, что уровень предлагаемой заработной платы на данные специальности достаточно высок и во многих случаях значительно превышает средний уровень.

Однако наибольший риск в развитии туристической инфраструктуры в Свердловской области и Екатеринбурге заключается в дефиците менеджеров сервиса и туризма. Выпускники российских вузов обладают только общими знаниями о профессии, имеют мало практики в гостиницах, турфирмах и часто владеют английским языком на низком и среднем уровне. В большинстве случаев они не знакомы с этикой поведения, правилами предоставления услуг, технологией обслуживания, поэтому приходится тратить много сил и времени на дополнительное обучение менеджменту организации в туристической сфере. В связи с современными условиями, специалисты прошедшие курсы повышения квалификации, имеют не только хорошую теоретическую подготовку, развитые профессиональные и личные компетенции, необходимые для работы в гостиничном и туристическом бизнесе, но и обладает готовыми «рецептами» выхода из сложных ситуаций.

В настоящее время переподготовкой и курсами повышения квалификации для сферы сервиса и туризма занимаются несколько государственных и коммерческих ВУЗов г. Екатеринбурга, а так же школы бизнес образования. Это объясняется высоким уровнем потребности Екатеринбурга и области в квалифицированных кадрах.

Безотлагательная реализация инновационной модульной программы переподготовки кадров «Менеджмент Гостиничного хозяйства, туристического и ресторанного бизнеса», основанной на компетентностном подходе является стратегически важной задачей системы высшего профессионального образования г. Екатеринбурга и Свердловской области.

«Программа профессиональной переподготовки специалистов гостиничного хозяйства»

Система профессиональной переподготовки заключается в определении подходов, основанных на компетенциях, с учетом международного и российского опыта в системе профессионального образования. Система направлена на овладение специальными компетенциями – уникальные для каждой профессии, полипрофессиональными компетенциями – актуальные компетенции для группы профессий и ключевыми компетенциями – общие, универсальные компетенции, способствующие достижению результатов в личной и профессиональной жизни.

Ступень образования	Программа	Образовательные модули	Предполагаемая реализация	
Среднее профессиональное образование	«Специалист гостиничного хозяйства»	Отели – общие положения	УГТУ-УПИ, ИФК,ССиТ	Повышение квалификации
		Процесс управления отелем		
		Управление персоналом		
		Правовое обеспечение услуг отелей		
Высшее профессиональное образование	«Специалист финансовой службы»	Финансовый менеджмент	УГТУ-УПИ, ИФК,ССиТ	
	«Специалист службы безопасности»	Безопасность отеля	УГТУ-УПИ, ИФК,ССиТ	
	«Специалист отдела кадров»	Управление персоналом	УГТУ-УПИ, ИФК,ССиТ	
	«Управляющий отелем»	Отели – общие положения	УГТУ-УПИ, ИФК,ССиТ	
		Маркетинг гостеприимства		
		Процесс управления отелем		
		Финансовый менеджмент		
		Продажа гостиничных услуг		
		Развитие гостиничного бизнеса		

Программа	Цель образовательного модуля
«Специалист гостиничного хозяйства»	Изучение вопросов: основные понятия, классификация отелей и других средств размещения, основные функции и службы отеля, особенности управления отелями, жизнедеятельность отеля, управляющая компания и ее функции, дополнительные услуги отеля, трудовое поведение, источники правового регулирования, правила предоставления гостиничных услуг, права потребителей, правила эксплуатации отелей и их оснащение, охрана труда.
Формируемые компетенции	Способность и готовность к творческой адаптации, к конкретным условиям выполняемых задач и их инновационным решениям, Формирование умений и навыков организации творческого труда, углубление профессиональной подготовки работника, Способность анализировать, оценивать и прогнозировать эффективность собственной деятельности.
«Специалист финансовой службы»	Изучение вопросов: бюджетирование в отелях, ценообразование в отелях, учетная политика, учет и отчетность в гостиничном бизнесе, управление доходностью в гостиничном бизнесе, оптимизация налогообложения.
Формируемые компетенции	Способность анализировать, оценивать и прогнозировать экономические эффекты и последствия реализуемой и планируемой деятельности, Способность использовать для решения коммуникативных задач современные технические средства и информационные технологии, Способность и готовность осуществлять свою деятельность с учетом принятых правовых норм.

«Специалист службы безопасности»	Изучение вопросов: функции и структуры службы безопасности, организационные меры безопасности отеля, психологические аспекты безопасности, технические средства безопасности, пожарная безопасность отеля.
Формируемые компетенции	Способность и готовность осуществлять свою деятельность с учетом принятых правовых норм, Способность находить и принимать организационно-управленческие решения в нестандартных ситуациях, Готовность к изменению вида и характера своей профессиональной деятельности.
«Специалист отдела кадров»	Изучение вопросов: технология подбора персонала, отбор, адаптация новых сотрудников(имеется разработанная программа), мотивация персонала отеля.
Формируемые компетенции	Способность и готовность осуществлять свою деятельность с учетом принятых правовых норм, Способность анализировать, оценивать и прогнозировать эффекты и последствия реализуемой и планируемой деятельности, Овладение навыками психологической подготовки, Способность к организационно-управленческой работе.
«Управляющий отелем»	Изучение вопросов: особенности управления отелями, привлечение клиентов, формирование лояльности клиентов, стратегическое планирование, каналы сбыта гостиничных услуг, реклама и продвижение гостиничных услуг, управление качеством, сезонность в управлении отелем, управление доходностью в гостиничном бизнесе, продажа корпоративным клиентам, банкеты, продажа гостиничных пакетов, организация бронирования, франчайзинг, аренда и лизинг, интеграция в гостиничном бизнесе, таймшеры и кондоминиумы.
Формируемые компетенции	Способность анализировать, оценивать и прогнозировать экономические эффекты и последствия реализуемой и планируемой деятельности, Способность и готовность к лидерству, Умение организовать работу исполнителей, находить и принимать управленческие решения, Способность к организационно-управленческой работе, Овладение навыками психологической подготовки.

«Программы профессиональной переподготовки специалистов туристского бизнеса»

Ступень образования	Группа	Образовательные модули	Предполагаемая реализация	
Среднее профессиональное Образование, высшее профессионально	«Специалист по туризму»	Типология предпринимательства в СКСиТ	У Г Т У - У П И , ИФК,ССиТ	Повышение квалификации
		Принципы организации туристского бизнеса		
		Производство туристских услуг		
		Источники финансирования сферы сервиса и туризма		
Высшее профессиональное образование	«Специалист финансовой службы»	Учет затрат, доходов и процесса формирования финансового результата	У Г Т У - У П И , ИФК,ССиТ	
		Учетная политика туристских организаций		
		Бухгалтерская отчетность		
		Обеспечение мер безопасности при формировании и реализации туров		

Высшее профессиональное образование	«Менеджмент безопасности в туризме»	Обеспечение мер безопасности при транспортировки туристов	У Г Т У - У П И , ИФК,ССиТ	Повышение квалификации
		Технические средства и системы обеспечения безопасности туристских предприятий		
		Необходимость и особенности страхования в туризме		
	«Страхование в туризме»	Отрасли, подотрасли и виды страхования в туризме	У Г Т У - У П И , ИФК,ССиТ	
		Правовое регулирование страхования туристской деятельности		
		Экономическое моделирование туристской организации		
	«Управляющий туристским предприятием»	Производственные и трудовые ресурсы туристских организаций	У Г Т У - У П И , ИФК,ССиТ	
		Эффективность функционирования туристских организаций		
		Конкуренция и риски предпринимательства в сфере сервиса и туризма		
		Мотивация персонала, поведенческие модели		
	«Управление персоналом»	Измерение текучести и стабильности человеческих ресурсов		
		Рынки рабочей силы для предприятий туризма		
		Разработка трудовых стратегий		

Группа	**Цель образовательного модуля**
«Специалист по туризму»	Изучение вопросов: основные понятия, классификация турстских предприятий, основные функциитурфирмы, особенности управления, туроперейтинг и ее функции, услуги турагенства, трудовое поведение, источники правового регулирования, правила предоставления туристских услуг, права потребителей, система контроля качества, охрана труда.
Формируемые компетенции	Способность и готовность к творческой адаптации, к конкретным условиям выполняемых задач и их инновационным решениям, Формирование умений и навыков организации творческого труда, углубление профессиональной подготовки работника, Способность анализировать, оценивать и прогнозировать эффективность собственной деятельности.
«Специалист финансовой службы»	Изучение вопросов: бюджетирование в турфирмах, ценообразование на турпродукт, учетная политика, учет и отчетность в турфирме, управление доходностью, оптимизация налогообложения.
Формируемые компетенции	Способность анализировать, оценивать и прогнозировать экономические эффекты и последствия реализуемой и планируемой деятельности, Способность использовать для решения коммуникативных задач современные технические средства и информационные технологии, Способность и готовность осуществлять свою деятельность с учетом принятых правовых норм.
«Менеджмент безопасности в туризме»	Изучение вопросов: меры безопасности, особенности страхования, психологические аспекты безопасности, требования к техническим средствам безопасности, правовые аспекты.
Формируемые компетенции	Способность и готовность осуществлять свою деятельность с учетом принятых правовых норм, Способность находить и принимать организационно-управленческие решения в нестандартных ситуациях, Готовность к изменению вида и характера своей профессиональной деятельности.

«Страхование в туризме»	Изучение вопросов: технология страхования, подбор необходимой страховки, мотивация покупки страховки.
Формируемые компетенции	Способность и готовность осуществлять свою деятельность с учетом принятых правовых норм, Способность анализировать, оценивать и прогнозировать экономические эффекты и последствия реализуемой и планируемой деятельности.
«Управляющий туристским предприятием»	Изучение вопросов: особенности управления туроператором и турагенством, привлечение клиентов, формирование лояльности клиентов, стратегическое планирование, каналы сбыта услуг, реклама и продвижение, управление качеством, сезонность турбизнеса, продажа корпоративным клиентам
Формируемые компетенции	Способность и готовность к лидерству, Умение организовать работу исполнителей, находить и принимать управленческие решения, Способность к организационно-управленческой работе, Овладение навыками психологической подготовки.
«Управление персоналом»	Изучение вопросов: технология подбора персонала, отбор, адаптация новых сотрудников(имеется разработанная программа), мотивация персонала.
Формируемые компетенции	Способность и готовность осуществлять свою деятельность с учетом принятых правовых норм, Способность анализировать, оценивать и прогнозировать эффекты и последствия реализуемой и планируемой деятельности, Овладение навыками психологической подготовки.

«Программы профессиональной переподготовки специалистов ресторанного бизнеса»

Ступень образования	Группа	Образовательные модули	Предполагаемая реализация	
Среднее профессиональное образование	«Специалист ресторанного бизнеса»	Типы ресторанного обслуживания	У Г Т У - У П И , ИФК,ССиТ	Повышение квалификации
		Современные тенденции в ресторанном бизнесе		
		Информационные технологии в ресторанном бизнесе		
		Особенности бухгалтерского учета и налогообложения организаций общественного питания		
Высшее профессиональное образование	«Специалист финансовой службы»	Бухгалтерский учет и налогообложение операций по нестандартным формам обслуживания	У Г Т У - У П И , ИФК,ССиТ	
		Информационные технологии в системе бухгалтерского учета		
		Правовая база предприятий общественного питания		
	«Специалист службы безопасности»	Технические средства и системы обеспечения безопасности	У Г Т У - У П И , ИФК,ССиТ	
		Подсистемы управления в менеджменте безопасности		
	«Специалист отдела кадров»	Оплата и часы работы, сверхурочная работа и стоимость	У Г Т У - У П И , ИФК,ССиТ	
		Система и структура управления рестораном		

Высшее профессиональное образование	«Управляющий рестораном»	Управленческие решения	УГТУ-УПИ, ИФК,ССиТ	
		Управления финансовыми и человеческими ресурсами		
		Управление конфликтами и стрессами		

Группа	Цель образовательного модуля
«Специалист ресторанного бизнеса»	Изучение вопросов: основные понятия, классификация предприятий питания, основные функции и службы ресторана, особенности управления, современные тенденции в ресторанном бизнесе, управляющая компания и ее функции, дополнительные услуги ресторана, трудовое поведение, источники правового регулирования, правила предоставления ресторанных услуг, права потребителей, охрана труда.
Формируемые компетенции	Способность и готовность к творческой адаптации, к конкретным условиям выполняемых задач и их инновационным решениям, Формирование теоретических знаний в сфере организации и развития ресторанного бизнеса, Формирование умений и навыков организации творческого труда, углубление профессиональной подготовки работника, Способность анализировать, оценивать и прогнозировать экономические эффекты и последствия реализуемой и планируемой деятельности.
«Специалист финансовой службы»	Изучение вопросов: бюджетирование в ресторанах, ценообразование, учетная политика, учет и отчетность в ресторанном бизнесе, управление доходностью в ресторанном бизнесе, оптимизация налогообложения.
Формируемые компетенции	Способность анализировать, оценивать и прогнозировать экономические эффекты и последствия реализуемой и планируемой деятельности, Способность использовать для решения коммуникативных задач современные технические средства и информационные технологии, Способность и готовность осуществлять свою деятельность с учетом принятых в обществе моральных и правовых норм
«Специалист службы безопасности»	Изучение вопросов: функции и структуры службы безопасности, организационные меры безопасности ресторана, психологические аспекты безопасности, технические средства безопасности, пожарная безопасность ресторана.
Формируемые компетенции	Способность находить и принимать организационно-управленческие решения в нестандартных ситуациях, Готовность к изменению вида и характера своей профессиональной деятельности.
«Специалист отдела кадров»	Изучение вопросов: технология подбора персонала, отбор, адаптация новых сотрудников (имеется разработанная программа), мотивация персонала ресторана.
Формируемые компетенции	Способность и готовность к лидерству, Умение организовать работу исполнителей, находить и принимать управленческие решения
«Управляющий рестораном»	Изучение вопросов: особенности управления ресторанами, привлечение клиентов, формирование лояльности клиентов, стратегическое планирование, каналы сбыта услуг питания, реклама и продвижение ресторанных услуг, управление качеством, сезонность в управлении рестораном, управление доходностью в ресторанном бизнесе, продажа корпоративным клиентам, банкеты, организация бронирования, франчайзинг, аренда и лизинг, интеграция в ресторанном бизнесе.
Формируемые компетенции	Изучение методов управления ресторанными предприятиями, Умение находить и принимать управленческие решения, Способность к организационно-управленческой работе, Овладение навыками психологической подготовки

РОЛЬ МУНИЦИПАЛЬНЫХ ОБРАЗОВАНИЙ В РАЗВИТИИ ТУРИЗМА

Цыщук Г.Ю., *ст. преподаватель, Конаковский филиал Российской международной академии туризма galina_tver@list.ru*

Туризм является одной из важнейших сфер деятельности современной экономики России, так как способствует повышению уровня и качества жизни населения, не приводя при этом к истощению природных ресурсов.

Развитие туризма приводит к созданию новых рабочих мест, развитию инфраструктуры, росту производства в смежных отраслях экономики с одной стороны, и к возможности получения полноценного отдыха, восстановлению, воспроизводству рабочей силы с другой.

Наибольший интерес, с этой точки зрения, представляют въездной и внутренний туризм. Въездной туризм является экспортоориентированной сферой и оказывает положительное влияние на платежный ба-ланс страны. Развитие внутреннего туризма позволяет создавать условия для полноценного отдыха на региональном и местном уровнях.

Неразвитость внутреннего туризма ведет к ограничению возможностей по приему зарубежных туристов, так как инфраструктура, используемая при этом, одна.

Темпы развития внутреннего туризма в Российской Федерации значительно отстают от темпов разви-тия выездного туризма. По данным Ростуризма, число поездок россиян за рубеж в 2007 г. выросло на 18% и составило 34 млн, количество поездок иностранных граждан в РФ в 2007 г. выросло на 2% и составило 22 млн. По данным РБК, рост внутреннего туризма в России в 2007 г. составил 7,7% и достиг 28 млн чел.[1] Анализ современных тенденций развития туризма в России позволяет сделать вывод о том, что существует целый ряд причин, сдерживающих эффективную работу туристских предприятий, ориентированных на внутренний туризм.

На наш взгляд, к наиболее значимым следует отнести:

– отсутствие программ поддержки внутреннего туризма на региональном и местном уровнях;

– отсутствие механизмов взаимодействия муниципальных образований, региональных административных органов, общественных региональных туристских объединений, образовательных учреждений, ведущих подготовку кадров для туризма.

Для успешного развития туристской сферы в качестве социально и экономически эффективной отрасли необходимо планирование туристской деятельности на всех ее уровнях. Процесс планирования позволяет учитывать происходящие изменения внешней среды и адаптировать к ним внутренние факторы производства, выбрать из множества возможных вариантов развития оптимальный, обеспечивающий наиболее эффективное использование ресурсов.

В рамках государства туризм планируется на национальном, региональном, местном уровнях и на уровне отдельных дестинаций.

На национальном уровне вырабатывается стратегия развития туризма на долгосрочную перспективу, создаются органы управления туризмом, формируется нормативно-законодательная база.

На региональном уровне вырабатывается региональная политика развития туризма на основе схемы социально-экономического и территориального планирования, утверждаются целевые программы развития туризма, создаются координирующие органы управления, формируется благоприятный инвестиционный климат.

Целью туристской политики региона является преодоление имеющихся социально-экономических противоречий между развитием экономики региона и туризма.

С одной стороны, некоторые цели в сфере регионального туризма не могут быть достигнуты прежде, чем будет достигнут определенный уровень социально-экономичес-

кого развития. С другой стороны, развитие регионального туризма оказывает огромное влияние на такие ключевые отрасли экономики, как транспорт и связь, строительство, сельское хозяйство, производство товаров народного потребления и другие, т.е. выступает своеобразным катализатором социально – экономического развития.

Таким образом, региональные плановые документы должны обеспечивать сбалансированное развитие туризма с общим социально-экономическим развитием региона.

Местный уровень планирования сосредоточен на решении проблем, связанных с конкретными территориями. На основе специфики туристского потенциала разрабатывается муниципальный туристский продукт и обеспечивается его продвижение на рынке. Без учета местных особенностей невозможно достичь желаемого результата в развитии туризма, поэтому вопросы управления отраслью на муниципальном уровне приобретают все большее значение.

На сегодняшний день существует несколько подходов к формированию региональных (муниципальных) программ развития туризма [2]:

Рекреационный подход. Включает оценку природно-ландшафтного комплекса; определение состояния экологии местности; памятников истории и культуры и др.

Экономический подход. Включает оценку вариантов развития туризма по их эффективности, оценку влияния развития туризма на регион, расчет стоимости туристского продукта, прибыли турпредприятия, налоговых платежей.

Маркетинговый подход. Включает анализ сегментов туристского рынка, определение места региона на отечественном и международном туристских рынках, оценку существующего туристского предложения и спроса.

Межотраслевой подход. Включает оценку современного состояния объекта и перспективы его развития.

Структурно-инвестиционный подход. Включает определение туризма как ключевого элемента региональной экономики и расчет эффективности туристских объектов.

Процесс планирования состоит из ряда этапов, следующих друг за другом [3]:

1. Анализ внешней и внутренней среды, формулировка проблемы. Данный этап включает сбор и отслеживание информации о компонентах, имеющих наибольшее значение для развития туризма, составление прогнозов, оценку реального положения. При оценке внутренних факторов необходимо учесть показатели, характеризующие туристские ресурсы и туристскую инфраструктуру, кадровый потенциал, инвестиционный потенциал, систему регулирования туризма и др. К внешним факторам относятся уровень социально-экономического развития региона (муниципального образования), экономико-географическое положение, туристский спрос, экологическая ситуация и др.

2. Планирование целей. Иногда этот этап предшествует анализу среды. На основе анализа факторов формулируются проблемы, и определяется общая цель системы туризма и конкретные социально-экономические задачи.

3. Планирование средств, необходимых для достижения целей, в том числе ресурсов.

4. Принятие решений. Выбор оптимального варианта развития туризма и его проработка.

5. Планирование реализации. Готовятся среднесрочные, долгосрочные и оперативные планы и программы.

6. Контроль осуществления планов и их корректировка. Сравнение теоретических данных с фактическими, их анализ и последующее использование в планировании и управлении – выработка рекомендаций по корректировке плана для достижения его окончательных целей.

Таким образом, на сегодняшний день сформированы научно-методические рекомендации к разработке региональных (муниципальных) программ развития туризма. Федеральное агентство по туризму разработало Типовую структуру региональной (муниципальной) программы развития туризма субъекта Российской Федерации (приказ № 66

от 11.07.2007 г.). Однако анализ практики реализации утвержденных программ развития туризма в Тверской и Московской областях свидетельствует о низком уровне их выполнения, а, следовательно, о низкой эффективности проводимой в этом направлении работы.

Такое положение вызвано многими причинами:

– Узкоотраслевым подходом к рассмотрению вопросов развития туризма, без учета места туризма в хозяйственном комплексе региона (муниципального образования).

– Отсутствием организационной структуры управления реализацией комплексной региональной (муниципальной) программы развития туризма, координации деятельности организаций и ведомств, занимающихся туризмом. Разрабатываемые программные мероприятия не вписываются в рамки отдельных департаментов, ведомств, отделов. Например, Департамент управления природными ресурсами и охраны окружающей среды обеспечивает защиту природных ресурсов и охрану окружающей среды, Департамент финансов обеспечивает финансирование туристской деятельности, Комитет по охране историко-культурного наследия обеспечивает сохранность культурного наследия и т.д. Таким образом, необходим комплексный подход не только к планированию, но и к реализации программных мероприятий. Одним из механизмов, позволяющих разрабатывать и реализовывать региональные программы развития туризма, является создание общественного регионального туристского объединения в форме ассоциации, либо координационного совета, который объединил бы все туристские предприятия и учреждения региона.

– Отсутствие единых планов проведения культурных, спортивных, событийных мероприятий в муниципальном образовании. Нет доступа к информации о деятельности земельного, экономического, сельскохозяйственного отделов.

– Отсутствие в органах управления туристской деятельностью специалистов по данному направлению. Зачастую инвестиционные проекты реализуются без учета кадрового обеспечения, что приводит к снижению их эффективности: увеличению сроков окупаемости, снижению рентабельности.

– Отсутствие механизма финансирования программы. Механизм финансирования программы должен включать возможности частно-государственного партнерства; проведения открытых конкурсов; привлечения внебюджетных средств; реализации инвестиционных проектов и др.

– Отсутствие механизмов межмуниципального сотрудничества в производстве совместного турпродукта. Только объединив и дополнив туристские ресурсы можно сделать туррегион привлекательным для туристов. Сотрудничество в области развития туризма позволит сократить расходы на рекламу, подготовку кадров, реализацию турпродукта.

– Отсутствие муниципального туристского продукта. Значительные средства в рамках реализации программ расходуются на рекламу ресурсов и территорий, при этом отсутствует информация о созданных новых туристских продуктов.

– Отсутствие механизмов поддержки туристского предпринимательства.

Формирование программ развития туризма в рамках целевых программ развития малого и среднего бизнеса в муниципальном образовании позволяет добиться большей эффективности туристской деятельности. Муниципальные образования могут оказывать поддержку малому и среднему бизнесу в сфере туризма по следующим направлениям:

1. Нормативно-правовое обеспечение: совершенствование законодательной и нормативно-правовой базы поддержки малого и среднего предпринимательства на муниципальном уровне

2. Содействие в развитии инфраструктуры поддержки малого предпринимательства:

– заключение соглашений о сотрудничестве;

– обучение населения ремеслам;

– поиск инвестиций для реализации предпринимательских проектов;

– подготовка бизнес-планов;

– помощь в получении кредитов;

– преодоление административных барьеров;

– информационные и рекламные услуги и пр.

3. Финансово-кредитная поддержка малого предпринимательства:

– финансово-кредитная поддержка приоритетных туристских проектов;

– предоставление государственных гарантий при получении кредитов, оборудования в лизинг;

– содействие в привлечении инвестиций.

4. Имущественная поддержка:

– проведение тендеров на право аренды земельных участков или объектов и развития инфраструктуры туризма;

– формирование материально-технической базы малого и среднего предпринимательства;

– проведение маршрутизации туристских потоков и обеспечение первичного обустройства маршрутов и мест отдыха.

5. Развитие кадрового потенциала малого предпринимательства:

– создание группы из представителей гостиничного и ресторанного бизнеса, действующих и строящихся предприятий, представителей вузов, осуществляющих подготовку специалистов для индустрии гостеприимства и представителей администрации, в целях подготовки предложений по развитию кадрового потенциала;

– составление расчета потребности в персонале предприятий индустрии гостеприимства, вводимых в строй в ближайшие годы, и проведение совместно с владельцами (управляющими компаниями) и профильными учебными заведениями и учебными центрами обсуждения вопросов комплектования рабочих мест в новых предприятиях, необходимости повышения уровня сервиса на предприятиях, выбытия определенной части работающего персонала по возрасту и другим факторам, мониторинг профессионального роста наиболее перспективных сотрудников, которые после специального обучения смогут занять управленческие позиции;

– разработка профильными учебными заведениями совместно с представителями индустрии гостеприимства сводных требований и стандартов подготовки персонала,

– разработка и внедрение рекомендаций, методик стимулирования предприятий индустрии гостеприимства с целью совершенствования работы с действующим персоналом; совместно с профильными заведениями и учебными центрами организовать переподготовку (повышение квалификации) работников предприятий как с отрывом от производства, так и без него;

– участие специалистов индустрии гостеприимства в открытых лекциях, семинарах и мастер-классах для студентов профильных вузов с целью освещения практических аспектов индустрии гостеприимства,

– создание единой базы данных работников индустрии гостеприимства муниципального образования и выпускников профильных вузов;

– Проведение семинаров для физических лиц и частных предпринимателей для разъяснения и популяризации системы «Bed and breakfast»;

– Информационная поддержка:

– формирование кадастра туристских ресурсов МО на основе анализа ресурсного потенциала территории, который позволит выявить направления и ресурсы программы развития туризма в регионе. Составление кадастра поможет грамотно распределять средства бюджета, ассигнованные на поддержание предпринимательства в туристской сфере.

– проведение маркетинговых исследований;

– совершенствование методов учета и форм статистической отчетности;

– обеспечение участия туристских фирм в специализированных выставках-ярмарках, тематических выставках по рекламе товаров предприятий и предпринимателей;

– проведение форумов и симпозиумов с приглашением гостей из различных регионов;

– размещение информации на сайте муниципального образования;

– развитие народных художественных промыслов, ремесел, производства сувенирной продукции. Проведение Фестивалей ремесленников. Создание системы сбыта продукции.

6. Содействие формированию благоприятной социально-психологической среды малого предпринимательства:

– разработка и формирование справочно-информационного материала туристской направленности для пропаганды туристской деятельности;

– реклама предпринимательских возможностей использования территории для туризма и отдыха в СМИ;

– разработка и реализация комплекса мероприятий по распространению успешного опыта предпринимательства в сфере туризма.

Данный программно-целевой метод развития туризма в муниципальных образованиях реализуется в Вышневолоцком и Конаковском районах Тверской области. В данных муниципальных образованиях на основе схемы территориального планирования Тверской области, анализа имеющегося туристского потенциала формируется среда благоприятная для развития туристского предпринимательства.

Литература:

1. Бизнес-справочник. Туризм. http://www.rb.ru/biz/markets/show/84.

2. Здоров А.Б. Экономика туризма: Учебник. – Финансы и статистика, 2004, стр.95-97

3. Севастьянова С.А. Региональное планирование развития туризма и гостиничного хозяйства: учебное пособие/ С.А. Севастьянова. – М.: КНОРУС, 2007. – стр. 38-39

СОДЕРЖАНИЕ ПОНЯТИЯ «ИНФОМАЦИОННОЕ СОПРОВОЖДЕНИЕ ТУРИСТСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ»

Барабанова Н.А., *Самарская государственная академия культуры и искусств, barabanina@yandex.ru*

Устойчивое развитие туристской отрасли связано с ее надежным информационным сопровождением. В настоящее время понятие «сопровождение» широко используется в педагогической, педиатрической, психологической, валеологической, юридической, медицинских практиках и приобретает особую популярность.

Феномен сопровождения стал предметом научного освоения лишь в 90-х гг. XX в. и наиболее разработан как в отечественной науке, так и в зарубежной, более всего педагогами и психологами.

В данном исследовании взято за основу определение, принятое на первой Всероссийской конференции по проблемам психолого-педагогического и медико-социального сопровождения (апрель 1998 год, Санкт-Петербург). Под сопровождением понимается метод, обеспечивающий создание условий для принятия субъектом развития оптимальных решений в различных ситуациях жизненного выбора. При этом – под субъектом развития понимается как развивающийся человек, так и развивающаяся система [1, С. 5].

Для определения исходных точек исследования необходимо выяснить объем понятия «информационное сопровождение туристской деятельности».

Определяющим семантику этого понятия является термин «сопровождение». Согласно словарю русского языка С. И. Ожегова, термин «сопровождение» означает «следовать рядом, вместе с кем-нибудь… Сопровождение – то, что сопровождает какое-то явление, действие» [2, С. 747].

В словаре русского языка слово «сопровождение» рассматривается в нескольких значениях:

– идти, ехать с кем-либо в качестве спутника или провожатого;

– следовать вместе с кем-, чем-либо, охраняя, конвоируя или указывая путь;

– провожать, напутствовать (уходящего, уезжающего); посылать (пожелания, замечания, советы) вслед, вдогонку (идущему);

– соединять с каким-либо сопутствующим действием, производимым одновременно;

– соединяться с чем-либо, существовать, протекать совместно;

– прибавлять, присоединять к чему-либо при отправлении, подаче;

– аккомпанировать кому-, чему-либо, исполнять вторую партию [3, Т. 4, С.276].

Таким образом, само слово «сопровождение» многозначно: от «сопровождения под конвоем» до совместного согласованного типа музыкального модулирования; от значения корня этого слова – «вождение» до «проводить», «оставить идти самостоятельно и независимо», не привязать к себе, а наоборот «проводить в путь», при необходимости и «сопроводить» как немощного, и поддержать.

Термин «информационное сопровождение туристской деятельности» в настоящее время находится в стадии становления. Анализ данного понятия, определение его объема и взаимосвязи со смежными областями позволяют его трактовать как вспомогательный процесс, осуществляемый параллельно, нацеленный на помощь основному, которым в данном случае выступает туристская деятельность. Несмотря на все возрастающую роль в общественном производстве, информационное производство не является самостоятельным, оно обеспечивает нормальную и эффективную работу других сфер деятельности и подразделений общественного производства, то есть выступает его инфраструктурным сектором [4, С.25].

В определении «информационное сопровождение туристской деятельности» объем помощи конкретизирует прилагательное «информационное», указывающее на оказание услуг по осуществлению поискаинформации, информированию, консультированию и т.д.

Поскольку информационное сопровождение – вспомогательный процесс, то его действие направлено на основной, который и выступает, таким образом, его объектом.

В современных условиях целями информационного сопровождения туристской деятельности являются: сбор данных о субъектах и объектах информационно-туристского взаимодействия, группирование этих данных (систематизация, анализ, синтез), переработка, хранение, воспроизведение, размножение и предоставление информации всем участникам взаимодействия.

С информационным сопровождением необходимо связать информационные потребности, поскольку изучение, обобщение и типизация информационных потребностей всех субъектов туристской деятельности является одной из важнейших задач информационного сопровождения. Эта задача решается с помощью социологических методов (опросы, интервью, анкеты, экспертные оценки). Если информационная потребность является источником, стимулом развития информационного сопровождения, то итогом его оказываются результаты, удовлетворяющие эту потребность.

Таким образом, основной целью информационного сопровождения является опережающее отражение, обеспечение всех потенциальных информационных потребностей необходимой информацией о профессиональной деятельности. Наличие информационных потребностей является как одним из условий, так и результатом формирования системы информационного обеспечения туристской деятельности. Предметом информа-

ционного сопровождения в каждом конкретном случае является лишь часть, некоторое необходимое множество туристской информации. С появлением новой информации может измениться информационная потребность и соответственно изменится наполнение информационного сопровождения.

Осуществление информационного сопровождения стало возможным лишь потому, что информация стала распространенным и все более доступным товаром. Информация сама вступает в товарооборот и одновременно способствует рыночному обороту других товаров и услуг.

В современных трактовках информацией (информационным продуктом, интеллектуальным продуктом духовного или нематериального производства и т.п.) называется вещь или действие (продукт или услуга), которые их производитель предназначает для доставки определенных знаний получателю (потребителю) и которые способствуют пополнению знаний последнего, не требуя от него проведения каких-либо специальных, нетипичных познавательных действий (как правило, знания воспринимаются непосредственно чтением, наблюдением, слушанием и т.п.) [4, С. 89].

Таким образом, информация – это те продукты и услуги, которые их производитель предназначает для передачи знаний потребителю в максимально доступной для того форме [4, С. 89].

В связи с этим необходимо отметить, что информационная служба создает два вида продукта: материальный (издания библиографического, методического, научного характера, базы данных, фонды, каталоги) и нематериальный (информационную услугу). Первый вид продукта создается в процессе сбора, аналитико-синтетической переработки информации, второй – только в процессе информационного обслуживания.

Информационное сопровождение туристской деятельности использует информационный продукт, созданный в рамках государственной и негосударственной и смешанной форм собственности. Поэтому это сопровождение будет иметь разные социально-экономические характеристики. Информационный продукт отражает информационную модель деятельности производителей, продавцов, покупателей, потребителей и посредников, и при этом еще и вбирается в этот продукт регулирующее воздействие государства.

Информационное сопровождение туристской деятельности должно предоставлять не только информационный продукт, но и нередко средства доступа пользователя к этим информационным продуктам. Эти средства могут быть самые различные: от бумажного носителя до технических средств. Причем потребитель этой информации должен иметь возможность пользоваться тем техническим средством, к которому он привык. Иначе говоря, информационное сопровождение туристской деятельности означает не только предоставление, продажу информационного продукта, но оказание информационной услуги. Одно без другого нередко не может существовать и не может в таком случае состояться информационное сопровождение туристской деятельности.

Информационные услуги расширяют возможности продажи и получения информационного продукта.

Информационное сопровождение туристской деятельности для потребителя этой информации может быть коммерческим и некоммерческим. Коммерческое сопровождение осуществляется тогда, когда заказывается информация как товар определенным субъектом туризма. Это могут быть самые различные виды информации, начиная от рекламы, буклетов, и, кончая конфедециальной информацией о конкурентах, о покупателях, о тенденциях развития туристского рынка. Некоммерческое информационное сопровождение участники туристского рынка получают бесплатно и добывают самостоятельно из средств массовой информации, слухов и т.д.

Информационное сопровождение туристской деятельности использует институциональное оформление экономических отношений данного общества, имеется в виду сис-

тема организаций и учреждений (институтов), выполняющих функции создания, хранения и распространения информации.

Существуют федеральные и региональные институты сопровождения, где институт понимается как «социальная структура, связанная с необходимостью координации множества межиндивидуальных взаимодействий» [5; С.10].

Особое значение имеет региональная инфраструктура информационного сопровождения: информационные агентства, маркетинговые центры, рекламные фирмы, библиотеки, архивы, музеи, книжные магазины, издательства, радио-, телевизионные службы, местные нормативные акты, выставочные мероприятия, СМИ, система сотовой связи в регионе, традиции, нормы поведения и т.д. Эти институты обеспечивают согласованное взаимодействие участников туристского рынка.

Воспроизводство информационного продукта практически всегда представляет собой инновационный процесс. Значит, информационное сопровождение туристской деятельности воплощает в себе и определенные элементы инновационного развития.

Важнейшим институтом информационного сопровождения туристской деятельности со временем станут центры развития инновационного предпринимательства в сфере информационно-коммуникативных технологий.

Задачей информационного сопровождения является устранение дисбаланса между процессами накопления информации и ее использования. Основные принципы информационного сопровождения: непрерывность, мультидисциплинарность (комплексный подход) сопровождения.

Необходимым условием успешности информационного сопровождения является наличие информационного рынка.

Информационное сопровождение туристской деятельности воплощает в себе научно-техническую революцию в области информационных технологий. Но одновременно все традиционные виды информации используются этим процессом. Рассматриваемый процесс информационного сопровождения туристской деятельности существует в рамках развития информационного общества, которое осуществляет коренные преобразования в содержании, технических средствах, методах сбора, обработки, хранения, передачи и использования разнообразной информации. Информация базируется на микроэлектронике, компьютеризации общества, развитии телекоммуникационных сетей, средств видеотехники и мультимедиа, отражает процессы роста наукоемкости общественного развития, повышает производительность интеллектуального труда, труда в сфере не только производства, но распределения, обмена и потребления товаров и услуг. Информационное сопровождение определяется целью, характером туристской деятельности, предметом, средствами и результатом, и в то же время включает такие материальные условия, которые уже имеются (техническое оснащение) и которые созданы в процессе профессиональной деятельности (научное и учебно-методическое обеспечение). С развитием информационного сопровождения повышаются требования к информационной культуре субъектов туристской деятельности, ее уровень напрямую зависит от полноты знаний о закономерностях развития и совершенствования информационных процессов и технических средств их осуществляющих.

Информационное сопровождение обеспечивается формированием локального, регионального, национального и глобального информационного пространства.

По мере развития информационной составляющей в экономике России увеличиваются масштабы информационного сопровождения, меняется структура самого рынка информационных услуг, на котором появляются все больше информационных товаров и информационных товарных услуг.

Подводя итог, предпримем попытку сформулировать свое собственное определение. Мы полагаем, что «информационное сопровождение туристской деятельности» есть инновационный, непрерывный процесс формирования и использования информационных

ресурсов для создания традиционных и технологически новых форм информационного продукта, и оказания информационных услуг потребителям.

Другими словами, информационное сопровождение – вариант информационного обеспечения, под которым понимается доведение до потребителей необходимой информации, осуществляемое информационными органами и службами путем предоставления информационных услуг [6; С. 262].

Формирование информационного ресурса в туризме – это изучение природы, населения в целом и отдельных народов области, ее истории и культуры, особенностей политики, хозяйства и окружающей среды, т.е. все компоненты края, составляющие условия и предпосылки для организации и развития туризма на ее территории.

Конечная цель изучения региона – создание комплексной туристской характеристики Самарской области как совокупности условий организации развития туризма. Для этого необходимо выявить взаимосвязи и взаимозависимость компонентов, поскольку только их сочетание, пространственная композиция определяют своеобразие, туристическую специфику «образа» региона.

Анализ научной литературы по данной теме дает основания для оптимистичного утверждения, что в России сложилось некоторое содружество специалистов разных профессиональных областей с общим взглядом на культуру сопровождения субъекта – носителя той или иной проблемы.

Признаками этой культуры можно считать: декларацию значимости комплексного, интегративного подхода в решении проблем человека или системы; утверждение необходимости сопровождать, а не направлять развитие человека или системы; стремление участвовать в процессах социального проектирования; необходимость существенного улучшения информационного обеспечения; обязанность руководствоваться положениями современного права.

Среди направлений развития информационного сопровождения можно выделить: формирование общей информационной культуры, способности к развитию и самообразованию в информационной сфере; выработка адекватных представлений о сути информационных явлений и процессов, навыков информационной деятельности в различных информационных условиях; формирование системы информационных ценностей и развитие индивидуальности в информационной сфере.

Реализация этих направлений дает возможность достижения главной цели информационного сопровождения – адаптации субъекта туристской деятельности к современной информационной среде и формирования уровня информационной зрелости, достаточного для обеспечения самостоятельности в различных сферах жизнедеятельности.

Литература

1. Казакова Е.И. Система комплексного сопровождения ребенка: от концепции к практике/ Е.И. Казакова // Психолого-педагогическое и медико-социальное развитие ребенка: Материалы Всероссийской науч.-практ. конференции (1-3 апреля 1998 г.) – СПб.: СПбГУПМ, 1998. – С. 4-5.

2. Словарь русского языка: 70 000 слов / под ред. Н.Ю. Шведовой. – 22–е изд., стер. – М.: Рус. яз., 1990.– 921 с.

3. Словарь русского языка : в 4 т. / АН СССР, Ин-т рус. яз. – М.: Гос. изд-во иностр. и нац. слов., 1961.

4. Дрешер Ю.Н. Организация информационного производства: учебное пособие / Ю.Н. Дрешер. – М.: ФАИР-ПРЕСС, 2005. – 248 с.

5. Вохрышева М.Г. Литература в системе культуры / М.Г. Вохрышева. – СГАКИ. – Самара, 1993. – 126 с.

6. Брежнева В.В. Информационное обслуживание: продукты и услуги, предоставляемые библиотеками и службами информации предприятий / Брежнева В.В. Минкина В.А. – СПб.: Профессия, 2004 – 304 с.

УПРАВЛЕНИЕ РЕГИОНАЛЬНЫМ ТУРИСТСКИМ КОМПЛЕКСОМ НА ОСНОВЕ ОЦЕНКИ И ПРОГНОЗИРОВАНИЯ ЭФФЕКТОВ ТУРИЗМА

Лоншакова Н. Е., *аспирантка Государственного университета управления, консультант по экономическим вопросам Фонда «Институт экономики и социальной политики»,* *lonshakovanataly@mail.ru*

Представленный доклад затрагивает некоторые аспекты проблемы эффективности управления туристским комплексом региона, которое предполагает необходимость экономико-статистической оценки воздействия туристских потоков на развитие экономики.

Однако на сегодняшний день ощущается острая нехватка достоверной информации о вкладе туризма в развитие экономики как отдельных регионов, так и страны в целом. С получением подобных данных у государственных органов управления, в сфере компетенции которых находится содействие развитию туристской индустрии, появится возможность прогнозировать прямые и косвенные эффекты туризма. Данная информация поможет также существенно повысить качество планирования целей и задач государственной политики в сфере туризма, и может быть использована при подготовке докладов о результатах и основных направлениях деятельности субъектов бюджетного планирования, а также региональных и ведомственных целевых программ, включая программы развития регионального туристского комплекса.

В докладе также рассматриваются основные подходы к оценке эффектов туризма, раскрывается важность подобных оценок для основных заинтересованных сторон, а также даются некоторые рекомендации по организации и проведению мониторинга вклада туристской индустрии в развитие региональной экономики.

ТУРИСТСКИЙ РЫНОК: ТЕКУЩИЕ ПРОБЛЕМЫ И ПРОГНОЗ РАЗВИТИЯ

СОЦИОЛОГИЧЕСКИЙ МОНИТОРИНГ КАК ОСНОВА УПРАВЛЕНИЯ КАЧЕСТВОМ ОБРАЗОВАНИЯ В ТУРИСТСКОМ ВУЗЕ

Лоншакова Н.А., *д.соц.н., профессор Российская международная академия туризма*
Моченов В.П., *к.п.н, доцент Российская международная академия туризма*
Сеселкин А.И., *д.п.н, профессор Российская международная академия туризма*

Одной из наиболее актуальных проблем повышения качества подготовки специалистов является создание надежной системы получения объективной информации о различных параметрах организации учебного процесса в вузе. С помощью такой системы можно вырабатывать обоснованные решения по совершенствованию образовательного процесса с учетом динамических характеристик всей системы образования и, главное, реальных запросов и потребностей рынка труда.

В Российской международной академии туризма (РМАТ) в качестве такой системы разработан и апробирован социологический мониторинг качества профессионального образования в сфере туризма. В рамках мониторинга предусмотрено создание эмпирической базы данных на основе социологических исследований среди старшеклассников, абитуриентов, студентов I, III и V курса, преподавателей вуза и работников туриндустрии. Помимо этого предусмотрен анализ учебных программ и состояния научных исследований.

Исследование среди абитуриентов и студентов предусматривает изучение склонностей к профессиональной деятельности, ценностных ориентаций в выборе профессии, представление о будущей профессии, изучение мотивационной структуры, отношение студентов к учебному процессу, представление о будущей профессиональной деятельности, отношение к содержанию профессионального образования, оценки рынка труда, представление о требованиях рынка к профессиональной деятельности, представление о качественном образовании в сфере туризма.

Опрос студентов разных курсов (I, III и V) даст возможность получить динамику таких показателей как отношение к профессии, изменение позиции в выборе профессии, оценка рынка труда, представление о качестве образования и требованиях рынка труда к профессии и т. д.

Опрос профессорско-преподавательского состава направлен на выявление творческого потенциала преподавателей, оценку уровня их профессиональной подготовки и нацеленности на новые формы работы, степень удовлетворенности организацией учебного процесса и т. д.

По особой программе предусмотрен анализ содержания учебных программ и содержания научно-исследовательской деятельности в сфере туризма. В качестве основных компонентов анализа выступают: объем изучаемых дисциплин, последовательность освоения материала, соотношение теоретических и практических дисциплин, соответствие учебного материала требованиям профессии. Для анализа научных исследований в качестве единиц анализа выступают: степень разработанности проблем, касающихся профессиональной деятельности в сфере туризма, основные направления научных исследований, кадровый потенциал, перспективы научных исследований.

Параллельно с этим анализом предусмотрено изучение динамики туриндустрии и, прежде всего, с позиции её постоянно меняющихся запросов к системе подготовки специалистов. Для получения эмпирической информации организованы социологические исследования среди работников турфирм. В рамках этих исследований формируется информация о представлениях работодателей по вопросам подготовленности специалистов, о качествах и необходимом наборе требований, предъявляемых будущему специалисту, оценке уровня подготовленности выпускников туристских вузов и т. д.

Выявление требований к специалисту формируется на основе изучения мнений работников турфирм и топ-менеджеров о качестве подготовленных специалистов, приходящих работать в турфирмы, и представлений об идеальном работнике сферы туризма, а также на основе результатов анализа тенденций развития современного туризма.

Объединение аналитической информации о внутренних проблемах профессионального образования в сфере туризма и запроса рынка труда современной туриндустрии дает возможность приступить к построению модели специалиста. Эта модель, в конечном счете, позволит выстроить систему приоритетных направлений совершенствования профессионального образования в сфере туризма. В рамках мониторинга появляется возможность создать постоянно действующую систему моделирования подготовки специалистов в сфере туризма, что позволит существенно повысить качество подготовки специалистов для сферы туризма.

В 2007 – 2008 годах были проведены исследования среди старшеклассников общеобразовательных школ и лицеев г. Москвы и Московской области, а также среди посетителей Дней открытых дверей РМАТ (всего было опрошено более 500 человек). Было опрошено около 2000 студентов первого, третьего и пятого курсов РМАТ и двадцати филиалов РМАТ в разных городах России. Помимо этого были опрошены работники отечественных и зарубежных турфирм (125 человек).

Анализ полученных результатов позволяет составить целостную картину наиболее актуальных проблем организации образовательного процесса в вузе туристского профиля.

Известно, что в современных условиях для подготовки высококвалифицированных специалистов особое значение имеет выявление ориентаций на ту или иную профессиональную деятельность у учащихся общеобразовательных школ, их общая ориентация в мире профессий, мотивы выбора своей будущей профессии. Чем раньше учащиеся определятся с выбором своей профессии, тем успешнее будет проходить их профессиональная подготовка и дальнейший карьерный рост.

Сегодня РМАТ ведет целенаправленную работу по формированию своего контингента студентов. Для этого используются различные формы работы: от широкой рекламной компании в средствах массовой информации до непосредственной организации занятий в общеобразовательных школах, открытия профильных классов и колледжей. Качество подготовки в вузе зависит от того, насколько эффективно осуществляется деятельность по формированию своего будущего контингента и какие формы работы используются в этом процессе.

Исследование среди старшеклассников и посетителей Дней открытых дверей РМАТ показало, что среди старшеклассников сохраняется устойчивая ориентация на высшее образование, 84,2 % респондентов имеют твердое намерение продолжать обучение в высшем учебном заведении. Только 9,3 % ещё не определились со своим будущим и 5,6 % планируют поступать в колледж.

Для того, чтобы успешно поступить в вуз многие старшеклассники занимаются дополнительно по отдельным предметам. Среди старшеклассников таких около шестидесяти процентов.

Из числа опрошенных, большинство старшеклассников обучаются на подготовительных курсах избранного вуза – 39,3 %, с репетитором занимается – 32,1 %. Менее популярной формой подготовки к поступлению в вуз являются дополнительные занятия с учителем своей школы (помимо обязательных уроков) – 15,5 %.

По итогам нашего опроса среди старшеклассников окончательно (как они считают), определились с выбором будущей профессии – 35,0 %. Имеют общую ориентацию на группу профессий – 45,9 %. Еще не задумывались конкретно о своей профессии – 9,6 %.

Ориентация на группу профессий находится в тесной зависимости от склонностей учащихся по предметам обучения: так, если на вопрос, «Какие предметы Вам нравятся боль-

ше всего», большинство отдало предпочтение гуманитарным дисциплинам – 67,6 %, то и на вопрос «в какой области находится ваша профессия» большинство ответило в гуманитарной – 54,5 %. Инженерно-технические профессии выбрало только 8,8 %. На творческие (журналист, актер, музыкант, архитектор, дизайнер и т. д.) указало – 16,8 %.

При выяснении привлекательности будущей выбранной профессии учащиеся проявили определенный прагматизм, характерный в целом для современного поколения. На вопрос «Что привлекает Вас в избранной профессии»? на первые места вышли такие качества, как возможность много зарабатывать – 53,7 %; постоянно быть в обществе интересных людей – 45,2 %; возможность путешествовать – 41,2 %; избранная профессия сегодня очень престижна – 37,4 %; возможность самореализоваться (проявить свои способности) – 36,4 %; творческий характер будущей работы – 23,7 %.

Важнейшим вопросом для определения стратегии профориентационной работы среди старшеклассников является выявление мотивов выбора конкретного вуза и каналов получения информации о местах будущей учебы. В нашем исследовании учащимся был задан вопрос: «При выборе места вашей будущей профессиональной учебы, какими мотивами вы будете руководствоваться»? Требовалось проранжировать возможные мотивы. В итоге старшеклассники проранжировали мотивы в порядке убывания следующим образом: 1) интересная профессия; 2) хорошо оплачивается; 3) после окончания легче найти работу; 4) престижный ВУЗ; 5) легче поступить; 6) близко к дому; 7) умеренная плата за обучение.

Следует отметить, что каждый из этих мотивов не выступает доминантой, скорее всего, мы здесь имеем дело со сложной конфигурацией, когда решающим фактором становится оптимальное сочетание всех компонентов. Вес каждого мотива можно более определенно выявить, сопоставив результаты опросов среди старшеклассников с результатами опросов среди студентов, уже поступивших в вуз.

Для организации эффективной работы по привлечению абитуриентов в вуз важное место занимает изучение каналов получения информации о возможностях получения профессионального образования. На вопрос «Откуда вы получили информацию о РМАТ?» была выявлена следующая тенденция: среди старшеклассников наибольший процент ответивших пришелся на вариант «от родителей, они мне советуют приобрести именно эту профессию» – 26,5 %; «посещение Дней открытых дверей вуза» отметило – 23,5 %; «советы друзей, знакомых» – 21,9 %; «из Интернета» – 20,0 %; «из рекламных проспектов» – 15,5 %; «из справочников для поступающих» – 14,4 %; «от родителей, у нас потомственная профессия» – 8,3 %; «от учителей школы» – 5,6 %; «из передач по телевидению» – 4,5 %; «из других источников» – 1,6 %.

Анализ полученной информации показывает, что наиболее устойчивыми каналами информации являются советы родителей, друзей и знакомых. Важным выводом из проведенного опроса является то, что активная работа вузов сегодня выступает наиболее решающим фактором формирования профессиональной ориентации старшеклассников. Проведение Дней открытых дверей, организация профильных классов, распространение рекламной продукции является важным каналом привлечения старшеклассников к профессии.

Следует отметить высокий процент респондентов, указавших в качестве канала распространения информации о профессии Интернет. Незначительную роль в формировании интереса к профессии выполняет сегодня телевидение. Учителя общеобразовательных школ также практически не оказывают влияние на выбор будущей профессии старшеклассников. Эти выводы совпадают с данными, полученными другими социологами.

Вопросы изучения мотивационной структуры выбора вуза студентами РМАТ составляют важную часть нашего исследования. Сегодня в социологии образования всесторонне исследуется вопрос выбора профессии, мотивации студентов при поступлении в вуз, определения факторов, влияющих на поступление в высшее учебное заведение.

Для большинства респондентов поступление в РМАТ было осознанным выбором профессии. Желание стать специалистами в сфере туризма было отмечено, в качестве мотива поступления: в Иркутском институте международного туризма – 78,0%; в Казанском филиале – 70,0%; на факультете менеджмента международного туризма, межкультурных коммуникаций и права Московского филиала – 68,4%; в Одинцовском филиале – 67,0%; в Институте гостеприимства Московского филиала – 67,0%; в Магнитогорском институте туризма – 59,0%; в РМАТ (Сходня – Головной вуз) – 56,8%.

Исследование показало, что РМАТ и его филиалы проводят целенаправленную работу по формированию своего контингента. Такой фактор как «посещали профессиональные классы в школе» студенты РМАТ и филиалов РМАТ отмечен достаточно высоко.

По данным исследования профессора В. А. Лукова (1) студенты государственных вузов почти в три раза чаще отмечают, что до поступления они учились на курсах довузовской подготовки в этом вузе (29% против 11% студентов негосударственных вузов). По этому показателю некоторые филиалы РМАТ приближаются к государственным вузам, а в Конаковском филиале и ЦИУ и ЭТБ (Сергиев Посад) даже превосходят его (36,4% и 31,0% соответственно). В современных условиях довузовская подготовка приобретает все большую значимость.

Наряду с этим показателем, характеризующим активную работу руководства филиалов РМАТ по привлечению контингента абитуриентов, не менее важной является формирование имиджа Академии и создание позитивного мнения о том, что в РМАТ можно получить качественное образование. Выбор этого мотива свидетельствует о том, что организация процесса образования в филиалах РМАТ создает хорошую репутацию вузу и абитуриенты отдают предпочтение именно РМАТ перед другими вузами.

Высокий показатель этот мотив получил в филиале РМАТ (Одинцово, Моск. обл.) – 36,0%; в Воскресенском филиале – 34,0%; в Сочинском институте курортной рекреации и гостеприимства – 32,4%; на факультете менеджмента международного туризма, межкультурных коммуникаций и права Московского филиала – 31,6%; в Калужском институте туристского бизнеса – 29,4%; в Институте гостеприимства Московского филиала – 24,3%; в филиале РМАТ (Магнитогорск) – 24,0%; в РМАТ (Сходня) – 22,6%; в Уральском институте туризма – 21,1

Подавляющему большинству студентов нравится учиться в Академии или её филиалах. По этому показателю РМАТ и его филиалы имеют лучшие результаты, чем средние данные по негосударственным вузам, полученные профессором Луковым. По исследованию В.А. Лукова в негосударственных вузах 48,0% студентов отметили, что им интересно учиться. По результатам наших исследований в РМАТе и филиалах РМАТа этот процент значительно выше.

В исследовании В.А. Лукова приведены данные о том, что студенты в негосударственных вузах имели до поступления более низкие показатели успеваемости в школе, чем в студенты государственных вузов. «Среди студентов негосударственных вузов отличные аттестаты имели 8%, государственных – 22%, по сумме тех, кто учился до поступления в вуз на «отлично» и «хорошо», в первой группе – 43%, во второй – 68%. В лицеях и гимназиях до поступления в негосударственный вуз учились студентов 14%, государственный – 33%» (1).

В негосударственные вузы приходят молодые люди, которые были менее успешными в средней школе, однако, им учиться более интересно, чем в государственных вузах (48% против 39% в государственных). В связи с этим высказана интересная гипотеза о том, что в лучших негосударственных вузах научились работать с теми, кто не показывал высокую успеваемость в средней школе. Это косвенным образом характеризует преимущества негосударственных вузов, для которых, по сравнению с государственными вузами, в большей степени характерна заинтересованность в увеличении контингента учащихся.

Высокая мотивация студентов РМАТ и филиалов РМАТ положительно влияет на уровень успеваемости: более 60% студентов учится на «отлично» или преимущественно на «хорошо» и «отлично».

Успеваемость студентов и их удовлетворенность учебным процессом во многом зависит от организации учебного процесса и степени включенности студента в этот процесс. В нашем исследовании мы выясняли степень удовлетворенности процессом обучения. Степень удовлетворенности процессом обучения выявлялась путем: 1) изучения изменений в позиции студентов по отношению к будущей профессии в процессе учебы; 2) реализации ожиданий, которые были у студентов при поступлении в РМАТ.

По результатам исследования большинство студентов, которые поступили в РМАТ (филиал РМАТ) с желанием работать в сфере туризма сохраняет это желание и на третьем курсе.

У большинства студентов в основном оправдались ожидания, которые у них были при поступлении в РМАТ. Из 20 филиалов, принявших участие в социологическом исследовании, только в трех число студентов, «ожидания которых совсем не оправдались» превысило 10% (Калужский институт туризма – 17,6%, Карельский институт туризма – 13,0%, ЦИУ и ЭТБ (Сергиев Посад) – 13,0%).

Изучение мотивационной структуры, жизненных планов студентов, их отношения к учебе, к выбору профессиональной деятельности, и т. д. дает первый срез организации профессиональной подготовки как бы с позиции субъекта обучения, внутреннего восприятия учебного процесса студентами.

Помимо мотивационной структуры было исследовано отношение студентов к учебному процессу, к набору изучаемых дисциплин, к будущей профессии, представление о требованиях к специалисту в сфере туризма и др.

В свете реформирования системы высшего образования в рамках Болонской декларации, в исследовании было предусмотрено изучение степени самостоятельности студентов в организации учебного процесса. Известно, что принципы организации обучения в рамках Болонского процесса предусматривают значительную самостоятельность студента при планировании своей учебы и повышение ответственности за конечный результат.

Изучался вопрос о формах самостоятельной работы, которые наиболее активно используются студентами РМАТ и филиалов РМАТ, в какой степени студенты пользуются библиотечным фондом, конспектами лекций и Интернетом при подготовке к семинарским занятиям. Сегодня услуги Интернета доступны практически во всех регионах России, поэтому высокий процент студентов, пользующихся Интернетом, представлен разными регионами вне зависимости от географической отдаленности от центра.

Важнейшим фактором мотивации студентов к учебному процессу являются жизненные планы студентов относительно продолжения учебы и определенности своей будущей профессиональной деятельности. По данным многочисленных исследований часть студентов за время учебы в вузе меняет свои планы на будущее, часть студентов – твердо следует выбранному пути, а значительная часть остается в неопределенности относительно своего будущего. Как правило, студенты, нацеленные на продолжение учебы, более ответственно относятся к своей учебе и более прилежно занимаются.

Анализ ближайших жизненных планов выпускников свидетельствует о желании значительного количества студентов продолжить повышение уровня своей профессиональной подготовки. Более трети пятикурсников собираются получить второе высшее образование. В аспирантуру РМАТ выразили желание поступить 16,4% опрошенных. Только 18,9 % не собираются больше учиться и 25,3 % ещё не задумывались о будущем. Для сравнения, среди студентов 3 курса желание поступить в аспирантуру выразили 8,5% респондентов, а число не задумывающихся о будущем составило 46,5%.

Полученные данные свидетельствуют о том, что организация процесса обучения в РМАТ успешно решает важнейшую задачу образовательного учреждения – формирова-

ние у студентов потребности в получении новых знаний, совершенствовании своего профессионального мастерства, ориентации на карьерный рост.

Следующий этап исследования – анализ содержания процесса обучения. При составлении учебных планов необходимо исходить из реальных потребностей практики в той совокупности компетенций, которые требуются будущему специалисту для профессиональной деятельности. Помимо этого, важно учитывать особенности процесса формирования компетенций специалиста, когда профессиональные знания складываются на базе совокупности гуманитарных, социально-экономических и естественно-научных дисциплин.

Следует отметить, что вопросу содержания профессионального образования уделяется значительное место в специальных исследованиях (2,3), посвященных профессиональному образованию. Особый интерес эти работы представляют с точки зрения методологической проработки проблемы определения востребованности тех или иных знаний, их оптимальных объемов, последовательности освоения дисциплин и форм организации учебного процесса. В этих вопросах в большей степени необходимо исходить из анализа профессиональной деятельности в сфере туризма, т. е. обращения к требованиям рынка труда.

В нашем исследовании при оценке значимости тех или иных дисциплин для специалистов туристского вуза наибольшие рейтинги у студентов получили: иностранные языки – 96,1%; информатика – 87,1%; основы менеджмента – 80,6%; правоведение – 76,8%; география – 72,9%; введение в туризм – 72,3%; теория организации – 68,9%; деятельность турагентств – 67,1%; зарубежное страноведение – 67,1%; программный туризм – 67,1%; экономическая теория – 65,2%; бухучет – 63,2%; экономика туризма – 61,9%; педагогика и психология – 61,3%; гостиничное и ресторанное обслуживание – 59,2%; дипломатический протокол и этика деловых отношений – 58,1%.

Анализ оценки выпускниками РМАТ учебных дисциплин показывает, что в целом набор дисциплин, включенных в учебные планы, соответствует представлениям студентов об общем наборе знаний, необходимых для будущей профессиональной деятельности. Вместе с тем, учитывая диверсификацию профессионального образования в туризме, при анализе значимости учебных дисциплин следует более предметно подходить к наборам дисциплин и учитывать конкретные направления специализации респондентов, в также профессиональные ориентации студентов.

Сегодня наиболее остро стоит проблема связи высшего образования и туриндустрии. В нашем исследовании выявлена высокая оценка со стороны студентов перспектив развития отрасли. Спрос на высококвалифицированных специалистов растет. Но, несмотря на это, возникают проблемы трудоустройства выпускников.

По мнению студентов, наличие опыта работы является важнейшим требованием при приеме на работу. На вопрос: «Как вы оцениваете возможности устроиться на работу по специальности»? – половина опрошенных ответила, что не очень высоко, «фирмы не желают брать выпускников вузов без опыта работы». Это мнение практически совпадает с позицией работодателей. Опрос среди работников турфирм показывает, что при приеме на работу работодатели отдают предпочтение соискателям, имеющим опыт работы в сфере туризма.

Однако, в нашем исследовании в разных регионах России ответы значительно разнятся по этому показателю. Студенты отдельных филиалов РМАТ этому варианту ответа не придали особого значения. Так, этот вариант ответа набрал менее 30% у студентов Вяземского филиала (9,0%); Уральского института туризма (22,3%); Волоколамского института гостеприимства (27,3%); Дмитровского филиала (29,4%). Очевидно, на мнение студентов влияет состояние рынка труда в сфере туризма в этих территориях.

Наличие проблемы трудоустройства выпускников порождает проблему совмещения очного обучения с работой. Надо отметить, совмещение работы с учебой на дневном отде-

лении сегодня явление нередкое. По данным исследования профессора В. А. Лукова (1) работают и оплачивают учебу из своих средств 29% студентов негосударственных вузов. То есть, помимо мотива закрепиться в туриндустрии ещё до окончания вуза, чтобы потом плавно перейти на работу по своей специальности, есть еще потребность заработать на оплату обучения. Однако, от такого совмещения учебы с работой страдает качество обучения. Студенты вынуждены пропускать занятия и уделяют меньше времени на самостоятельную работу с литературой.

Объективно, совмещение учебы с работой, создает дополнительные препятствия студентам для полноценного посещения занятий и самостоятельной работы с литературой. Однако мнения самих студентов на этот счет не были столь однозначными. Более двадцати процентов опрошенных согласились с мнением, что «занятость на работе мешает посещать занятия и готовиться самостоятельно». Почти тридцать процентов выпускников не согласились с тем, что работа негативно влияет на процесс обучения. Более того, те студенты, которые работают в сфере туризма, считают, что работа помогает им приобретать опыт и профессиональные навыки. В связи с этим следует отметить, что к пятому курсу число студентов РМАТ, работающих с сфере туризма, увеличивается в 3 раза по сравнению с 3 курсом.

В сфере туризма накоплен положительный опыт решения проблемы трудоустройства выпускников. Например, в Иркутском институте международного туризма проводится целенаправленная работа по трудоустройству выпускников. Самым эффективным способом трудоустройства выпускников являются договора о сотрудничестве учебного заведения с гостинично-ресторанным комплексом и туристской компанией. Особый интерес представляют молодые и быстроразвивающиеся фирмы, постоянно нуждающиеся в пополнении и обновлении штата. Именно таким способом трудоустраиваются до 35% выпускников Иркутского института международного туризма. Студентам при хорошей успеваемости разрешается работать на предприятиях туристского бизнеса уже с 2-3 курса, т.е. учиться и работать. В результате этого, к моменту окончания вуза, студенты имеют не только навыки практической деятельности, но и опыт работы с записью в трудовых книжках, что является важным фактором при дальнейшем трудоустройстве (4).

В рамках проведенного исследования рассмотрены также вопросы понимания качественного туристского образования со стороны студентов и работодателей, представления студентов о требованиях к выпускнику, предъявляемых работодателем и мнения работодателей о реальном и желаемом уровне подготовленности выпускников туристских вузов. Выявлены существенные разногласия между запросами работодателей и представлениями студентов о требованиях рынка труда.

Понимание качественного туристского образования у студентов разных курсов остается практически неизменным: 69,6% опрошенных выпускников считают, что это значит, «иметь много знаний по широкому кругу дисциплин»; 67,1% – «хорошо ориентироваться в современных концепциях турбизнеса»; 24,0% – «владеть навыками постоянного совершенствования своего образования».

Опрос среди работников турфирм дал иную картину: «умение хорошо ориентироваться в современных концепциях турбизнеса» (30,2%), «иметь хорошую гуманитарную подготовку» (18,6%) и «наличие красного диплома» (16,2%). Меньше внимания респонденты уделяют таким признакам, «как иметь много знаний по широкому кругу дисциплин» (2,3%), «владеть навыками постоянного совершенствования своего образования» (4,6%), «знать основы экономики» (11,6%).

В этом сопоставлении мы отмечаем недооценку работниками турфирм значимости навыков постоянного совершенствования своего образования. Сегодня профессиональная деятельность постоянно совершенствуется и отсюда возрастает потребность у каждого практического работника быть интеллектуально мобильным, быть открытым к новому, а значит, иметь способность к освоению новых знаний.

Помимо этого современный рынок труда в последнее время формирует принципиально иные требования к выпускникам высшей школы. Эти требования не ограничиваются только профессиональными знаниями. К будущему специалисту рынок труда все чаще предъявляет требования по формированию личностных качеств, необходимых для успешной профессиональной деятельности. Особое значение эти требования имеют в сфере туризма. Работодатели чаще всего низко оценивают наличие профессиональных знаний у выпускников. Существуют значительные расхождения в понимании значимости личностных качеств для профессиональной деятельности между работодателями, выпускниками и работниками высшей школы.

Проведенное исследование убеждает нас в необходимости организации дифференцированного исследования рынка труда в сфере туризма, при котором необходимо получить развернутую информацию об оценке состояния профессионального образования в сфере туризма от руководителей турфирм, работников туристских организаций, государственных служащих, ответственных за развитие туризма, топ-менеджеров и т. д.

Важнейшим направлением такого исследования должно стать изучение спроса на специалистов в разных регионах страны и выявление конкретных требований к знаниям и компетенциям востребованного специалиста в зависимости от выполняемых им функций в структуре многообразной профессиональной деятельности.

Реализация идеи проведения социологического мониторинга качества профессионального образования в туризме показала большие эвристические возможности методологии комплексного рассмотрения проблем организации образовательного процесса в туристском вузе с одновременном изучением состояния рынка труда в сфере туризма.

Опыт организации социологического мониторинга в РМАТ позывает, что весьма перспективным может стать проведение подобных исследований в сфере туризма в целом, охватывая все высшие образовательные учреждения, в которых осуществляется подготовка кадров для туризма и все регионы России, где сегодня активно формируется рынок туристических услуг.

Литература

1. Луков В.А. Вуз государственный вуз негосударственный: оценка студентов. Российский вуз глазами студентов// Высшее образование для XXI века: Научная конференция, Москва 22-24 апреля 2004 г. : Доклады и материалы/Отв. ред. И. М. Ильинский – М. : Изд-во Московского гуманитарного университета, 2005 – 312 с.

2. Лоншакова Н.А. Высшее образование в России: проблемы регионализации Монография. – Чита-Екатеринбург, УрОРАН, 2003 г.

3. Сеселкин А.И. Диверсификация высшего образования. –М., РМАТ, 2006

4. Ржепка Э. А., Молчанова А. Ф. Основные аспекты прикладного обучения и трудоустройства в негосударственном вузе. – Высшее образование для XXI века: III Международная научная конференция, Москва, 18-20 октября 2006 г.: доклады и материалы/ под ред. И.М. Ильинского.- М.: Изд-во Моск. гуманит. ун-та 2007. – 432 с.

МКТА – ИННОВАЦИОННАЯ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКАЯ МОДЕЛЬ РАЗВИТИЯ ТУРИНДУСТРИИ

Кибальников С.В., *д.т.н. профессор*
Подьяков В.Ю., *к.п.н.*

Создавая потребительское общество, как инновационную экспериментальную модель в условиях рыночного хозяйства следует учитывать возникновение новых парадигм, пересматриваемых в условиях глобализации и феномена Интернет.

Сложившаяся система мировых хозяйственных связей не соответствует новым реалиям и вызовам развития.

Весь мир изменится: каждый человек, предприятие, государства и привычные институты – будут изменены под воздействием новых технических и гуманитарных изменений.

Возникают две необходимости:

– становится составной частью этого нового мира;

– сохранять индивидуальность, сохраняться как вид, вырабатывать иммунитет, защиту от порабощающего влияния всеобъемлющей рыночной стихии с её мировыми монополиями.

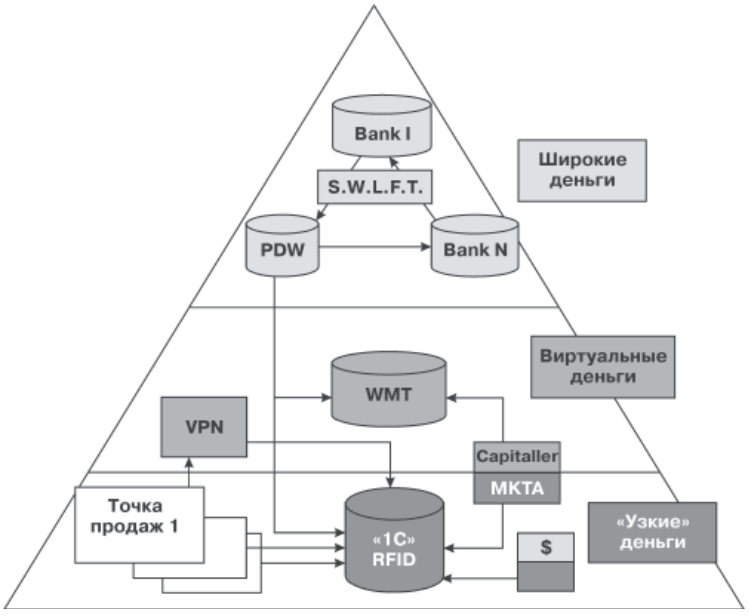
Попытаемся определить базисный механизм социально-правовых отношений, соответствующий уровню развития и возможностей современного общества и при этом сохранить социально-культурные и нравственные позиции индивида.

Триединый уровень существования современного общества подразумевает соединение интересов личных, коллективных и глобальных (государственных). Ключевым является коллективный. Интересы коллектива или профессионального сообщества может представлять потребительское общество, – наиболее демократичная и гибкая форма организации, имеющее возможность перерастать в более крупные образования (союзы) и дробиться на кооперативные участки, наиболее приближенные к интересам малых групп, но подчиняющихся решению высшей для них инстанции – общего собрания потребительского общества.

Неслучайно в резолюции 5-й Генеральной ассамблеи ООН кооперативные формы хозяйствования определяется, как имеющие важное значение для развития общества.

Кооперативная организация в виде потребительского общества, по сути своей, является, скорее, новой средой существования для предприятий и людей. Её не обязательно принимать распространять на всю организацию, а достаточно в рамках действующей организационно-правовой формы создать подразделение в виде кооперативного участка. Это подразделение юридически выводится за пределы компании, начинает жить по другим законам РФ. Это избегает революционных преобразований и не такой медленный, как эволюционный путь реформ. В литературе такой путь называют т рансформацией.

Для разделения интересов всех трех хозяйственных уровней нужен инструмент, обособленно обслуживающий каждый их уровней. Деньги, в этом случае, используются, как учетно-расчетный механизм разделяясь так же на три уровня: внутрифирменные (узкие деньги), имитируемые производителями товаров и услуг, деньги для взаимодействия “потребитель – производитель” (эту роль могут выполнять электронные деньги (PayPal, WM, e-gold и др) и широкие деньги – рубля и конвертируемая валюта. Это очень упрощенное описание ме-



ханизма, но оно позволит решить целый ряд социальных задач, избегая то негативное влияние, которое могут оказывать обезличенные деньги.

Первый эксперимент мы начали в рамках потребительского общества «Межрегиональный кооперативный туристский альянс». Предполагается, что в начале мы будет действовать в отраслях туризма, отдыха, оздоровления и обучения, а так же многих смежных и обеспечивающих отраслях. По большому счету идет обкатка новых альтернативных форм хозяйственных взаимоотношений, взаиморасчетов и ведения дел – новой модели существования и сотрудничества.

МКТА, как идея существует в Интернет с 1998 года, в 2004 оформлена юридически. За это время приходили отзывы об идеях Российской новой кооперации из Германи, Испании, Англии.

В чем суть идеи общества?

Работая в сфере кооперативных (non profit) организаций и обслуживая потребности, как потребителей, так и производителей в рамках своей организации на основе добровольных вкладов, организация законно выходит из поля государственного налогового регулирования. Таким образом, создаются более выгодные условия развития.

Создается благоприятный инвестиционный климат внутри общества, когда потребители не накапливают средства в деньгах, а напрямую вкладывают их в производителя и владеют своей долей продукции “ППП”, или “ЗП” (пай потребителя у производителя), в английской интерпретации C2B (consumer to busyness), дополняя известную схему – “производитель для производителя” (B2B). Потребитель вкладывает свои свободные средства не туда где больше прибыль, а туда где производят нужные ему товары и услуги. В рамках любого юридического лица – производителя товаров и услуг может быть создан кооперативный участок, в который и поступают средства инвесторов-потребителей (пайщиков). Электронные деньги – очень удобный инструмент для C2B. Процессы в C2B абсолютно прозрачны и легко автоматизируются при помощи программного обеспечения интернет-магазинов. Процесс регистрации покупателя превращается в процесс регистрации пайщика, а процесс заказа товара в процесс перевода паевого взноса. В рамках одного потребительского общества возможен обмен паями кооперативных участков, избегающий сложности российского бартерного обмена.

Работая в среде Интернет и используя готовые расчетные механизмы, через web-money создана схема, обеспечивающая мгновенные денежные взаиморасчеты и бухгалтерский учет в автоматизированном безбумажном режиме при помощи обычного мобильного телефона, что крайне необходимо для ускорения процессов бронирования в гостиничном бизнесе.

Прозрачность, автоматизация и замена универсальных (обычных) денег на право владения товаром у производителя исключает воровство денег или их использование не по назначению. МКТА имитирует свои электронные, условные деньги для расчетов внутри общества. А все операции внутри общества имеют механизм страховки, контроля и гарантий.

Обменявшись паями с кооперативами других стран, мы тем самым, имеем полную законную возможность, работать по всему миру не испытывая формальностей и сложностей ни с переводом денег, ни с передачей товаров, став их совладельцами.

Планируется создание самообучающуюся организацию с постоянным циклом обучения. Важен не диплом, важно, чтоб человек владел и совершенствовал технологиями, которые позволят делать работу без лишних формальностей в любое время из любой точки планеты.

Процесс научного поиска идет постоянно, каждый раз, говоря об МКТА, мы уже говорим об изменившейся организации. Она уже прошла нулевой этап теоретического осмысления, выбора механизмов работы, поиска сторонников и приверженцев и это процесс перманентный. Пройден и первый этап её юридического оформления. Сейчас – второй этап: идет работа по отработке и проверке схем и автоматизации механизмов взаимодействия между пайщиками. Формируется команда управленцев. После этого предстоит третий этап – формирование массой системы кооперативных участков и развития инкорпоративных отношений.

Сущность метода инкорпоративного хозяйствования в ведомственном срезе включает:

– инкорпоративную собственность – доля средств переданных в общество;

– регулируемый рынок – все связи внутри общества строятся по рыночному принципу спрос-предложение (это защищенная мини- модель всеобщего рынка);

– прямое правление- все законодательные акты решаются общим собранием пайщиков, в режиме on-line, включая электронное удаленное голосование.

Эффективность работы предлагаемой модели будет измерима по изменению качества жизни каждого пайщика: увеличение его долевого участия, увеличение объемов потребления, измерение и поддержание или улучшение уровня здоровья и моральной удовлетворенности от участия в альянсе.

ИНДУСТРИЯ ГОСТЕПРИИМСТВА РОССИИ

Морозов М.А., Немковский Б.Л., Элиарова Т.С., Львова Т.В., *Московский филиал Российской международной академии туризма*

Как отмечает Всемирный совет по путешествиям и туризму (WTTC), Россия вошла в число туристических держав со стабильными показателями роста. По вовлеченным в туризм суммам наша страна оказалась на 14-м месте в мире. Россия заметно обгоняет по многим совокупным показателям страны Центральной и Восточной Европы. (RATA news № 1252 Четверг 14 апреля 2005)

В 2005 году российская индустрия туризма заработала $87 млрд, в том числе от частных поездок более $32 млрд. Однако на туризм в общем потреблении товаров и услуг в стране приходится всего лишь 11%. Государство, отмечают эксперты, тратит на туристскую индустрию всего 2,7% своих расходов – лишь $3 млрд. Причем расходы государства не вырастут даже в ближайшие 10 лет, уверены эксперты, а так и застынут на прежнем уровне. Если бы правительство интенсивно стимулировало туризм, то по показателям роста Россия уже давно могла бы претендовать на место в горячей десятке мировых туристских держав, считают в WTTC.

По оценкам WTTC, сейчас туризм в России генерирует 9% ВВП и более 5 млн. рабочих мест. Для сырьевой экономики такие показатели туризма являются более чем хорошими, отмечают аналитики. В 2015 году на туристов в России будет работать уже 6,4 млн. человек. По расчетам совета, через 10 лет каждое 10-е место в экономике будет так или иначе связано с туризмом.

В соответствие с выводами исследования, проведенного WTTC, индустрия туризма и путешествий имеет огромные возможности влияния на будущее экономическое и социальное развитие России. Вот некоторые ключевые данные на 2006 г., собранные WTTC:

– Занятость непосредственно в индустрии туризма в 2006 г. – 863 000 рабочих мест Занятость в индустрии туризма и сопряженных отраслях экономики (как напрямую, так и косвенно) на 2006 г. – 4,5 млн. рабочих мест;

– Доля туристской индустрии в ВВП в 2006 г. – 357,1 млрд. руб. Общая доля в ВВП индустрии туризма и сопряженных отраслей экономики – 1,5%.

Показатели роста говорят о том, что Россия имеет прекрасные возможности стать одной из ведущих стран в сфере туризма и путешествий. Ниже приводятся прогнозы WTTC относительно роста в данной индустрии в последующие десять лет:

– Ежегодный рост доли туристской индустрии в ВВП (до 2016 г.) – 5,1%;

– Ежегодный рост занятости в индустрии туризма (до 2016 г.) – 0,3%;

– Занятость непосредственно в индустрии туризма и путешествий на 2016 г. – 891000 рабочих мест;

– Занятость в туристической отрасли и сопряженных отраслях экономики на 2016 г. – 5,2 млн. рабочих мест;

– Доля непосредственно индустрии туризма в ВВП на 2016 г. -1 049,4 млрд. руб.;

– Ежегодный рост экспорта от туристов (до 2016 г.) – 7,5%.

В одном из рейтингов WTTC России досталось даже 1-е место – по темпам роста капитальных инвестиций в туризм в течение ближайших 10 лет мы оставим позади все страны мира. Сейчас частные капитальные инвестиции в российский туризм составляют $17 млрд. Пока в России не так все хорошо с бизнес-туризмом. В отличие от других стран с хорошо растущей экономикой, где деловые поездки могут даже перекрывать частный туризм, в России на эту статью приходится всего десятая часть рынка. Но здесь главная причина – уже в макроэкономике и предпринимательском климате. Российский туризм главным образом развивается за счет «частных поездок». Но зато подобный рост менее уязвим к колебаниям экономической конъюнктуры, считают аналитики, а значит, и более устойчивый.

Доля российской индустрии туризма в 2006 году составляет около 1,5% ВВП, или около 357 млрд рублей. Эксперты WTTC прогнозируют рост доли туриндустрии в ВВП России на 5,1% ежегодно до 2016 года.

Проведённый Ростуризмом анализ статистических данных по итогам 2007 года по въездному и выездному туристским потокам показал следующее.

Количество поездок иностранных граждан в Российскую Федерацию по итогам года составило 22908625, что на 2% больше, чем в 2006 году.

Число туристских поездок со служебными целями увеличилось на 1%.

Что касается традиционно туристских поездок с целью отдыха, то общее число прибытий иностранных туристов с целью отдыха уменьшилось более чем на 8%. Сокращение въездного туристского потока в нашу страну начало происходить с 2006 года. Это объясняется, прежде всего, возросшими ценами на услуги в стране, а также резким ростом цен на гостиницы из-за уменьшения числа отелей туристского класса, в результате чего произошло существенное удорожание пакета услуг, предлагаемого туристам при их путешествии в Россию.

Анализ гостиничной базы в РФ, сравнительная характеристика

По оценкам специалистов DISCOVERY Research Group, в России насчитывается около 4,5 тыс. гости-ниц и еще столько же специализированных средств размещения общим объемом примерно на 445 тыс. но-меров.

Если во Франции на один гостиничный номер приходится 100 иностранных посетителей страны, то в России – 50. В среднем по году российские средства размещения заполнены едва на 40%.

В настоящее время объем гостиничного бизнеса составляет около $ 2 млрд, половина доходов которого приходится на Москву. Годовой рост объема рынка колеблется в диапазоне от 20 до 25%. Всего на российском рынке в 2006 году работало около 4 тыс. гостиниц, включая санатории и пансионаты.

Среднегодовая загрузка отелей в настоящий момент составляет 70-80% в Москве и 50-60% в регионах. Наиболее востребованным сегментом остаются трехзвездочные отели, дефицит которых ощущается во всех крупных городах России. Лидер рынка – сеть

Heliopark Hotels & Resorts с 11 отелями – занимает на нем не более 1,5% , около 1% принадлежит сети Amaks Grand Hotels с 14 отелями, столько же – ВАО «Интурист» (8 гостиниц). Номерной фонд российских гостиниц в 2006 году составил более 410 тыс. мест, из них почти 72,5 тыс. пришлось на Москву.

Несомненно, что рынки Москвы и Санкт-Петербурга оказывают доминирующее влияние на состояние гостиничной индустрии страны в целом. В последние годы и здесь наметились некоторые сдвиги, проявляющиеся, в первую очередь, в сокращении доли столиц в общем отраслевом балансе. Если в 1999 году отели Москвы и Санкт-Петербурга генерировали более 80% дохода, то в 2002 году – уже только 70% . По данным Research. rbc.ru, в настоящий момент совокупные доходы гостиниц Москвы и Санкт-Петербурга не достигают показателя в 50% .

Процесс деконцентрации происходит на фоне оживления гостиничных рынков других регионов. К числу стремительно развивающихся относится, в первую очередь, Сочи, инвестиционная привлекательность которого не уступает столицам, а также ряд городов-миллионеров, например, Екатеринбург.

По данным мониторинга гостиничного комплекса столицы по состоянию на конец 2006 г. в Москве функционировал 231 объект, относящийся к категории средств коллективного размещения, в том числе 203 гостиницы, осуществлявшие обслуживание лиц, временно находившихся в столице с деловыми, туристическими или личными целями.

Кроме того, на основании полученных в процессе мониторинга данных есть основания полагать, что в течение 2007 г. в Москве построено не менее 17 новых гостиниц.

За счет строительства новых отелей в столице, несмотря на временный вывод из эксплуатации на реконструкцию ряда крупных столичных гостиниц (в том числе таких отелей как «Россия», «Москва», «Украина» и «Минск»), наблюдается значительное увеличение единовременной вместимости гостиничного фонда: с 65,2 тыс. в 2003 г. до 72,5 тыс. мест в 2007 году.

С учетом выводимых с рынка отелей можно осторожно оценивать, что столице не хватает не менее 23-25 гостиниц по 300 номеров. Эти отели должны позиционироваться в среднем сегменте, с ценой до $150 rack-rate (скидки для групп до $80-100) – только чтобы заполнить дефицит. Учитывая рост потока и формируемый новым предложением спрос, можно построить еще 10-12 гостиниц (до 2015 года). При правильном распределении уровня цены и качества, сохранении политической стабильности и существующих экономических тенденций это не должно вызвать потрясений на рынке.

В 2007 году гостиницы верхнего сегмента подняли уровень загрузки до 77,8% (2006 год- 70,24%). Среднерыночная цена услуг размещения в верхнем сегменте рынка поднялась до $336,32, что по сравнению с 2006 годом (2006 г .- $283,66) составило 16% рост.

Динамика доходности с номера также имела положительный вектор, составив увеличение по сравнению с прошлым годом на 17% . (среднерыночный RevPar : 2006 г. – $200,16, 2007 г .– $239,8).(RevPAR revenue per available room – доходность в расчете на номер).

В среднем рыночном сегменте динамика заполняемости также продолжила прошлогодний рост: 2006 г . -78,2% , 2007 г . – 79,3% .

Среднерыночный ADR (average daily rate– ср. стоимость номера) по этой группе средств размещения по сравнению с прошлогодним показателем увеличился на 30% (2006 г . $85,75, 2007 г . – $128,8)

Динамика доходности на номер в среднем сегменте также, была положительной, составив превышение над прошлогодним показателем почти на 30% .

Как следует из сообщения представителей московского правительства, к 2010 году предполагается достичь уровня 170-200 тыс. мест, а к 2020-му – 500 тыс. мест. При этом программа развития гостиничного хозяйства в Москве в первую очередь направлена на создание двух- и трехзвездочных отелей.

Вместе с тем, по-видимому, реализовать эти планы будет нелегко. Поскольку вложения в гостиницы требуют «длинных» денег (окупаемость от пяти лет), этот бизнес менее привлекателен для девелоперов, чем строительство жилых и офисных помещений. По некоторым данным, с учетом всех технических условий, которые ставятся при строительстве гостиницы такими структурами как Мосгаз, Мосгортепло, Мосэнерго, Мосгорканализация, цена квадратного метра вместо заложенных в бизнес-план $1,2 тыс. возрастает до $2,3 тыс. Поэтому вместо гостиниц у нас и строят жилую недвижимость, которую можно продать, окупить расходы и получить прибыль. А построив гостиницу, надо платить аренду за землю, за имущество, коммуникационные расходы, делать ремонт, обновлять фонд, платить зарплату. И окупаемость ее возможна только через десять лет в лучшем случае.

Существует еще несколько проблем, которые тормозят развитие гостиничного комплекса столицы. В частности, иностранные операторы не спешат на российский рынок, а среди российских операторов только единицы понимают, как надо строить и как надо управлять гостиничным комплексом. Главная сложность для иностранных инвесторов, что практически все гостиницы, которые есть в России, соответствуют СНиПам 60-70-х годов прошлого века. Здесь считается нормой номер в трехзвездочном отеле 17 кв. м, а по международным стандартам он должен быть 26 кв. м. Советские гостиницы надо перестраивать заново, а это довольно большие долгосрочные инвестиции.

Анализируя состояние гостиничного бизнеса в Москве, следует рассмотреть количество иностранных гостей, посещающих Россию и Москву, а также причины, по которым их число не растет.

По данным правительства Москвы, в 2007 году Москву посетили больше 4 млн зарубежных гостей – на 7,5% больше, чем в предыдущем, но данные показатели несравнимы с другими туристскими городами Европы, так в Лондон ежегодно приезжает 18 млн интуристов. По мнению руководителей принимающих компаний, основная причина падения иностранного турпотока в Россию – высокие цены (табл. 1). За последние годы серьезно подорожали все составляющие турпакета – размещение, железнодорожный транспорт, авиаперевозка, входные билеты в музеи. Все это делает предложение российских операторов неконкурентоспособным. Иностранный турист охотно берет стандартный тур Москва-Санкт-Петербург стоимостью $ 1,5 тыс., и сильно задумывается, когда она становится выше.

Постоянное превышение спроса над предложением ведет к неминуемому повышению цен на проживание. В настоящее время Москва является самым дорогим городом в мире по уровню цен на номера в гостиницах категории «4 и 5 звезд».

Эксперты оценивают общее падение спроса на Россию на иностранных рынках в 10-20%. В некоторых фирмах, давно работающих на приеме, спад на таких традиционных рынках, как Англия и США, оценивают даже в 50%. Особые трудности операторов связаны с дефицитом недорогих трехзвездочных гостиниц. Тем более что многие вновь построенные гостиницы этой категории на поверку оказываются совсем недешевыми и усугубляют существующие проблемы с размещением. Например, московская Holiday Inn 3* предлагает номера за $200 и выше.

Инновационные направления развития рынка индустрии гостеприимства

Разработка новых продуктов, т.е. инновации в области организации и технологии комплекса обслуживания гостей

Гостиничный макро-продукт представляет собой комплекс, включающий материальные и нематериальные элементы, место расположения, имидж и цену. К материальным элементам относятся номера, рестораны и бары, помещения для совещаний и при-

емов, спортивные сооружения, плавательные бассейны и проч. Эти элементы реальны, сравнимы, объективны, имеют определенное соотношение «цена/качество». Нематериальные элементы включают наличие дополнительных гостиничных услуг, их качество, выраженное в таких показателях, как формальное и неформальное обслуживание, степень внимания персонала, расторопность, деловитость, дружелюбие и т.п. Эти элементы абстрактны, субъективны, не позволяют произвести их предварительную оценку, но именно они создают имидж предприятия. Таким образом, продукт представляется как некоторый комплекс, отвечающий ожиданиям клиента (соответствующего определенному сегменту рынка) и удовлетворяющий его потребности.

К основным инновациям гостиничного макро-продукта последнего времени (1950 – 2000 годы), можно отнести: гостиничные цепи, мотели, отели типа B&B, мини-гостиницы, гостиницы типа low-cost; в области ресторанного бизнеса – предприятия fast food, Liquid food, Free flow и проч. Многие из этих направлений являются для России страновыми инновациями, поскольку они появились сравнительно недавно – в 90-х – 2000-х гг.

Примером инновации, рассчитанной на привлечение туристов, являются невероятная специфика некоторых отелей: в австрийском городе Оттенсхейме находится отель Das Park, все номера которого расположены в 10-тонных кусках огромных бетонных труб диаметров 2,5 метра, выложенных на зеленом газоне (в трубы помещаются: кровать, тумбочка с лампой, матрас и подушки); в голландском отеле Harbour Crane, расположенном в пригороде Амстердама номера размещаются на высоченном строительном кране, который может поворачиваться на 360 градусов по желанию посетителей; Dog Bark Park Inn в штате Айдахо – небольшой двухэтажный особнячок, выполненный в виде двух очаровательных собак, данная тематика продолжается и внутри здания, где даже стены над постелями украшены силуэтами четвероногих питомцев; отель Giraffe Manor в Кении удивителен “единством природы и человека” – гостиница размещается на территории приюта для жирафов, где животные имеют возможность заглядывать в окна номеров; в Новой Зеландии, пейзажи которой похожи на сказочное Средиземье Толкиена, открыли Hobbit Motel, который представляет собой нору в земле, только хорошо оборудованную и декорированную; в американском штате Орегон расположился отель Out’n’About Treesort & Treehouse Institute, все его номера которого расположены на деревьях, а помещения сообщаются между собой с помощью специальных подвесных лестниц; номера новозеландского отеля Wagon Stays расположены в грузовых фургонах, на которых передвигались много веков назад первые колонисты Австралии и Новой Зеландии.

Разработка и предложение новых дополнительных услуг (локальные или страновые инновации)

Гостиничный микро-продукт также представляет собой комплекс, включающий материальные и нематериальные элементы, однако его основой являются предлагаемые (скопированные у конкурентов или самостоятельно разработанные) услуги.

Для современных средних и крупных туристских комплексов (тургостиниц, полносервисных отелей) со средним и высоким уровнем комфортабельности характерно наличие огромного перечня дополнительных услуг: предприятия питания, сувенирные магазины, бизнес центры, спортивные и оздоровительные услуги и т.д.

В последние годы разработан ряд инноваций, относящихся к микро-продуктам:

– *Междугородняя связь через Internet* (стоимость таких звонков значительно ниже тарифов обычной междугородной связи, что способствует формированию лояльности гостей).

– *Использование информационной инфраструктуры для оборудования номеров* (индивидуально регулируемые кондиционеры, телефоны, высокоскоростной доступ в Ин-

тернет, спутниковое телевидение, а также необходимые современные средства обеспечения безопасности, включая защиту от пожаров).

– *Интерактивное телевидение* (оснащённые множеством специальных функций телевизоры, обеспечивают максимальный комфорт в использовании при минимальных эксплутационных расходах).

– *Использование нового вида услуг для путешественников, позволяющего пройти регистрацию на рейс и получить посадочные талоны, не выходя из лобби отеля* (цепочки отелей Хилтон, Холидей Инн, Хайят и Мариотт).

– *Новый вид шоппинга:* не выходя из своего номера, гости могут приобрести мужскую и женскую одежду из коллекции фирмы Boss. Этот вид сервиса в первую очередь ориентирован на бизнес-гостей, которые в любой момент могут получить приглашение на прием, вечеринку или концерт, и не иметь при этом подходящего туалета.

– *Предоставление многофункциональных услуг,* в частности, оборудование гостиничных номеров модернизированными развлекательными системами.

– *Туристская услуга «Мобильный гид»*. Воспользоваться таким гидом может любой абонент сотовой сети «Мегафон» находящийся в Санкт-Петербурге, достаточно лишь набрать номер 0777. Идея сервиса состоит в том, что за несколько секунд телефон определит местонахождение владельца и предложит ему рассказ о ближайших достопримечательностях Санкт-Петербурга на русском и английском языках.

– *Программы поощрения постоянных клиентов* получают все большее распространение в Российских гостиницах (отель «Советский», «Президент-отель» и др.).

Российская гостиничная сеть Heliopark Hotels & Resorts разработала несколько бонусных программ, ориентированных на частных лиц. На сегодняшний день участниками этой программы Heliopark Hotels & Resorts стали 1,5 тыс. человек.

– *Гостиничный автопилот.* Технологии, которые применяются во многих (в том числе и российских) отелях, предусматривают развитие и трансформацию front desk. Выписка счета может быть организована в рамках киоска самообслуживания. Современные self check-in киоски могут позволить гостю самому получить счет, оплатить номер и забрать ключи.

1. В России многие подобные инновационные технологии пока не нашли своего применения, однако нет никаких сомнений, что спустя некоторое время самые удачные будут применятся и в российских гостиницах.

Использование информационных технологий

Системы CRM (Customer Relationship Management) – это бизнес-концепция и бизнес-стратегия предприятия, ядром которой является «клиенто-ориентированный» подход. Эта стратегия основана на использовании передовых управленческих и информационных технологий, с помощью которых компания собирает информацию о своих клиентах на всех стадиях его жизненного цикла (привлечение, удержание, лояльность), извлекает из нее знания и использует эти знания в интересах своего бизнеса путем выстраивания взаимовыгодных отношений с потребителями. Информацию о потребностях конкретного гостя (предпочтительный этаж или расположение номера, способ оплаты, бассейн или фитнес-центр и проч.) собирают из различных источников и аккумулируют их в одной точке, чтобы все предпочтения гостя были учтены заранее. Гостиничные цепочки имеют общие базы данным по всем гостям и работают с ними сообразно утвержденной программе лояльности. Как правило, в системах CIS (Central Information Systems) накапливается информация из всех отелей цепи. Таким образом, гость, заполнивший анкету в одном из отелей, автоматически получает нужные ему услуги в другом отеле той же сети. Единые базы данных могут стать ключом к пониманию потребностей не только конкретного гостя, но и провести аналитику по общим тенденциям, предпочтениям и поведению кли-

ентов. Результатом применения стратегии является повышение конкурентоспособности компании, увеличение прибыли, так как правильно построенные отношения, основанные на персональном подходе к каждому клиенту, позволяют привлекать новых клиентов и помогают удержать старых.

Повышение простоты и доступности услуг для гостя. Способы идентификации гостя в точках реализации услуг в гостиничной индустрии прошли уже достаточную эволюцию. Начиная от карты гостя, которую он предъявлял в кафе, ресторане или салоне красоты отеля, заканчивая новейшими технологиями (радиочастотная идентификация RFID, которая набирает популярность в отрасли). Широко используется технология идентификации с помощью магнитных и чиповых карт, наиболее искушенные в технологиях используют биометрическую идентификацию (электронная дактилоскопия). Создание единой платежной системы, когда гость просто идентифицирует себя и сумма за услугу начисляется на его счет в гостиничной системе управления стало одной из приоритетных задач в развитии гостиничных технологий.

Консолидация систем бэк офиса. В современных условиях бухгалтерские системы, системы документооборота и иные системы, предназначенные для обеспечения финансового управления, должны быть максимально консолидированы с сервисными. Это требуется для четкого понимания, контроля и получения полной информации по работе гостиницы, как относительно ее затратных, так и доходных статей. Современные системы управления обеспечивают экспорт данных по всем расходам гостя в бэк офисные системы гостиницы.

Обеспечение высокой отдачи и бесперебойной работы систем. Вопрос корректной работы всех технологических систем, которые внедрены в отеле – один из наиболее острых. Разумеется, все поставщики систем предоставляют услуги по их поддержке, однако не всегда это поддержка оказывается на достаточном уровне. Гораздо более предпочтительна поддержка программных продуктов удаленно, через Интернет. В этом случае пользователю гарантируется достаточный уровень профессионализма специалистов и оперативность реакции на запросы. В последнее время все чаще используются системы, которые не устанавливаются локально в отеле, а размещаются у стороннего провайдера или у самого поставщика.

Использование современных технологий позволяет достичь повышения продаж, приверженности гостей и эффективности работы персонала. Гостиница превращается в управляемое предприятие, способное гибко реагировать на изменения в рыночной ситуации, что делает вложение средств в технологии полностью окупаемым.

Обеспечение количественного и качественного прироста специалистов и персонала отрасли

Генеральная схема размещения гостиниц в городе Москве до 2010 года позволяет увеличить гостиничный фонд города в 2,5-3 раза по сравнению с существующим. Это означает прибавку 98 тыс. рабочих мест. То есть уже в пределах срока получения высшего и среднего специального образования для обеспечения функционирования гостиниц потребуется еще 30-40 тысяч мест.

В современном гостиничном бизнесе высокая текучесть кадров. Причин много: жесткие требования к персоналу и уровню обслуживания, непонимание кандидатами сущности бизнеса гостеприимства и неумение быть доброжелательными, растущая конкуренция, демографическая ситуация в стране и многое другое.

Неотъемлемой составной частью индустрии гостеприимства является системы питания, где занято почти четверть персонала, относящегося к гостиничной отрасли. По прогнозам Федерации рестораторов и отельеров прирост индустрии питания только за

ближайшие два года составит 20-30%. Отрасли потребуется не менее 10 тыс. квалифицированных менеджеров и специалистов ресторанного дела.

Постепенно образуется разрыв между числом специалистов и реальной потребностью. Проблема еще и в том, что средний возраст значительной части персонала (32%), занятого в гостиничной отрасли Москвы, составляет 40-49 лет. Более 50% работников находятся в возрасте 40-59 лет. Отсюда следует, что в ближайшие 5-7 лет 30-50% ныне трудоспособного персонала достигнет пенсионного возраста. Таким образом, актуальным остается вопрос омоложения отрасли.

Руководитель, который не способен сам, своими руками показать подчиненным, как надо выполнять работу, в итоге не пользуется авторитетом, не может правильно организовать и проконтролировать трудовой процесс, расставить приоритеты, не может быть руководителем. Руководитель ресторанной службы отеля должен иметь опыт работы в службе обслуживания в номерах, в баре, в ресторане высокой кухни, в банкетной службе.

С 1991 года первым вузом России по подготовке специалистов индустрии гостеприимства является Российская Международная Академия Туризма. Следуя по пути прогресса и совершенствуя процессы работы, разрабатываются новые учебные программы, электронные учебно–методические комплексы.

Российская Международная Академия Туризма – член совета по образованию The World Tourism Organization. Основные образовательные программы РМАТ сертифицированы в соответствии с системой международных стандартов качества туристского образования Всемирной туристкой организации.

С ноября 2005 года РМАТ – член ЕВРОДИП; ректор Академии профессор Игорь Владимирович Зорин является вице-президентом ЕВРОДИП. Эта ассоциация, выдающая Европейский диплом в области гостиничного бизнеса является крупнейшей международной организацией, объединяющей более 100 высших и средних специальных учебных заведений, которые подготавливают специалистов для работы в сфере гостеприимства.

Российская Международная Академия Туризма является членом Совета директоров World Association for Hospitality and Tourism (AMFORHT) по подготовке специалистов для работы в гостиничной и туристской отрасли.

Студенты РМАТ проходят производственную практику в турагентствах, отелях и ресторанах Турции, Греции, Египта, Тайланда, Мальты, Кипра, Испании, Финляндии, Германии, Польши, Чехии, Болгарии, Венгрии. В организации практического обучения студентов принимают участие более 70 зарубежных партнеров. Ежегодно на зарубежную стажировку выезжает более 400 студентов.

Говоря о международном опыте и опыте работы с иностранными специалистами нельзя не упомянуть о ведущейся работе с лучшими Европейскими школами гостеприимства. На данный момент Академия уже работает со школами Франции и Италии. С апреля 2008 г. в Академии стартовала программа дополнительного образования «Европейский гостиничный менеджмент» совместно с Пармской высшая школа гастрономии (Италия), школой «Ле нотр» (Франция), Сакским университетом (Голландия), Болонским университетом, Миланским университетом. Собственные стандарты разрабатываются на основе общеевропейских программ, что делает их уникальными для российского образовательного рынка. Студенты получают практические знания на базе европейских учебных центров, а также осваивают навыки работы на лучших российских предприятиях гостеприимства, таких как Marriott, Sheraton, Rennaisance, Комбинат Питания Кремлёвский и т.д. Таким образом, выпуская современные, адаптированные к настоящим условиям рынка гостеприимства, профессионально подготовленные кадры, РМАТ позволяет увеличить уровень сервиса на предприятиях индустрии гостеприимства по всей России.

ВОПРОСЫ РАЗВИТИЯ ТУРИСТСКОГО ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА

Волошин Н.И., *кандидат юридических наук, доцент, научный руководитель кафедры предпринимательского права и правового регулирования туристской деятельности РМАТ*

На современном этапе развития рыночных отношений в стране отмечается тенденция форсирования этих отношений принятием многочисленных правовых норм, насыщения правового поля законодательными и иными нормативными правовыми актами во всех сферах экономики и хозяйствования. В полной мере это относится и к туристско-гостиничной сфере, где действует множество нормативных правовых актов, регламентирующих разнообразные отношения между объектами туристской индустрии, между туроператорами (турагентами) и туристами, между российскими и зарубежными туристскими фирмами и перевозчиками и т.д.

Роль и значение правового обеспечения деятельности объектов туристской индустрии усиливается. Формируется устойчивая правовая база туризма, образующая комплексную отрасль законодательства – туристское законодательство, состоящее из разных групп правовых актов и норм.

Во-первых – это юридически разнородные, но объединенные по предметным признакам нормы различных отраслей права (государственное, административное, гражданское, предпринимательское, таможенное, о защите прав потребителей и др.), оказывающие общее регулирующее воздействие на сферу туризма (общие акты); во-вторых – это правовые акты и нормы, непосредственно регулирующие деятельность объектов туристкой индустрии (специальные акты). К ним относятся: федеральные и региональные законы о туризме, нормы о туристско – рекреационных особых экономических зонах, о порядке выезда из Российской Федерации и въезда в Российскую Федерацию, правила оказания услуг по реализации туристского продукта, правила оказания гостиничных услуг, услуг общественного питания, положение о ведении единого федерального реестра туроператоров, национальные стандарты туристского обслуживания, система классификации гостиниц и других средств размещения, правила функционирования системы добровольной сертификации услуг, нормы о туристских формальностях и др.

Формирование нынешней правой базы российского туризма началось с издания Указа Президента РФ от 24 апреля 1994 года № 813 «О дополнительных мерах по развитию туризма в Российской Федерации и об упорядочении использования государственной собственности в сфере туризма». Впервые в правовом акте такого уровня было заявлено: «Признать одной их приоритетных задач государства всемирную поддержку развития туризма в Российской Федерации».

Постановлением Правительства РФ от 26 февраля 1996 г. №177 была утверждена Федеральная целевая программа «Развитие туризма в Российской Федерации», как акт фактического государственного регулирования туристской деятельности, определивший основные направления развития туристской отрасли в стране на ряд лет.

В том же году сферу туризма стал регулировать правовой акт, обладающий высшей юридической силой, – Федеральный закон от 24 ноября 1996 г. № 132 – ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» (далее – Закон о туризме, Закон). Поскольку туризм – сфера регулирования в основном гражданским законодательством, появление такого закона стало возможным лишь после принятия нового Гражданского кодекса РФ (первой и второй частей, вступивших в силу соответственно 01.01. 1995 и 01. 03. 1996), где в ст. 779 среди видов возмездно оказываемых услуг написано – «туристское обслуживание».

Таким образом, услуги, их разнообразные виды, в том числе туристские услуги, были включены в гражданский оборот, товарообменный процесс. Деятельность туристских фирм как коммерческих организаций стала регулироваться гражданским, предпринимательским законодательством. В последующие годы в Закон о туризме вносились некоторые изменения. Однако практика туристской деятельности требовала существенного обновления этого законодательного акта.

Федеральным законом от 5 февраля № 12 – ФЗ в Федеральный закон от 24 ноября 1996 г. «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» внесены кардинальные изменения, направленные на совершенствование государственного регулирования туристской деятельности, защиту прав потребителей туристских услуг. Суть этих изменений состоит в следующем:

– величилось количество основных понятий, используемых в Законе (было 18, стало 23);

– уточнены понятия: туризм, турист, туризм социальный, туризм самодеятельный, туристский продукт, туристская индустрия, туристская путевка; введены новые понятия: международный туризм, заказчик туристского продукта, экскурсант, экскурсовод (гид), гид-переводчик, инструктор проводник;

– по новому определены многие способы государственного регулированиях туристской деятельности;

– туроператорская деятельность по формированию, продвижению и реализации туристского продукта должна осуществляться лишь юридическим лицом (ранее ею мог заниматься и индивидуальный предприниматель), зарегистрированным на территории Российской Федерации. Все туроператоры должны иметь финансовое обеспечение, т.е. либо договор страхования гражданской ответственности туроператора за неисполнение или ненадлежащее исполнение обязательств по договору о реализации туристского продукта, либо банковскую гарантию исполнения обязательств по договору о реализации туристского продукта;

– установлено, что туроператор обеспечивает оказание туристам всех услуг, входящих в туристский продукт, несет ответственность перед туристом и (или) иным заказчиком за выполнение договорных обязательств по оказанию услуг, независимо от того, кем должны были оказываться или оказывались эти услуги, а также за действия (бездействие), совершенные от имени туроператора его турагентами в пределах своих обязанностей и полномочий;

– определен порядок заключения и содержание договора о реализации туристского продукта между туроператором и туристом;

– определен порядок заключения договора между туроператором и турагентом о продвижении и реализации туристского продукта турагентом от имени и по поручению туроператора или от своего имени, указаны условия взаимной ответственности и ответственность каждой из сторон перед туристом;

– установлено, что основанием для выплаты туристу денежных сумм по финансовому обеспечению ответственности туроператора является факт возникновения его обязанности возвратить денежные средства за оплаченные, но не оказанные услуги, либо возвратить денежные средства в возмещение реального ущерба, возникшего в результате невыполнения туроператором договорных обязательств;

– определен порядок выплаты страхового возмещения по договору страхования ответственности туроператора либо уплаты денежной суммы по банковской гарантии.

Выскажем некоторые предложения по уточнению, дополнению и толкованию отдельных положений, рассматриваемого Закона.

В статье 2 Закона о туризме предусмотрено право принятия субъектами Российской Федерации законов и иных нормативных правовых актов, регулирующих туристскую деятельность. Такие законы не должны противоречить названному федеральному за-

кону и принимаемым в соответствии с ним федеральным законам. В них можно было бы предусмотреть кроме основных понятий, определенных в федеральном законе, также понятия, отражающие особенности и условия деятельности субъектов туристской индустрии данного региона, например: туристская услуга, экскурсионная услуга, путешествие, туристский маршрут, программа путешествия, туристско – рекреационная зона, реестр туристских ресурсов, аккредитация экскурсоводов (гидов) и гидов – переводчиков, и др.

В число путей государственного регулирования развитием туристской деятельности в регионе можно указать: разработка и реализация региональных целевых программ развития туризма, создание благоприятных условий для инвестиций в туристскую индустрию, установление квот на использование природных заповедников, памятников истории и культуры, находящихся на данной территории; формирование новых туристских маршрутов, содействие кадровому обеспечению туристских организаций, комплектование основных служб туристских организаций и гостиниц преимущественно лицами, имеющими профессиональное туристское образование, развитие научных исследований в сфере туристской индустрии и др.

В статье 5 Закона о туризме, именуемой «Стандартизация и классификация объектов туристской индустрии», указывается: «Стандартизация и классификация объектов туристской индустрии осуществляется в соответствии с законодательством Российской Федерации» (это полный текст статьи). Возникает вопрос, почему в приведенной отсылочной норме Закона отсутствует положение о сертификации туристских услуг, т.е. о подтверждении соответствия, а говорится лишь о стандартизации и классификации, которые согласно ст. 13 Федерального закона «О техническом регулировании» являются элементами системы стандартизации?

Напомним установления названного Закона.

Подтверждение соответствия осуществляется в целях: удостоверения соответствия... работ, услуг или иных объектов... стандартам, сводам правил, условиям договоров; содействия приобретателям в компетентном выборе... работ, услуг, повышения конкурентоспособности... работ, услуг на российском и международном рынках (ст. 18).

Подтверждение соответствия на территории Российской Федерации может носить добровольный или обязательный характер. Добровольное подтверждение соответствия осуществляется в форме добровольной сертификации (ст. 20).

Объектами добровольного подтверждения соответствия являются... работы и услуги, а также иные объекты, в отношении которых стандартами, системами добровольной сертификации и договорами устанавливаются требования (ст. 21).

Следовательно, сертификация услуг в сфере туризма должна проводиться в соответствии с Федеральным законом «О техническом регулировании» и может осуществляться на добровольной основе. Закон также регламентирует порядок создания системы добровольной сертификации юридическими лицами или индивидуальными предпринимателями.

В стране действуют разработанные в соответствии с Федеральным законом «О техническом регулировании» Правила функционирования системы добровольной сертификации услуг ГОСТ Р, утвержденные 27 мая 2005 г. Управлением технического регулирования и стандартизации Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии. В Правилах названы основные принципы добровольной сертификации работ, услуг, общие задачи сертификации, структура и участники системы, документы, подтверждающие соответствие услуг установленным требованиям.

При добровольной сертификации туристских услуг и услуг средств размещения в первую очередь следует использовать действующие в сфере туризма национальные стандарты. Первый – это ГОСТ Р 50690-2000 «Туристские услуги. Общие требования» – до-

кумент, на соответствие требованиям которого проводится сертификация туристских услуг туроператора, туристских услуг турагента, экскурсионных услуг. Второй – ГОСТ Р 51185-98 «Туристские услуги. Средства размещения. РРРОбщие требования». Здесь сертификации подлежат услуги гостиничных средств размещения, услуги специализированных средств размещения.

Сертификацию услуг проводят органы по сертификации, аккредитованные в установленном порядке, в пределах их области аккредитации.

Более значимое, чем ранее место в Федеральном законе «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» отведено безопасности туризма (глава VII), под которым понимается безопасность туристов (экскурсантов), сохранность их имущества, а также ненанесение ущерба при совершении путешествий окружающей среде, материальным и духовным ценностям общества, безопасности государства.

Вопросы безопасности туризма приобретают особую важность в связи с развитием выездного туризма. Информировать туристские организации и туристов (экскурсантов) об угрозе безопасности туристов (экскурсантов) в стране (месте) временного пребывания обязано Федеральное агентство по туризму, в том числе путем опубликования соответствующих сообщений в государственных средствах массовой информации.

В определение – безопасность туризма включен термин “ненанесение ущерба при совершении путешествия окружающей среды” Соблюдению этого требования Закона способствуют природоохранные меры и экологическая дисциплина в процессе туристского обслуживания.

Если государство признало туристскую деятельность одной из приоритетных отраслей экономики Российской Федерации, то в Законе о туризме было бы целесообразным назвать (обозначить) систему этой отрасли, поместив в главе второй статью «Система органов и организаций сферы туризма». В статье можно было дать информацию:

– о федеральном органе исполнительной власти в сфере туризма, об органах исполнительной власти субъектов Российской Федерации в сфере туризма, об органах местного самоуправления в сфере туризма;

– о видах туристских организаций независимо от организационно-правовых форм, участвующих в формировании, продвижении и реализации туристского продукта;

– об организациях материального, научно-методического, рекламно-информационного и иного обеспечения деятельности туристских организаций;

– об образовательных учреждениях среднего, высшего и послевузовского профессионального образования в сфере тризма всех типов и видов;

– об организациях, использующих туристские ресурсы как объекты производства туристского продукта.

– иные сведения об органах и организациях, являющихся звеньями туристской деятельности как отрасли экономики.

В ст. 4 Закона о туризме записано, что приоритетными направлениями государственного регулирования туристской деятельности являются поддержка и развитие внутреннего, въездного, социального и самодеятельного туризма.

В последние годы наблюдается значительное преобладание выездного туризма над въездным и, следовательно, превышение вывоза валюты над ввозом. Причин тому множество, но основная из них – падение конкурентоспособности внутреннего, а за ним и въездного туризма. Поэтому государственное регулирование туристской деятельности должно быть нацелено прежде всего на восстановление приемлемого баланса въездного и выездного туризма, оживление внутреннего туризма, что в общем должно способствовать формированию представления о России как о стране, благоприятной для туризма.

Среди мер, обеспечивающих государственную поддержку и развитие внутреннего и въездного туризма, могли бы быть – предоставление льготных кредитов, установление

налоговых и таможенных льгот туроператорам и турагентам, которые занимаются туристской деятельности на территории России и привлекают иностранных граждан для занятия туризмом на территории России.

Особое значение для подъема отечественного туризма, имеет закрепление в Законе статуса социального туризма, как приоритетного, поддерживаемого государством и развивающегося с помощью государства, а также работодателей. В ст. 7 Конституции РФ говорится: «Российская Федерация – социальное государство, политика которого направлена на создание условий, обеспечивающих достойную жизнь и свободное развитие человека».

Укреплению приоритета социального туризма могло бы способствовать принятие специального законодательного акта о социальном туризме либо введение в действующий Закон об основах туристской деятельности норм, усиливающих значимость социального туризма как общедоступного массового туризма, обеспечивающего реализацию конституционных прав граждан России на отдых.

В этой связи можно было включить во вторую главу Закона статью «Государственная поддержка развития внутреннего и социального туризма» и изложить статью, например, в следующем виде:

Государство, реализуя свои полномочия в области экономического и социального развития Российской федерации, осуществляя регулирование туристской деятельности:

– обеспечивает поддержку и развитие внутреннего и социального туризма, создание благоприятных условий для реализации прав граждан на приобретение доступного набора туристских услуг;

– устанавливает отдельным категориям российских туристов: учащимся и студентам образовательных учреждений, инвалидам, пенсионерам, ветеранам и другим малообеспеченным гражданам – льготы социального характера, порядок и условия предоставления которых определяются Правительством Российской Федерации;

– обеспечивает поддержку туристских организаций, формирующих и продвигающих национальный продукт, предназначенный для реализации участникам внутреннего и социального туризма;

– разрабатывает и реализует программы развития внутреннего и социального туризма;

– организует среди населения пропаганду внутреннего и социального туризма;

– поощряет меценатство и благотворительность в сфере внутреннего и социального туризма;

– осуществляет иными способами регулирование внутреннего и социального туризма.

Следует признать, что некоторые нормы Закона о туризме фактически не регулируют отношения, обозначенные в их наименовании. Например, статья 13 «Туристские ресурсы Российской Федерации» – отсылочная норма права, т.е. норма, указывающая на другие нормы права как на условие своего действия. Приведенное в статье 1 Закона понятие туристских ресурсов не оправдывает отсутствие в статье 13 положений, раскрывающих суть классификации и оценки туристских ресурсов, порядок их сохранности целостности, порядок использования и т.д.

Глава VIII «Международное сотрудничество» (ст. 18, 19). Здесь напрашивается новое наименование «Правовое регулирование международной туристской деятельности», где следовало бы привести определения международного туризма, международной туристской деятельности, охарактеризовать систему правового регулирования международных туристских связей, статус иностранного туриста в международном праве, порядок оформления выезда российских туристов за границу и др. Регулирование законодательными нормами положений, относящихся к международной туристской деятельности, способствовало бы росту правовой осведомленности работников туристских организаций об острых вопросах в выездном и въездном туризме.

Закон о туризме не содержит описания оказываемых туристскими организациями основных и дополнительных услуг. Приведенные в Законе понятия: туристский продукт, туристская индустрия не решают этой задачи, как не решают ее и утвержденные в 1997 году Правительством РФ Правила предоставления гостиничных услуг и Правила оказания услуг общественного питания, поскольку речь в них лишь о двух услугах и не в сфере туризма. Предлагается дополнить Закон главой «Виды туристских услуг и порядок их оказания» либо принять законодательный акт – Кодекс Российской Федерации о туристском обслуживании с характеристикой основных и дополнительных услуг, оказываемых коллективными и индивидуальными средствами размещения, во время транспортных путешествий, при проведении туров: оздоровительных, познавательных профессионально-деловых, спортивных, религиозных, при самодеятельном туризме и др.

Туристская индустрия как и любая социально-экономическая отрасль в нынешних условия нуждается в научном обеспечении. Опыт деятельности научной структуры в туризме имеется. В 1980-х годах в составе Центрального совета по туризму и экскурсиям успешно действовала Всесоюзная научно-исследовательская лаборатория по туризму и экскурсиям (ВНИЛТЭ).

Сфере туризма нужна новая федеральная программа о развитии туристской индустрии в стране. Реализация Федеральной целевой программы «Развитие туризма в Российской Федерации» (сроки ее выполнения – 1995 -2005 годы), утвержденной постановлением Правительства РФ 26 февраля 1996 г., в соответствии с постановлением Правительства РФ от 27 августа 2003 г. прекращена, начиная с 2004 г.

Итак, деятельность туроператоров и турагентов строится в соответствии с требованиями обновленного Закона о туризме и иными нормативными правовыми актами. Контроль и надзор за соблюдением туроператорами и турагентами Правил оказания услуг по реализации туристского продукта, утверждённых постановлением Правительства РФ от 18 июля 2007г., осуществляют территориальные органы Роспотребнадзора. Многие туристские фирмы не выполняют требования Правил, относящихся к организации своей деятельности, к информации об оказываемых фирмой услугах, не соблюдают порядок заключения и исполнения договоров о реализации туристского продукта, используют формы договоров, не соответствующих Закону о туризме и указанным Правилам. Налицо – законные основания для применения Роспотребнадзором административного наказания – штрафа.

Известно, что правовой режим деятельности туристских организаций непростой. Туроператоры и турагенты, туристские гостиницы и иные средства размещения, средства транспорта, объекты общественного питания, объекты и средства развлечения, организации, предоставляющие экскурсионные услуги и другие объекты туристской индустрии – все это подотрасли сферы туризма. Каждая из них действует в своем правовом режиме, основу которого составляют общегосударственные акты и нормы, регулирующие эти сферы хозяйствования (предпринимательства), а также акты и нормы, регулирующие собственно туристскую деятельность. Кроме того, здесь действует без изъятий гражданское, трудовое, административное, жилищное, пенсионное и другие отрасли законодательства.

Отсюда вытекает роль и значение правовой подготовки руководителей и специалистов туристских организаций. Нередко нарушение законодательства объясняется юридической некомпетентностью руководителей и других должностных лиц туристских организаций. Однако, большинство из них имеют высшее образование. При желании могут иметь в постоянном или временном пользовании нормативные правовые акты, специальную литературу или пользоваться соответствующими источниками через интернет.

АКТУАЛЬНЫЕ АСПЕКТЫ МАРКЕТИНГА В СФЕРЕ ТУРИЗМА

Ефимов Г.И., *к.э.н., доцент гафедрs «Управление персоналом в туризме», РМАТ, efimovgi@mail.ru*

Проблема совершенствования маркетинговой деятельности туристских предприятий в настоящее время приобрела особую актуальность. Сегодня ни одно из предприятий турбизнеса не может успешно вести дела без знания теории маркетинга и, не применяя его на практике. Маркетинг для российских предпринимателей становится средством выживания в конкурентной борьбе, расширения предпринимательской деятельности, укрепления своих позиций на рынке туристских и гостиничных услуг.

Актуальность выбранной темы исследований заключалась в том, что в условиях ускорения и усложнения процессов, происходящих на рынке, предприятию необходимо вырабатывать качественно новые приемы решения возникающих проблем управленческого и иного характера. Решению таких проблем и призван способствовать маркетинг, как основа повышения эффективности деятельности коммерческого предприятия.

Целью исследования являлась разработка практических рекомендаций по совершенствованию маркетинговой деятельности конкретного предприятия в сфере туризма на основе маркетинговых исследований туристского продукта.

В ходе маркетинговых исследований решались следующие задачи:

Уточнялась сущность и особенности маркетинга услуг в сфере туризма.

Устанавливались основные типы организационных структур маркетинговой деятельности в туризме, их сильные и слабые стороны, а также основные принципы построения.

Устанавливались основные этапы совершенствования маркетинговой деятельности на туристских предприятиях.

Проводились маркетинговые исследования внешней среды туристского предприятия, в том числе: анализ конъюнктуры рынка туристских услуг, анализ конкурентов, анализ потребителей.

Проводились маркетинговые исследования внутренней среды туристского предприятия в том числе: анализ организации управления, анализ организации маркетинговой деятельности, анализ ассортиментной политики, анализ ценовой политики, анализ сбытовой политики, анализ рекламной политики.

Разрабатывались практические рекомендации по совершенствованию маркетинговой деятельности туристского предприятия с предложением типовых проектов конкретных мероприятий.

Проводился расчет эффективности проектируемых мероприятий по совершенствованию маркетинговой деятельности туристского предприятия.

Проводился расчет влияния проектируемых мероприятий на технико-экономические показатели хозяйственной деятельности туристского предприятия.

Теоретическая значимость работы заключалась в конкретизации особенностей маркетинга туристских услуг, организационного обеспечения и основных этапов совершенствования маркетинговой деятельности в сфере туризма.

Практическая ценность работы заключалась в разработке практических рекомендаций по совершенствованию маркетинговой деятельности, которые позволяют повысить эффективность хозяйственной деятельности туристского предприятия за счет проектируемых мероприятий.

В теоретической главе работы был проведён анализ основных понятий по проблематике маркетинга услуг в сфере туризма: были приведены основные и дополнительные элементы комплекса маркетинга, была достаточно полно охарактеризована суть концепции маркетинга в туризме, а также основные этапы реализации концепции маркетинга.

Это позволило получить достаточно четкое представление о маркетинге, как методологии рыночной деятельности туристского предприятия.

Маркетинг в туризме – это система непрерывного согласования предлагаемых услуг с услугами, которые пользуются спросом на рынке и которые туристское предприятие способно предложить с прибылью для себя и более эффективно, чем это делают конкуренты [1].

В аналитической главе работы проводились маркетинговые исследования деятельности туристских предприятий в России, и в частности, были довольно полно приведены результаты маркетинговых исследований деятельности крупного российского туроператора ООО «БП «Ориент».

В течение последних 10 лет в России сформировался рынок туристских и гостиничных услуг. Появилось большое количество туристских фирм и соответственно конкуренция между ними. На сегодняшний день рынок туристских услуг можно охарактеризовать как рынок покупателя, так как предложение опережает спрос.

Доминирующие позиции занимает выездной туризм, а уж затем внутренний туризм и въездной туризм.

Один из главных ограничителей на рынке – покупательская способность граждан. Рынок туристских товаров и услуг, как правило, эффективно работает при достаточно высоком уровне жизни населения, в условия нормальной конкуренции, политической и экономической стабильности жизни общества [5].

По выводам некоторых ученых, в частности А. Овсянникова – услугами туристских фирм, как правил, могут пользоваться представители тех слоев населении, доход которых составляет от 0,8 до 8,0 тысяч долларов. В совокупности они составляют лишь 20% населения России, а с учетом реального количества выездов клиентура туристского рынка составляет не более 10% населения.

На московском рынке туристских услуг осуществляют свою деятельность огромное количество туристских фирм. Среди крупных туристских компаний, работающих на рынке туристских и гостиничных услуг более 10 лет, определились лидеры по направлениям.

Выездной туризм:

Австрия – «Эрцог», «Ален Тревел», «Джет Тревел»;

Италия – «Данко», «Ларусс Виаджи»;

Испания – «Натали Тур»;

Кипр – «Библио Глобус», «Супер-Нова»;

Египет – «Тез Тур», «Мос Тревел», «Дип Тур»;

Турция – «Го Тур», «Пегас», «Тез Тур», «Дип- Тур»;

Болгария – «Солвекс Тревел».

Внутренний туризм: «Ориент», «Нева», «РВБ Алеан», «Дельфин».

Въездной туризм: «Нева», «Интурист», «Ин Алекс».

Детский отдых: «Согласие», «Артек Тур».

Круизы: «Ланта Тур», «Нептун», «Бриз».

В связи с огромным количеством предложений туристских услуг и соответственно с увеличением конкуренции российские туристские предприятия ищут пути выхода на новые рынки. Для туристских фирм, специализирующихся на выездном туризме, интерес представляют следующие регионы: Юго-Восточная Азия (Индия, Китай), Океания (Индонезия), Северная Африка (Марокко), экзотические страны.

Что касается внутреннего и въездного туризма, то все большее количество туристских фирм ориентирует свою деятельность на развитие дополнительных видов туризма.

Результаты проведенных маркетинговых исследований свидетельствуют о следующем:

– *Технико-экономические показатели хозяйственной деятельности* большинства российских туристских предприятий имеют тенденцию роста в 2007 году по сравнению с 2006 годом. Также можно отметить высокий темп роста таких показателей, как объем выручки от реализации услуг и прибыль от реализации услуг. Важно отметить, что положительная динамика роста всех показателей происходит в том случае, если руководство предприятия осознает важность управления маркетинговой деятельностью и уделяет ему большое внимание.

– *Анализ конъюнктуры рынка туристских услуг* показал, что на рынке присутствует значительное количество видов туризма, но все же большая масса людей выбирает выездной туризм. Об этом свидетельствует также направленность деятельности большинства туристских фирм.

– *Анализ конкуренции* показал, что эффективно действовать на рынке туристских услуг могут лишь те предприятия, которые предоставляют своим клиентам качественные услуги по конкурентоспособным ценам.

– *Анализ потребителей* показал, что основным потребителем туристских услуг является средний класс населения, пользующийся Интернетом.

Структура управления большинства туристских фирм является линейной и имеет вертикальные связи. Самым значительным недостатком структуры управления для развития маркетинговой деятельности в большинстве компаний является отсутствие служб маркетинга и рекламы, а также квалифицированных специалистов в данных областях деятельности. Как правило, маркетингом в компаниях занимаются руководители, не имеющие соответствующей подготовки. Выбор новой системы управления маркетингом должен быть направлен на достижение следующих целей: полной реализации концепции маркетинга на туристском предприятии на основе создания соответствующих структурных подразделений и определения круга специалистов, имеющих высокую компетентность в области маркетинга.

На большинстве туристских предприятий отсутствует профессиональный подход к организации маркетинговой деятельности. Это характеризуется нарушением целостности реализации концепции маркетинга, нет четко разработанных и утвержденных маркетинговых стратегий и программ маркетинга. Следствием является отсутствие стратегических планов, которые были бы адекватны внешней среде. Все это наносит ущерб предприятию и тормозит его дальнейшее развитие.

– *Анализ ассортиментной политики* показал, что все туристские продукты, которые разрабатывают и реализуют компании, не являются новыми и находятся либо на стадиях зрелости, либо на стадиях спада. Для поддержания постоянной конкурентоспособности необходимо вести широкие исследования в области разработки новых товаров, услуг с учетом разработки новых предложений в рамках уже имеющихся направлений, освоения новых видов туризма. Отсутствует расширение и изменение ассортимента услуг в перспективе. Для экономического роста и безопасности любого туристского предприятия необходимо внедрять новые или улучшенные туристские продукты, которые будут положительно восприняты потребителями, расширять ассортимент услуг и осваивать новые направления деятельности. Для осуществления успешной деятельности на рынке и повышения конкурентоспособности конкретной туристской компании необходима детально разработанная и хорошо продуманная продуктовая стратегия, так как туристский продукт – эффективное средство воздействия на рынок, главная забота предприятия и источник получения прибыли.

– *Анализ ценовой политики* показал, что в туристских компаниях отсутствуют гибкие ценовые политики, отсутствуют тщательно разработанные ценовые стратегии. Нет согласованности и взаимосвязи ценовой и общей стратегии предприятия. В совокупности цена конкретного продукта определяется взаимным действием трех групп фак-

торов: индивидуальных издержек производства и сбыта, состояния спроса и уровнем конкуренции на рынке. Основным методом ценообразования, который используют туристские фирмы, является метод на основе издержек (затратный метод). Он основан на калькуляции издержек производства, обслуживания, накладных расходах, желаемой прибыли. Цена устанавливается путем добавления к себестоимости туристского продукта определенных наценок, характеризующих затраты, налоги и нормы прибыли на пути движения туристского продукта от производителя к потребителю. При этом выясняется нижний предел цены, ниже которого она не должна упасть. Недостатками данного метода являются: такой подход не способен учесть уровень спроса на продукты и услуги; чувствительность клиентов к уровню устанавливаемых цен; уровень цен конкурентов. Для достижения положительных экономических результатов деятельности любого предприятия явно недостаточно использование только одного метода ценообразования. Что касается определения и реализации ценовых стратегий в туристских компаниях, то в большинстве фирм нет четко сформулированных ценовых стратегий. Для того чтобы достичь значительного расширения рынков сбыта и повышения конкурентоспособности реализуемых туристских услуг, компаниям необходимо определиться с выбором подходящих им ценовых стратегий, а также использовать все три метода ценообразования во взаимодействии, что будет способствовать проведению гибкой ценовой политики.

– *Анализ сбытовой политики* показал, что туроператоры реализуют свои продукты двумя способами: через собственные бюро продаж и через туристские агентства. Каждое туристское предприятие заинтересовано в конечной реализации своего продукта. Поэтому важнейшим направлением деятельности туроператора является продвижение туристского продукта к его дальнейшей реализации. Эта задача возлагается на сбытовую сеть, которая проводит туристский продукт от исполнителя до его потенциального потребителя. Также можно отметить, что осуществление сбытовых операций посредством личных продаж во многих компаниях осуществляется на недостаточно профессиональном уровне. Коммуникационные навыки специалистов по направлениям нуждаются в усовершенствовании, так как они недостаточно обучены технике личных продаж. Менеджеров по продажам необходимо постоянно обучать базовой технике продаж туристского продукта. Для того чтобы сформировать более эффективную систему сбыта, любой фирме необходимо совершенствовать свою сбытовую политику, выработать маркетинговую сбытовую стратегию, расширять деятельность, открывая дополнительные бюро продаж, искать новых надежных партнеров по сбыту своих туристских продуктов.

– *Анализ рекламной деятельности* показал, что многие фирмы не имеют широкого спектра рекламных мероприятий. Используемые виды рекламы требуют больших затрат. Основные затраты идут на рекламу в прессе. Реклама распространяется нерегулярно, а эпизодически, в сезон. Отсутствуют утвержденные календарные планы рекламных мероприятий. Веб – сайты туристских фирм нуждаются в усовершенствовании, так как не в полной мере соответствуют рекомендациям ВТО и имеют ряд других существенных недостатков. Информация о турах представлена не в полном объеме, к тому же она не часто обновляется. Практически отсутствуют фоторепортажи курортов. На сайтах затруднено перемещение по сайту и поиск необходимой информации. Отсутствуют опросы пользователей. Существующие веб – сайты большинства туристских фирм не совершены и нуждаются в значительной доработке. Для повышения эффективности деятельности необходимо расширить ассортимент используемых средств распространения рекламы и использовать новые виды распространения рекламной информации.

В большинстве туристских компаний отсутствует комплексный профессиональный подход к организации маркетинговой деятельности, нарушатся целостность концепции маркетинга, отсутствуют службы маркетинга и компетентные специалисты в данной области.

В практической главе работы были приведены рекомендации, в которых запроектирован комплекс типовых проектов мероприятий по совершенствованию маркетинговой деятельности. Разработанные практические рекомендации по совершенствованию управления маркетингом для предприятий в сфере туризма позволят значительно улучшить им свою финансово – хозяйственную деятельность.

В результате разработки практических рекомендаций были предложены следующие мероприятия по совершенствованию маркетинговой деятельности туроператора:

– Проект совершенствования организационной структуры предприятия, который включает введение должностей специалистов по маркетингу и рекламе с внесением изменений в должностные инструкции.

– Проект совершенствования ценовой политики, который включает предоставление скидок на реализацию туров в межсезонье, разработку и предложение клиентам новой бонусной программы «Отдых может быть бесплатным», предоставление клиентам дисконтных накопительных карт, предоставление клиентам скидок при условии раннего бронирования туров.

– Проект совершенствования сбытовой политики, который включает обучение менеджеров базовой технике продаж.

– Проект совершенствования ассортиментной политики, который включает разработку и предложение туров «выходного дня», а также разработку и реализацию туров в периоды «низкого сезона».

– Проект совершенствования рекламной политики, который включает разработку рекламного бюджета, разработку календарного плана выхода рекламных мероприятий, развитие и усовершенствование веб – сайта, участие в региональных выставках, расширение рекламы в прессе, использование новых видов рекламы.

Расчет влияния проектируемых мероприятий на технико-экономические показатели хозяйственной деятельности предприятия

Как показали проведенные расчеты, внедрение предложенных проектов мероприятий в ООО «БП «Ориент» позволит существенным образом улучшить его технико – экономические показатели в 2008 году, которые будут иметь устойчивую тенденцию роста: на 116% повыситься объём реализации услуг, на 115% повысится производительность труда, на 116% увеличится прибыль от реализации услуг. Кроме того, возрастет количество новых, предоставляемых туристам услуг, а также расширится спектр используемых видов и способов распространения рекламной информации.

В результате проведенной работы можно сделать вывод о том, что для использования маркетинга, как надежного инструмента достижения успеха на рынке, руководителям и специалистам туристских предприятий необходимо овладеть его методологией и творчески применять ее в зависимости от конкретной ситуации. Предметом деятельности специалистов по маркетингу является не только реклама, но и обеспечение эффективной реализации туристских услуг.

Литература

1. Закон Российской Федерации « О защите прав потребителей» №212-ФЗ
2. Закон Российской Федерации « Об основах туристской деятельности» №132-ФЗ
3. Федеральный закон Российской Федерации «О рекламе» № 108-ФЗ.
4. Аникин Б.А. Высший менеджмент для руководителей. – М. Инфра-М, 2000г.
5. Ващекин Н.П. Маркетинг: учебник-практикум., МГУК, Москва 1999г.
6. Волошин Н.И. Туризм: нормативные и правовые акты. М. Финансы и статистика, 2000г.
7. Герчикова И.Н. Менеджмент. – М., Фирма Гардарика, 1996г.

8. Голубкова Е.К. Маркетинговые коммуникации.- М., Финпресс, 2000г.
9. Ковалев А.И. Маркетинговый анализ. – М., Центр экономики и менеджмента, 1997г.
10 Котлер Ф. Маркетинг в гостиничном бизнесе. М.: ЮНИТИ, 1998г.
11 Скобкин С. С Маркетиег и продажи в гостиничном бизнесе: Учебно-практическое пособие. – М.: Юристъ, 2001. – 224с.
12 Янкевич В.С., Безрукова Н.Л. Маркетинг в гостиничной индустрии и туризме: российский и международный опыт: – М.: Финансы и статистика, 2003. – 416 с.
13 Интернет-сайт Отдела Стратегического Планирования Туризма Департамента Туризма Минэкономразвития России.

МАРКЕТИНГОВЫЕ АСПЕКТЫ ОРГАНИЗАЦИИ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО ТУРИЗМА

Старцева Н.В., *к.э.н., доцент, зам. декана факультета управления Смоленский государственный университет, snv.05@mail.ru*

Рынок экологического туризма является разновидностью общего рынка туризма. Он представляет собой научно обоснованную и экологически ориентированную туристическую деятельность, включающую как создание природных территорий, так и экологизацию уже имеющейся там туристской инфраструктуры, обеспечивающую минимальное воздействие на окружающую среду. Это механизм, позволяющий сбалансировать соотношение спроса и предложения на продукт экологического туризма со стороны туристов. Экологический туризм имеет хорошие перспективы и будет востребован на туристском рынке, так как 65% территории России являются мало нарушенными экосистемами. Приток туристов в национальные парки, на территории которых осуществляется экологический туризм, увеличился с 885 тыс. чел в 2004 году до 1, 6 млн. чел в 2006 году [1]

Отличительные особенности экологического туризма заключаются в том, что он стимулирует и удовлетворяет желание определенных групп потребителей общаться с природой, предотвращает негативное воздействие на природу и культуру и побуждает туроператоров и туристов содействовать охране природы и социально-экономическому развитию определенных территорий. Целью экологического туризма является не только предложение особого туристского продукта, но и удовлетворение потребностей в экологических знаниях в процессе общения с дикой природой, углубление экологического образования и воспитания различных групп населения. Увидеть красоту и совершенство природы, познать внутренние связи и механизмы ее развития и гармонии, научиться бережному отношению к различным компонентам и процессам природы – все это основополагающие задачи экологического туризма. Государство, решая эту проблему, выделяет значительные средства на создание новых национальных парков, о чем свидетельствует следующие данные: распоряжением Правительства РФ от 23.05.01 №725 в России в 2001 –2010 годах будет создано 21 заповедник и национальный парк, что составит 2,5% всех российских территорий, утверждены «Основные направления развития системы государственных природных заповедников и национальных парков в Российской Федерации на период до 2015»

Формирование рыночной экономики вызвало интерес к формам и методам организации туристской деятельности. Особое место среди них занимает маркетинг, который обеспечивает не только эффективное удовлетворение потребностей, но и позволяет повысить эффективность управления экологическим туризмом. Основными предпосылками возникновения и утверждения маркетинга в сфере экологического туризма выступает то, что необходим пересмотр господствующих парадигм, а именно, признание экологического туризма важной сферой услуг и товарной формой продукта экологичес-

кого туризма. Обретение национальными парками большей автономии, независимости и свободы деятельности, юридическое признание равноправия различных видов и форм собственности также предполагает использование маркетинговых технологий управления. На рынке туризма наблюдается обострение конкурентной борьбы, поэтому расширение сбыта услуг национальным парком и получение экономической выгоды от туризма становятся целью деятельности в сфере экологического туризма.

Основными направлениями маркетинговой деятельности при организации экологического туризма являются:

– определение качественных и ценовых параметров спроса, характеристик и приоритетов в отношении потенциальных и реальных потребителей;

– формирование ассортимента оказываемых туристских услуг, а также сопутствующих и дополнительных услуг;

– оценка и обеспечение требуемого уровня качества оказываемых услуг;

– выбор и принятие решений относительно требуемого объема и режима оказания услуг;

– выбор и принятие решений относительно материально-технического обеспечения оказания услуг;

– установление характеристик и приоритетов в отношении персонала, оказывающего основные, дополнительные и сопутствующие услуги в области экологического туризма;

– формирование цены на услуги, определение условий и форм оплаты на пребывание посетителей на территории национальных парков, способов адаптации цен;

– организация продвижения и продаж продукта экологического туризма;

– формирование коммуникационной политики: проектирование и организация рекламной деятельности, стимулирование, установление контактов с общественностью.[3]

Таким образом, содержание маркетинговой деятельности в сфере экологического туризма связано, с одной стороны, с решением классических вопросов маркетинга в отношении производственной, ценовой, сбытовой и коммуникационной политики, а с другой стороны, необходим учет особенностей функционирования экологического туризма:

– туристский продукт представляет собой сложный комплекс материальных и идеальных компонентов, следовательно, необходима координация маркетинга всех участвующих в производстве продукта экологического туризма – посетителей, жителей территорий, работников национального парка;

– спрос на услуги постоянно растет и данный вид туризма в меньшей степени, чем другие отрасли и виды туризма зависит от колебаний экономической конъюнктуры. Для маркетинга экологического туризма более важной становится задача направить спрос в нужном направлении;

– большое значение приобретает достоверная информация в отношении потребителей и тщательность в разработке продукта экологического туризма;

– влияние фактора сезонности обусловливает необходимость диверсификации туристских услуг, активное проведение маркетинговых мероприятий в межсезонный период;

– в процессе управления маркетингом следует в большей степени учитывать не только материальные аспекты, но и психологию, духовно – социальное состояние потребителя. Главная цель экотуриста – находиться в природе и оценить ее красоту и первозданность. В этом состоит отличие от массового туриста, для которого его пользование природой, является средством, а не конечной целью. Туристы, потребляющие экологический туристский продукт, более подготовлены к ассимиляции в новом обществе. Экологический туризм ориентирован на категорию туристов, сознательно стремящихся к менее комфортным, чем привычные условия жизни, поэтому они не предъявляют очень высоких требований к уровню сервиса.

– для маркетинга в туризме в меньшей степени важна задача стимулирования спроса;

– ограниченность возможностей ценовой конкуренции, поскольку в сфере экологического туризма фактор цены утрачивает свое определяющее значение. [4]

Основная целевая функция маркетинга экологического туризма – управление сбытом отдельных туристских услуг или их целостных ансамблей через изучение, формирование и расширение рынка. Эта сложная и многоаспектная целевая функция реализуется посредством решения системы взаимосвязанных задач, главными из которых можно считать следующие:

– определение номенклатуры продукта экологического туризма;

– сегментация рынка;

– выявление и оценка конкурентов;

– управление качеством продукта экологического туризма;

– продвижение и сбыт продукта, в том числе

– информационное обеспечение (реклама),

– адресное предложение продукта,

– организация продаж как на территории национальных парков, так и через туристских фирм – посредников;

– создание системы паблик рилейшнз;

– участие в специальных мероприятиях (туристских выставках, конференциях и т.п.);

– прогноз и планирование.

Само по себе обладание туристскими объектами и живописными местами не гарантирует высокой туристской привлекательности территории, даже если проинформировать посетителей о ее достоинствах всеми доступными способами. Решение о посещении национального парка туристом принимается в том случае, если турпродукт национального парка будет доступным (его будет легко приобрести), иметь приемлемую цену и, самое главное, удовлетворять его потребности (то есть представлять для него потребительскую ценность). Виды туристских услуг, предлагаемые национальными парками мира, которые достаточно подробно изучены специалистами по организации экологического туризма, включают:

– постоянные маршруты, разработанные, обустроенные и контролируемые парком;

– образовательные и консультационные услуги самых разных типов;

– организация экологического, эколого-культурного, спортивного, приключенческого, сельского, лечебного, реабилитационного туризма;

– экскурсионные услуги, в том числе экскурсии по окрестностям парка;

– проведение специальных мероприятий и акций, таких, как ярмарки и аукционы, фестивали, конкурсы, выставки и т.п.;

– контролируемая парком заготовка туристами «даров природы»;

– продажа экологически чистых местных продуктов питания;

– изготовление и продажа сувениров, в том числе и почтовых марок;

– продажа торговых знаков с экологической символикой парка;

– рекламные услуги;

– изготовление специальной аудио-, видео-, фото – и кино продукции и т.д.

Специалисту в сфере маркетинга экологического туризма необходимо знать о том, каковы должны быть качество товаров и услуг, методы распределения и продвижения турпродуктов, приемлемые для посетителей цены, а это значит, что он будет обладать ключом к успешному бизнесу. Поэтому управленческие решения в сфере туризма желательно проводить с учетом данных маркетингового анализа. Анализ собранной информации позволяет определить оптимальную для конкретного национального парка стратегию деятельности в сфере туризма. В экологическом туризме маркетинг должен быть нацелен не на массовость потребления услуг, а на небольшие сегменты, которые

в настоящее время все больше трансформируются в рыночные ниши. Отсюда вытекает усиление роли сегментирования путем проведения количественных и качественных исследований. Также необходимо усиление дифференциации продукта экологического туризма в зависимости от его применения.

При создании туристского продукта потенциальный посетитель национального парка должен иметь хотя бы самую общую информацию о составе и привлекательности туристских ресурсов. Именно туристский центр, обладающий определенной известностью и полезностью для данного вида туризма, должен привлекать потребителей. Рекламные материалы должны быть достаточно тонко дифференцированы с учетом местной специфики и менталитета потенциального клиента, особенностей обычного восприятия информации в целях активного ее доведения до потребителя и положительного восприятия ими. Для этого необходим учет подготовленности объекта направленной рекламы к ее пониманию и восприятию. Рудиментарная информация в строке газетного объявления должна четко рассказать о маршруте, программе, наборе и комплексе услуг, ценах и позволяет сделать лишь оценку ценового выбора. Для более активного воздействия на потенциального покупателя используются изобразительные средства, эксплуатирующие характерные особенности экологического туристского продукта, допускается эксплуатация образов здоровых и счастливых людей и особенный предмет отдыха, например, озеро или привлекательный уголок леса. Изображение должно быть цветным и ярким, привлекающим и указывающим на те стороны продукта, которые восполняют недостающие элементы в обыденной жизни стандартного индивидуума. [5]

Отличительной особенностью рекламной компании в экологическом туризме является то, что она происходит до момента возникновения спроса, поэтому она должна быть сконцентрированной, короткой, но довольно мощной. Это требует перераспределения сил и средств. При достижении пика спроса финансирование прекращается до следующего сезона.

Важным направлением становиться создание положительного имиджа национального парка. Имидж – это совокупность сознательных и несознательных представлений, образов, существующих у клиентов и общественности о данной фирме или продукте. Имидж должен соответствовать самооценке покупателей на данном рынке. Предпочтение одного туристского продукта другому часто основано на том, насколько точно тот или иной из них соответствует реальной и идеальной самооценке потребителя.

Известен ряд принципов построения положительного имиджа фирмы, которые мы сможем отнести и к национальному парку:

1. Формируемый коммуникациями имидж должен основываться на реальных достоинствах фирмы, а привнесенные характеристики должны вытекать из реальных достоинств.

2. Имидж должен иметь точный адрес, то есть привлекать определенную целевую аудиторию.

3. Имидж должен быть оригинальным, отличаться от других фирм и легко распознаваться.

4. Имидж должен быть простым и понятным, не перегруженным информацией, чтобы обеспечить легкость запоминания и свести к минимуму возможные искажения.

5. Имидж должен быть пластичным. Это означает, что он, оставаясь неизменным в восприятии целевых аудиторий, и легко узнаваемым, должен оперативно изменяться вследствие перемен экономической, социальной, психологической ситуации, моды, а так же под воздействием восприятия его целевыми аудиториями.[6]

Важнейшим способом выживания и повышения конкурентоспособности национальных парков, как и любых других предприятий, функционирующих в условиях рыночной экономики, может явиться диверсификационная деятельность. Применительно к наци-

ональному парку обновлению и изменению могут подвергаться туры, снаряжение, сфера размещения, предложения в сфере питания, комплекс образовательных услуг и т.д. Необходимым условием и базисом для реализации процесса диверсификации является анализ тенденций изменения рыночного спроса и предложения. Цель стратегии диверсификации – снижение коммерческого риска, сглаживание колебаний в сбыте продукции, увеличение суммарного туристского потока и финансовых поступлений, стабилизация деловой активности туристской фирмы. Один из примеров диверсификации с внедрением в смежные сферы деятельности является помимо других предложений, проведение совещаний на туристских базах, кратковременную рекреацию для участников конгрессов и симпозиумов разного уровня, проходящих в крупных городах. [7]

При разработке программ маркетинга экологического туризма можно учесть, что движущей силой экономического роста является уже не стремление людей потреблять больше товаров, а их желание «живых впечатлений и опыта». Необходимо также учитывать развитие моды на активный отдых на открытом воздухе, а так же создание у людей ощущения удовлетворения оттого, что их визит на территорию национального парка окажет содействие охране уникального природного ландшафта, или будет способствовать поддержанию специфики местных поселений.

Литература

1. Трутнев Ю. Из выступления на заседании Консультативного Совета, 2008
2. Распоряжение правительства Р.Ф. от 23.05. 2001 № 725 – Р «О перечне государственных природных заповедников и национальных парков, которые предусматривается организовать на территрии РФ в 2001. – 2010 г.г.»
3. Сергеева Т.К. Экологический туризм: Учебник. – М.: Финансы и статистика, 2004. – 360 с
4. Ушаков Д.С. Прикладной туроперейтинг – М: ИКЦ «МарТ», 2004. – 416 с.
5. Дорошев В.И. Введение в теорию маркетинга: Учебн. пособие. М.: ИНФРА – М, 2000. – 285с.
6. Крылова Г.Д. Маркетинг: теория и практика: Учеб. пособие для ВУЗов. /Г.Д. Крылова, М.И. Соколова. – М.: ЮНИТИ, 2004. – 655с.
7. Овечкина О.М. Основы маркетинга: Учебное пособие. – М.: Издат. деловой и учебной литературы, 2004. – 288 с.

ФОРМИРОВАНИЕ ЛОЯЛЬНОСТИ КАК ИНСТРУМЕНТ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ В ТУРИЗМЕ

Морозова Н.С., *к.э.н., доцент, декан факультета бизнес-технологий в туризме Российского нового университета, sks@rosnou.ru*

Современное состояние мирового туристского рынка характеризуется постоянно растущим уровнем конкуренции между странами и отдельными регионами. Усиление конкуренции как на рынке туристского спроса, так и на рынке туристского предложения является ярко выраженной тенденцией мирового туризма. При определенной и ограниченной емкости туристского рынка первостепенной задачей становится не поиск новых клиентов, а формирование устойчивой клиентской базы. Рост конкуренции на мировом туристском рынке требует разработки и использования более эффективных подходов к продвижению туристских продуктов. Важным конкурентным преимуществом на туристском рынке является лояльность потребителей. По данным зарубежных исследований ЕНІ (Европейского института торговли), затраты на привлечение новых клиентов в 11 раз превышают расходы на удержание уже имеющихся, а программы лояльности на 30% снижают текучесть клиентов Наличие постоянной клиентской базы обеспечивает возможность стабилизации объемов

продаж. Для российских предприятий туриндустрии и российского туризма в целом наличие лояльной клиентской базы является определяющим конкурентным преимуществом.

В «Стратегии развития туризма в Российской Федерации на период до 2015г.» среди общенациональных задач современного этапа экономического развития России названа задача повышения конкурентоспособности российской экономики путем повышения привлекательности нашей страны как туристского направления [1].

В настоящее время многие предприятия туристской индустрии активно используют программы лояльности и переориентируют свои рекламные бюджеты не на завоевание клиента, а на его удержание. Например, программа лояльности сети Marriott «Marriott Rewards» в настоящее время насчитывает свыше 20 миллионов участников, в рамках программы ежегодно начисляется около 1,2 миллиона бонусных суток, участники программы дают около 20% доходов компании, их средние расходы в 2,5 раза превышают расходы обычного клиента.

Участниками программы «Hilton HHonors» являются более 13 миллионов часто путешествующих деловых людей, которые получают эксклюзивное обслуживание и возможность накапливать бонусы. Партнерами программы являются 47 авиакомпаний. Многие авиакомпании для того, чтобы усилить свое положение на рынке, объединились в альянсы. Таким образом, они повышают свою конкурентоспособность, а пассажиры получают ряд дополнительных преимуществ

Российская низкобюджетная авиакомпания Sky Express в 2008 разработала следующие программы лояльности:

– в течение одного года при совершении 10 полетов со Sky Express по билетам любой стоимости одиннадцатый полет предоставляется бесплатно,

– при покупке товаров или при снятии наличных денежных средств по кредитной карте Visa Platinum банка “Тинькофф Кредитные системы” начисляются бонусные баллы, а премиальный полет доступен при получении 10 тысяч баллов в год.

Отель «Балчуг Кемпински Москва» реализует программу лояльности «Привилегия», благодаря которой каждый посетитель может почувствовать себя особенным гостем, участникам программы также предоставляется скидка в размере 10 % в ресторане «Балчуг», кафе «Кранцлер», баре «Балчуг» и др.

Эти примеры подтверждают тот факт, что усилия всей маркетинговой деятельности предприятий туристской индустрии переносятся с услуги на покупателя, который становится центральным звеном в любой технологии продвижения. Основной задачей становится формирование внутренней благожелательности клиента по отношению к услугам. Первостепенное значение приобретают долговременные связи с клиентами. Огромные усилия направлены также на увеличение перекрестных продаж, т.е. продаж дополнительных продуктов и услуг предприятия туриндустрии, что также является продуктом формирования лояльности клиентов.

Маркетинг лояльности становится доминирующей концепцией в современном туристском бизнесе, так как он способствует формированию лояльного, устойчивого и долгосрочного клиентского предпочтения. Обычно степень лояльности клиента характеризуется его приверженностью к определенной марке продукта и измеряется числом повторных покупок продукта. В сфере туризма лояльность клиента можно формировать не только по отношению к конкретному туристскому продукту или фирме, но и к туристскому направлению (дестинации). Отправной точкой для формирования лояльности является позитивный опыт, полученный туристом в процессе путешествия. Совершение туристом повторных покупок в определенной степени можно считать проявлением лояльности. Усиление конкурентной борьбы и постепенное насыщение туристского рынка приводит к формированию категории потребителей, которые требуют к себе особого внимания, индивидуального подхода, а нередко и разработки уникального туристского продукта. В этом случае можно говорить о том, что если будет сформирована лояльность

туриста к определенной дестинации, то ему можно предлагать разнообразные турпродукты в рамках этой дестинации.

Формирование программ лояльности, прежде всего, базируется на анализе информации о потребителях-туристах. Для этого надо регулярно проводить масштабные исследования потенциальных потребителей-туристов, знать их и оценивать, как изменяются их потребности и пожелания. В настоящее время в России такого рода исследования практически не проводятся, за исключением некоторых исследований, проведенных компаниями КОМКОН и РОМИР. В России нет исследовательских компаний, специализирующихся на изучении туристского рынка. Причина состоит в том, что проведение маркетингового исследования специализированной компанией стоит дорого, поэтому для предприятий туристской индустрии они зачастую недоступны по финансовым причинам. Кроме того, маркетинговые исследования туристского рынка, проводимые в настоящее время, являются узкими и однонаправленными, нацеленными обычно на изучение собственных возможностей турфирм, конкурентного окружения, оценку эффективности рекламы и средств массовой информации.

Традиционно проводится оценка перспективных возможностей развития рынка по определенным направлениям, оценка потенциала и путей дальнейшего развития и продвижения конкретного направления. Оценка эффективности рекламы осуществляется, как правило, по отдельным туристским предприятиям и рекламным средствам. Однако среди интересующих туроператоров исследований практически полностью отсутствует такое направление, как изучение потребителей, хотя анализу моделей поведения человека в различных ситуациях, мотивации принятия решений, выбора (предпочтений) вида отдыха и турфирмы, направления путешествия должно уделяться не меньше внимания, чем изучению конкурентного окружения и продвижению турпродукта. Без изучения и понимания мотивации желаний туриста невозможно правильно построить систему лояльности и предложить потребителю наиболее привлекательный ее вариант, а главное удовлетворить желания туриста, обеспечив ему положительную гамму эмоций. Проявление невнимания к потребительским предпочтениям туристов, моде, настроениям, и множеству других факторов, существенным образом влияющих на мотивационный исход, определяющий направление туристских потоков, влечет за собой потерю клиентов и тормозит развитие въездного и внутреннего туризма в России.

В российском туризме полноценной потребности и готовности рынка к широким маркетинговым исследованиям еще не сформировано, предприятия туриндустрии чаще всего обходятся собственными силами без привлечения специализированных фирм. Такая ситуация не способствует ни завоеванию новых клиентов, ни тем более удержанию старых. Формирование лояльности должно осуществляться в целом по отношению к национальному российскому туристскому продукту, для этого необходимо сформировать систему знаний о реальных и потенциальных туристах, их желаниях и потребностях, которые должны быть положены в основу формирования программ лояльности. Особое значение эта проблема приобретает в преддверии Олимпийских игр 2014 года, т.к. надо стремиться к удержанию тех туристов, которые прибудут на время проведения игр. Необходимо изучить отношение туристов к уже полученной услуге, оценить коэффициент возвратности туристов и сформировать новые туристские продукты и программы с целью поддержания интереса к ним со стороны потенциальных туристов, а также разработать полномасштабную программу формирования лояльности для продвижения национального туристского продукта.

Литература

1. Стратегия развития туризма в Российской Федерации на период до 2015г. (Утверждена Федеральным агентством по туризму 6.05.08).

2. Бутчер С. Программы лояльности и клубы постоянных клиентов. – М.: ИД «Вильямс», 2004.

СИСТЕМА ЭКОЛОГИЧЕСКОГО МЕНЕДЖМЕНТА КАК ОСНОВА УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННЫХ ЗОН АЛТАЙСКОГО КРАЯ

Пестова Л.В., *Институт водных и экологических проблем СО РАН*

В Алтайском крае туристско-рекреационные ресурсы достаточно широко представлены. Это дает основания, что туризм для региона может стать одной из важных составляющих его экономического развития. Однако изменение акцентов в сфере природопользования ведет к интенсификации нагрузок на природные комплексы. В связи с этим возникает необходимость, с одной стороны, в сохранении и рациональном использовании естественных ландшафтов и, с другой – в развитии туризма как перспективной отрасли экономики края.

Туризм для Алтайского края может действительно стать одной из важных экономических составляющих существования региона. Для этого есть целый ряд предпосылок, среди которых можно выделить следующие:

– природно-ресурсный и историко-культурный потенциал территории;
– нормативная база федерального и регионального уровней;
– инициатива субъекта Федерации и инновации муниципальных образований.

Природно-ресурсный и историко-культурный потенциал территории. Алтайский край располагает большим комплексом природных (геологических, гидрологических и ботанических и др.) и исторических (археологических и архитектурных) памятников, которые в целом вносят неповторимый колорит в имидж региона. Уникальные природно-лечебные, гидроминеральные, рекреационные и историко-культурные ресурсы Алтайского края дают возможность полноценной рекреации, включающей не только разнообразные виды отдыха, но и оздоровления людей.

Потенциальные возможности территории настолько разнообразны, что это предполагает организацию широкого ассортимента как туристических маршрутов разной категории сложности (пеший, конный, альпинизм, спелеотуризм, водный), так и всех остальных доступных видов рекреации для разных категорий населения (климатотерапия, ландшафтотерапия, экскурсионно-познавательный досуг, рыбная ловля, охота и др.). В зимнее время – лыжный и горнолыжный туризм.

Постоянно возрастает спрос на туристические услуги в пределах региона. Об этом свидетельствует как рост количества турфирм и динамика продажи турпутевок жителям края, так и интенсивное строительство туристических и лечебно-оздоровительных комплексов. Только в Алтайском районе туристический поток ежегодно увеличивается: в 2003 г. он составил 350 тыс. чел., 2005 г. – 500 тыс. чел. (или 70 % прироста за два года), а в 2009 году ожидается более 900 тыс. туристов и отдыхающих. В 2006 г. в крае зарегистрировано 126 туристических фирм, что вдвое превышает показатель пятилетней давности [1], а число отправленных туристов турфирмами Алтайского края с 2004 по 2005 гг. возросло в 2,8 раза [2].

Нормативная база федерального и регионального уровней. К настоящему времени в России имеется правовые основы регулирования природопользованием. К основным нормативным актам можно отнести Закон об охране окружающей среды, Земельный, Водный и Лесной кодексы, а также Градостроительный кодекс, Законы «Об особо охраняемых природных территориях» и «О животном мире» и другие законные и подзаконные акты. Ряд федеральных законов и кодексов продублирован на региональном уровне.

Инициатива субъекта Федерации и инновации муниципальных образований. В целях развития туризма как перспективной экономической отрасли в Алтайском крае создается особая экономическая зона туристско-рекреационного типа “Бирюзовая Катунь”.

Краевая администрация активно участвует в формировании и продвижении этого важного для региона в экономическом отношении бренда. Туристко-рекреационный комплекс “Бирюзовая Катунь” является первым этапом становления организационной и экономической среды для создания и функционирования в крае курортно-рекреационного направления, ориентированного на максимальное использование природно-ресурсного потенциала и особенностей местности. Он охватывает территорию 4 административных районов, включая город-курорт федерального значения Белокуриха [1].

Бренд «Бирюзовая Катунь» был продемонстрирован на недавно прошедшей XVIII Международной специализированной выставке туристских и оздоровительных услуг, авиакомпаний “Турсиб-2008”, которая проходила с 10 по 12 апреля в Новосибирске. Коллективный стенд региона формировали также муниципальные образования края. По сообщению Главного управления экономики и инвестиций администрации Алтайского края, наиболее ярко были представлены Змеиногорский, Краснощековский, Алтайский, Солонешенский и Егорьевский районы. По итогам выставки диплом за лучшую организацию по продвижению турпродукта и “Большая Золотая медаль Сибирской Ярмарки” были вручены администрации Солонешенского района [3].

К сожалению, в Алтайском крае перечень районов, имеющих достаточно большой ассортимент интересных объектов (и природных, и исторических), а в свою очередь потенциально привлекательных для рекреантов, гораздо шире. Администрации муниципальных образований, как правило, сдержанно подходят к внедрению инноваций, особенно в такой почти экзотической для них области экономики как туризм. Но авангардные подвижки ряда муниципалитетов все же предполагают становление перспективного экономического направления для региона. Инициация нового формата экономических представлений о развитии территорий дает основания для позитивных прогнозов.

Однако развитию туризма на территории региона может препятствовать не только консерватизм исполнительной власти муниципального уровня. Среди негативных и сдерживающих факторов можно выделить следующие:

– антропогенное воздействие на окружающую среду;
– издержки правовой базы федерального и регионального масштаба;
– издержки регионального управления и контроля на рекреационных территориях.

Антропогенное воздействие на окружающую среду. К середине 1990-х годов в России была создана государственная система управления охраной окружающей среды, сформирована нормативная база, и накоплен достаточно широкий опыт в решении природоохранных вопросов. Казалось бы, сложились оптимальные условия регулирования взаимоотношений человека с природой, но тем не менее, все предпринятые меры не позволяют снизить тот негативный прессинг хозяйственной деятельности, которая все более активизируется и наращивает обороты, оказывая влияние при этом как на природные комплексы, так и селитебные территории. Об этом свидетельствуют различные экологические правонарушения (в том числе и преступления), информация о которых достаточно часто появляется в средствах массовой информации.

Имеющее место воздействие человека на окружающую среду создает условия для развития негативных экологических ситуаций, в том числе и на рекреационных территориях. При сложившихся подходах жизнеобеспечения поселений отходы хозяйственной деятельности могут стать достаточно серьезным экологическим фактором. Особенно остро эта проблема затрагивает селитебные территории, в том числе и в пределах обозначенной рекреационной зоны. В свою очередь загрязнение среды обитания делает угрозу вполне реальной как для нормальной жизнедеятельности и полноценного восстановления человека, так и для снижения рекреационной привлекательности территорий.

Издержки правовой базы, а также регионального управления и контроля на рекреационных территориях. Лоббирование экологического подхода в сфере природопользо-

вания проявилось, прежде всего, в конце 1990-х годов. Это выразилось в переводе некоторых правовых позиций на более мягкие режимы применения, что не опосредованно отразилось на региональных нормативных актах. Проявлением антиэкологизации стала также принудительная «гибридизация» двух систем исполнительной власти в 2000 г. Новая структура, с одной стороны, предоставляет в пользование природные ресурсы, с другой – обеспечивает рациональный доступ к ним. Однако дальнейшая реструктуризация ведомства (2006-2007), реализовавшаяся в упразднении ранее существовавших природоохранных механизмов (экологическая экспертиза, лицензирование деятельности в сфере туризма и рекреации) и передачи ряда полномочий с федерального на региональный уровень, не только не снимет имеющиеся противоречия в сфере природопользования, но, возможно, усугубит их.

Рекреационные объекты, как правило, расположены в наиболее живописных и ценных в этом отношении уголках региона. Следует отметить, что охрана и контроль за природопользованием даже на данных территориях осуществляется не в должной мере. Полномасштабное развитие рекреации без соблюдения как правовых, так моральных норм в отношении с природой может не только обострить взаимоотношения человека с окружающей средой, но и привести к созданию достаточно сложных экологических ситуаций. Причина для данного рода опасений заключается в потребительском отношении людей к природе и недостаточном уровне экологического сознания различных структур современного гражданского общества.

Минимизация государственного регулирования в сфере управления природопользованием несет в себе потенциальный риск снижения качества окружающей среды, что может привести к утрате инвестиционной привлекательности региона. Необходимо применение альтернативных подходов контроля за природопользованием. Сложившаяся ситуация требует внедрения в управление бизнес-организаций новых инструментов, которые могут стать первостепенным фактором регулирования антропогенной нагрузки на территориях, сохранения природного и культурного наследия, построения современной экологической политики.

В качестве таких инструментов сегодня все активнее применяются процедуры экологического аудита и менеджмента на основе стандартов ИСО 14000, широко используемые в международной практике. Экологический аудит – систематизированный процесс получения информации об аудируемом объекте на основе осуществления независимой вневедомственной проверки его соответствия экологическим нормативным требованиям. Это один их действенных экономических механизмов регулирования природопользованием, позволяющий предупредить или минимизировать экологические и коммерческие риски. Система экологического аудирования различных отраслей экономики широко развита в западных странах, в России она находится на стадии формирования.

В настоящее время система экологического менеджмента не внедрена не только в сфере туристического бизнеса, но и в целом в экономике края. Однако переход на международно-признанные процедуры управления в туристско-рекреационных хозяйствующих субъектах приобретает для региона особую актуальность. И необходимость реализации экологического менеджмента обусловлена, прежде всего, следующими моментами:

– формированием рекреационных зон в Алтайском крае;

– сохранением природных комплексов, вовлекаемых в рекреационное использование;

– дальнейшим развитием сети особо охраняемых природных территорий;

– для продвижения Алтайского туристского продукта на российский и мировой рынок, а также для увеличения конкурентоспособности алтайских турфирм;

– в целях повышения привлекательности Алтайского края как сферы предпринимательства и делового сотрудничества, обеспечивающей социально-экономический рост;

– для становления туристско-рекреационного имиджа края.

В Алтайском крае предпринята попытка формирования системы экологического менеджмента с последующим широким распространением его в сфере туристического бизнеса. Создан проект «Устойчивое развитие туристско-рекреационных зон Алтайского края через систему экологического аудита и менеджмента», в 2008 г. поддержанный грантом Фонда им. В.И. Вернадского.

Целью разработанного проекта является внедрение в систему управления рекреационных объектов Алтайского края экологического менеджмента на основе стандартов ИСО 14000, которые позволят обеспечить их экологически ориентированную политику, сохранение природного и культурного наследия, устойчивое развитие региона.

В задачи проекта, которые одновременно будут и его этапами, входит:

– создание центра подготовки специалистов в области экологического аудита;

– разработка стратегии экологического аудирования рекреационных объектов Алтайского края;

– проведение экологического аудита туристско-рекреационных объектов на соответствие требованиям нормативных документов в области охраны окружающей среды и консалтинг по подготовке руководства по системам экологического менеджмента;

– сертификация туристско-рекреационных объектов.

В качестве ожидаемых результатов реализации первого этапа проекта в Алтайском крае будет создан образовательный центр по подготовке экологических аудиторов. В 2008 г. планируется проведение учебного курса по экологическому аудированию. В его программу будет входить стажировка на рекреационных объектах Алтайского края. Центр будет постоянно действующим, он будет предназначен для последующей подготовки и переподготовки не только экоаудиторов, но и специалистов в области экологического, туристического и гостиничного менеджмента для Алтайского края, Республики Алтай и других сопредельных регионов. Подготовленные в рамках грантового проекта специалисты будут участвовать в реализации последующих его этапов.

Экологическое аудирование и сертификация отдельных туристско-рекреационных объектов Алтайского района и Белокурихи заложит основу перехода на новые принципы управления с учетом экологических факторов и даст возможность для внедрения систем экологического менеджмента на аналогичных и других хозяйственных объектах Алтайского края. Это позволит в дальнейшем развивать туристско-рекреационную деятельность на принципах экологизации, а также обусловит распространение новых подходов в остальных отраслях экономики региона. В целом это может способствовать улучшению делового имиджа для бизнес-структур на территории края. Результаты проекта и полученный опыт будет распространяться на другие субъекты Федерации.

Сегодня основным стимулом к внедрению экологического аудита на российских предприятиях является их выход на западные рынки для сбыта отечественной продукции, а также реализация специфических продуктов в пределах России, каким является турпродукт. Использование экологического аудирования как одного аспектов экологического менеджмента позволит снизить экологическую напряженность, которая сложилась в ряде селитебных, в том числе и рекреационных территориях Алтайского края.

В целом это обусловливает необходимость создания в крае центра экологического аудита. Основной стратегической целью его деятельности должна стать разработка региональной экологической политики Алтайского края и реализация ее в ходе принятия региональных нормативных документов, позволяющих регулирование хозяйственной деятельности предприятий, направленное на снижение негативного воздействия на окружающую среду.

За последние годы в России созданы условия для реализации экологического менеджмента, однако в силу ряда объективных и субъективных причин применение его пока не имеет правового основания. В связи с этим организация альтернативных структур, кото-

рые могли бы взять на себя дополнительные функции контроля за состоянием окружающей среды и природопользованием, приняв за основу процедуры экологического аудита и менеджмента, обусловлена реальными обстоятельствами.

Литература

1. http://www.bankfax.ru/page.php?pg=39503
2. Туризм и отдых в Алтайском крае в 2005 г.: Стат. бюл. – Барнаул: 2006. – 36 с.
3. http://www.bankfax.ru/page.php?pg=51897

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ТУРИСТСКОЙ ДЕСТИНАЦИИ НА ПРИМЕРЕ САРАТОВСКОЙ ОБЛАСТИ

Иванова Е.В., *к.э.н. Саратовский государственный технический университет, elenka@forpost.ru*

Цель данной работы заключается в комплексном исследовании причин низкого развития въездного туризма в Саратовской области, а также в разработке рекомендаций по развитию и продвижению туристской дестинации.

Как показало исследование, основная причина не достаточно активного развития въездного туризма в Саратовской области – не низкое качество ресурсов, а неэффективное их использование. Формирование туристской дестинации невозможно без масштабной государственной поддержки. Выявленные проблемы показали, что развитие въездного туризма проведения комплексных мер, а не отдельных мероприятий, которые имеют место в настоящее время. Устранение всех обозначенных выше неблагоприятных факторов является важнейшей задачей региональной администрации.

При этом концепция развития туризма в Саратовской области должна соответствовать принципам устойчивого развития туризма, провозглашенным Всемирной туристской организацией (сохранение природного и культурного наследия, содействие распространению произведений национальных культуры и искусства).

В отношении возможностей и перспектив развития туризма Саратовская область является типичной, поэтому результаты нашего исследования могут быть использованы и другим регионами

О ПРОБЛЕМЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ВОЗОБНОВЛЯЕМЫХ ИСТОЧНИКОВ ЭНЕРГИИ ДЛЯ ЭНЕРГООБЕСПЕЧЕНИЯ РЕКРЕАЦИОННЫХ ЗОН РОССИИ

Киселева С.В., *к.ф.-м.н., в.н.с., географический ф-т МГУ им. М.В.Ломоносова*
Нефедова Л.В., *к.г.н., н.с., географический ф-т МГУ им. М.В.Ломоносова*

Возобновляемые источники энергии (ВИЭ): гелио-, ветро-, геотермальные ресурсы, энергия биомассы и малых рек приобретают в настоящее время все более широкое использование благодаря быстрому техническому развитию в этой отрасли энергетики, обусловленному возрастанием экологических приоритетов и повышением экономической эффективности проектов. Ряд рекреационных зон России расположен в регионах, характеризующихся дефицитом электроэнергии, лимитированным водоснабжением, а порой и острыми экологическими проблемами. Использование ВИЭ для выработки теп-

ла и электроэнергии позволяет уменьшить антропогенное воздействие в этих зонах и способствует устойчивому развитию рекреационных территорий.

При осуществлении проектов возобновляемой энергетики чрезвычайно важной является достоверная оценка ресурсов ВИЭ выделенной территории. Выполненное ГГО им. А.Е. Воейкова районирование территории СССР являлось ценным опытом при решении задачи определения степени обеспеченности различных районов гелиоресурсами. Наибольшим потенциалом солнечной энергии обладали южные районы СССР – Средняя Азия и юг Европейской части России, включая Кавказ. Оценки поступления солнечной радиации и ветрового режима проводилось ими позднее и для России. Эти работы, базирующиеся на данных наземных метеорологических измерений, нашли свое развитие в создании атласа [2].

Как показывают исследования, при прогнозных оценках выработки тепловой и электрической энергии солнечными установками оказывается довольно результативным использование не только данных наземного актинометрического мониторинга, но и результатов дистанционных спутниковых измерений и математического моделирования. В настоящее время наиболее полным массивом данных по солнечным и ветровым ресурсам территории обладает база данных NASA Surface meteorology and Solar Energy (NASA SSE), основанная на непрерывном и последовательном ряде спутниковых измерений радиационного баланса земной поверхности для ячеек 280х280 км по земному шару в течение периода с июля 1983 по июнь 2005 года. Математическое моделирование с учетом особенностей климатических зон и ландшафтов земного шара, альбедо поверхности, состояния облачности, наличия аэрозолей в атмосфере, влажности и других параметров позволили определить в рамках этого проекта широкий спектр актинометрических и метеорологических характеристик, которые были нелинейно интерполированы для географической сетки (1х1)0 по земному шару. Для проведения детального анализа достоверности массива данных NASA в работе [6] было проведено сравнение его с данными наземных актинометрических станций России. Получены вполне удовлетворительные совпадения значений суммарной солнечной радиации на горизонтальную поверхность и прямой солнечной радиации на нормальную к лучу поверхность по наземным и спутниковым измерениям (коэффициент корреляции массивов данных соответственно 0.9914 и 0.9936), что позволяет использовать базу данных NASA как для расчетов, так и для картографического представления потенциала гелиоэнергии (рис. 1). Анализ величин погрешностей в зависимости от размещения станций актинометрических наблюдений показал, что для районов южнее 50ос.ш. оно минимально. Именно для этой зоны и перспективно использование гелиоэнергетических установок для снятия пиковых летних нагрузок, связанных с резким увеличением числа потребителей.

Из указанной базы проведена выборка массива данных по суммарной солнечной радиации, поступающей на территорию России (для различных временных периодов и различной ориентации приемной поверхности). Проведен детальный анализ достоверности массива данных NASA с использованием актинометрических измерений метеообсерватории МГУ. Построены карты поступления суммарной солнечной радиации на территорию России на различным образом ориентированные поверхности, что является первым опытом использования базы метеорологических данных NASA для оценок и картирования поступления суммарной солнечной радиации на территорию России. В результате сопоставления расчетных характеристик и данных многолетних актинометрических наблюдений на метеостанции МГУ не было выявлено принципиальных различий распределения среднемесячных значений суммарной солнечной радиации по данным NASA и МО МГУ [7].

Остановимся в первую очередь на Краснодарском крае, который является ведущим регионом России по представлению рекреационно-туристических, санаторно-курорт-

ных и бальнеологических услуг. Благодатный климат, теплые моря, наличие минеральных и грязевых источников, уникальные по эстетической ценности горные и приморские пейзажи – все это определило роль Краснодарского края как одного из крупнейших туристических регионов России и стран СНГ. Здесь развивается сеть здравниц и туристических баз, общее число которых в настоящее время составляет около 1400. В курортно-туристской отрасли занято около 400 тыс. человек. Ежегодно на Кубани отдыхает более 6 млн. человек.

Использование массива данных NASA SSE позволили провести оценки энергетической эффективности работы солнечных водонагревательных установок в различных регионах страны. Поскольку для Краснодарского края среднее за год поступление солнечной энергии составляет более 5,0 кВтч/(м2день), то в этих климатических условиях типичная СВУ с площадью солнечного коллектора 2 м2 и объемом бака 100 л будет нагревать воду не ниже чем до 37єС более 80% летних дней. Более чем в 70% дней летнего периода возможен нагрев воды в этих коллекторах и выше 45єС [8]. Солнечными водонагревательными установками уже в настоящее время оснащаются санаторно-курортные объекты Краснодарского края, где максимум нагрузки по потреблению горячей воды приходится на летний период. Поэтому здесь такие установки эксплуатируются в наиболее благоприятных условиях, поскольку сезонные графики поступления солнечной радиации и потребления нагретой воды хорошо согласуются.

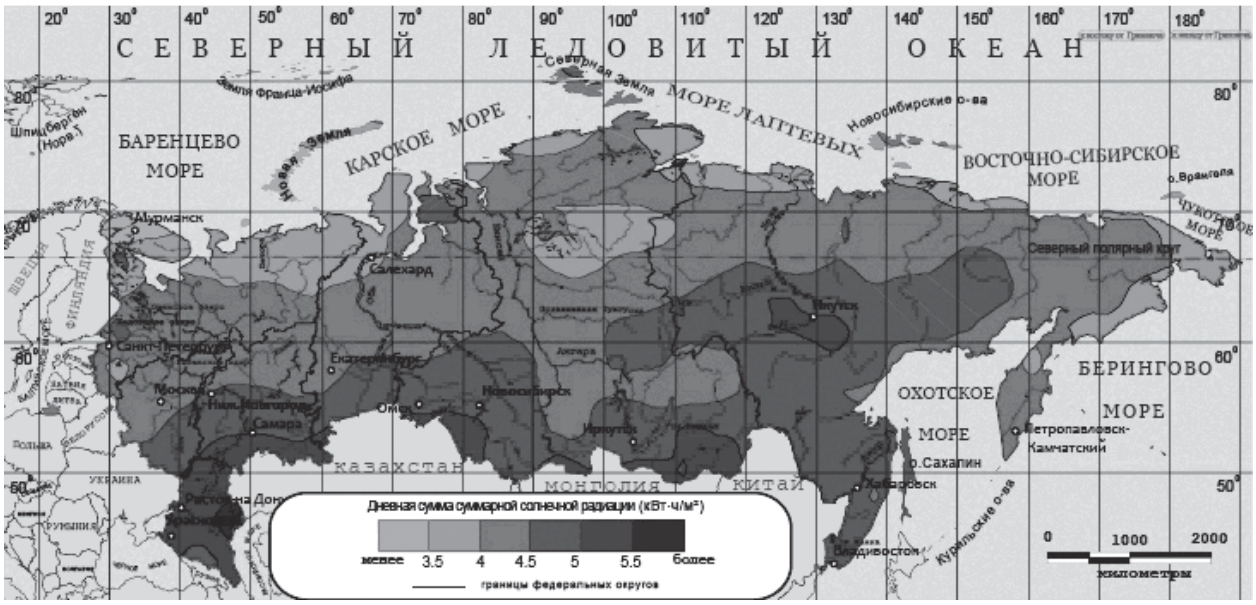


Рис. 1. Поступление суммарной солнечной радиации на территорию России на основе проведенных расчетов с использованием базы метеорологических данных NASA SSE.

На основе построенных карт было показано, что дефицит электроэнергии в Краснодарском крае, который по данным 2001-2005 гг. составляет 8,77-10,1 млрд. кВт*ч [1], может быть покрыт за счет строительства системы солнечных фотоэлектрических станций на площади 67км2 , что составляет менее 0.1 % от площади территории Краснодарского края. Для учета интересов различных отраслей хозяйства и преодоления возможного конфликта землепользования рациональным является размещение солнечных батарей на крышах зданий, сооружений, в том числе жилого, промышленного, рекреационного и иного назначения, а также пустырях, охранных территориях трубопроводов и других транспортных магистралей. Ими уже в настоящее время оснащаются санаторно-курортные объекты, в которых максимум нагрузки по потреблению горячей воды приходится на летний период. Здесь солнечные установки эксплуатируются в наиболее благоприят-

ных условиях, поскольку сезонные графики поступления солнечной радиации и потребления нагретой воды хорошо согласуются.

Наибольший дефицит мощности и электроэнергии испытывает в Южном Федеральном Округе именно Краснодарская энергосистема. Электропотребление в быту и сфере услуг в суммарном электропотреблении Краснодарского края составляет около 40%. В целом дефицит мощности в часы максимальных нагрузок ОЭС ЮФО достигает до 1170МВт. Несмотря на общую дефицитность объединения, на территории ОЭС имеются избыточные энергосистемы. Наибольший избыток мощности и электроэнергии имеет место в Ставропольской энергосистеме и в Ростовской энергосистеме. Чеченская, Ингушская и Калмыцкая энергосистемы не имеют собственных генерирующих источников и полностью покрывают свою потребность в электроэнергии из других энергосистем. Глубоко дефицитны также Кабардино-Балкарская, Карачаево-Черкесская и Северо-Осетинская энергосистемы. В ОЭС Юга даже с после ввода блока №1 Волгодонской АЭС сохраняется дефицит мощности 750–1200 МВт.

Прогнозируемые темпы роста коммунально-бытового электропотребления в рассматриваемый период составят 0,7–1,1% в год. Существенное увеличение коммунально-бытового электропотребления в Краснодарской энергосистеме обеспечит намечаемое развитие курортно-рекреационного комплекса на Черноморском побережье Краснодарского края, а также в горных районах Республики Адыгея.

Необходимо отметить, что в ЮФО происходит также старение основных фондов – оборудования электростанций и электросетевых объектов. По оценкам института «Ростовтеплоэлектропроект»к 2020 г. свой ресурс выработают 6800 МВт мощностей ТЭС и 2040 МВт мощностей ГЭС. В этом же институте оценены возможности и экономическая эффективность установки солнечных коллекторов для нагрева вода на многоэтажных зданиях. Для собственного капитала инвестора финансово-коммерческие показатели вполне более привлекательны: Чистый дисконтированный доход составит около 3,0 млн. руб. (при величине собственных затрат всего 0,3 млн.руб.), внутренняя норма доходности – 64,8%, а дисконтированный срок окупаемости инвестиций – 2,4 года. К 2006 г. в Краснодарском крае были устрановлены солнечные водонагревательные установки общей площадью около 6300 м^2.

Внедрение ста рассматриваемых солнечных станций теплоснабжения в период до 2010 г. позволит обеспечить ежегодную чистую прибыль в размере до 20 млн.руб., что должно стимулировать бюджетную поддержку создания гелиоустановок. Одна из реальных солнечных станций горячего водоснабжения, созданная по проекту института «Ростовтеплоэлектропроект» с солнечными коллекторы ОАО «Ковровский механический завод» сооружена на крыше здания в г.Новороссийске, начинается создание таких установок в г.Таганроге.

Закономерно, что в программу, предложенную этим одним из головных институтов РАО «ЕЭС» были включены системы теплоснабжения санаторно-курортных и коммунальных объектов также и Ставропольского края с использованием плоских солнечных коллекторов общей площадью 70 тыс.кв.м. Уже в 2009г. при расчетной сумме капиталовложений в 4,5 млн.рублей может быть установленная мощность может составить до 50 Гкал / ч. Начато сооружение солнечной электростанции номинальной мощностью 1 МВт в Кисловодске.

Перспективно и использование низкопотенциального тепла. Так, имеется проект ООО «Теплонасосные системы», г.Москва систем теплоснабжения рекреационных предприятий Черноморского побережья Краснодарского края с суммарной тепловой мощностью 20 МВт с использованием тепла морской воды.

Строительство Ейской ВЭС. В настоящее время крупнейшим проектом привлечения ВИЭ для энергообеспечения рекреационных зон в нашей стране является проект сооружения Ейской ВЭС. Город Ейск расположен на полуострове, на восточном берегу Таган-

рогского залива, у основания Ейской косы. Омывается Таганрогским заливом, Ейским лиманом, Ясенским заливом, Бейсугским лиманом и самим Азовским морем. Это самая удаленная точка на северо-западе Краснодарского края. В море на несколько километров выступают песчаные косы – Ейская, Долгая, Камышеватская, где практически постоянно существуют ветровые потоки высокой интенсивности. В районе открыты несколько источников сероводородных, азотно-метановых, хлоридно-натриевых и йодо-бромных вод. Используется лечебная иловая грязь соленого Ханского озера. В 2006 году Ейску был присвоен статус города-курорта. В 2008 году разработана федеральная целевая программа комплексного развития российского побережья Азовского моря, в рамках которой будут выделены финансовые средства на решение проблем инфраструктуры Ейского района. По проектным данным около 30% энергоснабжения города-курорта планируется за счет выработки электроэнергии на Ейской ВЭС. В настоящее время ведутся подготовительные и ветромониторинговые работы для создания сети ветровых электростанций суммарной мощностью 50 МВт. Это обеспечит Ейский район электроэнергией для реализации новых проектов. Ветропарк объединит в единую энергосистему 25 ветрогенераторов. Инвестором проекта, подготовленного ОАО "Ростовтеплоэлектропроект", стала канадская компания Greta Energy Inc. Подрядчики – GarradHassan, NEXGEN, SOLARWHEEL (Великобритания). Объем инвестиций – 60 млн.долл. Срок окупаемости проекта – 6 лет. Эксплуатационные затраты парка – 1,5 тыс. евро в год на один ветрогенератор. По мнению экспертов, ветропарк может стать одним из основных энергоисточников для города-курорта и федеральной игорной зоны "Азов–Сити".

Значительны перспективы использования ресурсов малой гидроэнергетики в этом регионе. В Краснодарском крае, несмотря на богатство гидроэнергетическими ресурсами, действует пока только одна малая ГЭС, которая ярким примером использования ВИЭ в рекреационном хозяйстве. Это МГЭС Краснополянская, расположена на реке Бешенка, принята в эксплуатацию в конце 2005г. Построена она по деривационной схеме, напорных сооружений, водохранилищ и бассейнов регулирования ГЭС не имеет.

Строительство этой МГЭС было начато в еще в 1991г. за счет средств ОАО "Кубаньэнерго" по проекту московского института "Гидропроект". Общая стоимость проекта составила более 60млн. рублей. Мощность ГЭС – 1,5 МВт, среднегодовая выработка – 13 млн.кВт.ч. В состав ее входят: головной узел с водозабором, напорный трубопровод, длиной более 2км, здание ГЭС, отводящий трубопровод. В здании ГЭС установлен один ковшовый гидроагрегат. ГЭС предназначена для обеспечения надежного энергоснабжения курорта Красная поляна. Отработавшая на ГЭС вода перебрасывается в трубопровод Краснополянской ГЭС на реке Мзымта, увеличивая ее выработку. ГЭС работает в полностью автоматическом режиме.

Существуют проекты строительства еще нескольких малых ГЭС.в Краснодарском крае: каскады МГЭС на реках Мзымта, Чвежипсе, Шахе, Лаура с установленной мощностью всего комплекса ГЭС – 44 МВт и годовой выработкой электрической энергии в объеме 245млн.кВт.ч. Планируется создание каскада из 3 малых ГЭС на реке Белой, первоочередной из которых является Даховская ГЭС мощностью 2,1 МВт, среднегодовой выработкой 12млн.кВт.ч. и стоимостью строительства 1,8 млн. долл. В настоящее время на стадии проектно-изыскательских работ находятся семнадцать проектов строительства малых ГЭС на территории Южного федерального округа – в Кабардино-Балкарии, Карачаево-Черкессии, Северной Осетии – Алании, Республике Дагестан и Ставропольском крае общей установленной мощностью более 110 МВт. Проектируемые объекты предусматривают вводы мощностей в 2008 – 2010 гг. В активной фазе находится реализация трех малых ГЭС, ввод в эксплуатацию которых намечен на декабрь 2008 года – Фиагдонской МГЭС (5,2 МВт) в Республике Северная Осетия-Алания, Учкуланской МГЭС (3,6 МВт) и МГЭС Большой Зеленчук (1,2 МВт) в Карачаево-Черкесской Республике.

Геотермальная энергия издавна используется в рекреационном и бальнеологическом хозяйстве. Всего в России к настоящему времени разведано 56 месторождений термальных вод с дебитом, превышающим около 300 тыс. куб. м/сутки. Промышленная эксплуатация ведется на ряде месторождений в ЮФО: Казьминское и Черкесское в Ставропольском крае и Карачаево-Черкессии, Кизлярское и Махачкалинское в Дагестан, Мостовское и Вознесенское в Краснодарском крае. В Краснодарском крае хорошо изучены месторождения с температурой в резервуаре от 70° до 1800С, которые находятся на глубине от более 300м. Разработан ряд новых геотермальных проектов для территорий ЮФО, которые могут получить финансовую поддержку Мирового банка, Глобального экологического фонда, ЕББР и Европейской энергетической комиссии. В 2004 г. на средства Геофонда Мирового банка и ГУКК ЦЭНТ начались работы по подготовке проекта геотермального теплоэлектроснабжения г. Лабинска путем постройки бинарной электростанции мощностью 4 МВт. В результате реализации этого проекта к 2009 гг. около 30% электропотребностей и 99,6% теплоснабжения города будет переведено на геотермальные ресурсы. Бинарные электростанции позволяют вырабатывать энергию на основе использования низкопотенциального тепла. Применение рабочих тел с низкой температурой кипения в циклах таких электростанций увеличивает эффективность использования потенциала теплоносителя и открывает широкие возможности для решения проблемы энергообеспечения удаленных районов России [5].

Туристко-рекреационная зона «Байкал». В прибайкальском районе Республики Бурятия создается особая экономическая туристко-рекреационная зона (ТРЗ) «Байкал». При выборе участка принимались во внимание разнообразие ландшафтов территории, природно-климатические условия, доступность, близость к инфраструктуре, возможности для всесезонного функционирования курорта, рекомендации канадской компании «ECOSIGN» – мирового лидера по проектированию горных курортов. Участок, выбранный экспертами канадской компании, примыкает к долине реки Хаим, включает в себя 60 километров восточного побережья озера Байкал от поселка Гремячинск до мыса Каткова, озеро Котокель и горный пик высотой 1771 м в 20 километрах на юг от озера Котокель. Площадь участка около 700 кв. км. Главной достопримечательностью Байкальской особой экономической зоны станет горно-лыжный курорт международного класса. Подходящие для строительства трасс северные склоны имеют площадь около 12000 гектаров, что открывает большие возможности для строительства горного курорта. Однако в этой особой экономической зоне планируется развитие и других направлений рекреационного использования, в частности туризма (спортивный, приключенческий, экскурсионный, экотуризм).

В Республике Бурятия проводилось несколько оценок потенциала ВИЭ:

1. Проект Тасис: Повышение эффективности энергопотребления в Бурятии. Материалы по возобновляемым источникам энергии. 1997г.,

2. Основные направления экономического роста республики Бурятия с позиций энергоэффективности на период до 2004-2007гг. и на перспективу до 2012г.

Экономический потенциал ВИЭ Бурятии оценивается величиной эквивалентной 10 тыс. т.у.т. в год, распределенный по отдельным видам: малые и микро – ГЭС 5 тыс., геотермальная энергетика 2 тыс., биомасса – 0,5 тыс., ветровая – 0,5 тыс., солнечная – 2 тыс. [6].

Анализ ресурсов ВИЭ территории ТРЗ показывает перспективность их использования для энергообеспечения горного курорта. Продолжительность солнечного сияния составляет более 2400 час/год Потенциал солнечной энергии составляет порядка 200 кВт. ч/год на 1м^2 [4].

Ветроэнергетический потенциал в Прибайкалье также значителен. Хотя по нашим расчетным данным среднегодовые значения скорости ветра на открытой местности менее 4,5 м/с (рис. 2), в горных районах существуют «коридоры», в которых скорость ветра

на высотах более 50м может составлять в отдельные сезоны до 8-9 м/с и значения ветроэнергетического потенциала – до 700-800 Вт/кв.м./год [3].

На основе массива данных NASA были выполнены расчеты распределения суммарной солнечной радиации и скоростей ветра на высоте 50 м (среднегодовые значения), которые подтверждают высокий потенциал данного региона и позволяют проводить дальнейшие более детальные расчеты и оценки потенциала выработки энергии на конкретных территориях. Проведенные работы значительно расширяют перспективы использования ВИЭ для энергоснабжения туристко-рекреационной зоны «Байкал».

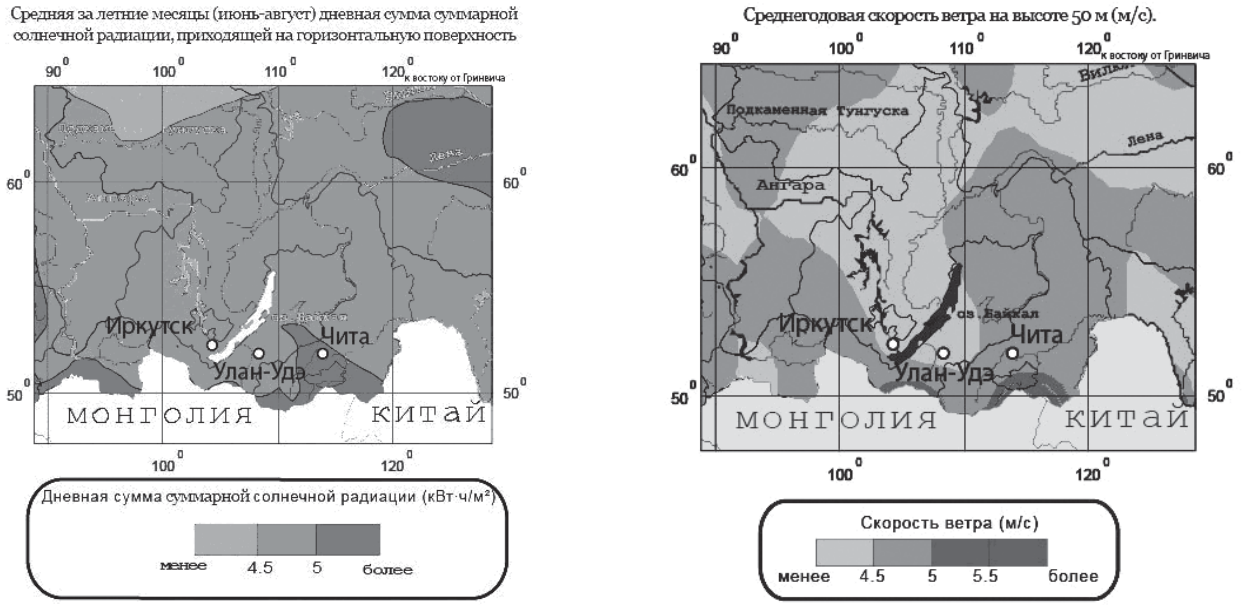


Рис.2. Распределение элементов солнечного и ветрового потенциала на основе проведенных расчетов с использованием базы метеорологических данных NASA SSE.

В настоящее время одним из конкурентоспособных видов возобновляемых источников энергии является геотермия. Локальное геотермальное тепло- и электроснабжение на основе бинарных электростанций, тепловых насосов и других современных технологий наиболее перспективный источник энергообеспечения зон экстремального туризма в удаленных труднодоступных северных территориях и Дальнего Востока России. Например, Курильские острова располагают запасами тепла Земли, которых достаточно для их полного тепло- и энергообеспечения. В 2003г. на о.Кунашир введена в эксплуатацию первая очередь Менделеевской ГеоТЭС мощностью 1,8 МВт, а в 2005 г. была запущена ее вторая очередь. на о. Итуруп у подножья вулкана Барановского завершается строительство ГеоТЭС с мощность 2,5 МВт[9].

Уже сейчас находит применение геотермального тепла в бальнеологической практике. Возможности для развития этого направления по данным экспертных оценок специалистов велики и позволяют значительно территориально расширять зоны курортного хозяйства страны.

Что касается использования биомассы, то в европейском и североамериканском заповедном хозяйстве, в частности в национальных парках, уже более двух десятилетий проводится переработка биомассы, создающейся при лесоочистных работах, с использованием биогазовых установок или установок по производству пеллет, что значительно более привлекательно в экологическом плане в сравнении с прямым сжиганием.

Выделение на территориях заповедников, заказников и национальных парков зон с созданием демонстрационных установок на ВИЭ послужит распространению экологи-

ческого образования, увеличению инвестиционной и туристической привлекательности и послужит популяризации этого инновационного способа энергоснабжения.

Литература

1. Амерханов Р.А. Богдан А.В., Бутузов В.А. Перспективы развития Краснодарского края при использовании возобновляемых источников энергии "Энергосбережение и водоподготовка" № 3, Москва, 2005.

2. Борисенко М.М., Стадник В.В. Атласы ветрового и солнечного климатов России. СПб.: Изд-во ГГО им.А.И.Воейкова, 1997;

3. Борисенко М.М.,Безруких П.П., Ландберг Л., Старков А.Н. Атлас ветров России.М.: 2000, 548с.

4. Кошелев А.А., Цемахович А.В. Атлас распределения возобновляемых природных энергоресурсов в Прибайкалье. ИСЭМ СО РАН, 1999.

5. Нефедова Л.В. Состояние и перспективы использования возобновляемых источников энергии в России и в мире/География, общество, окружающая среда. Том 3. Природные ресурсы и устойчивое развитие. Разд.4.1.М.: 2004.

6. Основные направления экономического роста республики Бурятия с позиций энергоэффективности на период до 2004-2007гг. и на перспективу до 2012г. ДО РАН, институт экономических исследований, Хабаровск 2004.

7. Попель О.С., Фрид С.Е., Киселёва С.В., Коломиец Ю.Г., Терехова Е.Н. Распределение ресурсов энергии солнечного излучения по территории России//Энергия: экономика, техника, экология. 2007, №1, С.15-23.

8. Поппель О.С., Фрид С.Е., Коломиец Ю.Г. Методика оценки показателей эффективности использования солнечных водонагревательных установок в климатических условиях Российской Федерации. М.: Изд-во МФТИ. 2004. 31 с.

9. Томаров Г.В. Использование геотермального тепла в России и за рубежом. В сб. Возобновляемые источники энергии: Лекции ведущих специалистов. Выпуск 4. – М.: Книжный дом Университет, 2006, с.121-129.

БЕЗОПАСНОСТЬ ТУРИЗМА: СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ПОНЯТИЙНОГО АППАРАТА И ТИПОЛОГИЯ ТУРИЗМА

Мичурин С.Б., *кафедра туризма географический факультет, Пермский государственный университет, michura2004@rambler.ru*

Наступивший в конце двадцатого столетия перелом в отношениях внутри системы общество – природная среда привёл к частичной переориентации природопользователей на сферы деятельности, не связанные извлечением и переработкой ресурсов природной среды. Одной из таких сфер является туризм.

В России он всё более приобретает с одной стороны черты самостоятельной отрасли экономики, с другой – массового общественного явления, развивающегося в соответствии со спецификой территории и своими внутренними закономерностями.

Исходя из разнообразия природных, экономико-социальных, исторических и многих других аспектов специфики территории, а так же из многообразия видов и способов организации отдыха (в частности – туристских мотиваций) туризм нельзя рассматривать как нечто однородное. Напротив, существует не всеми признанная дифференциация туризма по типам (активный, пассивный, комбинированный), огромное разнообразие видов туризма и мотиваций его субъектов.

В связи возрастающей популярностью туризма весьма актуальной стала проблема его безопасности. Безопасность представляет собой комплекс взаимообусловленных факторов и явлений, возникающих при взаимодействии трёх основных агентов туриз-

ма – территории с её индивидуальным набором и соотношением условий и ресурсов, лиц, инициирующих развитие туризма на данной территории (собственников территории и туроператоров) и собственно туристов.

При этом в современной индустрии туризма отсутствует сколько-нибудь стройная универсальная концепция безопасности.

С точки зрения пассивного туризма безопасность сводится к ряду позиций (в основном юридических и экономических), из которых складывается ответственность фирм – разработчиков туров, либо продавцов (посредников). И безопасность туризма понимается как соответствие предлагаемых услуг государственным и международным стандартам с одной стороны и предлагаемым (заявленным) комплексом услуг реально предоставленным с другой.

В активном туризме безопасность, как правило, вообще низводится до «техники безопасности» – свода простейших (обычно – запрещающих) правил поведения на маршруте, учитывающих в основном внешние факторы опасности и наиболее типичные (до предела усреднённые) изменения окружающей обстановки.

Таким образом, подход к проблеме безопасности либо излишне масштабен, либо искусственно упрощен.

Одна из основополагающих проблем, связанных с безопасностью туризма, основана на несовершенстве понятийного аппарата, порождающем порой банальную терминологическую путаницу. До сих пор не определены соотношения таких понятий, как активный и пассивный туризм, туризм и рекреация, самодеятельный и спонтанный туризм; несмотря на то, что существует огромное количество типологий и классификаций туризма.

Для обоснования более или менее универсальной концепции безопасности необходимы усовершенствование понятийного аппарата и принципиально иная типология (классификация) опасности, базирующаяся как на традиционном, так и на новом подходах.

Существует множество определений понятия «туризм», формулировки закономерно различаются в зависимости от целей и масштаба исследований, для которых созданы. Мы же в данной работе будем исходить из двух наиболее универсальных, на наш взгляд, не противоречащих друг другу определений.

Туризм во всём разнообразии его проявлений определяется в Российском законодательстве как «временные выезды (путешествия) граждан Российской Федерации, иностранных граждан и лиц без гражданства (далее – граждане) с постоянного места жительства в оздоровительных, познавательных, профессионально-деловых, спортивных, религиозных и иных целях без занятия оплачиваемой деятельностью в стране (месте) временного пребывания» [3].

Существует так же вполне согласующееся с этим, более универсальное определение В. Е. Арефьева, подчёркивающее массовость явления, где туриизм – это путешествие за пределы постоянного места жительства с любой целью, кроме заработка и смены постоянного места жительства, а также удовлетворение общественных потребностей (рекреационных, деловых, политических, образовательных и др.), связанных с необходимостью перемещения в пространстве масс людей [1].

Не оставляют сомнений так же определения таких производных от туризма понятий и явлений, как «турист», «туристская деятельность», «туроператор», «турагент», «туризм внутренний», «туризм выездной», «туризм въездной », «туризм социальный», «туристская индустрия», «тур», «туристский продукт».

Под путешествием традиционно принято понимать передвижение по какой-либо территории или акватории с целью их изучения, а также с общеобразовательными, познавательными, спортивными и другими целями [4].

До XVIII-XIX вв. путешествия были одним из основных источников получения сведений о тех или иных странах (их взаиморасположении, размерах и конфигурации, при-

роде, населении, истории, хозяйстве). Но они, естественно, могли удовлетворить лишь запросы первичного и общего знакомства с особенностями той или иной территории. Поэтому уже в XVIII-XIX вв., по мере углубления исследований, конкретизации и специализации научных целей и задач, путешествия стали приобретать характер научных экспедиций, а с середины XX в. термин «путешествие» стал употребляться в основном применительно к туризму.

Определение термина «самодеятельный туризм», данное в том же Законе, на наш взгляд, не отвечает реальности и является искусственно расширенным, так как объединяет различные логические категории – степень организованности маршрута, способ передвижения и, в какой-то мере, туристскую мотивацию, поскольку самодеятельный туризм в том же законе определяется как «путешествия с использованием активных способов передвижения, организуемые туристами самостоятельно» [3].

Из данной формулировки не ясно, какую связь имеет организация путешествия самими туристами с «активными способами передвижения» и что представляют себя такие способы.

Видимо, здесь сказывается стереотип, унаследованный от советской системы планового туризма. В СССР существовало разделение внутреннего туризма на организованный (плановый) и самодеятельный и традиционно считалось, что самостоятельно организовать и осуществить путешествие с использованием способов передвижения, отличных от «активных», советский турист не в состоянии. Тем не менее, от половины до подавляющего большинства (в зависимости от года) туристских путешествий внутри страны осуществлялось именно самодеятельно – неофициальными туристскими объединениями и просто независимыми группами.

Объяснения термину «активные способы передвижения» одинаково отсутствуют и в упомянутом Законе об основах туристской деятельности в Российской Федерации, и в подзаконных актах и в трудах ведущих специалистов в области туризма. Ближе всего (называя, но ничего не объясняя) к «активным способам» оказывается Единая всероссийская спортивная классификация туристских маршрутов (ЕВСКТМ). Она подразделяет маршруты по видам туризма: пешеходные, водные, горные, лыжные, велосипедные, автомобильные, мотоциклетные, спелео, парусные, конные [5], а также их сочетание – комбинированные маршруты.

Так что же объединяет абсолютно разные виды туризма? Что общего между пешеходным и лыжным, водным и велосипедным, спелео, горным и другими видами?

«Активность», то есть то, что передвижение предполагает приложение физических усилий, работу мышц? Но тогда можно смело исключать мотоциклетный, автомобильный, конный и, возможно, парусный туризм. И по какому признаку парусный туризм отделён о водного?

Спортивную мотивацию? Но турист – приверженец любого из названных направлений – не обязан выступать на соревнованиях, заявлять свои маршруты (даже высших категорий сложности) на участие в чемпионатах, получать справки, звания и разряды.

Пребывание «вне цивилизации»? Но причём здесь авто- и мототуризм?

Ответ на эти вопросы в значительной степени можно получить, проанализировав комплекс классических туристских мотиваций. В. А. Квартальнов [2] определяет туристскую мотивацию как «побуждения человека, направленные на удовлетворение рекреационных потребностей, в зависимости от его индивидуальных физиологических и психологических особенностей, системы взглядов, ценностей, склонностей, образования». И в качестве основных целей путешествия выделяет:

– отдых, досуг, развлечения;
– познание;
– спорт и его сопровождение;

– лечение;
– паломничество;
– деловые цели;
– гостевые цели.

Никак не возражая против этих выкладок, позволим себе заметить, что выделение данных целей произведено в одной плоскости – социальной и полностью игнорирует пространственный аспект туристской мотивации.

Среднестатистический современный человек существует в достаточно чётко оконтуренном участке пространства – так называемой среде обитания, которая складывается из бытовой среды (непосредственное место обитания), производственной среды (место работы), рекреационной среды (периодически посещаемые рекреационные объекты, обычно – в пределах своего населённого пункта) и миграционной среды (среды перемещений между составляющими среды обитания). Туризм же подразумевает временное добровольное выключение человека из его среды обитания, то есть его перермещение в новую среду обитания (из которой исключается производственная среда), либо с точку пространства, где человек вынужден создавать для себя временную среду обитания при частичном или полном отсутствии какой бы то ни было инфраструктуры.

Возвращаясь к видам туризма, выделяемым ЕВСКТМ, мы можем констатировать, что выделение видов проведено по двум признакам – способ передвижения (пешеходные, лыжные, велосипедные, автомобильные, мотоциклетные, парусные, конные маршруты) и вмещающие ландшафты (водные, горные, спелеомаршруты), а объединены эти виды как раз полным или частичным отсутствием обслуживающей туристов инфраструктуры. В подобных маршрутах, определяемых специалистами безопасности жизнедеятельности как добровольная автономия, туристы находятся вне не только своей, но и вне какой бы то ни было среды обитания и вынуждены предпринимать активные действия по обеспечению автономной жизнедеятельности своей группы.

В свете сказанного, поскольку туризм есть «путешествие за пределы постоянного места жительства с любой целью, кроме заработка и смены постоянного места жительства, а также удовлетворение общественных потребностей (рекреационных, деловых, политических, образовательных и др.)», существуют две равноправных разновидности туризма – активный туризм и пассивный туризм и их сочетание – комбинированный туризм.

Таким образом, можно сформулировать следующие определения.

Активный туризм – способ поддержания и восстановления работоспособности граждан путем реализации оздоровительной, познавательной, спортивной и других мотиваций отдыха, связанный с временным выездом из мест проживания (на срок не менее 24 часов), без обязательного и систематического использования стационарных объектов проживания и обслуживания, подразумевающий прохождение определенного маршрута с возможным, но необязательным использованием механических средств передвижения.

Пассивный туризм – способ поддержания и восстановления работоспособности граждан путем реализации их потребностей в лечении и оздоровлении (курорты, санатории, профилактории, друге учреждения оздоровления и медицинской реабилитации), познавательной и деловой мотиваций отдыха, связанные с выездом из мест проживания (на срок не менее 24 часов) и использованием стационарных объектов соответствующей специализации.

Комбинированный туризм – логически обоснованное сочетание мотиваций, а так же пространственных и функциональных элементов активного и пассивного туризма.

Возвращаясь к определению самодеятельного туризма, данному в Федеральный закон об основах туристской деятельности, отметим, что на данный момент оно верно лишь в той части, где говориться о его организации. С точки зрения организации путешествий целесообразно было бы подразделять туризм на такие равнозначные направления, как самодеятельный, организованный, и спонтанный.

В предложенной системе самодеятельный туризм может быть как активным, так и пассивным или комбинированным и представляет собой путешествия, организуемые туристами самостоятельно.

Организованный туризм (так же – активный, пассивный либо комбинированный) – представляет собой путешествия (туры), разработанные и предоставленные туристам специализированными организациями – туроператорами – при посредничестве турагентов, либо без него. Причём созданный туроператорами продукт может предоставляться туристам как на коммерческой основе (организованный коммерческий туризм – массовый или индивидуальный), так и практически безвозмездно (социальный туризм).

Такое явление, как спонтанный туризм возникло относительно недавно и на настоящий момент практически не изучено. Причём, наиболее угрожающий характер спонтанный туризм имеет именно в России. Возникло это явление как следствие взаимодействия четырёх объективно действующих в современном обществе факторов.

Первый из них – нарастание объёма (но не качества!) доступной информации об объектах и территориях, реально или потенциально являющихся аттрактивными для туристов. Причём полнота и достоверность этой информации зачастую крайне низки, в большинстве случаев сведения, поступающие к потенциальным туристам носят строго субъективный характер. Первое место по объёму подобной «безответственной» информации по праву занимает сеть Интернет, в особенности форумы туристской и околотуристской тематики; вызвано это тем, что ни администрация, ни модераторы подобных форумов никакой ответственности за достоверность информации, которой обмениваются участники, не несут. И уж конечно информация эта никем не проверяется, как и не просчитываются возможные последствия её использования. Да это, учитывая объем и «разреженность» информации, на данном этапе и невозможно.

Характеризовать туристов, собирающихся в путешествия, пользуясь информацией из форумов, как организованные группы неправомерно, а как самодеятельные – просто не логично, поскольку о какой организации (сторонней или самодеятельной) может идти речь, когда люди с трудом представляют себе нитку маршрута, предполагаемый порядок следования по нему, по разному мотивированы и, зачастую, просто лично не знакомы друг с другом. Степень организованности и жизнеспособности подобных групп легко себе представить, заглянув на практически любой туристский форум. Существуют, конечно, и электронные ресурсы, где информация частично структурирована, например, библиотеки туристских отчётов, но это, скорее, исключения, подтверждающие правило, кроме того, и там достоверность информации тоже далека от ста процентов.

Ещё один фактор, стимулирующий распространение спонтанного туризма – «товарно-экономический». В течение последних семи – десяти лет в России практически полностью перестало существовать такое явление, как дефицит туристского снаряжения. До этого времени почти полное отсутствие в свободной продаже не просто качественного, а вообще любого снаряжения являлось своего рода сдерживающим фактором, не позволяющим самодеятельно (тем более – спонтанно) выйти на маршрут большинству потенциальных туристов. В природную среду (дальше пригорода) «прорывались» преимущественно туристы с базовыми умениями и навыками (получение доступа к снаряжению редко обходилось без этого, самостоятельное его конструирование – тем более). «Перворазники» и недостаточно подготовленные туристы выходили на маршруты как правило в составе турклубов и секций, организованных и самодеятельных групп, под руководством более опытных туристов. То есть, количество случайных в среде туристов людей оставалось относительно не велико.

В настоящее время практически любой гражданин со средним достатком в состоянии приобрести (одномоментно либо по частям) любое туристское снаряжение и выйти на маршрут как в составе любой группы, так и в одиночку.

Далее, не последнюю роль играет полное отсутствие контроля за тем, соответствует ли подготовка туристов сложности маршрута, который они предполагают пройти. Давно уже стала историей такая структура, как Контрольно-спасательная служба (КСС), имевшая право и возможность (вплоть до применения силы) воспрепятствовать выходу на маршрут недостаточно подготовленных туристов. Современные поисково-спасательные службы и формирования – правопреемники КСС – имеют право лишь предупредить туристскую группу о возможных на данном маршруте опасностях, и то в случае, если группа тем или иным образом заявит о своём выходе на маршрут. Опыт же последних лет показывает, что более 90% туристов не заявляют свои маршруты в поисково-спасательных службах. Существующие ныне маршрутно-квалификационные комиссии (МКК) так же не имеют права ограничивать туристов в выходах на маршруты, их роль сводится, по большому счёту, к выпуску (либо не выпуску) каждой данной группы на данный маршрут и зачитыванию (либо не зачитыванию) руководителю и участникам группы определённой категории пройденного маршрута, присвоении по выполнении туристом нормативов установленных разрядов и званий. И это – тоже при условии самостоятельного обращения туристов в МКК и никак иначе.

Таким образом, в настоящий момент любой турист способен посещать практически любой аттрактивный объект (кроме особо охраняемых территорий). Находясь при этом вне какого бы то ни было контроля; при этом большая часть туристов объективно не подготовлена к прохождению намеченных ими маршрутов.

И, наконец, четвёртый действующий на настоящий момент фактор – недостаток элементарной туристской культуры. Обусловлено это, скорее всего тем, что современные начинающие туристы (возраст от 16 до 25 лет) в большинстве начинают свою «карьеру» самостоятельно, вне контроля каких бы то ни было туристских организаций и просто более опытных товарищей. То есть, имеет место разрыв преемственности туристских поколений. Вполне закономерно, что нынешние туристы-новички, не владеющие основами туристской техники и тактики (и не стремящиеся ими овладевать), пренебрегающие (сознательно или по элементарному незнанию) простейшими требованиями безопасности, порой совершают на маршрутах ошибки, вызывающие у туристов «советской школы», по меньшей мере, недоумение. Это и преодоление заторов по льду, и выход на маршрут без минимального набора средств защиты, и недооценка вполне очевидной сложности препятствий, и не заявление в ПСС групп, которые объективно в этом нуждаются, и нанесение неоправданного ущерба окружающей среде, и многое другое. При этом общественное мнение склонно приписывать наиболее негативные черты некоторых (в частности, оставляют после себя мусор, непогашенные костры и другие явные следы пребывания около 20% туристов, впрочем, как раз благодаря росту числа туристов за счёт неподготовленных и случайных людей процент этот неуклонно растёт) всем туристам поголовно.

Таким образом, спонтанный туризм представляет собой путешествия (активные, пассивные или комбинированные) спонтанно образовавшихся, полностью бесконтрольных туристских групп (либо туристов-одиночек), характеризующиеся крайне низкой степенью организованности маршрута, переменным (в том числе – в процессе прохождения маршрута) составом участников, не объединённых ведущей мотивацией, низкой достоверностью информации, используемой при организации маршрута.

Исходя из приведённых выше соображений, представляется возможным и целесообразным построение следующей типологии туризма (Рис. 1). Данная типология, не вступая в противоречие с уже существующими теориями, позволяет, однако, увязать практически все ключевые понятия и уровни туризма.

Типы туризма – по степени зависимости от инфраструктуры				
Активный		Комбинированный		Пассивный
Виды туризма – по вмещающему ландшафту и способу передвижения				
Подвиды туризма – по ведущей мотивации				
Спортивный	Оздоровительный	Познавательный	Другие	
Классы туров – по степени их организованности				
Организованный		Самодеятельный		Спонтанный

Рис. 1. Туризм – типология для нужд организации и проведения маршрутов (составлено автором)

Принятие за основу предлагаемой нами иерархической системы соотношения понятий туризма, делает возможным обоснование моделей безопасной организации и проведения туристских маршрутов для каждого из её уровней, и в дальнейшем – формирования универсальной концепции безопасности туризма.

Литература

1. Арефьев В. Е. Введение в туризм: Учебное пособие. Изд-во АГУ, 2002.
2. Квартальнов В.А. Туризм. М.: «Финансы и статистика», 2003
3. Федеральный закон об основах туристской деятельности в Российской Федерации
4. http://ru.wikipedia.org/wiki/Путешествия
5. http://nsmyslov.narod.ru/Documents/velodoc/evsktm.htm
6. http://teron.ru/index.php?showforum=129&prune_day=100&sort_by=Z-A&sort_key=last_post&st=30
7. http://baydarka.narod.ru/routs/indexed/byname.htm

ЛАНДШАФТНЫЙ ТУРИЗМ КАК НОВАЯ ФОРМА ТУРИСТСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Бережной А.В., *кандидат географических наук, доцент, заведующий кафедрой Социально-культурного сервиса и туризма Воронежского института высоких технологий, kskst@vivt.ru*
Бережная Т.В., *доцент кафедры Социально-культурного сервиса и туризма Воронежского института высоких технологий, kskst@vivt.ru*

В структуре современной туристской деятельности среди чрезвычайно широкого спектра видов туризма в настоящее время отсутствует один, необходимость которого широко декларируется и он негласно присутствует во всех остальных. Это ландшафтный туризм.

В своем размещении на поверхности Земли ландшафты подчиняются разнообразным законам и закономерностям, но для туристской деятельности важнейшим из них является всемирный закон географической зональности.

Зональные образы ландшафта формируются у туриста во время его поездки, в ходе которой приходится ему перемещаться на значительные расстояния. Его специфика с ландшафтной точки зрения заключается в том, что турист на некоторое время становится субъектом зонального типа ландшафта, испытывая влияние его компонентов, например, климатического (температура, влажность, осадки и др.), а также он является реципиентом (от лат. recipiens, род. п. recipientis – получающий, воспринимающий) сменяющихся за окном образа пейзажей.

В центрах размещения отдых протекает в условиях локальных ландшафтных комплексов – типов местности и составляющих их типов урочищ. При этом высокая рекре-

ационная ценность ландшафта определяется наличием трёх его составляющих: водной акватории, пересечённого рельефа и чередования открытых (травянистых) и закрытых (лесных) пространств. Совокупность всех этих трёх факторов комфортного отдыха присуща так называемым ландшафтным экотонам и ландшафтным узлам.

В Черноземье классическими ландшафтными узлами выступают территории Государственного природного заповедника «Галичья Гора» (Липецкая область) и Государственного природного архитектурно- археологического музея-заповедника «Дивногорье» (Воронежская область) расположенные соответственно на известняковом севере и меловом юге Среднерусской возвышенности.

ИННОВАЦИОННЫЕ ПОДХОДЫ К СТРАТЕГИЧЕСКОМУ УПРАВЛЕНИЮ РЕГИОНАЛЬНЫМ ТУРИЗМОМ

Буркацкая И.Л., *Пермский государственный университет*

Многие регионы России, обладающие высоким туристско-экскурсионным потенциалом, богатыми природно-рекреационными ресурсами, пытаются создать условия для привлечения инвестиций в туристскую сферу, заявляя свой туристский потенциал на российский и зарубежный рынок.

При этом необходимо отметить четыре, с нашей точки зрения, основные проблемы, мешающие этому процессу:

1. Отсутствие уникального, привлекательного для потребителя туристского продукта.
2. В социально-экономической политике региона туристской отрасли не отводится роль точек роста регионального рынка и, как следствие, базы для развития национальной экономики.
3. Стереотип традиционного подразделения экономического хозяйства на отрасли сдерживает формирование конкурентоспособной стратегии развития, как отдельных сфер деятельности (туризм), так и социально-экономического развития регионов.
4. Традиционные, чаще «старые», методы управления циклами бизнес-процессов, разрывающие цепочку управленческих решений (предприятие-конкуренты-поставщики-потребители-государство) не способствуют адаптивному , конкурентоспособному развитию, как предприятий, так и всей сферы туризма в регионах.

В связи с этим предлагаются, с нашей точки зрения, новые, инновационные подходы к управлению региональным туризмом в условиях современной рыночной экономики.

Стратегическое управление является основным инструментом адаптации к рыночной экономике и разным формам собственности. Стратегическое планирование представляет процесс формирования «идеального» образа территории в целях увеличения потока туристов на долгосрочную перспективу с учетом анализа внутренних и внешних возможностей. Стратегический план раскрывает статус региона, будущий его имидж, миссию в пространственном развитии.

Особое внимание должно уделяться анализу механизмов организации бизнес-процессов в туристской среде в соответствие с выбранной стратегией развития, основных тенденций и перспектив применения в российской практике.

Перспективными, с нашей точки зрения, для развития туристской отрасли в регионах можно рассматривать следующие принципиальные модели организации управления предприятиями и перспективы их применения в холдинги,туристские корпорации, бизнес-группы. Каждая их них оценивается исходя из следующих факторов: уникальность, ликвидность, устойчивость в определенной среде. Это позволит в перспективе за счет развития регионального туризмама решить стратегические задачи развития территории:

1. Обеспечить экономический рост региона.
2. Повысить качество жизни.
3. Улучшить среду обитания

Корпоративная основа гостиничной сети, в силу особенностей гостиничного бизнеса, влечет синергетический результат ее функционирования. Выбор соответствующей формы корпоративного управления, при заданных внешних условиях, и обоснование механизма финансового управления, определяют в качестве эффекта интеграцию корпоративных финансовых потоков с целью их последующего эффективного распределения. Корпоративной выгодой являются: прокламация общей миссии и движение по единой системе целей, сокращение управленческих расходов на аналитику и маркетинговых затрат на продвижение торговой марки, сглаживание сезонных колебаний, формирование комплексного пакета услуг и единой системы бронирования, к которой получают доступ все участники холдинга.

Экспансия западных гостиничных сетей в Россию привела к созданию совместных предприятий, которые лишь косвенно способствуют прогрессу российской гостиничной индустрии. Перспективной стратегией развития гостиничных сетей, сформированных в российских регионах, является их последующий выход на национальный и мировой уровень.

Первый опыт формирования российской гостиничной сети осуществлен на Западном Урале, где в середине 90-х годов принято и сегодня реализуется решение о корпоративном взаимодействии комплекса гостиниц, расположенных в разных географических точках промышленно развитой Пермской области на принципах доверительного управления и совместной деятельности в рамках гостиничной сети “Пермтурист”.

Научное обоснование данного проекта определяет российскую гостиничную корпорацию (сеть) как оптимальную форму антикризисного управления и способ поддержки реформируемой индустрии.

Сфера услуг

Сфера услуг, расцвет которой в мире начался в первой половине 60-х годов XX века, сегодня выступает важнейшим и преуспевающим сектором экономик развитых стран по следующим причинам:

Удовлетворение внутренних структурных потребностей НТП, а именно,

– создание и расширение отраслей сектора услуг, сопряженных с наиболее передовыми в научно – техническом отношении областями – императив развития наукоемких отраслей промышленности (связь, информационное обеспечение и т.д.);

– совершенствование базы инфраструктуры экономики (транспорт, финансы, телекоммуникации);

– формирование, обеспечение и защита системы межотраслевых связей в экономике (строительство, гостиничный и туристический бизнес и пр.);

Непосредственное соотношение прогресса сферы услуг с динамикой уровня жизни населения, реализация его отложенного спроса. Удовлетворив базовые потребности в материальных товарах, люди получили возможность все больше средств тратить на услуги, что ранее исключалось из-за низкого уровня доходов. Американский средний класс (низший класс) тратил на услуги

– начало века 2-3% (0%) месячного дохода,
– конец 60-х гг. 25% (0,1%)
– 90-е гг. 40% (25%)

Изменение потребительской психологии общества от аскетической культуры к потребительскому гедонизму:

– *Аскетическая культура (буржуазная мораль):* деньги должны поступать либо в денежный оборот, либо вкладываться в вещи, обладающие высокой степенью ликвид-

ности. Все прочие траты, прежде всего, на услуги, рассматривались как расточительство и непозволительная роскошь.

– *Культура потребительского гедонизма (с начала 60-х гг.):* услуги – это средство реализации естественного права человека на полноту жизни. Символ благополучия – это возможность не только окружать себя дорогими вещами, но и дорогими услугами. Создав повышенный спрос на услуги, уже в силу чисто рыночных законов, культура потребительского гедонизма стала фактором развертывания в сфере услуг конкуренции, которая, в свою очередь, стала вынуждать предлагать рынку все более дифференцированный их спектр.

Мировой бум в сфере услуг начала второй половины XX века слабо затронул нашу страну. Наряду с другими, свою роль сыграли причины идеологического характера, прежде всего, это культ труда (особенно, физического) в сфере материального производства:

Только труд занятых в сфере материального производства является производительным.

Только в материальном производстве, согласно действовавшей методологии создавался национальный доход.

В сферу материального производства включались промышленность, строительство, сельское хозяйство, лесное хозяйство, транспорт и связь, торговля, материально-техническое снабжение.

Работа в производственном секторе давала не только более высокие заработки, но и массу других материальных и моральных преимуществ.

Труд занятых в непроизводственной сфере (ЖКХ и бытовое обслуживание – в т.ч. гостиничная индустрия, культура и искусство, здравоохранение, социальное обеспечение и физическая культура, финансы и страхование) считался непроизводительным, а стоимость предоставляемых ими услуг не включалась в национальный доход.

Современное развитие сектора услуг в российской экономике можно охарактеризовать следующими тенденциями:

Трансформация непроизводственной сферы в полноценный сектор национальной экономики – сектор услуг, начавшаяся практически одновременно с общими экономическими преобразованиями и изменениями в характере экономических отношений.

Обособление (формирование) отдельных составляющих сферы услуг в самостоятельные структуры (реструктуризация), способные профессионально удовлетворять потребности различных отраслей экономики. Процесс обусловлен переходом от централизованных отношений к рыночным. Например, услуги аудита, бухгалтерского учета, рекламы и PR, рекрутинговые, туристические и гостиничные.

Активизация финансовых потоков сектора услуг. Переход РФ на СНС с 1993 г. Согласно методологии СНС, обобщающим показателем экономической деятельности страны выступает ВВП на стадии использования – стоимость товаров и услуг, предназначенных для конечного потребления и накопления: отрасли, производящие услуги, участвуют в создании ВВП.

Таким образом, развитие сферы услуг влечет:

А. Изменение структуры потребления населения .

Б. Существенное изменение структуры ВВП в сторону увеличения доли услуг.

В. Кардинальный сдвиг в структуре занятости.

Показатель	1990	1998
Потребление услуг в общем объеме потребления	12%	23%
Доля сферы услуг в ВВП	32,6%	52,7%
Доля занятых в сфере услуг	41,4%	53,1%

Кроме прочего, согласно гипотезе кластерного моделирования, существует некоторый порог (уровень), начиная с которого развитие сферы материального производства

уже перестает быть приоритетным для экономики – эта роль переходит к сфере услуг. Таким порогом предложено считать превышение доли занятых в этой сфере более 55% численности всего занятого населения. Развитые страны переступили этот порог в конце 60-х гг.

Реструктуризация

Нестабильное окружение и информационно мобильное пространство современных бизнес – организаций, оформляющих свою деятельность в сфере услуг, заставляют их выбирать соответствующую форму адаптации для обеспечения своего успеха и конкурентоспособности. Не приступившие к реструктуризации (реорганизации), они не могут

– использовать эффективные методы производства и продвижения услуг;

– осуществлять инновации – залог эффективного функционирования предприятия в будущем;

– решить проблему подбора, перестановки, переобучения кадров;

– формировать современные гибкие системы управления, ориентированные на предпринимательство в жестких условиях конкуренции;

– защитить себя от кризиса, поскольку государство не пытается создать эту защиту, и оправдать ценность своего существования на рынке.

Реструктуризация сферы услуг является стратегической, поскольку ее субъекты проектируют изменения во всех сферах своей деятельности, аналогично предприятиям сферы материального производства, являясь, таким образом, приемником идеи, уже там воплощенной.

Для того, чтобы стать конкурентоспособной, отрасль сферы услуг должна приобрести способность

– быстро изменяться

– быть открытой к обучению

– быть готовой к модернизации

Формирование гостиничной сети в индустрии гостеприимства в процессе реструктуризации является примером активизации модели классического управления корпоративного предприятия, ориентированного на успех.

Способом реструктуризации гостиничной индустрии является построение сетеобразной структуры.

Гостиничные сети

Индустрия гостеприимства – прорывная отрасль сектора услуг. В ее развитии можно выделить 3 основные тенденции:

– малые гостиницы для семейного отдыха;

– независимые гостиницы бизнес – класса;

– гостиничные сети.

Последние, как представители крупного бизнеса, определяют законы развития индустрии в целом.

Существует 3 категории сетей, определяющих выбор соответствующей модели корпоративного управления:

1. Сеть с централизованным использованием управленческих услуг.

2. Сеть формально независимых предприятий, объединенных для использования комплекса корпоративных выгод (общей системы бронирования, концепции маркетинга и т.п.)

3. Классическая корпоративная сеть – гостиничные корпорации, владеющие рядом предприятий.

Причины успеха сетей:

– постоянство в качестве продукта;

– единый стандарт обслуживания;

– доступность в различных географических точках.

Потребитель, пользующийся услугами сети, достаточно четко представляет качество обслуживания и размещения в гостинице, принадлежащей сети, независимо от ее месторасположения.

Кроме того, задолго до открытия новой гостиницы, гостиничная сеть может проводить ее рекламу и бронирование мест в полной уверенности, что постоянные клиенты предпочтут гостиницу известной марки случайному выбору.

Недостатки сетей:

– обезличенность отдельных гостиниц сети;

– стандартизированность обслуживания.

Формы корпоративного управления (ср. Категории корпорации) – определяются исходя из 3 динамических стратегий:

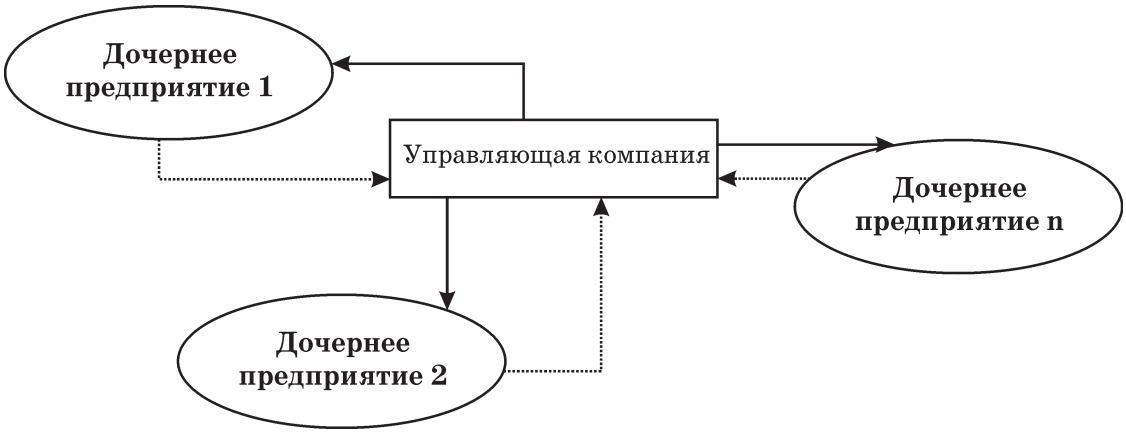
Иерархически – бюрократическая.

Замена иерархического контроля “рыночной логикой”, формирование центров прибыли и затрат (центров ответственности). Это такая организация внутренних подразделений корпорации, при которой их сбалансированная работа обеспечивала бы достижение целей и задач, заложенных в миссии и стратегии при “индивидуальном” подходе к подразделениям.



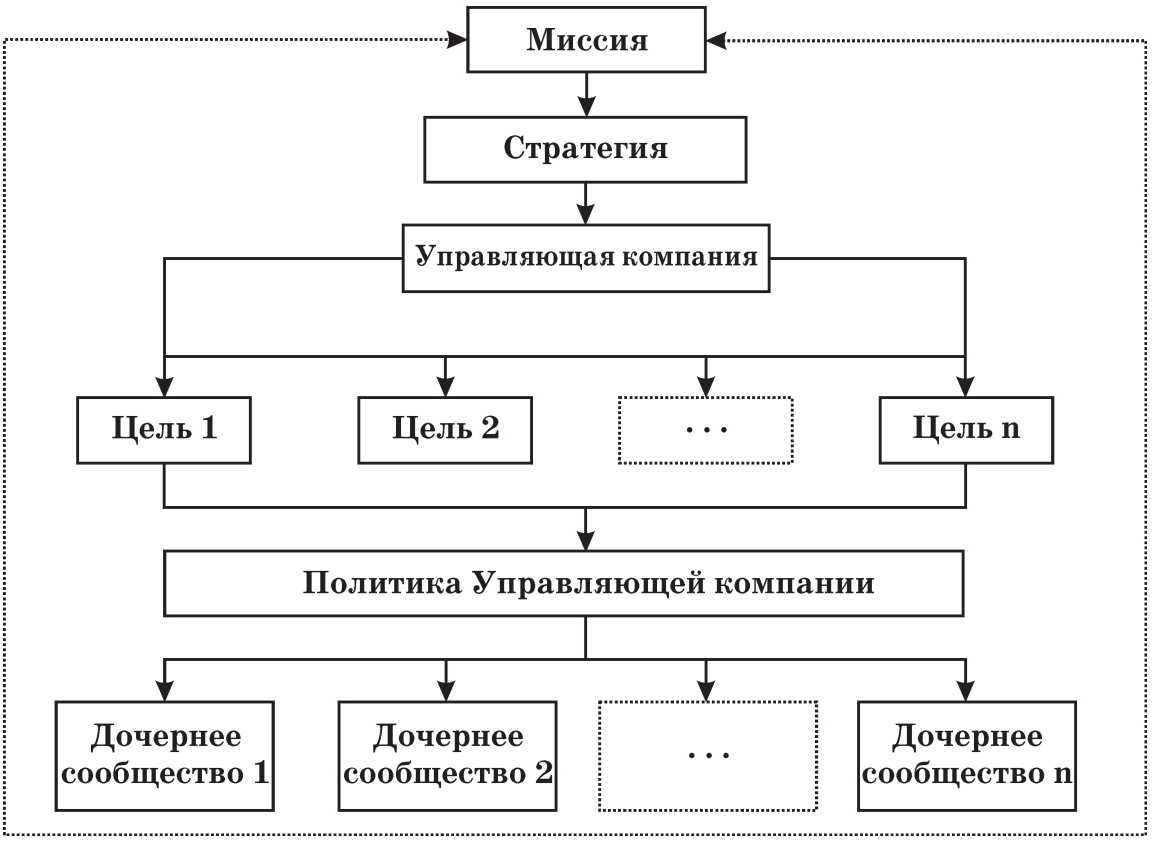
Предпринимательская (демократическая).

Повышение корпоративного предпринимательского духа и успеха путем стимулирования динамики индивидуального поведения субъектов корпорации.



Межорганизационная кооперация.

Это стратегический союз преимуществ обеих управленческих логик – иерархического контроля и рыночной демократии.



Организационная форма сети – цельная система взаимосвязанных структурных, культурных, пространственных и технологических комплексов, которые придают потоку внутрифирменных (т.е. внутрикорпоративных) событий определенный характер, образ и порядок, что происходит в результате принятия стратегических решений управляющей компании.

Иерархию заменяют информационные системы, а также доверие между партнерами.

Сетевая организация – это идеальный организационный тип, который характеризуется структурой свободно связанного комплекса принципиально равноправных и независимых партнеров. Вследствие ограниченности собственных ресурсов, автономные чле-

ны сети для достижения общих целей постоянно прибегают к политике коллективного самоограничения.

Главное усилие сетевой структуры направлено на сохранение различий между отдельными партнерами, и, тем самым, разнообразия их ресурсов, при одновременном признании ими коллективных ценностей и стремлении к достижению общих целей путем активного включения в процессы принятия решений.

Взаимоотношения в сети подчиняются четким правилам, которыми предусмотрено вмешательство "Судьи" в случае возникновения конфликта, т.е. иерархический контроль выступает не на уровне реализации идеи, но на уровне соблюдения правил игры.

Таким образом, сеть – это демократическая иерархия в оперативном менеджменте компетенций субъектов корпорации.

Условия эффективности сети:

– доверие партнеров;

– наличие информационно – коммуникационных каналов (технологий);

– высокий профессионализм сотрудников;

– движение правил снизу вверх.

Корпоративный эффект:

– оптимизация стратегических решений управляющей компании – "фильтрация стратегий";

– рационализация использования факторов "знание – время";

– мобилизация "сетевого иммунитета", снятие системной защиты от инноваций.

Направления развития сети:

– "Квазиэкстернализация" – "встречное движение" партнеров – обмен хозяйственными областями (отделениями, филиалами, центрами прибыли) при снижении их эффективности или включении в состав союза новых предприятий при снижении их рыночных шансов.

– правовая зависимость партнеров

– экономическая зависимость для осуществления кооперационных инвестиций.

Концентрация на немногочисленных компетенциях (малые и средние предприятия в партнерских связях)

– использование имиджа сети

– использование технологий

– информационное обеспечение и защита

Кооперация как межорганизационный процесс. Предприятие работает одновременно над несколькими проектами. Управляющая компания берет на себя часть функций и, выступая в роли генерального исполнителя, несет основную часть рисков.

Финансовый механизм

Любые действия и замыслы корпорации определяются финансами и собственниками, поэтому центральной задачей осуществления успешного корпоративного управления является оптимизация ее финансового механизма через формирование внутрифирменного рынка капиталов.

В сфере услуг и, в частности, в индустрии гостеприимства, в силу ее специфики сформирован ряд предпосылок, которые свидетельствуют о необходимости поиска и внедрения новых инструментов и методов организации управленческих воздействий на потоковые процессы в гостиничном бизнесе:

Возрастание объема внешнего и внутреннего информационного потока, обслуживающего бизнес – процессы в гостинице.

Увеличение каналов сбыта гостиничного продукта и участников товародвижения с одновременным усложнением методов продвижения гостиничных услуг:

– общая сеть бронирования;

– бронирование on-line через сайт гостиницы в Internet;

– участие гостиниц в специальных программах туроператоров.

Многообразие форм и методов расчетов с потребителями услуг, посредниками и другими участниками бизнеса.

Расширение номенклатуры гостиничных услуг

Повышение требований потребителей к качеству предоставляемых гостиничных услуг.

Стремление гостиничного менеджмента к снижению общекорпорационных издержек при достижении предела эффективности производства услуг, когда традиционные инструменты не позволяют снижать затраты без ущерба для качества обслуживания.

В гостиничном бизнесе в сферу интересов и объектов управления потоками, в отличие от материального производства попадают, прежде всего. Нематериальные потоки – потоки услуг. Этот факт формирует специфику финансовых потоков гостиничной индустрии:

Потоку услуг ВСЕГДА предшествует финансовый поток (в форме предоплаты или депозита).

Входящий финансовый поток является вторичным по отношению к потоку услуг, либо информационному потоку.

Движение потоков всегда целенаправленно.

Финансовый механизм

Консолидация корпоративных операционных потоков позволяет в заданной финансовой иерархии образовать и использовать внутрифирменный рынок капитала, на котором создается система управления финансами.

Внутрифирменный рынок капитала (корпоративный финансовый рынок) – это совокупность слабоструктурированных и свободно предпринимаемых мер, включая внутрифирменные коммуникации (операционные потоки), а также количественные аспекты, способствующие сопоставлению проектов с учетом целевой установки корпорации (инвестиционные потоки), ориентированной на увеличение стоимости капитала собственников (финансовые потоки).

Этот рынок должен обладать следующими качествами:

Маневренность. Корпорация должна иметь возможность время от времени перераспределять ресурсы по проектам и их частям.

Информационное обеспечение. Высокая степень свободы в отношении сигналов, исходящих от участников рынка.

(См. Модель корпоративных финансовых потоков)

Регион и гостиничная корпорация

Гостиничная корпорация должна функционировать в интересах региона, а, значит, и при их поддержке: без системы корпораций не обходится ни одна экономика в мире.

Для обеспечения комплексной деятельности корпорации в регионе, необходимо:

– участие государства (муниципалитета) в корпорации через механизм оптимального сочетания различных форм собственности;

– выработка концепции развития корпорационных межрегиональных и внешнеэкономических связей.

При этом, региональная корпорация служит:

Объектом реализации принимаемых общерегиональных программ социально – экономического развития.

Субъектом экономических отношений, наполняющим региональный бюджет.

Организатором рациональной занятости в регионе.

Целям разрешения социально – культурных вопросов через разработку специфических туристских, гостиничных и ресторанных продуктов.

Таким образом, региональная корпорация может быть эффективной при следующих условиях:

Она является не целью, но инструментом и средством реализации социально – экономической политики региона.

Организована система участия в управлении корпорацией на 2 уровнях:

– в пределах региона
– за пределами региона
– следующих участников:
– региональная администрация
– представители федерального центра
– региональный частный бизнес
– частный бизнес других регионов, выступающий условием расширения корпорации с вовлечением новых элементов в структуру сети.

ОБ ИМИДЖЕВОМ ПРОДВИЖЕНИИ РОССИИ НА МИРОВОМ ТУРИСТИЧЕСКОМ РЫНКЕ

Валькова В.В, *научный сотрудник кафедры рекреационной географии и туризма географического ф-та МГУ*
Голубчиков Ю.Н., *ведущий научный сотрудник лаборатории рекреационных систем ф-та МГУ*
Магин Е.Б. *научный сотрудник лаборатории рекреационных систем ф-та МГУ*

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 присутс-

твует 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 отягощено 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, почему бы действительно Москву не превратить в Мекку православного паломничества. Многие в мире Русская Православная Церковь воспринимается последним оплотом христианского традиционализма и консерватизма. В мае этого, 2007 года, должно состояться грандиозное событие в истории России и православного мира вообще – воссоединение Русской Православной Церкви Московского Патриархата и Русской Православной Церкви Зарубежом. Это еще более усилит планетарное влияние Москвы.

Как отмечает ректор Российской Международной академии туризма И.В.Зорин, нам есть чем гордится. 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 университетах, японских университетах, даже 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 за выделяется $3 млн в год, несколько раз меньше, чем рекламный бюджет Словении.

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.

О ГЕОГРАФИЧЕСКОЙ КЛАССИФИКАЦИИ ОБЪЕКТОВ ВСЕМИРНОГО НАСЛЕДИЯ И ЕЕ ЗНАЧЕНИИ ДЛЯ РОССИИ

Голубченко И.В., *к.г.н., доц., зав.кафедрой экономгеографии Башгоспедуниверситета им. М.Акмуллы, lnb@ufacom.ru*

В настоящее время из 840 объектов Всемирного наследия (ВН) к культурным относятся 630, из них около 600 занимают компактную территорию – это здания, со-

оружения и их комплексы (старая часть города и т.п.). 9 объектов имеют линейную форму – дороги, укрепления и пр. 35 объектов представляют собой культурные ландшафты, занимая большие площади. В нашей стране почти все историко-культурные объекты ВН можно отнести к точечным (кроме российского участка дуги Струве), в то время как размеры территории и особенности хода освоения заставляют искать потенциальные площадные объекты. С этой точки зрения хотелось бы обратить внимание на один из крупнейших феноменов на карте нашей страны – на границу (переходную зону) Европы и Азии (ГЕА), сухопутные участки которой в основном расположены в пределах России.

ГЕА включает в себя подвижную историко-культурную границу мирового значения, которая разделяет части света. В других частях мира подобный феномен – граница частей света, на большом протяжении проходящая по суше, – отсутствует. Насыщенность южной части Приуральско-Уральской зоны свидетельствами сложнейших процессов взаимодействия разных культур, ряд природных и социально-экономических особенностей Урало-Поволжья может стать основанием для включения этих территорий в список ВН. На наш взгляд, следует использовать критерии II и, как дополнительный – VI.

К 20-летию подписания СССР Конвенции об охране Всемирного наследия: итоги и перспективы

Баранов А.С.
зав. кафедрой социально-культурного сервиса
Санкт-Петербургского института гостеприимства

12 октября 1988 года Советский Союз присоединился к Международной Конвенции об охране Всемирного природного и культурного наследия. К этому моменту в Списке Всемирного наследия ЮНЕСКО уже находилось 285 объектов. Наибольшее представительство имели такие страны как США и Индия – по 17 объектов, Испания и Франция – по 15 объектов.

Первые объекты, внесенные СССР в 1990 году представлены в табл. 1 (расположены в порядке регистрации):

Таблица 1

Первые объекты Всемирного наследия в СССР

№ п/п	Название объекта	Страна, бывшая республика СССР	Идентификационный номер
1.	Киев: собор св. Софии и связанные с ним монастырские здания, Киево-Печёрская лавра	Украинская ССР	527, 528
2.	Санкт-Петербург: исторический центр города и связанные с ним группы памятников	РСФСР	540
3.	Итчан Кала	Узбекская ССР	543
4.	Кижский погост	РСФСР	544
5.	Москва: Кремль и Красная площадь	РСФСР	545

К началу 2008 года количество объектов Всемирного наследия уже достигло 851, из них на территории постсоветского пространства расположено 50 объектов. В табл. 2. представлены сводные сведения об объектах Всемирного наследия постсоветского пространства, сумма которых не совпадает с вышеуказанной, так как некоторые объекты расположены на территории нескольких государств (отсортированы по алфавиту):

Таблица 2

Объекты Всемирного наследия постсоветского пространства

№ п/п	Страна	Статус объектов		Всего	Потенциальные объекты
		Природные	Культурные		
1.	Азербайджан	–	2	2	10
2.	Армения	–	3	3	4
3.	Белоруссия	1	3	4	10
4.	Грузия	–	3	3	15
5.	Казахстан	–	2	2	12
6.	Киргизия	–	–	–	6
7.	Латвия	–	2	2	5
8.	Литва	–	4	4	1
9.	Молдавия	–	1	1	1
10.	Россия	8	15	23	22
11.	Таджикистан	–	–	–	17
12.	Туркмения	–	3	3	1
13.	Узбекистан	–	4	4	30
14.	Украина	1	3	4	12
15.	Эстония	–	2	2	4
	Всего	10	47	57	150

Из представленных данных видно, что наибольшее количество объектов Всемирного наследия постсоветского пространства расположено на территории России, которая занимает 9 место в мире по этому показателю, рис. 1.

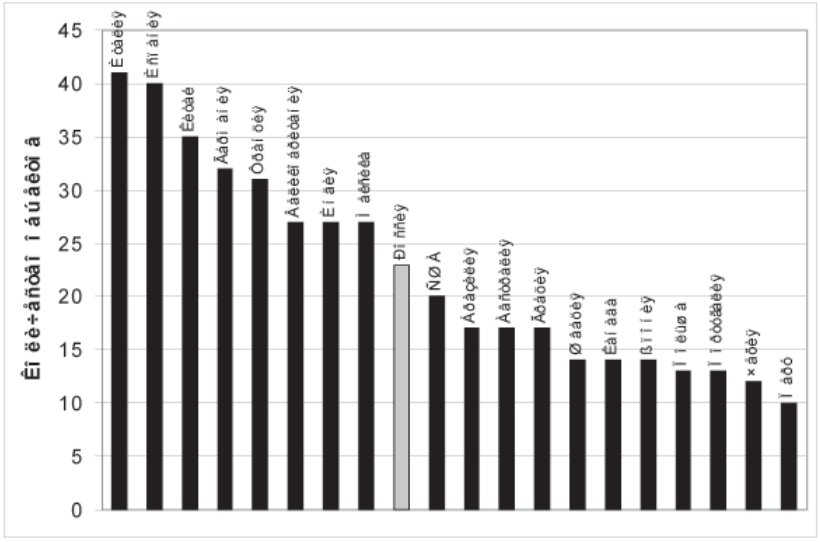


Рис. 1. Объекты Всемирного наследия по странам мира на 2007 год (первые 20 стран с 10 и более объектами, где сосредоточено 52% всех объектов).

Большинство культурных объектов представляют собой отдельно стоящие памятники или небольшие ансамбли. Современная тенденция развития идеи Всемирного наследия заключается в расширении ранее внесенных объектов в более крупные, глобальные, масштабные, комплексные объекты. Это связано, прежде всего, с тем, что познание уникальности чего-то малого без связи с едиными закономерностями и причинами его обособления является неполноценным и поэтому не всегда привлекательным для туриста с одной стороны, а с другой – развитие туризма на малых объектах экономически не всегда оправдано.

Именно поэтому в Списке Всемирного наследия отдельно стоящие памятники и ансамбли стали развиваться, постепенно расширяя свои границы, до крупных комплексных межрегиональных объектов (табл. 3).

Такое расширение позволяет более динамично использовать идею Всемирного наследия для устойчивого развития территорий, в частности для развития туризма.

Поэтому можно предполагать, что в ближайшее время существующие объекты могут расшириться и в результате появятся такие комплексные объекты как: «Золотое Кольцо России», «Серебряное Кольцо России», «Янтарная Дорога» и другие.

Таблица 3

Примеры крупных межрегиональных объектов Всемирного наследия

№ п/п	Название (было/стало)	Страны	Годы внесения
1.	Вал Адриана / Границы Римской Империи	Великобритания, Германия	1987, 2005
2.	Колокольни Фландрии и Валлонии / Колокольни Бельгии и Франции	Бельгия, Франция	1999, 2005
3.	Высокий Берег / Архипелаг Кваркен	Швеция, Финляндия	2000, 2006
4.	Геодезическая дуга Струве	Норвегия, Финляндия, Швеция, Россия, Эстония, Латвия, Литва, Беларусь, Украина, Молдова	2005

Помимо расширения уже внесенных объектов, каждая стран представляет список потенциальных объектов Всемирного наследия ЮНЕСКО. На сегодняшний день в нем представлено 1440 объектов, из них 150 расположено на территории бывшего Советского Союза. Сводные данные о потенциальных объектах Всемирного наследия на территории постсоветского пространства представлены в табл. 1.

Все вышеизложенное позволяет утверждать, что идея Всемирного наследия в целом продолжает развиваться. Однако, усилия, которые необходимо прилагать для его сохранения, явно недостаточны и связано это в первую очередь с тем, что доступной широкой общественности информации об этом движении практически нет. Вся официальная информация представлена на сайте Центра Всемирного наследия ЮНЕСКО whc.unesco.com на английском и французском языках.

Для частичного решения данной проблемы нами была разработана геоинформационная система «Всемирное наследие», с помощью которой успешно обучаются студенты Санкт-Петербургского института гостеприимства.

ПОВЫШЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ РЕКРЕАЦИОННОЙ СФЕРЫ В УСЛОВИЯХ РЫНКА

Изаак С.И., *к.п.н., с.н.с., зав. отделом Всероссийского научно – исследовательского института физической культуры РФ*
Гаранина Е.Н., *к.п.н., доцент, проректор по научно – методической работе Института технологии туризма РМАТ*

Проблема исследования

Развитие цивилизации тесно связано с увеличением досуга людей и изменением его содержания. В современном технократическом мире, где все большие темпы набирает интенсификация труда, ускоряется ритм жизни, ухудшается экологическая обстановка, у людей все чаще наблюдаются эмоциональные срывы, физические и психические расстройства. Вот почему все более важное значение приобретает анимационная деятельность человека, т.е. сфера восстановления и воспроизводства его живых сил, в том числе через систему туризма и досуговую занятость. Данная тенденция проявляется все более явно и с каждым годом становится социально необходимой. Анимационная, то есть досу-

говая деятельность человека, прежде всего, связана с рекреацией – понятием, пришедшим в науку из английского языка и имеющее смысл «восстановление» (от recreation в английском языке).

В «Толковом словаре туристских терминов» понятие «рекреация» определяется как «расширенное воспроизводство сил человека (физических, интеллектуальных и эмоциональных)».

«Энциклопедия туриста» определяет рекреацию как «восстановление и развитие физических и духовных сил человека посредством отдыха, в том числе занятия туризмом»[1].

Досуг играет огромную роль в этом восстановлении, поскольку создает в непростой жизни современного человека необходимый баланс и гармонию, помогает получить новый заряд энергии. Именно поэтому в современном обществе возникает острая потребность в правильной организации досуга, т.к. свободное время людей – важнейшая социальная сфера, требующая государственной поддержки и правильной организации. От того, как организован досуг, зависит морально-психологический климат в обществе, культурный уровень данного общества, физическое и нравственное здоровье данного общества.

По оценкам экспертов-психологов, работники, которые хорошо провели отпуск, реже заболевают, меньше конфликтуют, обладают большей трудоспособностью и т.д. Неслучайно в США, Канаде, Японии и других развитых странах почти все ведущие корпорации заботятся об организации досуга своих служащих.

Таким образом, от того, как организован досуг, зависит и трудовая деятельность, и морально-психологический климат в коллективе. Следовательно, проблеме досуга необходимо уделять огромное внимание и оказывать большую государственную поддержку этой отрасли и заботиться о подготовке квалифицированных специалистов для этой отрасли.

Особенно важно это в нашей стране, где прежние формы досуга отвергнуты, а новые не найдены или не приемлемы. В результате этого, а также из-за интенсификации трудовой деятельности и деформации духовно-нравственных идеалов, многие наши современники становятся сторонниками пассивного отдыха, любителями примитивных телевизионных программ и сериалов. Хотя для некоторой части населения досуг был и остается важнейшей формой их многомерной жизнедеятельности, является не только условием восстановления израсходованной энергии, но и выразителем смысла жизни, средством духовного обновления, самосовершенствования и самореализации. В масштабе туристской отрасли досуг становится и источником дополнительных доходов в местный и государственный бюджет, например, развитие рекреационных объектов (пансионатов, домов отдыха, санаториев, туристских комплексов).

Научно-технический прогресс, автоматизация производства способствует увеличению свободного времени у трудящихся. Проблема его рационального использования также принадлежит к числу социальных, и решить ее во многом можно с помощью туризма. Граждане могут провести свой досуг (отпуск, каникулы, выходные) на экскурсиях, в походах, в увлекательных путешествиях, тем самым рационально и с интересом использовав свое свободное время.

Хорошо развитая туристская индустрия позволяет решить такую важную задачу, как занятость местного населения. Следует особо отметить, что туризм выступает как одна из самых трудозатратных отраслей, в ряде случаев не подлежащих механизации и автоматизации. Развитие туристской службы, инфраструктуры привлекает трудовые ресурсы, направляя их на обслуживание туристов.

Принося сравнительно быструю окупаемость и высокую прибыль, туризм решает еще одну проблему социального плана – способствует повышению жизненного уровня местного населения, что выражается непосредственно и косвенно.

Непосредственно – под этими подразумеваются следующие аспекты:
– приток денежных средств в туристский регион во время сезона;
– увеличение прибыли туристских организаций;
– повышение оплаты труда служащих;
– увеличение занятости жителей.

Косвенное влияние туризма на уровень жизни местного населения сказывается в создании и развитии инфраструктуры, сервисной службы в туристских регионах (путей сообщения, линий связи, пунктов бытовых услуг, магазинов, спортивных центров кафе и т.д.). Местное население так же, как и туристы, пользуется всеми этими объектами.

Говоря об экологической безопасности туризма, необходимо отметить, что туризм, как правило, не истощает экологию. Не нарушает природные равновесие. Используя в своей деятельности природные объекты, автодороги, памятники культуры, истории, архитектуры, туристская отрасль заинтересована в том, чтобы они находились в порядке, а в случае необходимости своевременно восстанавливались и реставрировались. Удовлетворение туристских потребностей не должно наносить ущерба окружающей среде и в особенности природным ресурсам, которые являются одним из основных факторов привлечения туристов.

Рынок пансионатов, домов отдыха, санаториев, туристских комплексов, загородных парков, комплексов отдыха и др. объектов, связанных с оздоровлением, восстановлением здоровья людей и просто отдыхом принято подразделять как рынок рекреационных услуг.

В 2001 – 2002 гг. Всероссийским научно – исследовательским институтом РФ совместно с Институтом технологии туризма Российской международной академии туризма был проведен ряд исследований, объединенных общей целью – повышение конкурентоспособности предприятий рекреационной сферы в условиях рынка. Данные исследования имели прикладной характер и проводились по заказу РАО ЕЭС России, а также Администрации Пушкинского района Московской области. Объектом исследования явился рынок предприятий рекреационной сферы Подмосковья.

Развитие рынка рекреационных услуг Подмосковья характеризуется в настоящий момент некоторыми специфическими чертами или общими проблемами, характерными для развития всех без исключения рекреационных объектов, рассмотренных в данном исследовании. Данные специфические особенности повлияли не только на результаты исследования, но и определили его специфику.

Итак, *первая проблема* – отсутствие стандартов качества для оценки конкурентоспособности пансионатов Подмосковья.. Изучая и анализируя отдых в Подмосковье мы столкнулись с серьезной проблемой: отсутствием единой системы классификации предприятий рекреационной сферы. За границей «звездочки» обычно помогают легко сориентироваться в многообразии предложений. В России же приходиться выбирать из «пансионатов с лечением», «оздоровительных комплексов» и даже country resort. Данные критерии не являются оптимальными для оценки уровня качества услуг. Впрочем, ничего не скажет об уровне качества рекреационных услуг и стоимость номера: многие пансионаты старого образца завысили цены, ориентируясь на рынок, однако в комнатах остались все те же верблюжьи одеяла и протертые коврики. Поэтому остается доверять «сарафанному радио» – отзывам тех, кто уже отдыхал в пансионате и составил свое личное мнение о ней. Кстати, проведя опрос многочисленных гостей подмосковных баз отдыха, принадлежащих различным сегментам потребительского рынка, мы убедились, что ни одно из предложений окрест Москвы не оценивается постояльцами в 5 звезд, по стандартам, принятым в мировой практике.

Вторая проблема – низкий уровень предлагаемых услуг питания.

Не смотря на то, что предприятие рекреационной сферы по сути своей должно предлагать туристу сбалансированное, правильное питание. Практически везде кухня оставляет желать лучшего. Даже в дорогих пансионатах гость может получить набор – дурно пахнущую котлету с коричневой подливой и комком риса или кашу со здоровым куском сала. Есть, впрочем, на территории многих баз отдыха хорошие рестораны, но даже путешественники с максимально высоким уровнем дохода считают их цены оскорбительными. И к тому же завтраки в таких ресторанах обычно не готовят.

Третья проблема – несовершенство качества предоставляемых услуг и низкий уровень сервиса.

Хороший отдых подразумевает отсутствие стресса. В том числе и от процесса сборов. Как хочется, отправляясь в подмосковный пансионат, взять с собой минимум вещей, зная, что можешь купить или получить все необходимое на месте. В мировой практике нет ничего запредельного, когда при бассейне имеется магазинчик с купальниками, тапочками и шапочками; при бане – косметические препараты, прокат полотенец и простыней, а в номере – стандартный джентльменский набор с мылом, шампунем и лосьоном. Сегодня в подмосковных пансионатах – все необходимо иметь с собой. Далеко не во всех подмосковных пансионатах даже самой высокой категории есть фены, не говоря уж о халатах и тапочках...

Четвертая проблема – низкий общекультурный уровень самих отдыхающих.

Общекультурный уровень в стране, увы, пока не высок. Никто не может оградить гостя от нежелательных компаний внутри подмосковного пансионата.

Пятая проблема – ценовая политика подмосковных пансионатов. Отсутствие оптимального соотношения: «цена – качество».

Почему – то более или менее качественный отдых в родном отечестве порой обходится значительно дороже, чем за рубежом. В среднем за стандартное место по мировым оценкам 3-4* нужно платить от 60 до 100 $ в сутки (без учета еды и прочих расходов на дополнительные услуги). Для сравнения: отель уровня 5* (в том числе по системе все включено) в стране массового туризма стоит те же 60 – 100 $. А крепкие 3* обойдутся в 40$.

Учитывая вышеперечисленные проблемы, наше исследование имело некоторые особенности оценки:

– оценка уровня качества и конкурентоспособности услуг во многом строиться на субъективной оценке потребителей, уже воспользовавшихся услугами пансионатов;

– маркетинговые показатели проанализированы только с учетом доступной информации для исследователей и аналитиков (учитывая «белые» показатели работы рекреационных объектов).

Критерии конкурентоспособности и объекты исследования

Комфорт и внутренние возможности. Прежде чем проводить маркетинговые исследования с целью позиционирования себя на рынке и достижения конкурентоспособности, необходимо оценить собственные возможности предприятия. В основном внутренние резервы и возможности предприятия рекреационной сферы связаны с совершенствование уровня комфорта для каждого гостя. Задача гостиницы при разработке нового или производстве действующего продукта состоит в том, чтобы придать ему такие потребительские свойства и качества, которые бы полностью удовлетворяли потребности, желания, интересы клиентов именно того целевого сегмента, на который гостиница ориентирует свой маркетинг.

Многолетние исследования авторов в сфере менеджмента гостеприимства позволили систематизировать составляющие понятия «комфорт», а, следовательно, и направления управленческих воздействий в области использования внутренних резервов для определения конкурентоспособности предприятия рекреационной сферы.

Понятие комфорт условно можно разделить на несколько составляющих:
– Информационный
– Бытовой
– Эстетический
– Экономический
– Безопасности
– Психологический

Информационный комфорт. Думая о создании информационной комфортности на предприятии руководителю необходимо исходить, из того, что дискомфорт в плане недостатка информации для гостя, особенно в иной языковой среде создает агрессивную среду. Гость теряется в окружающей обстановке, нервничает, что очень сильно сказывается в последующем, при создании общего впечатления от отдыха.

Создание информационной комфортности начинается с того, на сколько полную информацию рекреационном объекте гость может получить до его посещения. Здесь очень важны фотографии с видами внутреннего дизайна помещений, информация о ценах, комплексе предоставляемых основных и дополнительных услуг, наличии сертификата на безопасность услуг и др. Важно, чтобы такая информация была абсолютно доступна гостю, более того, она должна быть подана в такой форме, которая бы удовлетворяла запросы гостя. Век высоких компьютерных технологий диктует новые способы подачи информации. На смену классическим каталогам, рекламным проспектам, листовкам приходят специализированные сайты в сети Интернет, заходя на которые турист может получить столько необходимой информации, сколько ему требуется для принятия решения о выборе того или иного рекреационного предприятия. Современные технологии позволяют гостю виртуально пройтись по залам ресторана, заглянуть на кухню, рассмотреть блюда, готовящиеся там; или попутешествовать по номерам гостиницы с «заходом» в фитнес центр, конференц-залы, парикмахерские...

Однако этим не исчерпывается проблема создания информационного комфорта. Выбрав предприятие, которое удовлетворяет предъявляемым требованиям, гость желает и внутри его ощущать информационный комфорт. В данном случае руководству рекреационного предприятия необходимо обратить внимание на два основных параметра:

– информированный персонал, готовый ответить на любой вопрос гостя, не только о предприятии и его услугах, но и о месте пребывания (экскурсионных объектах, находящихся неподалеку, развлекательных центрах и т.п.;

– система пиктограмм (специальных значков), призванная помочь гостю ориентироваться в стенах предприятия. Важно, чтобы пиктограммы были хорошо узнаваемыми, соответствовали международной системе Хотрек, признанной во всем мире.

Экономический комфорт. Под экономическим комфортом понимают удобство расчета для гостя, систему дисконтов, бонусов, клубных карт и др. меры, призванные мотивировать гостя в выборе рекреационного объекта, что и является основной целью менеджемнта.

В этой связи особое внимание стоит уделить системе клубных карт, ставшей в последнее время особенно актуальной. Причиной этому послужило в первую очередь создание технологий, позволяющих осуществлять и централизованный учет, и мгновенную обработку заказов, и автоматическое обслуживание кредитных карт, и контроль за исполнением заказов в режиме on – line. Таким образом, именно сейчас имеются все условия для создания клубной системы и многие руководители уже готовы ею воспользоваться. Клубная система для предприятия хороша, прежде всего, тем, что она является инструментом привлечения и удержания клиентов. Конкуренция год от года повышается, и рекреационным предприятиям необходимо принимать меры для сохранения позиций. Сам факт приобретения клиентом клубной карты подтверждает серьезность его наме-

рений посетить заведение вновь. Конечно, наличие у клиента клубной карты – еще не гарантия того, что он будет частным посетителем, однако это все же больше, чем просто обещание зайти. Вдобавок к этому, упрощаются расчеты с клиентами. И дело здесь не только в очевидных "механических" удобствах (клиенту не нужно брать с собой деньги, заботиться о размере счета, ждать официанта), многие заведения давно уже вышли за рамки предприятий размещения, например: к услугам гостей бильярд, боулинг, тотализатор и прочие "радости жизни", каждая из которых оплачивается отдельно. Персоналу приходиться "отслеживать" не только, где развлекался клиент, но и как долго. Менеджер с секундомером, стоящий за спиной гостя, вряд ли вызовет восторг, а вот сканер, включающий аппарат при вставлении клубной карты, выглядит менее навязчиво. С картой не требуется следить за перемещениями клиента по залам, но вместе с тем контроль над его затратами такой же, как если бы он приобретал билетик на каждый аттракцион.

Изъятие наличных денег из оборота – большой плюс в любом бизнесе. Тут и уменьшение краж, махинаций, риска налета на заведение и облегчение жизни бухгалтерии.

Продавая клубные карты, предприятие получает от своих клиентов некую предоплату – беспроцентную ссуду, и чем больший процент клиентов рассчитывается при помощи карт, тем больший процент оборотных денег является заемным. Освободившиеся средства можно пустить на развитие, реконструкцию, рекламу.

Отслеживая объемы денег, хранящихся на счетах клубных карт, можно более точно планировать объемы закупок.

Снижение или увеличение количества используемых карт и суммы денег на их счетах – хороший индикатор популярности рекреационного предприятия. Если суммы растут – все нормально, снижаются – необходимо принимать срочные меры, т.е. руководство узнает о снижении оборотов не по факту, а заранее.

Клиент в свою очередь получает скидку, которая может выражаться не только в реальных деньгах. Например, владелец карты получает бесплатный доступ к пользованию дополнительной услугой или несколько бесплатных фишек для игры. В любом случае он экономит деньги.

Ради удержания клиентуры, многие предприятия идут на различные ухищрения – дополнительные бонусы в юбилейные для клиента дни, льготы и дополнительные услуги. Разумеется, клиент выигрывает от этого не только материально, всегда приятно пользоваться особым вниманием.

Эстетический комфорт. Причины, по которым гость выбирает тот или иной рекреационный объект самые разнообразные и дело зачастую даже не столько в обслуживании, сколько в интерьере, создающем атмосферу уюта и домашнего тепла. Что значит эстетично оформленный номер или зал для игры в бильярд? Вопрос сложный, поскольку эстетика – наука о прекрасном, а понятие прекрасного у каждого свое. Однако при оформлении помещений с целью повышения конкурентоспособности предприятия необходимо руководствоваться следующими положениями:

– все помещения должны быть выполнены в едином стиле и соответствовать направленности предприятия;

– материалы, используемые для оформления должны соответствовать стандартам безопасности и гигиены, и иметь соответствующие сертификаты;

– материалы также должны быть долговечны в использовании, устойчивы к воздействию высоких температур и химических веществ. Изготовление изделий из них должно гарантировать полное отсутствие швов, стыков, щелей, а ремонт должен быть возможен с полным отсутствием следов произведенного ремонта;

– цветовая гамма не должна раздражать гостя.

Бытовой комфорт подразумевает удобство мебели для гостя, создание нормальных условий для жизни (оптимальная температура, влажность воздуха, атмосферное давле-

ние). Достичь бытового комфорта достаточно просто (имея в наличии достаточное количество финансовых средств), используя кондиционеры, очистителя воздуха, удобную мебель.

Зарубежный рынок гостиничных услуг, например, сформулировал следующие общие требования к услугам, которые гостиница обязана гарантировать своим клиентам:

1. Личная безопасность и безопасность имущества клиента (безопасность от уголовного и террористического насилия, пожарная, техническая, санитарная, экологическая безопасность);

2. Удобная кровать (односпальная от 90 х 200 см и двуспальная от 200 х 200 см), во многих зарубежных гостиницах выделяются номера для высоких людей, в которых кровати имеют увеличенные габариты (от 220 см "King size").

К сожалению, многие российские гостиницы, которые сооружались и оснащались еще в доперестроечный период в соответствии с применявшимися тогда нормами (СНиПы), были меблированы кроватями очень малых размеров (70 х 170 – 180 см), поэтому этим гостиницам предстоит решить сложную проблему замены таких кроватей на кровати международных стандартов:

3. Качественный санузел в плане его полезной площади, сантехноборудования, электрооборудования и освещения;

4. Чистота, гигиена и регулярность уборки номеров и общественных помещений;

5. Оптимальный температурный режим;

6. Наличие междугородной и международной автоматической телефонной связи;

7. Наличие номеров для инвалидов;

8. Четкое обслуживание (от портье – до портье);

9. Национальный стиль (для иностранных клиентов). Уют и комфортабельность номера определяется не только количеством литографий или офортов на стене, вазой для цветов, количеством занавесей и гардин. В первую очередь, этот уют обеспечивается функциональностью элементов интерьера жилого номера, наличием в нем предметов, необходимых для кратковременного проживания, максимальным набором услуг, предоставляемых в номере. Интерьер жилого номера должен быть сильным аргументом привлечения клиентов. Концепция функционального значения номера предусматривает наличие в нем максимума удобств, всех необходимых жилых зон: прихожей (а не маленький тамбур), спальни, гостиной, рабочего места и ванной комнаты. Выделение этих зон в однокомнатном номере осуществляется за счет отдельных элементов интерьера. Например, обстановка комнаты двухместного номера площадью 19-22 м2 должны включать: прихожую со встроенным шкафом и открытой настенной вешалкой. В комнате: подставка для багажа, тумба с встроенным минибаром и телевизором, чайный столик с 1-2 креслами, торшер. Далее письменный стол с настольной лампой и стулом. В комплект мебели входят также трюмо со столиком для косметики и пуфик, две односпальных или одна двуспальная кровати с приставными тумбочками и светильниками. Особенность расстановки перечисленных предметов мебели состоит в том, что из них формируются несколько обособленных вышеперечисленных зон. При этом их наличие должно быть четко выделено и обращать на себя внимание клиента. Обеспечивается это за счет расстановки и дизайна мебели, ее стиля. Очень часто для этих целей используется модульная встроенная мебель, спроектированная под конкретные жилые номера гостиницы.

Следует еще раз упомянуть недостатки пансионатов, сооруженных в доперестроечный период. В те времена предприятия рекреационной сферы сооружались и использовались не как место отдыха и развлечения, а как место для ночлега людей. Особенности потребительского спроса, нужды и желания клиентов при этом мало учитывались. Почти всем клиентам предоставлялись безальтернативно одинаковые услуги: ночлег в малогабаритном номере на 2-4 человек с миниатюрным санузлом или без него. По проектам в

гостинице не предусматривались помещения или площади для развитой инфраструктуры дополнительных услуг. Поэтому очень часто для повышения конкурентоспособности предприятия их администрации приходится изымать часть комнат из номерного фонда для приспособления их под буфеты, бары, парикмахерскую и другие бытовые службы. Разумеется, такие службы выглядели очень неуютно и не могут обеспечить высокое качество обслуживания.

Безопасность гостя и его имущества, как составляющая комфортного проживания. Обеспечение безопасности гостей и посетителей является первым, необходимым и обязательным условием гостеприимства. Все служащие рекреационного заинтересованы также в собственной безопасности (безопасность персонала) и в сохранности имущества самого предприятия и личного имущества. Поэтому создание службы безопасности и организация ее эффективной работы, вовлечение в эту работу всех работников является первым, необходимым и обязательным условием функционирования предприятия рекреационной сферы. Выполнение стандартных требований обеспечения безопасности является необходимым условием лицензирования и сертификации туристского и гостиничного бизнеса. Актуальность данной проблемы связана еще и с тем, что места отдыха являются объектами повышенной опасности.

Объекты и субъекты комфорта безопасности

Объектами обеспечения безопасности в рекреационной сфере являются:

– человек (турист, гость, посетитель, работник)

– имущество человека (туриста, гостя, посетителя, работника и владельца предприятия).

Субъектами обеспечения безопасности являются:

– руководитель предприятия и его заместители по различным проблемам обеспечения безопасности.

– сотрудники службы безопасности и, в конечном счете, все работники рекреационного предприятия.

Меры обеспечения безопасности

Комплексы мер, обеспечивающих безопасность людей и их имущества, хотя и отличаются по количеству и сути, но все же в значительной степени должны быть взаимоувязаны и взаимообусловлены. Так в комплекс мер по обеспечению сохранности имущества туристов (туристов, гостей, посетителей и персонала) входят:

– использование вооруженной охраны,
– применение технических средств обеспечения безопасности,
– меры обеспечения правовой безопасности,
– меры обеспечения финансово-экономической безопасности,
– кадровые меры обеспечения безопасности,
– меры пожарной безопасности,
– эффективный менеджмент безопасности.

А в комплекс мер по обеспечению безопасности жизни и здоровья туристов, гостей, посетителей, персонала и владельца обеспечение “физической” безопасности входят все перечисленные семь мер плюс меры по обеспечению экологической безопасности, обеспечению безопасности на воде (в бассейне, реке, море), обеспечение безопасности при трансфере и на экскурсиях (на транспорте), обеспечение общественного порядка на территории рекреационного объекта и вне его при проведении туристских мероприятий.

Следует, однако, отметить, что не смотря на всеобъемлющую правовую базу, призванную облегчить создание комфортностирекреационного объекта, на практике существует масса самых разнообразных проблем, связанных с данным вопросом.

Специфика сферы рекреации заключается в том, что производимый продукт полностью или частично неосязаем, а эффект сервиса оценивается потребителем в условиях определенного эмоционального состояния, зависящего от огромного количества факторов, в числе которых такие субъективные характеристики туриста как:

– особенности воспитания;
– возраст;
– культурные традиции народа, представителем которого является гость;
– понятие о комфорте;
– привычки;
– самочувствие или психологическое состояние на момент получения услуги;
– физиологические особенности организма

и еще многое другое. Все это делает восприятие качества рекреационных услуг во многом субъективным, зависящим от индивидуальных характеристик каждого туриста, а, следовательно, и создание психологического комфорта для каждого гостя. Кроме того, есть еще некоторые факторы, специфичные для сферы рекреации, в значительной степени влияющие на создание качественного рекреационного продукта. Остановимся на некоторых их них.

1. Дискретность производства рекреационных услуг и целостность их потребления, проявляющаяся как определенное противоречие в решении задач управления качеством продукта. Это, действительно, огромная проблема. Маленькие недостатки, приходящиеся на долю гуманитарных технологий, допущенные хотя бы одним сотрудником отеля или ресторана могут стать причиной неудовлетворенности туриста в общем. Профессионалы турбизнеса часто говорят: «гостеприимство – искусство мелочей». Работа каждого сотрудника в процессе предоставления рекреационных услуг одинаково важна. В обеспечении качества рекреационного продукта невозможно выделить более главную или менее главную службу. Представьте себе на минуту, что вновь прибывшего в пансионат гостя встретил у входа швейцар с гостеприимной улыбкой, администратор быстро оформил необходимые для поселения документы и пожелал приятного отдыха, но зайдя в номер гость увидел заправленную небрежно постель или пыль на столике. Или утром его разбудила громыхающая в коридоре ведрами горничная… Для качественного производства рекреационной услуги одинаково важна как работа технической службы, ответственной, например, за лифты, исправность телефонов, замков, мебели или сантехники, так и консьержа, призванного решать самые невероятные проблемы гостя в отеле и за его пределами. Очень ярко проблема дискретности производства и целостности потребления рекреационных услуг проявляется в ресторане, где в едином технологическом процессе обслуживания гостя с самого его прихода в зал ресторана и до того момента, когда метрдотель произнесет слова прощания и выражения надежды на скорую встречу, задействовано огромное количество персонала. И от того, на сколько качественно метрдотель встретит гостя, официант обслужит, повар приготовит блюда, от того, как качественно посудомойщик вымоет посуду, уборщик подготовит зал ресторана к обслуживанию, а работник бельевой – столовое белье, зависит качество одной единственной услуги – предоставление питания. В многофункциональном рекреационном предприятиии таких услуг могут быть десятки, а гость является единоличным потребителем этих услуг, при этом каждый гость – индивидуальность. Для администратора, официанта, метрдотеля, консьержа, билл – боя, швейцара вновь прибывший вечером в пансионат турист может быть сотым за смену, для каждого из них, но для гостя это первый администратор, официант и т.д. И отсюда вытекает еще одна проблема формирования качественного рекреационного продукта.

2. Возможность повторного производства туруслуг на одинаково высоком уровне. Или продолжительность качества. Решение данной проблемы для многих производите-

лей рекреационного продукта оказывается непосильной задачей, что в свою очередь часто становится причиной резкого снижения конкурентоспособности всего предприятия. Причин этому много. Это может быть как плохое качество средств труда персонала, недостаток эргономичности рабочих мест, так и недостаток своевременной и продуманной мотивации работников или неналаженности собственно всей системы взаимодействия между работниками предприятия, которая в состоянии обеспечить бесперебойную работу на одинаково высоком уровне.

Например, трудно представить себе качественно работающий персонал, которому просто давно не платили зарплату. Или безукоризненно любезного в течение всей 24 часовой смены администратора, которому ни на минуту не разрешается покидать своего рабочего места. Или образцово убирающую номера горничную, у которой кроме ведра, тряпки и примитивного моющего средства типа «Белизна» нет других орудий труда. И, наконец, точно и быстро работающего менеджера по бронированию, у которого в распоряжении один телефон, подключенный параллельно с бухгалтерией. При всей абсурдности приведенных примеров все они из взяты из реальной жизни работы Подмосковных пансионатов.

3. Следующая особенность переводит приведенные выше примеры в разряд недопустимых. Как уже было сказано, сфера производства и предоставления рекреационных услуг относится к такому виду деятельности, где производимый продукт, являясь неосязаемым, потребляется одновременно с производством. У персонала предприятия, работающего в сфере рекреации нет шанса на исправление брака и, как следствие (учитывая жесткую конкуренцию на рынке рекреационных услуг), нет шанса на возврат гостя вновь. А гость, выбирая другое место отдыха, советует и другим поступать также. Исследования показывают, что негативная информация распространяется гораздо стремительнее, чем позитивная. Например, Jak Horovitz, профессор Международного института менеджмента (Швейцария) в своем исследовании, посвященном проблемам создания систем качества в обслуживании потребителей, говорит о том, что четыре из ста клиентов, выразивших свое недовольство обслуживанием, могут увести за собой почти в три раза больше потенциальных клиентов, чем те, кому обслуживание понравилось.

Производство рекреационных услуг характеризуется тем, что основной упор здесь при создании системы качества продукта делается на качество сервиса. Качество сервиса – есть ключ к коммерческому успеху. Пансионаты и дома отдыха, туркомплексы и санатории зачастую при абсолютно идентичной материальной базе и направленности отличаются друг от друга лишь качеством сервиса, что является для некоторых основным козырем в конкурентной борьбе. Однако, создание эффективной системы обеспечения качественного сервиса в рекреации – сложная управленческая задача, посильная далеко не всем.

Мировая практика выработала определенные правила организации эффективного сервиса, соблюдение которых как раз и позволяет менеджеру, не изобретая велосипед, применить соотносительно с конкретным рекреационным продуктом весь накопленный опыт создания эффективного сервиса. Что же необходимо учитывать при создании качественного сервиса на рекреационном предприятии?

Первое – это соблюдение всех принципов, которые положены в основу современного сервиса. К основным и наиболее важным для сферы рекреации и обслуживания относятся:

– максимальное соответствие предоставляемых услуг требованиям потребителей и характеру потребления;

– неразрывная связь сервиса с маркетингом, его основными принципами и задачами;

– гибкость сервиса, его направленность на учет меняющихся требований рынка, предпочтений потребителей рекреационныхуслуг.

Второе – создание необходимых условий для персонала, призванного обеспечить качественный сервис. К таким условиям относятся:

– эргономичность рабочих мест;

– четкая формулировка правил, обязательных для исполнения каждому сотруднику;

– четкая система оценки качества работы каждого сотрудника, позволяющая измерять количественно эффективность работы, обеспечивая объективное определение качества сервиса, особенно таких, слабо поддающихся его элементов как доброжелательность и вежливость;

– мотивация персонала, направленность его на искреннюю заинтересованность в процветании всего предприятия, желание и умение делать всю работу максимально эффективно, настрой на самосовершенствование;

– система повышения квалификации персонала.

Третье – оптимизация организационной структуры управления предприятия, предоставляющего рекреационные услуги.

Чем длиннее цепочка прохождения заказа, тем больше вероятность совершения ошибки. Необходимо создавать такую организационную структуру управления, где число элементов предельно мало (но без ущерба для качества обслуживания). Необходимо также обеспечивать эффективность взаимодействия всех элементов такой системы, чтобы:

– обеспечить непрерывный технологический процесс с одинаковым уровнем качества обслуживания;

– случившиеся ошибки могли быть немедленно исправлены и не повторялись.

Четвертое – всесторонний, полный, объективный и непрерывный контроль качества сервиса, предполагающий:

– участие гостя в оценке качества и контроле за ним;

– создание методик и критериев, позволяющих соотнести требования стандартов с фактическим положением дел;

– создание систем самоконтроля персонала;

– постоянная работа с группами качества;

– применение четко сформулированных, количественных критериев оценки качества предоставляемых услуг;

– участие персонала в создании систем и критериев качества;

– применение технических средств контроля качества;

– создание служб контроля, куда бы входили представители различных служб – дирекции, финансового отдела, отдела безопасности, кадровой службы, руководители или сотрудники всех функциональных служб.

При создании системы контроля необходимо также соблюдать принцип непрерывности. Система контроля за качеством сервиса должна обеспечивать в буквальном смысле ежесекундный контроль на всех этапах технологического цикла и по всем параметрам. Кроме того, функция контроля, являясь возвратной функцией должна напрямую обеспечивать гибкость и корректировку всех других действий по обеспечению качества услуг. Таким образом, можно выделить два основных критерия системы качества: она должна обеспечивать высокий уровень качества, его соответствие стандартам и потребностям туриста, а также служить инструментом для обеспечения создания специальных технологий по рациональному управлению предприятием.

За рубежом уже многие годы используется идеология специализации предприятий рекреационной сферы на приеме и обслуживании клиентов, составляющих целевые рыночные сегменты. Универсальность, “всеядность” рекреационного производства должны быть отвергнуты уже в самом начале определения миссии такого предприятия. Только при специализации производства рекреационных услуг можно добиться более полного

удовлетворения потребностей клиентов. В основу специализации рекреационных объектов могут быть положены целевые сегменты рынка. Именно поэтому следующим объектом исследования при создании конкурентоспособного предприятия рекреационной сферы должно быть положено четкое сегментирование рынка.

2. Сегментирование рынка. Задача каждого предприятия, предлагающего рекреационные услуги состоит в том, чтобы найти и закрепиться на наиболее выгодных территориях сбыта. Для российских рекреационных предприятий главными сбытовыми территориями могут быть крупные российские города, активно развивающие свои экономические, общественные, культурные и другие связи и контакты. В качестве сбытовых территорий для российских пансионатов высшей категории могут быть страны ближнего зарубежья. А для домов отдыха высшей категории, расположенных в близи крупных экономических и туристских центров нашей страны, сбытовые территории могут находиться и в странах дальнего зарубежья.

В период 1991—1998 гг. география сбытовых территорий России для российских рекреационных предприятий изменилась коренным образом. Если до этого времени сбытовые территории для них определялись городами, поставлявшими внутренних и социальных туристов, то с переходом к рыночной экономике в качестве сбытовых территорий стали лидировать города и регионы, инициирующие рост деловых поездок. Дома отдыха в российских курортных зонах из-за резкого повышения пассажирских тарифов почувствовали существенное сокращение прибытии отдыхающих из отдаленных регионов. Их сбытовые территории сузились до районов, находящихся в непосредственной близости от этих зон.

При оценке потенциала различных территорий сбыта рекреационных услуг следует использовать возможно большее количество данных исследования: численность и плотность населения, средний уровень доходов, наличие экономических, общественных, культурных и других связей, мобильность населения, наличие удобных транспортных связей, мобильность населения, наличие удобных транспортных связей возможные цели путешествия, их сезонность и другие характеристики. Следует выделить территории с устойчивым спросом, под которые должны разрабатываться основные маркетинговые мероприятия, и территории с кратковременным или слабым проявлением спроса, в отношении которых маркетинговая политика должна иметь особые конкретные цели. Для такого анализа возможно использовать программы ранжирования территорий и результаты монитогинга физического состояния и здоровья населения. Очень важно при проведении сегментации рынка и исследовании выбранного сегмента исходить из реальных возможностей самого предприятия: принять и обслужить гостя в соответствии с его потребностями, обуславливающими его принадлежность к данному сегменту. Именно в этой связи мы выделяем следующий объект исследования – потребности гостя или потребительский спрос.

3. Потребительский спрос. Объектом этого этапа исследования является потенциальный клиент, а цель исследований состоит в выявлении наиболее перспективных сегментов спроса на рекреационные услуги, изучение возникающих потребностей, желаний, интересов. Это исследование включает в себя три этапа:

– определение критериев сегментации рынка;
– выбор целевого сегмента (сегментов);
– позиционирование рекреационного продукта.

Приведем более подробную характеристику указанных этапов.

Определение критериев сегментации. Под сегментом рынка обычно понимается группа или совокупность потенциальных потребителей, одинаково реагирующих на потребительские и стоимостные качества и характеристики продукта. В наше время большинство предприятий используют, так называемый, целевой маркетинг, когда выбираются

один или несколько целевых сегментов, под которые разрабатываются соответствующие услуги и меры маркетингового воздействия.

Единого стандарта сегментации рынка нет. Для оценки рыночного потенциала предприятиям рекреационной сферы приходится использовать разные критерии сегментации, применяя их в отдельности или вместе. В число главных факторов, влияющих на деление потребительского спроса на отдельные сегменты, можно включить:

Демографические различия. Это пол, возраст, семейное положение, национальность, профессия. В рамках этой сегментации спрос на рекреационные услуги проявляется, например, в таких категориях, как молодежный туризм (недорогие экскурсионные поездки школьников и студентов), поездки лиц среднего возраста (деловой и специализированный туризм), поездки лиц пожилого возраста (поездки с целью отдыха, лечения, встречи с друзьями, паломнический туризм).

Социальные различия. Они исходят из социального статуса и покупательной способности, уровня культуры людей. Сегментация спроса по уровню доходов населения для многих пансионатов служит наиболее важным критерием его оценки. К этому же сегменту следует также отнести социальный туризм.

Психологические различия. Они делят потребителей на отдельные группы, исходя из мотивации потребления рекреационных услуг. Для рекреационных предприятий эта сегментация имеет особое значение. Любая поездка индивидуума за пределы его постоянного местожительства связана с определенными причинами, целями, мотивацией. Их знание и учет при формировании основного рекреационного продукта и дополнительных услуг, а также проведении маркетинговых мер позволяет пансионату быстрее решить проблему продажи своего продукта.

Различия по типу поведения (поведенческие стереотипы). Они делят потребителей рекреационных услуг по степени пользования дополнительными услугами, отношению к рекреационному продукту. В практическом плане эти различия влияют на продолжительность проживания, количество, ассортимент, качество потребляемых услуг, манеру поведения, умение пользования рекреационными атрибутами, отношение к персоналу и др. Санаторий, предлагающий своим клиентам лечение, уют и покой, должны всеми средствами избавляться от шумливых, неаккуратных, неряшливых, агрессивных посетителей.

Сегментация показывает потенциальные возможности пансионата на рынке, и задачей маркетолога и руководителя становится выбор наиболее доступных и привлекательных сегментов. Предприятие рекреационной сферы может применять различные приемы выбора рыночных сегментов, описанных в теоретической литературе.

После того, как руководство предприятия идентифицировало объективно наиболее привлекательные для обслуживания сегменты, необходимо решить, какие из них лучше всего подходят для производственных возможностей. Например, может показаться очень привлекательным быстро развивающийся рынок конгрессных услуг, но, если предприятие не располагает соответствующими помещениями, службами и кадрами, оно при всем желании не сможет освоить этот сегмент. Необходимо на основе проведенных исследований выбрать тот сегмент, который имеет достаточный потенциал и соответствует производственному опыту и возможностям предприятия, и в котором оно может занять конкурентоспособную позицию.

4. Позиционирование рекреационного продукта на рынке.

Позиционирование – это процесс разработки конкурентоспособной позиции рекреационного продукта и соответствующих мер комплексного маркетинга.

При выборе одного или нескольких рыночных сегментов руководству надо определить, какие позиции продукт сможет занять в этих сегментах. Позиционирование может проводиться по следующим трем направлениям:

– Позиционирование рекреационных услуг по их потребительским свойствам и особенностям;

– Позиционирование рекреационных услуг по их ценам, выгодности;

– Позиционирование рекреационных услуг по степени их конкурентоспособности.

Для позиционирования рекреационных услуг руководство должно определить, какие свойства услуг и их особенности можно выделить для того, чтобы вызвать интерес и спрос потенциального потребителя. В частности, можно использовать такие преимущества как:

– Физические свойства: местоположение, оригинальность здания, техническое состояние, оформление интерьера, прилегающую территорию и др.

– Качество обслуживания: категорийность, структуру номерного фонда (номера люкс-апартамент, двухместные и одноместные номера со всеми удобствами, номера для молодоженов, для высокорослых людей, для инвалидов и др.), номенклатуру или ассортимент услуг, наличие бесплатных услуг, ассортимент дополнительных услуг и др.

– Профессионализм и гостеприимство персонала: индивидуальный подход к обслуживанию клиентов, четкость исполнения поручений, заботу о клиентах и др.;

– Имидж: известность торговой марки предприятия, которая может передать отличительную информацию о главных преимуществах и позиции услуг на рынке.

5. Конкурентная среда.

Изучение конкурентной среды является пятым объектом маркетинговых исследований. Этот анализ имеет целью установить место данного предприятия на рынке рекреационных услуг, определить, на какую долю этого рынка оно может рассчитывать в планируемом периоде. В частности, учитываются следующие вопросы:

– оценка собственных возможностей предприятия: количество номеров и мест, их категорийность, классность, местоположение, специализация, инфраструктура, состояние основных фондов, возможность и планы ее реконструкции, модернизации и др.;

– оценка рыночной ситуации в регионе (городе): количество рекреационных предприятий, общее количество номеров (мест), классность, специализация и местоположение других схожих предприятий, их материально-техническое состояние, планы строительства новых и др.;

– политика местной администрации в отношении рекреационного сектора, наличие льгот и других мер поддержки со стороны администрации;

– уровень (коэффициент) среднегодовой загрузки номерного фонда, сравнительный анализ;

– сезонное распределение загрузки номерного фонда, сравнительный анализ;

– средние цены и средние доходы на номера (места), сравнительный анализ;

– средняя себестоимость номера (места), сравнительный анализ;

– численность персонала на один номер (место), сравнительный анализ;

– рекреационная и транспортная инфраструктура в регионе (городе), наличие объектов, привлекающих иногородних или иностранных граждан в данный регион (город).

Такой анализ показывает состояние и перспективы работы рекреационного сектора в регионе (городе), его позитивные и негативные характеристики, преимущества и недостатки конкретного рекреационного объекта по отношению к другим предприятиям данной сферы, его долю на рынке, конкурентоспособность, возможность укрепления своих позиций.

Если цели маркетинга указывают рубежи, которых рекреационный объект хочет достигнуть в своей основной деятельности, то стратегия определяет способ их достижения. Маркетинговая стратегия рекреационного предприятия означает долгосрочное планирование мер, обеспечивающих достижение поставленных целей по наиболее важным направлениям и укрупненным показателям работы на рынке.

Так, исходя из имеющихся у пансионата средств и инструментария маркетинговой работы его стратегические планы обычно включают:

а) Основные меры по формированию рекреационного продукта в соответствии с выбранными целевыми сегментами, включая специализацию, определение количества и качества услуг, их номенклатуру и ассортимент и др.

Реализация этих мер связана с техническими возможностями рекреационного объекта, которые также учитываются в стратегическом планировании: планы реконструкции, модернизации, обновления основных фондов, внедрения нормативов и технологий, автоматизации процессов производства и др.;

б) Основные меры по ценообразованию и проведению гибкой политики цен. Планирование этих мер включает вопросы сокращения издержек производства, проведения режима экономики затрат, внедрения ресурсосберегающих и высокопроизводительных технологий, разработку дифференцированных гибких цен на продаваемые услуги, введение льготных условий для стимулирования спроса и др.;

в) Меры по подбору, расстановке, обучению и воспитанию персонала предприятия, созданию условий непрерывного производственного обучения, использованию стимулирующих факторов;

г) Меры по продвижению и реализации рекреационных услуг на рынке, которые включают вопросы организации рекламы и пропаганды услуг, использования других способов стимулирования их продажи, создания эффективной системы продаж на выбранных сегментах, использования посреднических структур и др.

В зависимости от выбранных целевых сегментов в стратегическом планировании маркетинга рекреационных услуг за рубежом используются такие методы как, например:

– стратегия, направленная на завоевание лидерства путем снижения издержек;

– стратегия дифференциации, которая, используя сильные стороны рекреационного объекта, направляет ее усилия на производство услуг, пользующихся наибольшим спросом на рынке;

– фокусированная стратегия, направленная на конкретизацию усилий предприятия в разработке одного из сегментов рынка, которому соответствуют производимые ей услуги.

Стратегия должна учитывать не только конъюнктуру рынка, но и материальные и финансовые возможности предприятия. Можно разработать большие и далеко идущие планы, включающие дорогостоящие мероприятия, но, если рекреационный объект не в состоянии мобилизовать финансовые ресурсы, эти планы останутся на бумаге. С другой стороны, дорогостоящие мероприятия не всегда приносят ожидаемую отдачу. Можно привести несколько примеров.

Некоторое время назад многие подмосковные пансионаты с целью увеличения продаж своих услуг начали создавать у себя диско-клубы, закупив для этих целей дорогостоящую аудио- и видеотехнику. Но вскоре выяснилось, что основные посетители этих клубов, так называемые, “тинэйжеры”, не имели возможности пользоваться услугами размещения, а также мешали отдыху пожилых гостей. В итоге, не получая ожидаемых доходов от этих диско-клубов, пансионаты были вынуждены от них отказаться.

Выполнение стратегии и тактических решений маркетинга предусматривает наличие у предприятия, работающего в рекреационной сфере эффективных средств или инструментария. Этими средствами или инструментами являются: рекреационный продукт, цены, реклама и стимулирование, сбытовая сеть и, наконец, связи с общественностью.

Литература

1. Зорин И., Квартальнов В. Толковый словарь туристских терминов. Туризм. Туристская индустрия. Туристский бизнес. – Москва – Афины: INFOGROUP, 1994. – 408с. С. 188

О ПЕРСПЕКТИВАХ РАЗВИТИЯ ЭКО-АГРОТУРИСТИЧЕСКОГО НАПРАВЛЕНИЯ В РОССИЙСКОЙ ПРОВИНЦИИ: ФАКТОРЫ ЗА И ПРОТИВ

Лащенко Н.С., *сектор проблем культурной среды поселений, Российский институт культурологии, Москва, UnciaUncia@yandex.ru*

Основанием для выделения эко-агротуризма (далее – ЭАТ)[1] в отдельное направление (т. е., интегральным показателем, включающим ряд сущностных параметров и потому способным лечь в основу классификации), на наш взгляд, является тип местности (располагающей турпотенциалом территории, акватории). Это основание взято потому, что именно набор типических или, напротив, уникальных черт, присущих конкретному месту, региону побуждает туриста туда направиться[2], так как получить желаемое в месте своего проживания он не может. При этом тип местности вбирает весь комплекс характеристик: климат, ландшафт, флору и фауну, населяющий её социум с его социокультурной спецификой, типом хозяйства и пр., материальные и виртуальные объекты исторического наследия, экопараметры и др. компоненты, определяющие профиль территории. Для ЭАТ это сельская местность, иначе говоря: императивом является то, чтобы средства размещения туристов находились на сельских территориях, включая малые города (без промышленной и многоэтажной застройки). Будучи системными компонентами сельской местности, они (особенно исторические) аккумулируют большую часть достопримечательностей и объектов, ради которых туда специально готовы ехать туристы, и вместе с турресурсами собственно сельской округи их турресурсы образуют общий (единый) турресурс территории. Часто именно турпотенциал малых городов,[3] а также ООПТ (прежде всего, национальных парков) привлекает внимание как потребителей, так и инвесторов к территориям. Полагаем, что введение понятия «провинциальный туризм» как более адекватно отражающего специфику турпотенциала значительной части страны, помогло бы снять терминологические разногласия, а значит, яснее видеть реальную перспективу развития туризма за пределами курортных зон, мегаполисов и крупных городов России.

Совокупный потенциал для ЭАТ в России объективно один из богатейших в мире: территориально-ландшафтная и этнокультурная полифония, уникальное природное и культурное наследие, региональные контрасты являются источником для создания необычных и разноликих турпродуктов на местах. Это создает возможность для целенаправленной ориентации турпотоков на глубинные районы России, развития бизнеса по приему туристов в провинции, за пределами турзон, включения мультипликативных свойств туризма и обращения его в эффективный полифункциональный инструмент развития территорий. Россия – исторически аграрная страна с мощными региональными

[1] Комплексное междисциплинарное исследование феномена ЭАТ было начато автором в ходе проекта по агро- и экотуризму (проведён при финансовой поддержке Фонда «Евразия» Ассоциацией МЭР в 2003-04 гг., см. www.rustowns.com, www.ratanews.ru). Результаты были впервые обнародованы автором в 2003 г. [1-6] Вынуждены предупредить читателя, что эти тексты позже не раз заявлялись под чужими именами в нарушение прав их автора и грантодателя.

[2] Лиц, пускающихся в путь с деловыми или спортивными целями, а также потому, что сам процесс передвижения доставляет им удовольствие, мы бы отнесли к путешественникам. Туризм же обязательно предполагает рекреационный и развлекательный аспекты в составе цели перемещения. По этой же причине к туристам нельзя причислять истинных паломников, для которых путь к святыне – род духовной практики. Впрочем, элементы туризма могут присутствовать в разного рода композитных практиках и иноцелевых поездках.

[3] В РФ 750 малых городов, где проживает около 2/3 населения страны населения страны и сосредоточено более 55 % познавательных ресурсов.

культурными традициями, ее материальное историко-культурное наследие сосредоточено в провинции, а нематериальное прочно с ней связано. ЭАТ дает шанс это национальное наследие беречь, передавая потомкам живую традицию через прямой контакт с ее уже немногими носителями, в естественной среде и в разнообразных проявлениях [7].

Кроме того, ЭАТ – современный формат социокультурного диалога и позитивная модель общения представителей разных культур. Это поле для неконфликтного кросскультурного взаимодействия, формирования нового социокультурного пространства на семейном, локальном, региональном, национальном и международном уровнях. ЭАТ можно было бы назвать опытом «практической имагологии» – разрушения стереотипов в отношении других культур и рождения новых образов на основе личного опыта. Учитывая это, ЭАТ следует признать не только перспективным, но и необходимым (в контексте культурных, социальных, политических и экономических вызовов времени) направлением для российской провинции в целом.

На языке экономики ЭАТ – это (1) вид бизнеса и (2) сегмент туротрасли, ориентированный на использование природных, социокультурных, культурно-исторических и иных ресурсов сельской местности и ее специфики для создания комплексного туристического продукта. Сейчас это высокоорганизованный, технологичный и доходный сегмент глобальной туриндустрии, основным производителем в котором выступает МСБ, а реализацию переведенных в информационную форму турпродуктов осуществляют структуры туриндустрии или специализированные ИТ-посредники. В этом качестве он вырос в последние 20-25 лет из имеющего многовековую историю на Западе гостиничного промысла в сельской местности. Именно применение ИКТ, инновационных приемов организации, кооперации в продвижении и сбыте ЭАТ-продукта позволили малому, обычно семейному, гостиничному бизнесу на селе, опираясь на системную поддержку государства, прямой отраслевой и социальный инжиниринг, встроиться в туриндустрию и стать ее полноценным сегментом.[1]

Отметим ключевые факторы его становления в этом качестве на Западе, сверяя их наличие в России:

– Зрелые социокультурные и социоисторические предпосылки для ЭАТ-практик, наличие материально-технической базы (жилой фонд, инфраструктура и пр.) и условий (бизнес-среда, навыки) для МСБ в провинции, платежеспособного и функционально грамотного потребителя в городах. В 80-90-е гг. 20 в., время становления сегмента ЭАТ на Западе, эти факторы в РФ отсутствовали.

– Мобилизация кооперационного ресурса и решение через него (на базе СРО[2], иных оргцентров) проблем организации сектора и вывода его из сферы теневой экономики; стандартизации, формализации ЭАТ-продукта и перевода его в информационную форму; ведения баз данных и систем централизованного бронирования в режиме реального времени; регистрации субъектов ЭАТ-бизнеса и пр. В РФ не решена задача налаживания горизонтальной и вертикальной кооперации на всех уровнях: местной общины – в производстве турпродукта; внутримуниципальной – в обеспечении рамочных условий его производства; межмуниципальной – в организации условий производства и реализации совокупного продукта туррегиона, маршрута; между субъектами федерации – в создании метарегионального рынка, продвижении совокупного турпродукта метарегиона на внешний рынок.

[1] Важные практические следствия: минимально допустимый уровень эффективности – региональный; используя ресурс отдельных муниципалитетов, эффективно работающий сектор организовать нельзя; индивидуальная инициатива может функционировать только в режиме «кустарного промысла», подключение к туриндустрии требует кооперации и создания при поддержке государства (минимум – региона) ряда специальных механизмов и оргцентра (ИТ-посредника, СРО и пр.)

[2] Закон о саморегулируемых организациях был принят в РФ только в 2007 г. (ФЗ №315 от 01.12.2007)

– Целенаправленная государственная политика. Мировой опыт, особенно Евросоюза, где успех ЭАТ очевиден, говорит, что это – результат отраслевого и социального инжиниринга в аграрном секторе, региональная (на первом этапе), национальная, а затем и общеевропейская политика системной поддержки турбизнеса в сельских провинциях стала главным фактором превращения ЭАТ в сегмент туриндустрии (хотя инициатива «снизу» тоже была). С 90-х гг. ЭАТ стал элементом политики ЕС в аграрном секторе (Common Agricultural Policy[1]), одной из задач которой был перевод части трудовых ресурсов из сферы агропроизводства в сектор услуг путем стимулирования МСБ. В этом качестве он получил мощную многоканальную господдержку по ключевым позициям, направленную и субъектам ЭАТ-бизнеса, и в инфраструктуру сельских территорий, и на организацию сектора.

На сегодня схожих задач в отношении АПК в России не ставится, а значит, ЭАТ теряет смысл как одно из средств их реализации. Следует помнить, что ЭАТ – производный элемент государственной социально-экономической политики на селе, тесно смыкающийся с такими сферами, как местное самоуправление, развитие СРО, системная поддержка МСБ, сохранение культурного и природного наследия и пр. Мировой опыт показывает, что для запуска ЭАТ в национальном масштабе нужно участие государства, в случае РФ – решение федерального центра: Нужен ли ЭАТ России в принципе[2], для чего, какой и как его развивать? Подъем ЭАТ в стране состоится, если Центр ответит на вопрос: нужно ли менять пропорцию в распределении дееспособных трудовых ресурсов между АПК и сектором услуг на селе и в какой мере? А значит, определит, какая национальная модель ЭАТ для страны оптимальна и какие форматы ЭАТ-бизнеса получат поддержку, и закрепит это законодательно и организационно-административными решениями. Без политической воли Центра нет ни нормативно-правовой базы для ЭАТ-деятельности, ни межведомственной координации, ни системно-согласованного финансового, организационно-технологического, информационного, кадрового и пр. обеспечения, ни прочих стартовых условий для реализации любой из приемлемых для РФ моделей ЭАТ, т. е. пока отсутствуют ключевые условия формирования масштабного рынка ЭАТ-предложения в информационной форме. Нерешенность этих вопросов – главная причина отсутствия ЭАТ как сегмента отечественной туриндустрии. ЭАТ в России пока остается на уровне частных инициатив, «кустарного промысла» (нередко в зоне теневой экономики), самодеятельных практик, причем в пределах отдельных территорий.

– Становлениие ЭАТ в конце 20 в. совпало с бумом ИКТ, формированием Интернет-пространства. Синэргия этих процессов, обеспечившая информационные условия функционирования ЭАТ-рынка, стала ключевым фактором появления современных

[1] CAP – это скоординированная и многоуровневая единая аграрная политика, реализующая на практике принципы теории многофункциональности сельского хозяйства и «устойчивого развития». Помимо повышения эффективности агропроизводства, она предполагает системную, многоканальную господдержку сельских территорий и диверсификацию их экономики, в т. ч. и через развитие туризма. Кумулятивный эффект достигается за счет координации на уровне госпрограмм таких ресурсов развития, как местное самоуправление, СРО, системная поддержка МСБ и др.

[2] Системный кризис АПК и села в целом в РФ много острее, чем то, что грозило странами Запада, когда решался вопрос о развитии ЭАТ. Его усугубило искусственное форсирование экономической несостоятельности российского агропроизводителя в пореформенный период, не сводимое только к отказу от системной господдержки агросектора с начала 90-х гг. Ситуация, которой лишь опасались на Западе, запуская ЭАТ с целью ее упреждения, в РФ существует реально и уже давно. К тому же, в отличие от Запада 70-80-х, в РФ нет кризиса аграрного перепроизводства или его угрозы, напротив, стоит задача наращивать объемы, несмотря на подлинную или мнимую неконкурентоспособность отечественного АПК по ряду показателей, т.е., теоретически, занятость дееспособной части жителей села на перспективу обеспечена, в то время как Запад решал проблему перевода потенциально безработных в сектор услуг.

ЭАТ-практик в странах-лидерах этого направления и его быстрого превращения из кустарного промысла в сегмент туриндустрии. Перевод турпродукта в виртуальную форму, формализация информации об ЭАТ-предложении и обеспечение оперативного доступа к ней потенциальных потребителей позволили создать масштабный ЭАТ-рынок в виртуальном пространстве, что явилось залогом конкурентоспособности этого вида бизнеса. В 90-е гг. Россия отставала по распространению ИКТ (на фоне Запада), что делало невозможным становление национального ЭАТ-бизнеса как оперативного и массового, а значит, доходного сегмента туриндустрии. Высокие темпы приобщения россиян к ИКТ в последние годы – позитивный фактор для развития индивидуальных видов туризма в российской провинции. (Подробнее см. [8].)

– Ключевым в понимании феномена ЭАТ является социокультурный аспект. Именно он выделяет это направление туризма из других: в производстве ЭАТ-продукта естественная социокультурная среда самоценна и незаменима, она и есть тот не поддающийся монетарной оценке нематериальный актив сельских территорий, главный исходный ресурс для создания их полноценных, подлинных, а значит, востребуемых потребителем турпродуктов. ЭАТ (агротуризм, сельский туризм) подразумевает социокультурный диалог, сохранение живой традиции, познавательный, развивающий и иные важные для индивида и социума компоненты (подробнее см. [9, 10]) и, на наш взгляд, его никак нельзя сводить к сельскохозяйственному аттракциону [11, с.72], иными словами, отдыху в «потёмкинской деревне», туристическому эрзац-продукту.

ЭАТ – это механизм обмена ресурсами: сельские территории, как правило, не изобилующие высоколиквидными активами, предлагают внешнему миру свои социокультурные и природные ресурсы, получая взамен – при грамотном подходе – материальные, технологические, информационные и иные блага современной цивилизации. Так, если видеть в агроландшафте благо, исторически принадлежащее обществу [12], то ЭАТ как раз и есть тот механизм, с помощью которого все члены общества получают цивилизованный доступ к этому благу, а сельские жители – право бережным образом его использовать как источник дохода.

Одна из главных причин нынешней стагнации ЭАТ в России – игнорирование социокультурного параметра: до сих пор у нас внедряли практики и бизнес-модели, естественно вызревшие на Западе в гармонии с той социокультурной средой и потому имеющие там успех, без учета того, что заимствуемые образцы идут вразрез историко-культурным традициям, социокультурным реалиям, форматам общения, естественным для России. Причем приоритет отдан той, что менее удачна исходя из нынешних российских реалий – гостевым сетям на базе малого семейного гостиничного хозяйства. Семейные микрогостиницы и пансионы для Запада модель классическая, однако, подчеркнем: она отнюдь не единственная и для РФ скорее инородная. Для её эффективной работы в рамках туриндустрии в российской провинции до сего дня не хватает буквально всех необходимых условий, более того, нет социоисторических и социокультурных предпосылок. Ведь эта модель успешна там, где она исторически сформировалась, есть условия для МСБ и, самое главное, вызрел его субъект. А расхождение между Россией и Западом наметилось уже в период генезиса протоагротуристических практик, с одной стороны, и гостиничного промысла в сельской местности – с другой (подробнее см. [13]). Попытки внедрения у нас в стране с конца 90-х гг. отдельных элементов сформированного на Западе слаженного механизма ЭАТ-сектора нарушали необходимые связи между системными узлами исторически сложившихся моделей. Даже не ставился вопрос о выявлении специфики национальных ЭАТ-практик как способа общения горожан с миром аграрным, без чего нельзя говорить и о перспективных форматах ЭАТ-бизнеса. Точечное внедрение элементов эффективных в Европе, США и/или в тропических странах моделей успеха не даст.

«Железные» законы экономики не работают, если игнорируются не менее «железные» законы культуры.

С учетом российской специфики можно предложить как в принципе реализуемые следующие модели ЭАТ-бизнеса:

1. Организация региональных гостевых сетей на базе малого семейного гостиничного хозяйства (оптимум 2-го порядка) или, что больше отвечает социокультурным доминантам значительной части России, традиций дачных практик. Однако, в силу противодействия ряда факторов, образования на основе этой модели доходного сегмента туротрасли в масштабах страны (оптимум 1-го порядка) не следует ждать быстро.[1]

2. Воссоздание на базе профильных структур (музеи, ООПТ и пр.) или частной инициативы социокультурной среды различных исторических поселений или объектов (деревни, посады, усадьбы, монастыри и пр.) и прием в них туристов.[2]

3. Строительство специализированных загородных рекреационно-туристических объектов. Как правило, это дисперсные отели разных типов с набором услуг на базе природных и социокультурных ресурсов территории; они действуют в рамках туриндустрии и целиком ориентированы на обеспечение полноценного отдыха туристов (часто иностранных) в сельской местности.

4. Организация агропарков на базе государственной, частной или кооперативной собственности как полифункциональных туристических, выставочных, рекламно-экспозиционных, культурно-пропагандистских, научно-исследовательских, производственных и пр. комплексов, располагающих средствами размещения. В мировой практике этой моделью занимается ведомство, курирующее сельское хозяйство, а не туризм.[3] Полагаем, что агротуристические парки могли бы стать продуктивным направлением для Минсельхоза РФ. Пока же практика агропарков в РФ имеет научно-производственный уклон (хотя прием туристов им не запрещен как вид деятельности), а интерес к агропаркам туристического типа проявляют частный бизнес и муниципалитеты.

Каждая из названных моделей имеет свой набор обязательных условий запуска, выполнение которых на первом этапе зависит от федерального центра. Систему этих условий должна обозначить национальная концепция развития ЭАТ, но её пока нет.

Если 10-15 лет назад в России упор делался на гостевые сети, то последние годы отмечены новой тенденцией: инвесторов интересуют крупные проекты, прежде всего, комплексные ЭАТ-объекты и агропарки. Для их реализации нужен солидный внешний капитал, и он готов придти из других секторов экономики уже сейчас: его привлекает относительная дешевизна земли на сельских территориях по сравнению с городскими агломерациями при прогнозируемом значительном росте цен на землю и недвижимость. Есть примеры заявок на ЭАТ-проекты от финансово-промышленных групп и инвестиционно-строительных компаний. Ахиллесова пята всех такого рода начинаний – отсутствие нормативно-правовой базы для использования земли сельхозназначения под

[1] Система условий запуска этой модели в региональном и общенациональном форматах была предложена в 2003 г. См.[3-6]

[2] Недавнее изъятие из компетенции государственных музеев гостиничных и др. услуг по приему туристов подрывает основу развития этой модели на базе госорганизаций, несмотря на наличие хорошего опыта. Остается открытым вопрос, сможет ли передача объектов исторического наследия в частную собственность быть эффективной с точки зрения его сохранения, с одной стороны, и развития социально позитивных форм туризма в сельской местности – с другой.

[3] Главная цель этой модели – пропаганда достижений и традиций сельского хозяйства конкретной страны, сохранение практических навыков и демонстрация приемов традиционного сельхозпроизводства, технологий, пород животных, сортов растений и пр. как элементов культурного наследия. Как полифункциональные центры агропарки параллельно ведут научно-исследовательскую и селекционную работу, занимаются внедрением и адаптацией инновационных технологий, оставаясь при этом и производственными единицами, и туристическими объектами, и постоянно действующими выставочно-экспозиционными центрами.

строительство средств размещения и инфраструктуры туризма, в т. ч. в форматах ЭАТ. Аналогично, нет и законного пути для бережного использования исторических объектов в рамках ЭАТ-практик. Простого и справедливого решения в обоих случаях пока не просматривается.

Что касается государства, то сегодня ЭАТ серьёзно ни одно федеральное ведомство не занимается. Формально его курирует Минсельхоз, интерес которого ограничен ЭАТ-промыслом как вспомогательным источником дохода для селян. ФЦП «Социальное развитие села до 2010 г.» говорит об организации сельского туризма (раздел 3.6), намечает «обучение сельского населения по организации несельскохозяйственных видов деятельности в целях развития альтернативной занятости в сельской местности», развитие музейной системы, в т. ч. музеев под открытым небом в сельской местности и т. д. [14] Но до сих пор зримых сдвигов по линии Минсельхоза не отмечено, и хотя были приняты новые документы по АПК [15, 16], ясной концепции в отношении ЭАТ, а тем более плана действий они не внесли: в Госпрограмме на 2008 – 2012 гг. сельский туризм упомянут как альтернативная деятельность, но опять нет четкого плана обеспечения ключевых условий её реализации. Будем надеяться, что в готовящихся проектах Концепции устойчивого развития сельских территорий и Закона о сельском развитии займёт достойное место и ЭАТ. Не востребован пока в РФ опыт тех стран, где туротрасль курируют министерства регионального развития, что обеспечивает разумный баланс интересов территорий, туриндустрии и общества в целом. Пока от Минрегионразвития РФ не исходило инициатив по включению ЭАТ в набор инструментов развития территорий. Ростуризм тоже не видит в ЭАТ выгодной перспективы [18]: российский турбизнес осваивает более прибыльные сегменты, оставляя эту нишу волонтёрам-любителям. И хотя сельский туризм включен в Стратегию развития туризма в РФ до 2015 г. [19] и задача обозначена как межотраслевая (АПК – туротрасль), но решать её предложено на базе ФЦП по развитию села до 2010 г., чего явно недостаточно для выполнения условий запуска сегмента и системного решения всего круга вопросов, связанных с ЭАТ. Нехватка средств и полномочий у Росприроднадзора не даёт развернуть ЭАТ-форматы на ООПТ в оптимальном для России масштабе [20]. Отсутствие координации и пассивность федеральных ведомств обрекает ЭАТ на стагнацию в масштабах страны.

Серьезным тормозом для ЭАТ до сих пор было общее состояние российского села и провинции в целом. Население сел и малых городов несопоставимо по уровню жизни с теми странами Запада, опыт которых пытались перенять. В массе оно не располагает ни жильем приемлемой комфортности[1], ни финансами или доступом к льготным кредитам для того, чтобы начать ЭАТ-бизнес. Если Запад решал проблему «лишних рук», то в РФ, напротив, на селе остро не хватает дееспособных кадров, безработица наблюдается на фоне депопуляции и деградации населения многих сельских регионов. При этом активные жители сельских территорий были вынуждены вести бизнес в среде, агрессивно их выдавливающей. Введенная в РФ в начале 90-х экономическая система не предусматривала ни эффективных механизмов поддержки МСБ, ни защиты от криминала на местах, ни многого другого, что гарантирует устойчивость сектора МСБ в основанных на свободном предпринимательстве экономиках. Напомним, что успеху ЭАТ в странах Запада помогло наличие благоприятной бизнес-среды и общесистемных гарантий. Обнадеживает заявленный на самом высоком уровне поворот власти к проблеме МСБ с намерением

[1] В РФ пока нет излишка (напротив, недостаёт) комфортного жилья, в селах и малых городах особенно, и это – серьезное препятствие для развития форматов ЭАТ на основе семейного гостиничного бизнеса. «Коттеджный» бум вокруг мегаполисов пока не преследует цели заработка на постое (в отличие от стран Запада, где сдача помещений внаём принята и в обеспеченной среде). В России пока не вызрело поколение среднего класса и, тем более, элиты, готовое заняться ЭАТ-бизнесом, заставить «работать» овеществленный в недвижимости капитал. Но со временем это актуализируется так же, как и на Западе.

найти для неё решение; в 2008 г. в Госдуму внесен законопроект о развитии МСБ. Но принятия рамочного закона для становления ЭАТ в РФ мало: зарубежный опыт говорит, что это – явление комплексное, экономически межсекторальное, в регулирующих ЭАТ-деятельность нормативно-правовых актах нужно учесть и сельскую специфику, и императивы туриндустрии, и многие иные параметры (землепользование, безопасность, экология, сохранение культурного и природного наследия и пр.). Для запуска ЭАТ-сектора в масштабах страны и получения многопланового положительного эффекта от ЭАТ-практик требуется дополнительная работа законодателей.

Ряд веских причин не позволяет пока обратить богатый турпотенциал российской провинции в реальный турресурс. Отстает требуемая для развития туризма макроинфраструктура (средства размещения, дороги, транспорт[1], связь и др.). Не выполняются обязательные условия организации сегмента: не создав цепочки адапторов и посредников для преодоления разрыва между реалиями сельских территорий и требованиями современной туротрасли, нельзя вовлечь потенциал российской провинции в орбиту мировой туриндустрии, «запустить» ЭАТ в национальном масштабе (оптимум 1-го порядка) и даже как сегмент региональных экономик (оптимум 2-го порядка). Крупный минус – отсутствие организационной инфраструктуры ЭАТ-бизнеса, создание которой – ключевое условие запуска ЭАТ-сегмента. Везде, где ЭАТ-бизнес развился в сегмент туриндустрии, создавался оргцентр[2], игравший роль рыночного интегратора, посредника-координатора между производителями, продавцами и потребителями ЭАТ-продукта. Используя ИКТ, механизмы кооперации, он решал задачи встраивания индивидуальных производителей ЭАТ-продукта в современные индустриальные технологии сбыта. В этом смысле до сего дня организация ЭАТ-сектора на всех уровнях – местном, региональном, федеральном – у нас не сдвинулась с нуля ввиду того, что отсутствует: 1) понимание специфики ЭАТ как межсекторального и полифункционального механизма, без чего невозможна грамотная координация его запуска на всех уровнях (центр – регионы – местные сообщества) и использование его как инструмента развития российской провинции, стабилизатора занятости в агросекторе и пр. (социально-экономический инжиниринг); 2) системное представление об ЭАТ-секторе и его последовательном выстраивании в масштабах такой страны, как Россия (инжиниринг отрасли); 3) политическое решение и общая концепция на уровне федерального центра, а значит, 4) координация усилий акторов: ЭАТ-хозяйств – муниципалитетов – регионов – профильных и сопричастных федеральных структур; 5) межтерриториальное взаимодействие.

Ряд факторов имеет социокультурное измерение. Так, в силу исторических особенностей в России не развита традиция платного постоя в том виде, как на Западе (существенные различия в генезисе гостиничного хозяйства, практиках гостеприимства и пр.). Сильна конкуренция о стороны традиционных в РФ дачных практик (привычна аренда дачи на сезон без услуг, причем в теневом секторе) и массового «дачного землевладения». В дачных традициях играет роль не только экономический, но и социокультурный аспект: Россия – страна усадебной культуры, производное аграрной цивилизации; тяга «к своей земле» коренится в менталитете базовых исторических сословий России, не остыло и чувство «малой родины». (Подробнее см. [13]). Важно и то, что идущие из традиционной крестьянской культуры социальные установки, система ценностей жителей российских сел, в отличие от Запада, не ориентированы на предпринимательство с целью обогащения, а опыт советского строя привил селянам еще и социально-экономический инфантилизм. В массе сельские жители на данный момент не готовы к занятию турбизнесом (а навыки ведения бизнеса и профессионализм определяют качество серви-

[1] По данным Минсельхоза, почти в 40 тыс. российских сел не ходят рейсовые автобусы, а ко многим нет подъездных дорог.

[2] Не путать с административным: оргфункции могут выполняться на базе СРО, университетов, профильных структур, имеющих системы централизованного бронирования, и пр.

са), а нередко и к работе по найму в сфере туриндустрии. Особенности менталитета, традиций и реалии российского села требуют разработки своих форматов ЭАТ-бизнеса на основе национальных практик, а не механического переноса вызревших на почве иных культур.

В число ключевых акторов, определяющих шансы ЭАТ в РФ, помимо государства, входят субъекты ЭАТ-бизнеса. Отечественный опыт последнего десятилетия показывает, что ЭАТ-инициатива на местах есть и в ряде регионов власть ей помогает. Более того, ЭАТ-бизнес на местах держится именно за счет энтузиастов среди жителей территорий, муниципальных администраций, некоторых учреждений (музеи, национальные парки, вузы и др.). Но в массе полноценный субъект ЭАТ-бизнеса не сформировался, ибо против его мотивации работают веские факторы. Плюс к тому и применяемые механизмы продвижения турпродуктов сельских территорий на рынок явно несостоятельны. Развертывание ЭАТ в стабильный сектор локальных экономик тормозится недостатком на местах профессионализма в сфере современного турбизнеса и отсутствием межмуниципальной кооперации. А всем этим определяется главный экономический фактор: пока национальный ЭАТ-продукт не может конкурировать по показателю «цена-качество» как с продуктами других сегментов туротрасли, включая российские, так и со многими зарубежными ЭАТ-продуктами. В силу этого быстрый коммерческий успех российского ЭАТ-бизнеса вряд ли возможен.

Что касается платежеспособного ЭАТ-спроса, то его появлению в РФ задерживал ряд объективных обстоятельств: слаб и узок средний класс – главный потребитель ЭАТ-продукта; география и мотивация внутренних турпотоков не в пользу ЭАТ – большинство россиян отдыхает на дачах и/или (в зависимости от социальной страты) за границей. Да и побывавшие за рубежом стали требовательнее к внутренним турпродуктам, в т. ч. ЭАТ, а российская провинция пока не в состоянии ответить на этот вызов. Если взять иностранцев, то, за исключением приграничных регионов и знаменитых мировых природных объектов, их мало интересует турпродукт не известной им сельской России.

В последние годы в сфере спроса появились позитивные для ЭАТ тенденции. В социальном плане – это рост среднего класса в крупных городах, главных потенциальных потребителях ЭАТ-продукта; качественные изменения в его образе жизни, установках и мотивации в связи со сменой поколений (отход молодёжи от «дачной» парадигмы поведения в пользу туризма) и иными факторами (бум автомобилизации, распространение ИКТ, доступность Интернета, мобильной связи и пр.).

Есть и подвижки социокультурного плана. Прежде всего, это обращение к национальным культурным корням в разных стратах социума, связанное со сменой политических акцентов, возрождением традиционных для России религий, поиском точки опоры в период глубокого идейного и социально-экономического перелома и др. факторами. Ведь большая часть российских горожан – выходцы из сел и малых городов в первом или втором поколении и нередко ЭАТ-практики для них и их детей – путь к самоидентификации на личном, семейном и социальном уровнях. О неравнодушии россиян к жизни села говорят социологические опросы. [21] Отметим и массовый рост интереса к культуре, обычаям, быту других народов и этно-социальных групп на уровне, приемлемом для организации практического туризма (кулинария, фольклор, ремесла, национальные праздники, спорт и пр.). У части социума сопротивление тотальной стандартизации и унификации питает интерес к традиционным технологиям и практикам, экологическую ориентацию. Эти факторы способствуют востребованности ЭАТ в российском обществе в будущем. А сегодня можно отметить первые признаки того, что формируется социальный заказ и зреет платежеспособный спрос.

В связи с изложенным встаёт вопрос: если запуск ЭАТ как доходного сектора экономики без господдержки невозможен, то кому её адресовать? Представляется, что при

позитивном решении федерального центра в пользу ЭАТ как «точки роста» российской провинции системная господдержка может быть ориентирована на тех, кто готов заниматься ЭАТ-бизнесом как основным видом хозяйственной деятельности и создавать рабочие места в секторе услуг в локальных сообществах. Это способствовало бы реальной диверсификации экономики сельских территорий и оптимизации ее параметров с позиций «устойчивого развития». С другой стороны, учитывая исторический опыт нашей страны и нынешние реалии российской провинции, а также огромное рекреационно-оздоровительное и воспитательное значение ЭАТ-практик, особенно в свете задач государственной политики в области поддержки семьи, воспитания молодежи и пр., господдержку следовало бы направить на развитие системы социального ЭАТ (семейного, школьного, лечебно-рекреационного и пр.), через субсидии потребителям и льготы инвесторам стимулируя производство таких турпродуктов в сельской местности.

В заключение, отметим:

1. В РФ либо нет тех факторов, которые стимулировали развитие ЭАТ в сельских районах в Европе и Северной Америке в 80-90 гг. XX в., либо они иначе работают – в силу особенностей исторического пути и социокультурной специфики. Следовательно, нужно не слепо копировать чужой опыт, а искать свой путь включения турпотенциала сельских территорий в орбиту национальной туротрасли с учетом социокультурных реалий и национальных традиций России.

2. Существенным фактором генезиса российского ЭАТ-бизнеса остается то, что он строится «снизу» – на инициативе и энергии отдельных лиц, практически без поддержки государства. Отсутствует четко артикулированное политическое решение по ЭАТ в масштабах страны, соответственно, нет ориентиров и необходимых условий для успешного выстраивания этого сектора, координации действий акторов, а значит, проблематично получение позитивного результата для общества в целом.

3. Условием становления ЭАТ в масштабах России является выработка национальной концепции его развития с учетом специфики и целей развития страны, на основе признания общесоциальной значимости ЭАТ-практик и их социокультурного эффекта. Эта комплексная задача имеет общесистемный характер и не может решаться на отраслевом уровне, предполагая увязывание императивов туриндустрии и устойчивого развития агросектора; развитие российской провинции, местного самоуправления, кооперации и партнёрства; баланс интересов отраслей, территорий и общества в целом; сохранение национального наследия, передачу живой традиции и многое другое.

4. Залогом успешного запуска ЭАТ в национальном масштабе стала бы разработка Федеральной целевой программы развития ЭАТ (провинциального туризма) как полифункционального инструмента развития сельских территорий, доходного сектора локальных экономик, социально полезного вида деятельности, которая предусматривала бы формирование механизмов нормативно-правового, финансового, организационного, информационного обеспечения на всех уровнях – общероссийском, региональном, местном.

Литература

1. Лащенко Н.С. Современная концепция функционирования агротуристического сектора: анализ существующего международного опыта агротуризма и возможность его применения в малых городах России: Доклад на семинаре «Изучение возможностей муниципальных образований в области эко- и агротуризма и знакомство с международным опытом». Красково, 7-8 авг. 2003 г. http//www.rustowns.com/analit/?anlt=604

2. Лащенко Н.С. О специфике функционирования агротуризма как сектора туриндустрии (Модель «гостевые сети» на базе развития малого семейного гостиничного хозяйства). Доклад, там же, http//www.rustowns.com/analit/?anlt=664

3. Лащенко Н.С. (при участии А.Л.Куликова). Основы концепции развития эко-агротуризма в российской провинции. Доклад на семинаре «Опыт российских муниципальных образова-

ний в развитии агро- и экотуризма», Красково, 18-19 дек. 2003 г., и выходной материал проекта «Содействие муниципальным образованиям в подъеме агро- и экотуризма как перспективного стратегического направления развития малых и средних городов России»). http//www.rustowns.com/docs/469Concept.doc

4. Лащенко Н.С. (при участии А.Л.Куликова). «Потенциал сотрудничества муниципальных образований в области развития перспективных инновационных направлений туризма». Доклад и вых. материал проекта, http//www.rustowns.com/docs/471Potens.doc

5. Лащенко Н.С. (при участии А.Л.Куликова). Практические рекомендации по развитию эко-агротуризма в российской провинции. Доклад и вых. материал проекта. http//www.rustowns.com/docs/472recomend.doc

6. Лащенко Н.С. Развитие эко-агротуризма в российской провинции. Программа постпроектной деятельности Ассоциации МЭР по развитию перспективных инновационных направлений туризма в малых городах и сельских округах России. http//www.rustowns.com/catalog/?cat=65&pcat=1&catdoc=619

7. Андреева Е.Д. Доклад на Международной научно-практической конференции «Наследие и современность», посвященной 15-летию РосНИИ культурного и природного наследия им. Д.С.Лихачёва. Москва, 23-24 октября 2007 г. [Сборник материалов конференции в печати]

8. Лащенко Н.С. Заметки о методологии: Интернет-ресурсы как необходимый элемент современного инструментария гуманитарных наук *(На примере изучения роли ИКТ и виртуальной среды Всемирной паутины в развитии эко-агротуристических практик на рубеже 20-21 веков)*. 2-ой российский культурологический конгресс «Культурное многообразие — от прошлого к будущему», СПб, 25–29 ноября 2008 г. Развернутую версию статьи после выхода сборника материалов конференции см. www.ecovast.ru

9. Лащенко Н.С. К разработке концепции развития эко-агротуризма в российской провинции: социокультурный аспект. В сборнике: Молодёжь в истории России: духовные, нравственные и патриотические ориентиры. Материалы X Всероссийской научно-практической конференции..., посвященной 50-летию со дня образования РУДН. М.: Изд-во РУДН, 2008, с.356-363.

10.Лащенко Н.С. Экономический, социальный и социокультурный аспекты эко-агротуризма (сельского туризма) как средства комплексного развития локальных сообществ и территорий. – Британско-Российский проект “Культурный ландшафт как наследие” (Cultural Landscape as a Heritage Feature 2006-2008). М.: РосНИИ природного и культурного наследия/The University of Birmingham, 2007, www.gees.bham.ac.uk/research/CPP.

11.Большой глоссарий терминов международного туризма/Great Glossary of Terms for the International Tourism. Под ред. Биржакова М.Б., Никифорова В.И. Изд.3. СПб: «ИД Герда», 2006.

12.ФЦП “Сохранение и восстановление плодородия почв земель сельскохозяйственного назначения и агроландшафтов как национального достояния России на 2006 – 2010 годы”

13.Лащенко Н.С. К вопросу о генезисе агротуристических практик и агротуристического бизнеса в России (Социоисторический очерк).www.ecovast.ru

14.ФЦП «Социальное развитие села до 2010 года». (В ред. Постановлений Правительства РФ от 29.04.2005 № 271, от 03.04.2006 № 190).

15.Федеральный закон от 29 декабря 2006 года № 264-ФЗ “О развитии сельского хозяйства”.

16.Государственная программа развития сельского хозяйства и регулирования рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия на 2008 - 2012 годы. (В ред. Постановления Правительства РФ от 14 июля 2007 г. N 446).

17.Минсельхоз РФ. «Концепция устойчивого развития сельских территорий Российской Федерации» (Проект). Сайт Минсельхоза РФ www.mcx.ru

18.Интервью Руководителя Ростуризма В. Стржалковского ИА-REGNUM 30.10.2007. www.regnum.ru/news/

19.Федеральное агентство по туризму. Стратегия развития туризма в Российской Федерации на период до 2015 года. www.russiatourism.ru/section_449

20.Интервью Начальника Управления ООПТ и правового обеспечения Росприроднадзора В.Степаницкого «Российской газете», 19.07.2007, «РГ», № 154 (4417), www.rg.ru.

21.Всероссийский опрос ВЦИОМ проведён 28-29 июля 2007 г. Пресс-выпуск ВЦИОМ № 766 от 12.09.2007.

ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННОЕ РАЙОНИРОВАНИЕ В СХЕМЕ ТЕРРИТОРИАЛЬНОГО ПЛАНИРОВАНИЯ ЛЕНИНГРАДСКОЙ ОБЛАСТИ

Вампилова Л.Б., *к.г.н., доцент Ленинградского государственного университета имени А. С. Пушкина, histgeo@mail.ru*

Территория Ленинградской области обладает значительным туристско-рекреационным потенциалом, необходимым для развития индустрии туризма, санаторно-курортного лечения и отдыха. Имеются все предпосылки для организации туристско-рекреационных комплексов международного, федерального и регионального значения. Формирование региональной стратегии туризма закладывается в схеме территориального планирования [1] рассмотрением вопросов об объектах инфраструктуры туризма (размещения, питания, досуга и развлечений), транспорта, существующих, проектируемых и предлагаемых ООПТ а также объектах культурного наследия. При оценке туристско-рекреационного потенциала самое большое значение имеют природные комплексы различного ранга, на основе их инвентаризации и анализа создается ландшафтно-рекреационная карта. Здесь получают отражение уникальные и привлекательные ландшафты, являющиеся природной основой для организации специфических видов туризма (научного, экологического, биологического, мягкого и др.).

На первом этапе туристско-рекреационного районирования для оценки потенциала осуществляется анализ современного состояния ландшафтно-рекреационных ресурсов, представленных ООПТ, лесопарками, рекреационно-значимыми ландшафтами.

На территории Ленинградской области в качестве опорных территорий в структуре экологического каркаса и природного наследия имеется 106 объектов ООПТ, из них существующие – 50 ООПТ, проектируемые – 22 ООПТ, предлагаемые – 34 ООПТ.

Из 106 ООПТ, внесенных в «Красную книгу природы Ленинградской области» [2] в качестве первоочередных согласно Региональной целевой программе [3] организованы 39 ООПТ, для которых определены мероприятия по развитию и поддержке, из них: 1 заповедник федерального значения, 1 заказник федерального значения, 22 заказника регионального значения, 14 памятников природы регионального значения и 1 природный парк регионального значения. В 2007 году организован региональный заказник «Лебяжье».

Таким образом, в Ленинградской области организованных ООПТ на 01.01.2008 года – 40 объектов. По ним и проводился анализ. Прочие 66 ООПТ – это природоохранный и рекреационный резерв области.

В результате в балансе территории Ленинградской области ООПТ составляют: организованные ООПТ – 6%, существующие и проектируемые ООПТ (находящиеся в стадии организации) – 3,4%, предлагаемые ООПТ и природоохранный территориальный резерв – 2,5%. В настоящее время общая доля ООПТ составляет – 11,9% от площади области. С организацией всех ООПТ можно достичь удельного веса природоохранных территорий на уровне Европейских стран (10–12%).

Цель анализа ООПТ состоит в определении их привлекательности для прогнозирования туристско-рекреационного потока, который должен определяться и регламентироваться предпланово-предпроектными документами по обустройству ООПТ. В результате анализа ООПТ различного статуса (заповедники, заказники, памятники природы, природный парк) – туристская направленность каждой категории ООПТ будет определяться их спецификой. В условиях организации туров на ООПТ важна регламентация и регулирование рекреационных потоков через разработку территориально-планировочной документации по обустройству заказников с определением допустимых нагрузок на ландшафты, исходя из их ценности и рекреационной устойчивости.

Лесопарковые территории Ленинградской области совместно с лесопарками города Санкт-Петербурга формируют единую пригородную лесопарковую зону, входящую в экологический каркас города и области.

На территории области в документах Государственного управления «Лесопарковая зона» обозначен 21 лесопарк общей площадью 23 тыс.га, что составляет 0,3% территории Ленинградской области. Из них 80% приходится на территорию МО «Всеволожский район», 13% – на территорию МО «Ломоносовский район» и 7% – на территорию МО «Приозерский район». Транспортная доступность лесопарков находится в пределах 1,5 – 2 часов от города. Территории лесопарков отличаются привлекательностью, живописностью, наличием водоемов и определенным уровнем благоустройства (пляжи, пешеходные дорожки, вело- и лыжные трассы и т.д.). В среднем, посещаемость в летний сезон колеблется в пределах 5-30 чел/га, в непосредственной близости водоемов до 50–100 чел/га, то есть антропогенная нагрузка требует регулирования как планировочными методами через разработку Генеральных планов лесопарков с проектами их обустройства, в которых должны быть четко выделены функциональные зоны; так и административно-организационными методами (информационные щиты, лесная охрана, штрафные санкции за нарушения и т.д.).

В целом, изначально нужна «Региональная программа развития и поддержки лесопарков» на территории области по аналогии с программой, разработанной для ООПТ, которая и должна определить стратегию по сохранению и использованию лесопарков.

Ландшафтный анализ территории Ленинградской области проводился с целью составления ландшафтно-рекреационной карты и позволил определить районы наиболее благоприятные для развития зимних видов туризма, что связано, в первую очередь с абсолютными отметками рельефа.

По климатическим показателям (высоте снежного покрова, продолжительности зимнего периода, температурным отметкам) Ленинградская область благоприятна для развития зимних видов туризма. Следовательно надо уделить развитию горно-лыжных комплексов большее внимание. Приведем перечень природных районов, наиболее благоприятных для зимних видов туризма: на Карельском перешейке Лемболовская возвышенность, Кавголовские высоты для создания сезонных центров зимнего туризма, маршрутов выходного дня, что объясняется хорошей транспортной доступностью; на Ижорской возвышенности несколько участков, представляющих интерес для проектирования зимних комплексов отдыха населения; окрестности г. Луги и оз. Череменецкого вызывают устойчивый интерес к перспективному планированию зимних центров отдыха; окрестности п. Шапки востребованы сегодня, не смотря на отсутствие благоустройства.

Нами обозначены места, которые в разной степени уже востребованы для зимних видов туризма. Лучшие возможности развития горно-лыжных баз и центров на востоке Ленинградской области. Районом перспективного развития горно-лыжных комплексов является Вепсовская возвышенность, с абсолютными отметками приближающимися к 300 м. н.у.м. Следует учесть гипсометрическую особенность рельефа с позиции его многоярусности. Восток Ленинградской области практически не востребован в зимний период времени, необходимо проектирование круглогодичных рекреационных центров, с акцентом на летний и зимний отдых.

Наряду с выбором и обоснованием пунктов перспективных для горно-лыжного туризма проводился анализ породного состава древостоя для рекреации, который показывает, что более предпочтительны сосняки – все они имеют разную устойчивость к рекреационным нагрузкам и их особенности следует учитывать при планировании рекреационных объектов. На ландшафтно-рекреационной карте показаны ареалы сосновых лесов и для них предложена рекреационная нагрузка .

Сегодня разрабатываются иные подходы к определению допустимых рекреационных нагрузок, в основу которых положен выбор целевых категорий посетителей, разработка ассортимента туристского продукта (видов рекреационных занятий, туристских маршрутов, необходимой инфраструктуры), от которых и зависит допустимая нагрузка на территорию. На смену математическому подходу пришел управленческий: в первую очередь планирование не количества туристов и отдыхающих, а долгосрочных целей и задач, спектра рекреационных возможностей, форм и видов рекреационной деятельности, различных моделей развития [4]. Вместо определения количественных показателей на этом этапе следует сначала разработать принципы, подходы к концепции развития туризма Ленинградской области, а затем изучить спрос и только после этого заняться определением потоков, планированием необходимой инфраструктуры и т.д.

На втором этапе оценки туристско-рекреационного потенциала осуществлялся анализ территориального распространения объектов культурного наследия (ОКН) с учетом их ранжирования. Составлена картосхема расположения историко-культурных объектов разного назначения и категорий, полученных из списков Департамента государственного контроля за сохранением и использованием объектов культурного наследия. Это списки памятников археологических, исторических, архитектурных, военно-исторических, культовых – где объекты имеют различный статус: федеральный, региональный и вновь выявленные.

Все сведения проанализированы и результаты анализа представлены в таблицах, где по административным районам показано количество объектов международного, федерального и регионального значения. К объектам регионального значения отнесены вновь выявленные, еще не имеющие определенного статуса, однако представляющие собой резерв для туристско-рекреационного использования.

Насыщенность объектами культурного наследия по районам Ленинградской области различна: первое место занимает Гатчинский район, на втором месте Приозерский, далее – Лужский, Волховский, Выборгский, Волосовский, Кингисеппский и Ломоносовский (имеют одинаковые показатели).

По числу объектов культурного наследия первое место занимает Выборгский район, затем Лужский, Волховский, Приозерский, Гатчинский.

По числу ОКН федерального значения на первом месте Гатчинский район, затем Волховский, Выборгский, Всеволожский и Кировский.

Прослеживается привязка объектов культурного наследия к районам древнего, средневекового и современного освоения территории. Так полоса памятников тянется вдоль побережья Ладожского озера, Финского залива, по долинам рек – Сясь, Паша, Свирь, Волхов и др. Поэтому и туристско-рекреационные зоны имеют векторы, соответствующие закономерностям распространения историко-культурных объектов. Часто сюда включены природные объекты разного статуса и значимости для туризма и тогда зона может иметь не вытянутую конфигурацию, а представлена в виде ареала.

Результаты анализа природного и историко-культурного потенциала послужили основой для создания картосхемы «Туристско-рекреационное районирование Ленинградской области» (рис. 1).

Туристско-рекреационное районирование – деление территории на части производится в зависимости от поставленных задач и избранных исследователем районообразующих факторов. В качестве основных факторов при создании схемы туристско-рекреационного районирования Ленинградской области приняты: наличие ООПТ, ландшафтная привлекательность региона исследования, наличие на территории объектов, формирующих ее историко-культурный потенциал, степень развития туристской инфраструктуры (объектов размещения, питания, досуга и развлечений), состояние транспортной инфраструктуры, туристско-рекреационное взаимодействие с сопредельными регионами.

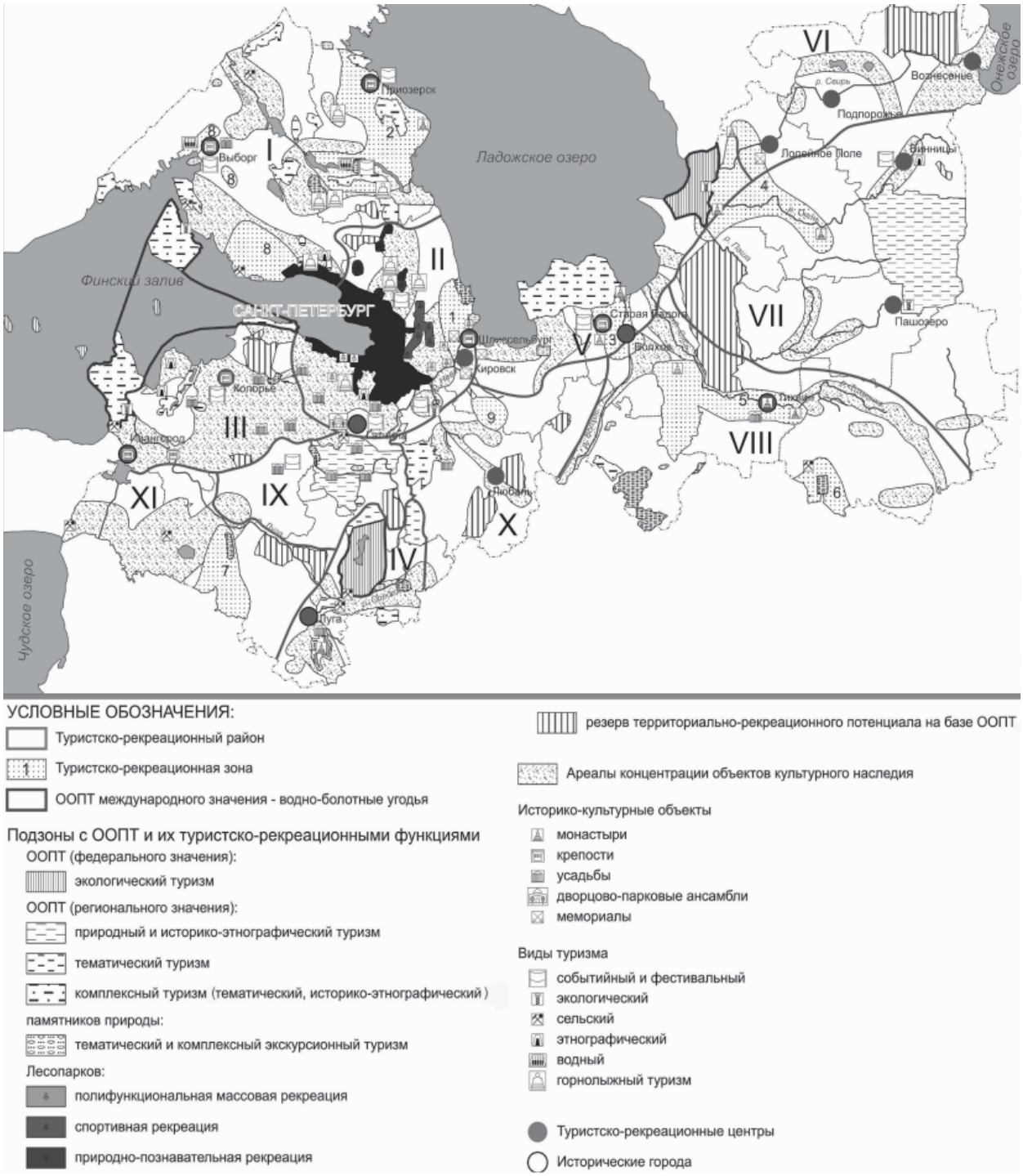


Рис. 1 Туристско-рекреационное районирование Ленинградской области

Совокупность вышеперечисленных принципов позволила выделить в пределах Ленинградской области 11 туристско-рекреационных районов (рис. 1). На схеме туристско-рекреационного районирования Ленинградской области внутри районов обозначены особые туристские зоны, в основу выделения которых положены ареалы концентрации объектов культурного наследия (ОКН) разных уровней (федерального, регионального, местного). Наряду с ОКН в состав зоны включены уникальные ландшафты, различные категории ООПТ, лесопарки. Туристская зона выполняет несколько функций. Приведем

краткие характеристики туристских районов, включающих девять выше обозначенных туристских зон.

I. Карельский перешеек – полифункциональный туристско-рекреационный район

Граница туристско-рекреационного района совпадает с государственной границей Россия – Финляндия и границей Ленинградской области с республикой Карелия. Южная граница проходит несколько южнее северной границы Всеволожского района. В качестве природно-рекреационного потенциала рассматриваются 12 ООПТ разной категории, включая Березовые острова, объект международного значения. Здесь выделяется 3 крупных ареала концентрации объектов культурного наследия. Один из них протягивается широкой полосой вдоль побережья Финского залива. Другой совпадает с долиной реки Вуокса, начиная от ее среднего течения до побережья Ладожского озера. Третий ареал приурочен к северной части и включает города Светогорск, Каменногорск. Внутри района выделяется туристско-рекреационная Приозерско-Нижневуоксинская зона, определение которой связано с тем, что долина реки Вуоксы востребована для различных видов водного туризма, центром федерального значения является поселок Лосево.

Город Приозерск привлекателен многими историко-культурными объектами: основное значение здесь имеет средневековый памятник архитектуры – крепость Корела. Этот район на протяжении нескольких десятилетий выполняет функцию основой рекреационной территории для жителей Санкт-Петербурга. Судя по количеству и разнообразию видов туризма: водный, пешеходный, лыжный, познавательный, спортивного альпинизма, дачный, образовательный, исторический, санаторно-курортный – район является полифункциональным.

Северо-восточное побережье Финского залива выполняет функцию санаторно-курортной зоны, которая дробится на три части и обозначена под № 8 –Прибрежная. Конфигурация зоны может измениться в перспективе. В связи со строительством Приморского порта изменяется экологическая обстановка, и возможно модификация туристско-рекреационных функций побережья.

Город Выборг – предлагается рассматривать как центр международного туризма, в связи с его приграничным положением и выходом Сайменской водной системы, территория которой арендована Финляндией.

II. Пригородный полифункциональный туристско-рекреационный район

Окружает город Санкт-Петербург широкой полосой около 30 км и включает побережье Ладожского озера. Основные природные ресурсы представлены двенадцатью ООПТ. Важными для пригородных маршрутов выходного дня являются 21 лесопарк, которые служат рекреационными территориями жителям Санкт-Петербурга.

Концентрация объектов культурного наследия имеет наибольшую плотность к югу и юго-западу от Санкт-Петербурга, широкой полосой ареал ОКН тянется от границы города до северной границы туристского района. Три ареала концентрации ОКН располагаются в восточной части района.

Здесь выделяется одна туристско-рекреационная Верхне-Невская зона (№1), включающая побережье Ладожского озера с двумя важными для военно-исторических туров центрами – городами Шлиссельбург и Кировск. Город Шлиссельбург – центр военно-патриотического туризма. Здесь находится крепость, где был заключен в 1323 году важный для России Ореховецкий договор. В районе города Кировска располагается хорошо известный Невский пятачок, где ожесточенные бои проходили с сентября 1941 по январь 1943 годов.

Привлекателен водный маршрут через бухту Петрокрепость от поселка Сосновец до поселка Кобона – маршрут по «Дороге жизни». Здесь шла эвакуация жителей осажденного Ленинграда на большую землю. Его следует сделать постоянно действующим. Центры туризма – г.Гатчина – историко-культурного, пос.Токсово – горнолыжного. Таким

образом, пригородный район полифункциональный – основные направления туризма – познавательный, историко-культурный, военно-патриотический, рекреационный, экологический, спортивный, горнолыжный (4 центра).

III. Юго-запад Финского залива с ООПТ международного значения

Включены части Ломоносовского, Гатчинского, Волосовского, а также Кингисеппского районов. Основанием для его выделения служат большое число ООПТ международного, федерального и регионального значения и ОКН, образующих подзону высокой концентрации: это бывшие дворянские усадьбы, архитектурные памятники, места, связанные с жизнью известных людей, древние крепости и т.д. Этот район с позиции туристско-рекреационной деятельности так же полифункционален однако предпочтение должно быть отдано экологическому и историко-культурному туризму.

В качестве туристского центра предлагается Копорье, функции которого подтверждаются выгодным географическим положением. Необходимо предусматривать проведение мероприятий по восстановлению крепости и созданию туристской инфраструктуры.

IV. Южнолужский санаторно-курортный с ООПТ международного значения

Сюда включена территория юга Гатчинского и западная часть Лужского районов. Около трети площади занимают ООПТ разного статуса. Концентрация памятников культурного наследия значительна, что позволяет выделить два крупных ареала, пригодных для познавательных (историко-культурных) туров. Здесь располагается сеть известных на Северо-Западе санаториев и домов отдыха, что связано с южным положением района в пределах Ленинградской области, центром обозначен г.Луга.

V. Приладожский туристско-рекреационный район, с преимущественно познавательным, историко-культурным и водными видами туризма.

Главным объектом для экологического, познавательного, образовательного, научного туризма является Нижне-Свирский заповедник федерального значения и водноболотные угодья Свирской губы Ладожского озера международного значения. Ареалы концентрации памятников культуры имеют широкое распространение и связаны в основном с историческими и военно-историческими событиям разных эпох. Особая зона (№3) – Староладожская охватывает нижнее течение р.Волхов с располагающимися в ее долине известными городами: Старая Ладога (древний город Северной Руси), Новая Ладога, г.Волхов. Для организации водных туров необходимо задействовать Новоладожский и Староладожский каналы. Центром туризма предлагается г. Старая Ладога.

VI. Посвирский туристско-рекреационный район с преобладанием водного и этнографического туризма

Южная граница проходит южнее долины реки Свирь, которая в новгородское время служила древней трассой освоения для колонизации Заволочья – территории, расположенной за Онежским озером и за системой древних волоков. В настоящее время по реке Свирь осуществляются теплоходные туры в Онежское озеро и на о.Кижи. Две гидроэлектростанции могут рассматриваться в качестве гидротехнических объектов для познавательного туризма. Большой интерес представляют природные объекты окрестностей сел Щелейки и Вознесенье. Важный этнографический объект располагается в с. Верхние Мандроги – современный этнографический центр, который посещается во время всех водных туров. По скоплению историко-культурных объектов нами выделена зона № 4 – Паше-Слободско-Тервеничская, включающая части туристско-рекреационных районов Посвирья, Приладожского и Восточного. Интересными для туризма с историко-культурных позиций являются населенные пункты: Старая Слобода на севере, Тервеничи на востоке, Оять и Паша на юго-западе, где располагаются православные святыни (Свято-Троицкий Александра Свирского, Покрово-Тервенический и Введено-Островский (Оятский) монастыри).

В качестве центра туризма федерального уровня предлагается г. Лодейное Поле, а регионального – г. Подпорожье.

VII. Восточный туристско-рекреационный район экологического и этнографического туризма, в состав которого входит самая крупная по площади в Ленинградской области ООПТ – природный парк «Вепсский Лес», включающий 7 уникальных природных резерватов. В их буферной зоне возможно развитие туризма: экологического, биологического, мягкого, агротуризма (сельского). Возможности для развития этнографического туризма обусловлены тем, что северная часть – п.Винницы – центр северных вепсов. В южной части парка находится п.Пашозеро и д.Лукино, здесь проходит граница между территориями проживания северных и южных вепсов. Этот район является самой перспективной территорией для развития горнолыжного туризма, поскольку есть участки с абсолютными отметками близкими к 300 м. Центрами туризма могут быть с. Винница на севере и п. Пашозеро с подцентром д. Лукино на юге природного парка.

VIII. Волховско-Тихвинский туристско-рекреационный район экологического и водного туризма

Основанием для выделения этой территории в самостоятельный район является включение сюда части долины р.Волхов, по которой проходил древний водный путь, и рек, включенных в Тихвинскую водную систему. На юге, в долине р.Рагуша, выделяется одноименная туристско-рекреационная зона № 6 – Рагушская, имеющая ресурсы для организации экологических туров. Еще одна туристско-рекреационная зона № 5 – Зеленецко-Тихвинская, где находятся монастыри – Тихвинский Большой Успенский и Троицко-Зеленецкий, предлагается для организации и проведения паломнических туров. У района хорошие перспективы для развития познавательного, историко-культурного, экологического и агротуризма (сельского туризма).

В качестве федерального центра туризма предлагается г. Тихвин, а регионального значения с. Зеленец.

IX. Центральный район историко-культурного, познавательного, экологического туризма

Включает среднюю часть Гатчинского и южную Волосовского районов. Главной природной достопримечательностью является активно проектируемый – природно-исторический парк «Верхнеоредежский», включающий кроме ООПТ (заказник «Ракитинский», северную часть заказника «Глебовское болото», памятник природы «Донцо», «Обнажения девона на реке Оредеж у поселка Белогорка», памятник природы «Карташевский ельник») 12 объектов культурного наследия, в число которых входят усадебные комплексы Ганнибалов, Пушкиных, Демидовых, Рылеевых, Рерихов, Набоковых, 14 культовых памятников и т.д. В качестве туристско-рекреационного центра предлагается усадьба Н. Рериха в д.Извара.

X. Тосненско-Любанский район военно-патриотического, спортивного туризма, дачной рекреации и побочного пользования лесом.

Включает территорию Тосненского, восточную часть Лужского, юг Кировского и запад Киришского районов. На юге Тосненского района проходила линия обороны. Здесь находятся места военных сражений, которые могут рассматриваться в качестве объектов для организации туров военно-патриотической тематики для молодежи.

В природном отношении здесь немного привлекательных ландшафтов, что связано с равнинностью рельефа и заболоченностью лесов. Наибольший интерес представляет урочище Шапки (туристско-рекреационная Шапкинская зона № 9), где в рельефе выделяются озовые гряды и камы, покрытые сосняками, а также межсклоновые понижения, занятые озерами. Специфика водно-ледникового рельефа создает условия для развития круглогодичного и сезонного туризма: летом прогулки по пересеченной местности, купание в озерах; зимой лыжные прогулки; осенью сбор ягод и грибов. Есть все возможности для круглогодичной природной и спортивной рекреации.

Здесь велика доля дачного освоения на месте осушенных болот. Дальнейшему рекреационному развитию будет способствовать создание дополнительных транспортных путей. В настоящее время электрифицированная железная дорога располагается в центре района, а шоссейные дороги ближе к западной и восточной окраинам. В качестве туристско-рекреационных центров могут быть предложены г. Любань и подцентр п. Шапки, с условием создания здесь соответствующей туристской инфраструктуры.

XI. Юго-западный район дачной рекреации

Включает Сланцевский, южную часть Кингисеппского, западную Лужского районов. По климатическим и агроклиматическим показателям это одно из самых благоприятных мест Ленинградской области для развития дачного хозяйства, а следовательно, и для сельского туризма.

Туристско-рекреационная зона № 7 Саба-Сяберская включает ареал концентрации объектов культурного наследия в юго-западной части района. На территории наиболее известных ООПТ: комплексном региональном заказнике Сяберский и памятнике природы – геологические обнажения девонских и ордовикских пород на реке Саба, могут получить развитие виды природного и научного туризма (геологический, геоморфологический, геоботанический).

Литература

1. Градостроительный кодекс Российской Федерации: (последняя редакция) – М.: Юрайт – Издат, 2006. – 83 с.

2. Красная книга природы Ленинградской области. Том 1. Особо охраняемые природные территории. Ответственные редакторы Г.А.Носков, М. С. Боч. – СПб.: Изд-во «Акционер и К»,1999 г., – 352 с.

3. Поддержка и развитие особо охраняемых природных территорий Ленинградской области на период до 2010 года», утвержденная Постановлением Правительства Ленинградской области №203 от 29.09.2003 года.

4. Чижова В. П. Определение допустимой рекреационной нагрузки (на примере дельты Волги)//Вестник Моск. Ун-та. Серия 5. География. 2007, № 3, с. 31-36

ТРАНСПОРТНОЕ РАЙОНИРОВАНИЕ ПОТЕНЦИАЛЬНЫХ РЕКРЕАЦИОННЫХ ТЕРРИТОРИЙ

Потапов И.А., *кафедра географии и геоэкологии, Поморский государственный университет им. М.В. Ломоносова, ipdk@yandex.ru*

Интенсивное рекреационное развитие территории начинается только тогда, когда на ней имеются пути сообщения [1]. Территории старого освоения с относительно густой транспортной сетью имеют преимущество в рекреационном развитии по сравнению с районами пионерского освоения. Для планирования их рекреационного использования бывает достаточно анализа транспортной обеспеченности территории, расписания движения общественного транспорта, осуществляющего доставку туристов к рекреационным объектам. [2]. Для обширных слабозаселённых областей Европейского Севера и Сибири приходится учитывать особенности их транспортной системы, заключающиеся в низкой плотности транспортной сети, отсутствии федеральных трасс, не связанности некоторых дорог в единую сеть, их сезонной проходимости. При этом там есть ценные рекреационные ресурсы, способные привлечь туристов, что позволяет создать дополнительные рабочие места для местных жителей (например, в Архангельской области находится село Ломоносово – родина М.В. Ломоносова, где имеется мемориальный музей, но добраться до него не всегда возможно). Поэтому при создании проектов по развитию

туризма на подобных территориях, вслед за изучением их рекреационных ресурсов и описанием основных объектов необходима оценка их транспортной доступности, определение объектов, которые можно при данном состоянии транспортной инфраструктуры использовать для создания туристских маршрутов и тех, для использования которых необходимы мероприятия по улучшению транспортной сети. При изучении транспортной доступности рекреационных объектов некоторых районов Архангельской области мы разработали схему транспортного районирования рекреационных территорий.

Методы и принципы транспортно-экономического районирования детально разработаны И.В. Никольским (1978) и другими учёными [3]. Их мы использовали в нашем исследовании. Районирование следует начать с изучения схемы транспортной сети предполагаемой для рекреационного освоения территории. В нашей стране туристами обычно используется автомобильный и железнодорожный транспорт. Эти виды транспорта наиболее доступны по цене и представлены почти везде. Авиационный транспорт используется при поездках в труднодоступные районы и на дальние расстояния. Его развитие сдерживают, прежде всего, высокие тарифы на авиаперевозки, а также отсутствие взлётно-посадочных полос. Для некоторых районов большое значение имеет внутренний водный транспорт, однако судоходность рек сезонна. Морской транспорт также имеет второстепенное значение для передвижения туристов, если только это не морской круиз. Для проведения районирования необходимо выделить на транспортной схеме территории главные магистрали (автомобильные и железнодорожные), входящие в Единую транспортную систему России и обеспечивающие связь района с потенциальными центрами формирования туристских потоков, а также местные дороги (грунтовые, просёлочные, технологические, зимники). Главные магистрали должны быть обеспечены мостами через водные преграды, а местные – паромными переправами (зимой – ледовыми). Для каждой магистрали нужно определить районы тяготения. Граница районов тяготения должна располагаться на расстоянии не более 10 километров по обе стороны от магистрали, потому что именно столько неподготовленный турист может пройти за один переход без последствий для здоровья. Хотя эта граница достаточно условна и требует корректировки исходя из проходимости местности, возможности её преодоления туристами. Таким образом, зону тяготения транспортной магистрали можно принять в качестве района по транспортной доступности для туристов. Мы пришли к выводу, что целесообразно выделять наиболее доступные, доступные условно и труднодоступные районы.

Наиболее доступные районы прилегают к главным магистралям. Если имеется несколько главных магистралей, идущих параллельно, или непосредственно с ними соединяются местные дороги, их зоны тяготения будут перекрываться, и ширина наиболее доступного района будет больше, чем 20 километров. На Европейском Севере наиболее заселённые и, как правило, наиболее обеспеченные дорогами территории располагаются по берегам рек. Поэтому в зону тяготения главной магистрали могут попадать и судоходные реки.

Доступные условно районы – это зоны тяготения местных дорог. Условность их доступности объясняется тем, что чаще всего это дороги без твёрдого покрытия, в межсезонье они могут быть непроходимыми. Кроме того, препятствием при передвижении по ним могут быть водные преграды, через которые нет мостов. В тёплое время года выручают паромные переправы, зимой – ледовые, но в период установления ледового покрова или при ледоходе они непреодолимы. В тёплый период года судоходные реки также могут использоваться для перевозки туристов. Однако следует учесть при этом, что пристани есть не везде и сроки навигации могут быть ограниченными.

Труднодоступные районы, как правило, удалены более чем на 10 километров от ближайшей дороги, по их территориям проходят зимники, тропы, протекают реки, либо вообще нет никаких путей сообщения. Обычно это мало обжитые места с редкими на-

селёнными пунктами, которые могут быть привлекательны для любителей экологического туризма. В данном случае наличие дорог не является решающим фактором. Передвижение туристов возможно пешком, по судоходным рекам, на вертолёте.

Площадь районов с различной транспортной доступностью зависит от охвата данной территории транспортной сетью, наличия главных магистралей и местных дорог. Охваченность территории сетью дорог зависит от физико-географических условий, заселённости местности, её хозяйственной освоенности. Поэтому в разных местностях соотношение наиболее доступных, доступных условно и труднодоступных районов будет различным.

При районировании Архангельской области по транспортной доступности мы выявили территории, на которых нет наиболее доступных районов (Лешуконский и Мезенский районы не связаны с основной территорией области автодорогами, действуют лишь зимники) и территории, где площадь труднодоступных районов минимальна (наиболее освоенные и заселённые районы юга области). В случае доступности территории морским транспортом и отсутствия дорог на побережье, надо учитывать, что не все суда могут подойти вплотную к берегу (только на воздушной подушке), пристани есть не везде. При таких условиях районы, доступные морским транспортом будут располагаться в радиусе 10 километров от населённого пункта с пристанью.

При проведении районирования следует помнить, что его сетка должна быть обязательно совмещена с рекреационно-ресурсной основой территории. В границах районов по транспортной доступности в дальнейшем можно проводить мероприятия по планированию развития туризма.

Транспортная инфраструктура – это ключ к рекреационному освоению местности. В её создании, прежде всего, должны быть заинтересованы местные власти, так как пользоваться ею будут и местные жители. Предложенная схема транспортного районирования потенциальных рекреационных территорий будет полезна на начальном этапе развития туризма на территориях с низкой плотностью транспортной сети, она достаточно проста и эффективна.

Литература

1. Котляров Е.А. География отдыха и туризма: формирование и развитие территориальных рекреационных комплексов, М.: Мысль, 1978, 238 с.

2. Петин А.Н., Королёва И.С. Социально-экономические условия организации рекреации и туризма в Белгородской области // География и туризм: сб. науч. трудов, Пермь, 2008. вып.5, стр.101 – 107.

3. Никольский И.В. География транспорта СССР, М.: Изд-во МГУ, 1978, 285 с.

СОЗДАНИЕ СИСТЕМЫ ТРАНСПОРТНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ТУРИЗМА НА ПРИМЕРЕ МОСКВЫ И МОСКОВСКОЙ ОБЛАСТИ

Романов С.А., *аспирант Российской Международной Академии Туризма, kyre@list.ru; royals@spnet.ru*

Привлечение туристов, повышение конкурентоспособности отечественных туристских продуктов, создание единого туристского пространства без приемлемой транспортной инфраструктуры невозможно. Помимо организации проживания, питания и подготовки объектов туристского интереса, туристов необходимо доставить к гостинице, учреждению общественного питания, музею и другим объектам. Российские туристские фирмы испытывают острую нехватку в специальных туристских транспортных средс-

твах. Проследить эту проблему можно было на примере туристской транспортной системы Санкт-Петербурга, которая в дни празднования 300-летия, подверглась сложному экзамену. С ростом числа туристов в Санкт-Петербурге проблема обострилась, и турфирмы не могли удовлетворить возросший спрос иностранных туристов из-за недостатка автобусов и других транспортных средств. Пополнить недостающее количество туристских транспортных средств своими сила не позволяют низкие финансовый возможности туристских фирм. Организовать свой автопарк многим туристским фирмам не под силу.

Для развития отечественного туристского транспортного обслуживания и привлечения дополнительного туристского потока, следует изучить опыт других регионов. Обратимся к мнению практикующих специалистов в области туризма (источник Анастасия Демичева, «Деловой Петербург» от 2 сентября 2003). Основными замечаниями представителей туристских фирм были: недостаток специально-оборудованного, качественного туристского транспорта, высокие цены на перевозку. Эти проблемы присущи не только туристкой транспортной системе Санкт-Петербурга и Москвы, но и остальным регионам России.

Для того чтобы туристское пространство было подготовлено к росту и обслуживанию существующего туристского потока, необходимо создать адекватную туристскую транспортную систему. Решение должно учитывать необходимость создания туристской транспортной системы, которая бы могла функционировать не загружая транспортные парки и транспортную систему мегаполисов (такие как Москва и Санкт-Петербург). Этот шаг позволит достигнуть другой цели – привлечение внимания властей к модернизации транспортных систем регионов, в особенности инфраструктуры. Также использование региональных транспортных ресурсов позволит перераспределить доход от перевозок в пользу регионов (около 30%-40% средств, поступающих в регион от туристов, приходится на услугу туристской перевозки).

Одним из путей решения может стать создание туристской транспортной системы на основе туристских транспортных операторов, которые будут находиться в туристских центрах региона. Туристский транспортный оператор это юридическое лицо, предоставляющее услугу туристской перевозки за плату на регулярной или чартерной основе. Рассмотрим предложение на примере туристской автотранспортной системы Москвы и Московской области. Причиной выбора этого региона является его высокая транспортная загрузка, традиционно высокий интерес со стороны туристов и дефицит качественного и недорогого туристского транспорта. Причиной выбора автомобильного вида перевозок послужила его универсальность, использование на экскурсионных и трансферных маршрутах, высокая степень развития интермодальности этого вида транспорта.

В основе туристских транспортных операторов будут использоваться различные формы объединений туристских фирм. Разукрупнение позволит решить проблему недостатка финансовых возможностей туристских фирм в покупке туристских транспортных средств.

Ниже представлена схема (рис. 1) туристских транспортных операторов и наиболее оптимальный маршрут между ними с тем учетом, что будет использоваться дорожная сеть с твердым покрытием, и не будет задействована транспортная инфраструктура Москвы (продолжительность задействованной автомобильной транспортной сети составляет 780 км). К тому же выгода от использования столичной инфраструктуры не очевидна в связи с тем, что она не выдерживает существующий транспортный поток, а быстрого, малозатратного и эффективного средства борьбы с транспортными заторами еще не придумано. Также учтена потребность в авиационном транспорте, который на сегодняшний день используется в большинстве туристских продуктов как средство доставки и возвращения из туристско-рекреационной зоны. Оптимально вписываются в туристско-транспортную систему два аэропорта – Домодедово и Внуково. Они находятся относительно

недалеко от основного маршрута и могут быть использованы для предоставления туристам обзорно-экскурсионных услуг на воздушном транспорте. Также возможно использование аэропорта Шереметьево. Узким звеном в этой системе является недостаточно развитая кольцевая дорожная сеть Московской области. Основным недостатком являются недостаточная ширина и качество дорожного полотна.

Автомобильный туристский транспортный оператор будет представлять собой элемент, функционирующий в системе сотрудничества таких сторон как:

– Правительство региона;
– туристские транспортные операторы;
– автотранспортные предприятия.

Перечисленные элементы системы имеют определенные функциональные связи, представленные на рисунке 2.

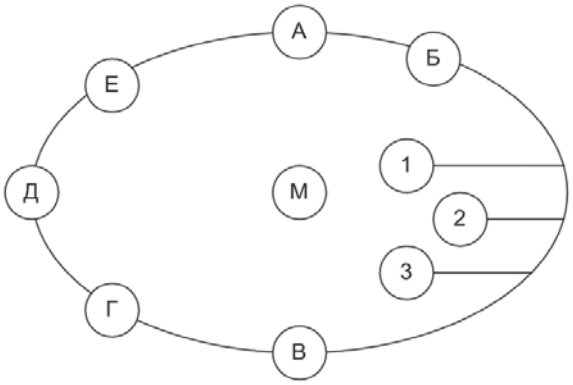


Рис. 1 Схема туристско-транспортных операторов маршрута
А – Дмитров; Б – Сергиев Посад; В – Серпухов; Г – Можайск; Д – Волоколамск; Е – Клин.
1 – аэропорт Шереметьево; 2 – аэропорт Домодедово; 3 – аэропорт Внуково.

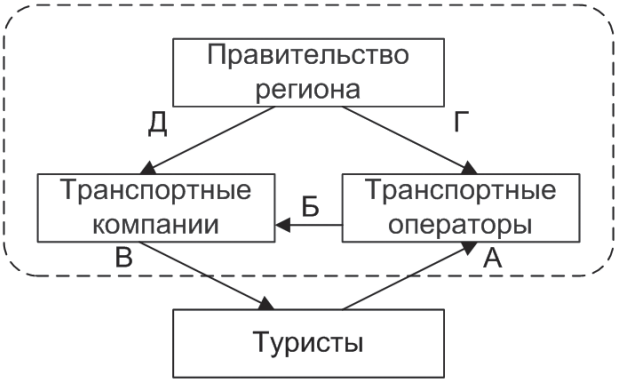


Рис. 2 Структура туристско-транспортного оператора
А – оплата туристской перевозки; Б – передача туристского транспорта на обслуживание; В – перевозка туристов; Г – поддержка объединений со стороны Правительства Московской области; Д – контроль за соблюдением обязательств транспортными компаниями

Местные туристские фирмы, объединяясь на основе договора, создают удобную (в зависимости от местных условий и пожеланий участников) форму объединения. В объединении они накапливают общий капитал. В него могут входить помимо денежных средств также транспорт и другие основные средства, используемые в процессе туристских перевозок. Далее задача объединения использование туристских транспортных средств или в случае их недостатка приобретение новых с использованием доступных финансовых инструментов (лизинг, прямая покупка и т.д.). Возможно, для большей заинтересованности туристских фирм в объединении потребуется поддержка со стороны правительств регионов, которая может представлять собой долевое участие в объединении, установка налоговых льгот, предложение участия в программах и т.д. В этом случае власти получают действенные инструменты мониторинга транспортных средств, контроля над системой туристских перевозок, качеством и экологичностью туристского транспортного обслуживания.

Далее туристские фирмы передают транспортные средства на основе договора в автотранспортные предприятия, которые обязуются:

– хранить и обслуживать вверенные им транспортные средства,
– предоставлять экипаж для осуществления перевозок,
– производить ремонт и обновление средств перемещения и др.

Туристским фирмам не потребуется затрачивать средства на покупку, строительство или аренду зданий и сооружений, наём дополнительного обслуживающего персонала и

другие сопутствующие статьи расходов. Также подобное сотрудничество между производителями, туристскими фирмами и перевозчиками создаст определенную теоретическую и практическую базу для разработки, выпуска и апробации собственных российских туристских транспортных средств отечественными производителями.

Проведем анализ предложения по организации туристских транспортных объединений. На данный момент в России нет большого опыта создания и функционирования подобных организаций, однако условия современного рынка и достигнутый уровень развития законодательства не препятствуют созданию подобных форм хозяйствования. Их потенциал довольно большой и требует детального изучения (табл. 1).

Таблица 1

SWOT-анализ использования туристского транспорта в составе объединения

Сильные стороны	**Слабые стороны**
– снижение затрат на ремонт, содержание и обновление парка для туристских фирм, которые имеют в собственности транспортные средства; – отсутствие необходимости покупать или арендовать здания, сооружения, нанимать сотрудников для обслуживания парка; – достаточно высокая оперативность в использовании транспортных средств; – большая доля функций и обязательств перекладывается с туристской фирмы на объединение; – повышение уровня конкуренции на рынке туристских перевозок; – снижение цен на услуги транспортных компаний.	– создание, поиск участников и поддержание эффективной работы такой организации требует больших финансовых, трудовых и временных затрат.
Возможности	**Угрозы**
– более широкие возможности по обеспечению высокого уровня безопасности на транспорте; – контроль за качеством используемых транспортных средств; – за счет грамотного управления и четкого внутреннего распорядка, взаимовыручки и честных партнерских отношений можно избежать потенциальных угроз и проявления слабых сторон.	– существует вероятность возникновения конфликта на почве совместного использования транспортных средств, которое может повлечь осложнение взаимоотношений между участниками объединения.

Большим положительным момент в этом предложении является то, что в случае если транспорт находится в собственности объединений, у небольших компаний – членов объединения – появляется возможность влиять на качество туристских перевозок, их цену и график использования транспортных средств. Также в объединение могут вступить туристские фирмы любых размеров и форм собственности.

Используя систему туристских транспортных операторов в формировании туристского транспортного парка, участники объединения получают следующие преимущества:

1. Удельное снижение затрат каждого участника на содержание транспорта и персонала.

2. Снижение налога на имущество каждого участника за счет вывода транспортных средств из активов компании.

3. Повышение оперативности использования транспортных средств, в сравнении с использованием услуг транспортных компаний.

4. Независимость от условий, поставленных перевозчиками.

Важным требованием для реализации этой системы и общего развития системы туристских перевозок является создание технических требований для туристского транспорта, условий его содержания и выделение его в классификации транспортных средств. Также необходимо законодательное закрепление понятия «туристская перевозка», «услуга туристской перевозки».

Система туристских транспортных операторов может стать одной из опор и стимулов развития отечественного производства туристских транспортных средств, повышения качества предоставления туристской перевозки и оптимизации её цены.

Литература

1. Гражданский Кодекс Российской Федерации от 21 октября 1994г. с изменениями и дополнениями

2. ФЗ №132 «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» от 17 января 2007г.

3. Демичева А.Н., статья: «В Северной столице не хватает комфортабельных туристических автобусов». – Спб.: «Деловой Петербург» от 2 сентября 2003

ВИРТУАЛЬНЫЙ ТУРИЗМ: ПРОБЛЕМЫ СТАНОВЛЕНИЯ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

Быкасов В.Е., *Институт вулканологии и сейсмологии ДВО РАН, pkcats@gmail.com*

«Человек – часть природы, он подчинён физическим законам и не способен изменить их; и всё же он выходит за пределы природы. Он отделён, будучи частью; он бездомен и всё же прикован к дому, в котором живёт вместе со всеми другими существами. Брошенный в этот мир в определённое место и время, он таким же случайным образом изгоняется из него. Осознавая себя, он понимает свою беспомощность и ограниченность собственного существования. Он предвидит конец – смерть. Он никогда не освободится от дихотомии своего существования: он не сможет избавиться от разума, даже если бы захотел; он не может избавиться от тела, пока жив. И тело заставляет его желать жизни» (Э. Фромм, 7).

Одним из характернейших признаков нашего времени является поворот человеческих устремлений и чаяний в сторону максимально бережного отношения к природной среде. Причём общественное сознание всё больше и больше проникается мыслью о том, что без нацеленности всей, и, прежде всего, хозяйственной, деятельности человека на сохранение в естественном или близком к нему состоянии как можно большего числа ландшафтов и экосистем, само существование человека как биологического вида становится просто невозможным. Ибо на сегодня стало совершенно ясно, что важнейшим условием выживания человека является наличие ландшафтно-экологического фонда Земли, в котором должно быть зарезервировано не менее 30–35% площади земель, сохранивших свою первично-природную структуру. Кстати, с учётом того, что под эту категорию в первую очередь подпадают слабо освоенные и почти неосвоенные территории Крайнего Севера и Антарктиды, создание такового фонда является вполне возможным [1]. Пока ещё возможным.

Однако было бы наивно и близоруко говорить только о сохранении природной среды как таковой. Жизнь есть потребление, а потому просто невозможно уйти от необходимости использования самых разнообразных, в том числе и рекреационных, природных ресурсов. И, стало быть, говоря об охране среды обитания человека, методологически оправданней было бы говорить о разумном использовании природных ресурсов, а не о

повсеместном запрещении хозяйственной деятельности. То есть речь следует вести о рациональном природопользовании, понимая последнее как максимально щадящий режим эксплуатации любых видов природных ресурсов. И памятуя при этом о том, что с освоением природных ресурсов нередко возникает ситуация, когда сиюминутные потребности идут вразрез с долговременными приоритетами и интересами многих народов и всего мира, оборачиваясь масштабными и интенсивными изменениями в отрицательную сторону природной структуры целых стран и континентов. Впрочем, рассмотрим эту ситуацию чуть подробнее.

В последние годы состояние мирового социума всё в большей и большей мере характеризуется углублением и расширением двух основных, и взаимно противоположных, тенденций. С одной стороны – это бурное развитие новейших, и в первую очередь информационной, технологий, призванных обеспечить эффективное и продуктивное управление экономикой, производством, да и самим обществом. А с другой – это столь же чётко выраженное вхождение человечества в многозвенный (демографический, продовольственный, энергетический, экологический, гуманитарный социальный, экономический и политический) кризис. И оба эти обстоятельства ставят перед человечеством проблему поиска новых путей развития.

В попытке, хотя бы на идеологическом уровне, решить эту двойственную проблему, международным сообществом под эгидой ООН была разработана [3] концепция так называемого устойчивого эколого-экономического развития (от sustainable development – устойчивое развитие). В том смысле так называемого, что декларируемая в ней стратегия обеспечения жизненных потребностей будущих поколений на деле подменяется весьма интенсивной, если не сказать – разрушительной, эксплуатацией населения и природы развивающихся и слабо развитых стран.

То есть, на самом деле начало третьего тысячелетия для мирового сообщества ознаменовалось признанием того факта, что надежды на придание императиву устойчивого развития статуса общемирового фактора, гарантирующего экологически высокое качество природной среды и стимулирующего создание здоровой экономики для всех без исключения народов мира, оказались нереализованными. Более того, в 2002 г. саммит в Йоханнесбурге, ведущей целью которого как раз и было подведение итогов с «глобальным развитием», а также разработка конкретных мероприятий в целях дальнейшего претворения в жизнь задач этой концепции, был вынужден констатировать, что предшествующее десятилетие продемонстрировало скорее её провал, нежели сколько-нибудь значимый успех. Ибо вместо достижения продекларированного в ней повышения уровня материального обеспечения всего человечества, и, прежде всего, населения развивающихся стран, произошло дальнейшее нарастание социально-экономической напряжённости между Севером и Югом. Или, как ныне принято говорить, между странами «золотого миллиарда» и «странами-изгоями». Что наиболее наглядно проявилось в глобальном распространении такого опасного социально-политического явления как международный терроризм. И дальнейшее промедление с достижением поставленных в концепции устойчивого развития целей и задач грозит расширением масштабов и географии этого крайне опасного для человечества социально-политического напряжения.

Не вызывает оптимизма и состояние дел с глобальной экологией. Во всяком случае отказ США и некоторых других развитых стран мира подписать Киотский протокол о лимитах загрязнения атмосферы, продолжающаяся вырубка влажнолюбивых лесов Бразилией, которой так и не выделили обещанных 10 млрд. долларов ежегодной компенсации для возмещения неполученного дохода, и интенсификация процесса переноса энергоресурсоёмких и экологически опасных производств в слаборазвитые страны, вызывают большие сомнения в способности человечества решить хотя бы самые насущные

экологические проблемы. Среди которых сохранение первично-природной структуры особо охраняемых территорий имеет принципиальное значение.

Дело в том, что в результате расширения и углубления экологического кризиса человечество столкнулось с вызовом, которое объявила ему изнасилованная им же природа. Суть которого заключается в донельзя оголённой дилемме: быть или не быть самому человеку на Земле. Ибо при всякого рода глобальных экологических катастрофах в первую очередь погибает самое высокоорганизованное на этот момент звено биосферы. Так было, например, около 250 млн. лет тому назад, когда к середине пермского периода полностью вымерли доминирующие на протяжении предшествующих эпох трилобиты. Так было и 65 млн. лет тому назад, когда в конце мелового периода на смену потрясающим динозаврам пришли серенькие, невзрачные млекопитающие. Так, не исключено, может произойти и с венцом развития млекопитающих – человеком, который к концу XX века «неожиданно» для себя обнаружил, что он всего лишь биологическое существо. Да, самое разумное и высокоорганизованное. Да, технически оснащённое почти до всемогущества. И в то же время с экологической точки зрения крайне непластичное, практически совершенно не реагирующее на скоротечные изменения условий среды обитания.

Таким образом, одним из основных противоречий нашего времени стало противостояние между обществом и природой. Которая в ответ на разрушительную деятельность человека поставила мировое сообщество перед неизбежным выбором: или сокращать, и незамедлительно, численность населения до, как минимум, 1 млрд. человек, или столь же незамедлительно и кардинально уменьшать потребление всех видов природных ресурсов. Ибо обычной питьевой воды уже не хватает для доброй половины человечества, содержание кислорода в атмосфере вот-вот начнёт снижаться по экспоненте; а стремительно уменьшающийся рекреационный потенциал планеты, в лице естественных ландшафтов и экосистем, подводит человечество вплотную к экологической катастрофе.

Особое место в этом списке потерь занимают рекреационные ресурсы «дикой природы». В том смысле особое, что их потенциал снижается не только вследствие непосредственного освоения сугубо материальных (лесных, пастбищных, пахотных, водных, полезных ископаемых и пр.) ресурсов всё новых и новых территорий, но и в результате лавинно нарастающего процесса удовлетворения потребностей чисто эстетического свойства. То есть в результате естественного желания человека хотя бы время от времени приобщаться к первозданной красоте дикой природы

И в самом деле, даже охота типа «сафари» и рыбная ловля по правилам «поймал-отпустил», не говоря уже о сборе дикоросов и добыче дичи для изысканной диеты туристов, изменяют видовой состав биоценозов и ведут к исчезновению редких видов растений и животных. А строительство туристических комплексов, гостиниц, кемпингов и ресторанов, которые, как правило, располагаются в наиболее живописных местах, плюс подведение к ним транспортных и обслуживающих (дорог, линий электропередач, водопровода, канализация и т. д.) сетей ведёт не только к уничтожению животного мира застраиваемых участков, не только к загрязнению отходами, сточными водами, выхлопными газами и нефтепродуктами прилегающих территорий, не только к вытаптыванию, вплоть до обезлесения, почвенно-растительного покрова и, отсюда к деградации местообитаний биоты и не только к нарушению стабильности почвообразования и рельефообразующих процессов, как считают авторы «Трансграничного диагностического анализа» [6], но и разрушению первично-природной ландшафтно-экологической структуры в целом.

Таким образом, можно утверждать, что в принципе нормальное желание людей соприкоснуться с незатронутой и мало затронутой человеческой деятельностью при-

родой, привело к ситуации, когда даже природоохранный статус не спасает первично-природные ландшафты и экосистемы от антропогенного давления, поскольку так называемый «экологический туризм» охватил даже биосферные заповедники и заказники. Есть ли выход из создавшейся ситуации? Думается, что есть. И заключается он в создании специальной информационной системы (сети), которая бы позволила человеку, не выходя за пределы своей квартиры, «побывать» в любом уголке планеты.

То есть, говоря другими словами, современное человечество вплотную подошло к пониманию необходимости отказа от своего желания созерцать дикую природу непосредственно в пользу своего же собственного и похвального намерения сохранить природное многообразие. И, следовательно, возникает проблема компенсации этой потери. Единственно эффективным вариантом решения которой может стать разработка методологии «виртуального ландшафтно-экологического пространства» и специальных программ «виртуального туризма» – то есть разработка и создание специальных информационных программ, опирающихся как на уже имеющиеся технологии по созданию информационного пространства, так и на впечатляющие перспективы технологии «виртуальной реальности» [2].

Конечно же, образно говоря, всё это – та же соя вместо натурального мяса. Но как невозможно всех живущих на Земле обеспечить натуральным мясом вдосталь, так невозможно удовлетворить и запросы в естественных рекреационных ресурсах 6,5, а в ближайшем будущем и всех 10, миллиардов человек. И уж совершенно не хочется думать о том, что кто-то и когда-то всерьёз решится пойти на сокращение численности землян в 10 раз ради полной обеспеченности «избранных» всеми видами природных ресурсов. А раз так, то и создание современной информационной системы должно стать не целью, а средством. В том числе и средством сохранения «дикой природы».

Но каковы предпосылки создания «виртуального ландшафтно-экологического пространства»? Согласно Программе ЮНЕСКО «Информация для всех», осуществляемой под эгидой ООН, на сегодня уже сложилось так называемое мировое «информационное сообщество», которое функционирует на основе информационных технологий и занимается информационными услугами в глобальном масштабе. Причём это самое мировое «информационное сообщество» уже готово от технической разработки унифицированного рынка информационных услуг перейти к выбору целей, к которым оно должно стремиться. Так почему бы одной из таковых целей не стать «виртуальному ландшафтно-экологическому пространству»?

Другое дело, что успеху этого многообещающего предприятия во многом мешает и может помешать очевидный диспаритет в доступе к этой новой сфере человеческой деятельности. Который сложился как вследствие вполне объективных – экономических, социальных, политических – причин. Так и, главным образом, вследствие того, что на сегодня информация является одним из наиболее существенных факторов конкуренции – то есть фактором обеспечения богатства и власти для одних и фактором дальнейшего нарастания бедности и неравенства для других. Впрочем, это уже несколько иная тема.

Итак, становление и развитие информационного сообщества предопределяет возможность создания и развития совершенно новой культуры. Культуры, базирующейся на взаимоотношениях не с реальными предметами и ощущениями бытия, а с их специально разработанными моделями, графическими изображениями и виртуальными, в том числе и пейзажными, образами. Культуры, предусматривающей создание и внедрение специфической «информационной грамотности». И это означает, что у человечества с зарождением и развитием информационной технологии появляется ещё один, может быть

последний шанс для того, чтобы сохранить природное (ландшафтно-экологическое) многообразия планеты.

В этой связи стоит отметить, что подобная же мысль о невозможности сохранения культурных ценностей, хранящихся в музеях и галереях, как и самих этих музеев и прочих архитектурных и исторических памятников, в условиях туристического бума уже давно и неоднократно высказывалась наиболее трезвыми головами планеты. В частности, ровно 30 лет тому назад известный русский писатель В. Солоухин в своём блестящем эссе следующим образом выразил своё отношение к этой проблеме: «Человечество охвачено сейчас, как бы я назвал, «вакханалией доступности». Смею утверждать, что белоснежная гора на Кавказе, сверкающая в недосягаемых высотах и казавшаяся Лермонтову подножием божьего престола, не покажется таковой, если до неё можно доехать по канатной дороге за 10 минут. Коралловый атолл, до которого надо было на паруснике плыть несколько месяцев, выглядит для нас иначе, если мы подлетаем к нему на вертолёте, затратив на перелёт время от завтрака до обеда. Эта вакханалия доступности пронизывает весь регистр нашего общения с внешним миром, от тайны цветка до тайны Луны, от женской любви до молнии с громом. Но боюсь только, что со всеобщей доступностью сделается постепенно недоступным для нас такое понятие, как красота» [5].

А затем конкретизировал: «Речь идёт о так называемом «музейном взрыве», когда через маленький дом Чехова в Ялте проходит 125 тыс. человек, а через Эрмитаж (пусть и большой) – 3 миллиона. В результате расшатываются здания и стираются полы (подлинный пол, по которому ходил Толстой, может быть утрачен только один раз), от переизбытка людей (пыль и дыхание) с живописью происходят нежелательные, необратимые процессы» [4]).

И подвёл окончательный итог: «Тогда зачем же этот дом в Ялте, в Ясной Поляне? Затем, что он есть бесценное народное достояние. Его можно фотографировать, снимать в кино, живописать, издавать альбомы» [там же].

Кстати, по-разному можно относиться к писателям, художникам, поэтам, артистам и прочим представителям творческой интеллигенции. Вплоть до того, что можно испытывать неприязнь к некоторым из них как к конкретной личности. Но ни в коем случае не стоит отрицать тот факт, что, во-первых, многим из них дан дар интуитивного предвидения, и что, во-вторых, именно они, во многом, определяют и предопределяют настроение образ действий общества.

В частности, тот бум неорганизованного туризма, который начиная с 70-х годов прошлого века охватил значительную, если не большую часть населения СССР и, затем, России, был вызван к жизни прекрасными и добрыми песнями самодеятельных и официальных бардов, породившими моду на путешествия. Которая, как и всякая мода, приобрела самодавлеющий характер и уродливые формы – от массового загрязнения лужаек и берегов рек любителями воскресных пикников, до широкомасштабного уничтожения лесов антропогенными пожарами.

То есть, оттеню суть дела, одной из важнейших причин попадания общечеловеческих ценностей (бесценностей, точнее) под угрозу если не уничтожения, то всё же непоправимой порчи, является невольно, а чаще – вольно, сознательно насаждаемая мода на путешествия и посещение музеев и галерей. Поскольку, как выясняется, в основе её лежит не столько искреннее желание приобщения людей (хотя это и постулируется) к духовным богатствам природы и искусства, сколько регулируемое следование сегодняшним течениям жизни, порождаемых и поощряемых примитивной, а потому и действенной, погоней за извлечением прибыли. И лишь уже имеющиеся, а тем более, завтрашние, информационные технологии достаточно эффективно могут заменить человеку прямое общение с природными, историческими, архитектурными и прочими духовными и реальными объектами действительности. Или, говоря иначе, могут

заменить непосредственную эксплуатацию эстетико-познавательных ресурсов, в том числе и ресурсов ООПС, созерцанием их виртуальных отображений. А вернее сказать вхождением, вживанием в ту самую «виртуальную реальность» за счёт «эффекта присутствия», который достаточно успешно способна создавать даже нынешняя информационная технологии.

Например, виртуальный филиал, созданный в центре музейной педагогики Государственного русского музея в Петербурге, уже сегодня позволяет зрителям, сидящим в интерактивном кинотеатре, беспрепятственно «проникать» в пейзаж той или иной картины или слайда (Последний день Помпеи. Поиск № 17, 21 апреля 2004 г.). И это при том, что создан таковой кинотеатр на основе далеко не самой, если вспомнить о спецэффектах и самостоятельных игровых фильмах голливудского происхождения, новой технологии создания «виртуальной реальности». Так что замена реальной природы и реальных музейных и галерейных экспонатов на их виртуальное изображение – это всего лишь проблема времени. И она, вспомним ситуацию с музыкой, окружающей нас со всех сторон, будет успешно решена.

Правда, при этом возникает другая проблема – проблема туристического бизнеса как такового, который на сегодня является одной из наиболее доходных отраслей человеческой деятельности. Но тут современным фирмам, как впрочем, и государствам и всему человечеству, пора понять, что иной альтернативы, кроме как создание «виртуального туризма», пожалуй, и нет. Вернее, им придётся понять, что за счёт старых представлений им не выжить. Как пришлось это понять, например, фирмам, некогда распространяющим массовую информацию посредством газет и книг, которые вынуждены были перейти (пусть пока и не полностью) на новые способы организации информации и её продажи потребителям. Как пришлось это понять и фирмам, наживающимися на тяге человека к экстремальным ситуациям, также вынужденными пойти на сооружение всякого рода аттракционов, имитирующих то же скалолазание, сплав по рекам, автомобильные гонки с препятствиями и тому подобные формы самовыражения (или самоистязания, что, впрочем, почти одно и то же). Ну и естественно, помнить о том, что Билл Гейтс стал самым богатым человеком мира, торгуя этой самой (компьютерные программы) виртуальной реальностью, а не нефтью или газом.

То есть, повторимся ещё раз, человечеству приспело перестраивать саму систему ценностей. И перестраивать таким образом, чтобы эстетические потребности в максимальной мере удовлетворялись не реальными объектами, а их виртуальной копией. Ибо, с одной стороны, желающих осмотреть культурные объекты и ценности стало настолько много, что весьма значительная часть современных музеев, выставок и коллекций стоит на гране полного или частичного закрытия из-за невозможности поддержания на должном уровне условий их хранения. Вспомним, как в марте этого года власти Венеции и некоторых других городов Западной Европы во время недавних пасхальных каникул пошли на закрытие доступа своих городов для школьников, ибо столь массовый наплыв экскурсантов и туристов грозил породить подлинный, и весьма опасный по последствиям, хаос.

Вполне понятно, что, будучи средством достижения баланса между интересами человека и природы, виртуальный туризм ущемляет права человека на непосредственное восприятие природных и культурных ценностей. Но, говоря о правах, надо помнить и об обязанностях по сохранению и культурных объектов, и природных ландшафтов и экосистем. То есть помнить о том, что даже обычная хозяйственная деятельность (охота, оленеводство, рыболовство, лесное и сельское хозяйство и добыча полезных ископаемых) по степени отрицательного воздействия на природу начинает уступать пальму первенства туризму. Вплоть до того, что уже и территории заповедников всё настойчивее и масштабнее, а главное сознательно и на законода-

тельно-государственном уровне, охватываются так называемым «экологическим туризмом».

Так что единственным, пожалуй, выходом из этой тупиковой ситуации может стать виртуальный туризм, базирующийся на методологии создания виртуального культурно-исторического и ландшафтно-экологического пространства, сконструированного с помощью современных информационных технологий. Ибо, во-первых, альтернативой этому является исчезновение природных и культурных ценностей. Ибо, во-вторых, у человечества осталось совсем мало времени для исправления ситуации в лучшую сторону, так как деградация природных и культурных ценностей уверенно приближается к катастрофическому финалу. И дабы этот финал не наступил, человечеству не остаётся ничего иного, как вернуться к системе «табу» – то есть к практически полному запрету на посещение специально выделенных для обеспечения жизнетворящих и духовных начал бытия (чистого воздуха, чистой воды, нерукотворного пейзажа, произведений искусства) объектов природы и культуры.

Литература

1. Быкасов В. Е., Чуян Г. Н. Камчатский гидроэкорегион как информационное пространство // Материалы Международной конференции «ГИС для устойчивого развития». (Петропавловск-Камчатский, 30 июля – 1 августа 2001 г.). Петропавловск-Камчатский, 2001. С. 170–177.

2. Быкасов В. Е, Чуян Г. Н., Быкасов А. В. Виртуальное ландшафтно-экологическое пространство // Материалы международной конференции «Устойчивое развитие территорий: геоинформационное обеспечение и практический опыт. Владивосток (Россия), Чаньчунь (КНР), 12–19 июля 2004 г. Владивосток-Чаньчунь, 2004. С. 68–75.

3. Наше общее будущее. Ред. С. А. Евтеев и Р. А. Перелет. М.: Прогресс, 1989. 376 с.

4. Солоухин В. А. Какова цена «музейного взрыва?». Волшебная палочка. М.: Московский рабочий, 1983. С. 181–186.

5. Солоухин В. А. Цивилизация и пейзаж. Доклад, прочитанный 12 сентября 1978 на Нобелевском симпозиуме «Человек и природа». Гетеборг. Волшебная палочка. М.: Московский рабочий, 1983. С. 235 – 245.

6. Трансграничный диагностический анализ. Научный координатор: В. И. Сергиенко. Ответственные редакторы: П. Я. Бакланов, С. С. Ганзей, А. Н. Качур. Владивосток: Дальнаука. 2002. 258 с.

7. Фромм Э. Психоанализ и религия. Сумерки богов. М.: Изд-во политической литературы, 1990. С. 143–221.

ТУРИЗМ И КАРТОГРАФИЯ

Мешечко Е.Н., *УО «Брестский государственный университет имени А.С. Пушкина»*

Карта является важным источником пространственно-временной качественно-количественной информации об объектах, явлениях и процессах в пределах конкретной территории.

Главными направлениями практического использования карт в рекреационно-туристской деятельности являются:

а) общее предварительное ознакомление с местностью, районом, страной и т.д., их изучение по картам без ознакомления в натуре;

б) ориентирование по карте, т.е. применение в качестве путеводителей на местности, туристических походах, местах стационарного отдыха;

в) карта является основным средством научного исследования и основой для оценки природной и социально-экономической составляющей для целей рекреации и туризма.

Среди тематических карт для целей рекреации и туризма по содержанию в самых общих чертах необходимо выделить следующие группы:

Классификация туристско-рекреационных карт по содержанию						
Виды и география туристско-рекреационных ресурсов	Характеристика современного состояния туристско-рекреационных ресурсов	Характеристика факторов, оказывающих влияние на состояние туристско-рекреационных ресурсов	Емкость рекреационных территорий и изменения ПТК	Проявление негативных явлений и процессов	Ранжирование туристско-рекреационных объектов и территорий	Туристские маршруты и экологические тропы

На картах, отражающих виды и географию туристско-рекреационных ресурсов, наносятся природные территории и объекты (охраняемые территории, парки, водоемы, леса, болота, геологические обнажения, отдельные валуны, места нахождения редких видов растений и животных); социально-исторические объекты (дворцово-парковые усадьбы, культовые сооружения, старинные кладбища, замки и др.); археологические (курганы, могильники, древние поселения); транспортные магистрали (шоссейные и железные дороги).

Карты, отражающие современное состояние, степень изменения, сохранность компонентов и элементов природы (геологическое строение, рельеф, климат, воды, почвы, растительность и животный мир ландшафтов и их морфологических частей). Так, для развития познавательного и экотуризма необходимо картографировать морфометрию и морфографию рельефа, степень изменения его, эстетическую привлекательность, уникальность. При характеристике климата на карту наносятся данные о продолжительности комфортного периода, продолжительности залегания снежного покрова, количества атмосферных осадков; при характеристике вод – речная сеть и озера, температурный режим вод, продолжительность периода с комфортными температурами вод, экологическое состояние водоемов; при характеристике растительности показывается лесистость, преобладающие формации и типы леса, мозаичность, видовая насыщенность, наличие охраняемых видов и территорий.

При составлении карт, характеризующих влияние различных факторов на состояние рекреационных территорий и объектов, необходимо рассматривать воздействия различных сфер хозяйствования человека (промышленность, сельское хозяйство, транспорт) на состояние карт природных, так и социально-исторических объектов и территорий.

На картах емкости природных территорий (рекреационных зон) показывается не только вместимость их с точки зрения вместимости отдыхающих, которые не приводят к нарушениям экосистем, но отражается также и верхние пределы их устойчивости к рекреационных нагрузкам. На основании полевых исследований изучаются и картографируются стадии рекреационных дигрессий и намечаются мероприятия по минимизации отрицательных воздействий.

На картах, отражающих проявление негативных процессов и явлений, наносятся места с наибольшими показателями загрязнений (химическое, радиологическое, физическое, биологическое) компонентов природы (вод, атмосферы, почв, растительности).

Особую группу составляют оценочные карты с точки зрения пригодности ландшафтов и отдельных компонентов для целей рекреации и туризма. Так, дается оценка территории для зимних и летних видов отдыха (продолжительность периодов с температурами воздуха выше 100С, ниже 00С и с температурами воды выше 180С; продолжительность солнечных сияний, дней с дождями).

При изучении растительного покрова дается оценка пригодности различных формаций и типов лесов для отдыха и оздоровления. Различные типы леса (ассоциации) отличаются и неодинаковой устойчивостью к рекреационным нагрузкам. Наиболее устойчивыми являются сообщества, отличающиеся мезоусловиями по увлажнению.

При составлении оценочных карт важная роль принадлежит порогоустойчивости ПТК и отдельных компонентов к различным видам антропогенных нагрузок и конкретным загрязнителям. На основании учета устойчивости ПТК определяется емкость геосистемы. Чем более разнообразная природная система, тем более она устойчива к разным нагрузкам, тем экологически и экономически она эффективнее. Устойчивость ПТК к рекреационным нагрузкам определяется особенностями растительного покрова и почв, характером увлажнения. Так, меньшей устойчивостью отличаются ксерофитные сообщества (сосняки беломошные, сосняки вересковые, суходольные луга и др.).

При изучении природных и культурно-исторических рекреационных ресурсов важно проведение ранжирования и картографирование объектов и территорий с точки зрения рекреационной ценности. Так, при оценке природных особо охраняемых территорий учитываются следующие критерии: географическое положение и доступность, репрезентативность, типичность, уникальность, видовая насыщенность флоры и фауны, наличие видов растений и животных, занесенных в Мировую и национальные Красные книги, ландшафтное разнообразие, степень изменения антропогенными факторами, аттрактивность. Особые критерии учитываются при картографировании и определении ранга для памятников природы, в том числе и для старинных парков (сохранность дворцово-паркового ансамбля, время создания, архитектурно-планировочный стиль, общее количество видов и кустарников, в том числе интродуцированных, географическое положение и доступность и др.). Каждый из перечисленных критериев с учетом его значимости оценивается в баллах. Полученная сумма баллов по каждой территории и объекту позволяет их ранжировать. В зависимости от значимости природных и культурно-исторических территорий и объектов с точки зрения рекреационной ценности необходимо выделить следующие ранги: мировой, европейский, национальный, местный. Так, в пределах Беларуси территорией мирового ранга является Национальный парк «Беловежская пуща» – уникальный заповедный лесной массив в центре Европы, который находится под охраной 600 лет.

Среди исторических объектов к мировому уровню относятся те, которые отражают основные этапы развития мировой цивилизации отдельных регионов или групп государств; к европейскому отражают основные этапы европейской цивилизации; к национальному – основные этапы развития страны.

В зависимости от ранга территории или объекта устанавливаются конкретные направления использования и режимы их охраны.

На картах, отражающих туристские маршруты и экологические тропы, должны быть показаны природные объекты и территории, естественные и искусственные препятствия, дороги, тропинки, мосты, расстояния между населенными пунктами, опасные и труднопроходимые места, а также объекты и территории, предназначенные для использования на экологической тропе.

ВЛИЯНИЕ ПРОЦЕССОВ ДИСНЕЕЗАЦИИ НА СОВРЕМЕННЫЙ ТУРИСТИЧЕСКИЙ БИЗНЕС

Терлеева О.Н., *аспирант кафедры рекреационной географии и туризма географического факультета МГУ им. М.В. Ломоносова, terlinkina@list.ru*

В 1923 г. Уолтер Элиас Дисней приехал в Голливуд с $40 в кармане и незаконченным мультфильмом. Сегодня Уолт Дисней Кампани (Walt Disney Company) – одна из самых мощных компаний мира не только в индустрии развлечений или СМИ, но также и в сфере туризма. Империя Диснея сначала занималась в основном сферой мысленных образов, но в последнее время, она расширилась до строительства и управления отелями, транспорта, связи и многого другого. Сегодня она распространяет свое влияние на производство не только анимационных или художественных фильмов, но и на издание книг, журналов и газет, музыкальные шоу, производство, лицензирование и продажу различной продукции в собственных сетях магазинов, программное обеспечение, он-лайн сервисы и прочее. Рыночная капитализация компании на 20 ноября 2006 г. составила около $69 млрд., а годовой доход приблизился к $35 млрд.[5]. Компания контролирует, кроме всего прочего, 5 курортов, 11 тематических парков, 2 аквапарка, 39 отелей, 8 киностудий, 6 звукозаписывающих компаний, 11 кабельных телеканалов и одну общенациональную телерадиокомпанию. В 1995 г. после покупки телеканала ABC стала 2-й по величине медиагруппой мира, не превзойдя только Тайм-Уорнер. Помимо всего вышесказанного, корпорация Уолта Диснея – один из крупнейших работодателей в мире с более, чем 100 тыс. чел. рабочих. В составленном журналом “Форчун” очередном списке ста крупнейших компаний США “Уолт Дисней Кампани” занимает 53 место. В перечне 30-ти американских компаний, по котировкам акций которых рассчитывается индекс Доу-Джонса – она бессменно с 1991 года.

Диснеезация (Disneyfication, Disneyization, а также McDisneyization) – это неологизм, появившийся благодаря компании Уолта Диснея. Он описывает такое распространение принципов диснеевских парков в обществе и такое влияние на него, что реальный мир становится похож на тематический парк.

В 1996 г. Шарон Зукин впервые использовала этот термин в книге «Культура Городов» для описания современных процессов, происходящих в американском обществе [2]. Его использовали и другие социологи для описания трансформации урбанизированного пространства. Например, диснеезация городского пространства исследована в книге Джефа Феррелла «Разрушение улиц: приключения в городской анархии» [3]. Однако наиболее популярным этот термин стал после выхода в 2004 г. Книги Алана Браймена «Диснеезация Общества» [1].

В общем смысле термин означает отсутствие различий в потреблении, идеализацию товара или услуги и апеллирование к эмоциям. Он может быть представлен и для описания процесса очистки реального объекта, события или характера от его неприглядных черт, его красивой упаковки и подачи в облагороженном виде. Факты выхолащиваются, очищаются от негатива с намерением сделать их более приятными и удобоваримыми. Применительно к туристическим объектам обычно это означает замещение настоящей истории объекта или места идеализированной и приятной восприятию потенциальных туристов. Например, Главная Улица США, в Диснейленде – это фанерная копия улочки в г. Марселине, где провел детство У.Дисней. Однако это идеализированная, лощеная «копия» для того, чтобы напомнить туристам не реальную улицу, а чтобы вызвать только приятные эмоции.

Казалось бы, чем плохи положительные эмоции, которые создает Дисней? Ответ в том, что вместе с ними ложно воспринимается история. Сегодня, благодаря тематичес-

ким паркам Диснея, турист, посетивший локальный «Дикий Запад» пребывает в уверенности о том, что покорение Дикого Запада в США было одним из самых романтических, а не одним из самых кровавых периодов американской истории. Дело ограничивается не только территориями парков, потому что, подхватившие общий настрой туристические компании пестрят слоганами вроде: «Любители истории смогут погрузиться в восхитительную эпоху покорения Дикого Запада, с неизменными широкополыми шляпами и "Кольтами"».

Французский философ Жан Бодрийар, писавший о природе реальности, назвал Диснейленд самым реальным местом в США, поскольку он не претендует на то, чтобы быть чем-то большим, чем он есть на самом деле – тематическим парком. В своем эссе «Симуляции» он писал: «Диснейленд существует для того, чтобы, симулируя, заставить нас поверить, что отдых реален, когда в действительности окружающая Америка больше не реальна» [4]. К сожалению, сегодня верна только вторая часть этого утверждения, поскольку Диснейленд претендует на образование, выпуская яркие книги о том, что решающую роль в романтической Второй Мировой войне сыграли США. «В американских учебниках из всех событий на восточном фронте упомянута лишь Сталинградская битва. Ни битвы за Москву, ни Курска, ни подвига жителей блокадного Ленинграда как будто не было. По мнению автора, «блицкриг застал Сталина врасплох, но немцы, подобно Наполеону, натолкнулись на русского генерала Зиму»» [11]. «Внуки союзников останутся в полной уверенности, что победную точку во Второй Мировой поставили Соединенные Штаты. В гордом одиночестве, с помощью ядерной бомбы» [11]. Сформированное на таких учебниках новое поколение граждан США не стремится выезжать из «самой великой страны», поскольку вся «настоящая история» была на территории их государства. А это влияет на развитие выездного и внутреннего туризма, формирование турпотоков и прочее.

Термин «диснеезация» (наряду с «кока-колонизацией» и «макдональдизацией») тесно связан с такими уже известными терминами как глобализация и культурная колонизация. Последние описывают распространение западных, преимущественно американских товаров и культурных ценностей, которые угрожают самому существованию местных культур. В связи с этим также используются термины «западнизация» и «американизация». Также как «Кока-Кола» и «МакДональдс», «Диснейленд» выступает символом американского пути развития, и сегодня уже не только в сфере туризма и развлечений.

Отчет американской ассоциации экономических исследований ERA за 2007 г. демонстрирует следующие, подтверждающие феномен диснеезации, цифры:

Из двадцати пяти самых посещаемых парков мира, десять принадлежат корпорации Диснея, а восемь из этих десяти входят в первую десятку.

Совокупная посещаемость этих десяти тематических парков Диснея составляет более 110 млн. чел. [9], что более чем на 32 млн. чел. больше, чем в пятнадцати оставшихся тематических парках.

Из двадцати самых посещаемых тематических парков в Северной Америке шесть принадлежат компании Диснея и все входят в первую десятку.

В Европе компании Диснея принадлежит только один парк, но он занимает первое место с более чем двукратным отрывом от второго места.

В Латинской Америке нет тематических парков Диснея, но на первом месте парк самой крупной американской сети парков Сикс Флегс (Six Flags).

В Азиатско-Тихоокеанском регионе из десяти самых посещаемых тематических парков, три принадлежат компании Диснея и их посещаемость всего на 5 млн. чел меньше, чем оставшихся семи тематических парков вместе взятых.

Развлекательные мероприятия, в т.ч. организуемые в тематических парках и ежегодно привлекающие миллионы туристов со всего мира – это основной продукт компа-

нии. Помимо адаптационной, компенсационной, стабилизирующей и рекламной функций парковая анимация выполняет ещё и информационную и, иногда, образовательную функцию. В связи с этим Роберт Шайон писал: “Развлекательные программы дают аудитории ключ к тому, что считается ценным в обществе и как себя нужно вести. Они на самом деле представляют собой формы просвещения, внушения принципов” [10]. Некоторые авторы [2,3] следующим образом формулируют содержание диснеевских сообщений, передаваемых фильмами, туристскими комплексами на открытом воздухе и т.п.: созерцайте мир, в котором нет социальных конфликтов.

Возможно, именно благодаря такой «усыпляющей» стратегии компания Диснея составляет необыкновенно успешную часть предпринимательской системы Северной Америки, особенно в сфере туризма и развлечений. Диснеевская продукция оказывает влияние на сознание и представления, бытующие в рамках этой системы. Не смотря на то, что компания Диснея ориентирована на семейный отдых, туризм и развлечения, она обладает некоторыми негативными чертами вроде опустошения социального содержания и укрепления статус-кво. Общие для «Уолт Дисней продакшенз», “Нейшнл джиографик” и др. ценности и социальные обязательства сводятся к следующему: все они удовлетворены существующим социальным устройством, как в национальном, так и в глобальном масштабе. Они относятся к потребительству – стремлению к удовлетворению материальных потребностей, заменяющих все другие потребности человека – спокойно или даже с энтузиазмом, содействуя насаждению стяжательства, эгоизма, стремления к достижению личного успеха, утверждению веры в неменяющуюся природу человека. Возможность социальных альтернатив – других способов организации жизни человеческого общества – отрицается или оценивается скептически [10].

Об опасностях кокаколонизации и макдональдизации французская пресса много писала после Второй Мировой войны [6, 7]. Так же как и макдональдизация, диснеезация двигает мир от традиционного к рациональному способу мышления и научно-обоснованному управлению.

Джордж Ритцер, писавший в своей книге «Макдональдизация общества» в 1993 г. об этом феномене, выделил некоторые компоненты этого процесса [8], часть которых можно применить и к диснеезации:

Предсказуемость и стандартизация означают, что вне зависимости от того, в каком городе клиент захочет посетить тематический парк У.Диснея, он знает, что получит тот же самый уровень сервиса и тот же самый продукт, что он гарантированно увидит своих любимых мультипликационных героев, растиражированных по всем паркам. Диснеезация затрагивает и работников таких заведений, делая их труд всё более рутинным и предсказуемым.

Тотальный контроль. Работник тематического парка не имеет права на собственные эмоции. Он должен все время находиться в роли и выражать только положительные эмоции играемого персонажа. То же самое относится к личному мнению, поскольку предполагается, что интересы компании и мнения её руководящего состава являются мнениями и интересами всех работников компании.

Эти процессы рациональной стратегии часто приводят к вредным и нерациональным последствиям. Так, владельцы средств массовой информации, наподобие диснеевских сетей телерадиовещания: Walt Disney Television, Touchstone Television, ABC Entertainment, ABC Television Network, Buena Vista Television, ESPN, SOAPnet, Lifetime и пр. создают, обрабатывают и полностью контролируют распространение ин-формации, которая определяет представления, установки, а, в конечном счете, и поведение населения, как в США, так и в России и многих других странах мира. Намеренно фабрикуя сообщения, искажающие реаль-ную социальную действительность, они превращаются в манипуляторов сознанием, не позволяющих ос-мыслить условия личной и общественной жизни.

Поскольку «инкубатор тематических парков» – США – разделённое общество, где манипуляция служит одним из главных инструментов управления, то она затронула не только СМИ (в том числе и принадлежащие корпорации Диснея), но и собственно тематические парки, контроль над аппаратом формирования идей в которых гарантируется простым правилом рыночной экономики. Владеть и управлять СМИ, как и всеми прочими видами собственности, могут лишь те, в чьих руках капитал. Радио и телевизионные станции, газеты и киноиндустрия, тематические парки и издательства принадлежат в основном корпоративным системам и информационным конгломератам, в том числе и корпорации Диснея.

Пропаганда индивидуализма и господства частной собственности в США зашла так далеко, что общественность принимает гигантские межнациональные частные корпорации в качестве проявления индивидуальной инициативы. Так, например, бывший вице-президент Си-би-эс (CBS) – одного из наиболее влиятельных радиовещательных конгломератов – Р. Стентор, оспаривает право ООН регулировать международную систему коммуникаций, утверждая, что “это лишает американцев права вести диалог с кем и когда угодно”. Естественно, на самом деле он обеспокоен правами компании, поскольку у рядового американца нет ни средств, ни технических возможностей для подобного общения в международном масштабе [10].

На уровне коммерческих передач показ фильмов, затрагивающих социальные проблемы, вызывает у массовой аудитории чувство тревоги. Поэтому для обеспечения её спокойствия и сохранения её численности такие компании как «Уолт Дисней Студиоз» всегда стремятся убрать потенциально “противоречивый” материал, способствуя развитию «нейтральных» каналов о туризме и путешествиях, что, несомненно, повышает туристскую активность населения.

Иллюзия информационного выбора, поддерживается готовностью многих принимать обилие СМИ за разнообразие содержания. В США 6.7 тысяч коммерческих радиостанций, более чем 700 коммерческих ТВ станций, 1.5 тысячи ежедневных газет, сотни периодических изданий, кинопромышленность, производящая ежегодно около 200 художественных фильмов, частная книгоиздательская индустрия с капиталом, превышающим миллиард долларов, создают иллюзию огромного информационного и зрелищного разнообразия. В действительности, большинство американцев попадают в лишённую выбора информационную ловушку, где в сообщениях из-за рубежа, о событиях внутри страны или в местных новостях практически нет никакого разнообразия мнений. Это объясняется, прежде всего, идентичностью материальных и идеологических интересов, присущих собственникам (в данном случае тем, кому принадлежат СМИ, включая компанию Диснея «Эй-би-си» (ABC)), а также монополистическим характером информационной индустрии в целом.

Массовые развлекательные конгломераты наподобие «Уолт Дисней Студиоз», СМИ и вся культурно-образовательная система поощряют и осуществляет фрагментацию, когда поток несвязанной информации ускоряется до такой степени, что это вызывает “информационную перегрузку”. В действительности количество значимой, в том числе и для потенциальных туристов информации не увеличивается, поскольку рекламируются одни и те же туристские направления и достопримечательности дружественных или «нейтральных» стран.

Сегодня жители развитых стран проводят у телевизора десятки часов в неделю и тысячи часов в год за просмотром «диснеезированных» телепередач. И проблема здесь не только в простой физической неподвижности десятков миллионов людей, но и в сокращении умственной деятельности, как результате отупляющего воздействия огромного количества различных шоу, ослабляющих способность людей к противодействию. Естественно, иногда появляются передачи, концентрирующие внимание на проблемах ог-

ромной важности, но они уже не могут вызвать обеспокоенность социальной и экономической действительностью.

Компания Уолта Диснея, являясь транснациональной корпорацией и имея в своем распоряжении колоссальные финансовые и человеческие ресурсы, является щедрым финансистом производства информации, который в тоже время решает, что должно быть обнародовано, когда, как и в каких количествах. Все известные формы массовой культуры, в т.ч. и популярные среди туристов шоу в тематических парках, составляют необыкновенно разнообразный аппарат обработки сознания. Таким образом, в странах, где увеличивающаяся производительность труда позволяет гражданам иметь всё больше свободного времени, развлечения представляют собой растущую отрасль индустрии, обладающую огромным влиянием.

Служба Геллапа, имеющая филиалы на всех континентах, систематически собирает сведения о настроениях в десятках стран с целью получения информации, полезной для американских политиков. Хорошо известно, что ЮСИА использует результаты изучения общественного мнения для "укрепления позиций Америки за рубежом". Эти опросы используются в создании телепередач, в том числе и на специализированных туристских каналах о путешествиях наподобие «Discovery», «Discovery Travel&Living», «Discovery Science», «Animal Planet» и «Discovery Civilisation».

Кроме социальной пассивности и интеллектуальной инертности «диснеезация» несет ещё и идею о том, что человеческая природа неизменна. Это выражается и в том, что развитие персонажей у Диснея сведено к минимуму: априори злая мачеха не может подобреть, а красивая принцесса не может стать мегерой. «Диснеезаторы» превращают детей в маленьких потребителей, ведь излюбленная маркетинговая стратегия компания – это «привязывание» к фильмам игрушек, сладостей и комиксов. Родители часами стоят в очередях за дорогими сувенирами с мышиными ушами, сделанными китайцами или вьетнамцами за зарплату в 35 центов в час.

В августе 2005 г. украинская газета «Обозреватель» со ссылкой на российский телеканал НТВ, опубликовала заметку под названием «Китайцев хотят защитить от угнетателей-мультипликаторов» в которой рассказывалось о скандале, связанном с корпорацией Уолта Диснея. Национальный трудовой комитет США призвал американцев не покупать детские книги этой компании, произведенные в Китае, потому что «Дисней» заставляет китайских рабочих трудиться по тринадцать часов в день без выходных. А «в конце 1990-х вьетнамские фабрики, производившие игрушки Disney, платили рабочим всего 4—6 центов в час притом, что минимальная заработная плата в стране тогда составляла 20 центов в час. Рабочие трудились по 70 часов в неделю, а уровень ацетона в цехах превышал норму в 100 раз. На Гаити рабочие получали полтора доллара в день, притом, что обед на одну семью стоил 1 доллар 70 центов. На 250 рабочих было всего три туалета, два из которых не работали».

Так, за занавеской радостного смеха, ярких красок и увлекательных аттракционов царит безжалостная авторитарная империя, жестоко эксплуатирующая своих подданных и зарабатывающая миллиарды долларов на туристах со всего мира.

Все вышесказанное сводится, в конечном счете, к нескольким выводам:

Гламурная продукция, созданная по последним технологиям легко становится частью культуры, будучи популярной почти во всех слоях общества. Её сильное влияние на местные культуры приводит к тому, что традиционная местная культура ослабевает, и её истории и герои становятся все менее важными и интересными для людей.

Мир теряет свое культурное разнообразие из-за доминирования и агрессивного распространения какой-либо одной культуры (в данном случае американской). Считается, что свои принципы тематических парков Walt Disney Company стремится распространить на все общество, раздробив мировой культурный контекст на темы-«аттракционы».

Такие страны как Канада, Франция и Малайзия серьезно боролись за то, чтобы защитить и сохранить свою традиционную культуру, запрещая или ограничивая ввоз иностранных книг, фильмов и т.п. Тем не менее, компании, желающие распространить культуру своей страны по всему миру, пользуясь таким инструментом, как инвестиции, ограничивают власть национальных правительств в вопросе контроля импорта других культур.

Такие огромные компании как Дисней превращают потребление (консумеризм) в спорт, искусство и развлечение. Очевидно, что после просмотра мультфильма или художественного фильма во время посещения тематического парка дети начнут простить купить им игрушки, футболки, ручки и т.п. с изображениями героев этого фильма, дальновидно целым пакетом выпускаемые вместе с фильмом.

Предсказуемость и стандартизация как основные черты тематических парков означают, что вне зависимости от того, в каком городе турист захочет посетить тематический парк Диснея, он знает, что получит тот же самый сервис и тот же самый продукт, что и в любом другом диснеезированном заведении.

Тематические парки становятся моделями городов и коммерческого развития. Везде, где можно найти сетевые рестораны, огромные торговые центры и т.п. видно, что все организовано по одному шаблону для выполнения одной задачи – внушить людям, что они избавятся от проблем, потратив как можно больше денег.

Чем больше «диснеезация» «заражает» мировой туризм, тем меньше у него остается возможностей для развития других ценностей и следования другому пути.

Литература

1. Alan E. Bryman. The Disneyization of Society. Sage Publications. 2004. pp.200
2. Zukin, Sharon. The Cultures of Cities. Blackwell Publishing. 1996. pp.316
3. Ferrell, Jeff. “Tearing Down the Streets: Adventures in Urban Anarchy.” St. Martin’s Press. 2001. pp. 235
4. Ресурс [режим доступа] http://www.egs.edu/faculty/baudrillard/baudrillard-disneyworld-company.html
5. Ресурс [режим доступа] http://en.wikipedia.org/wiki/Disneyfication
6. Wagnleitner, Reinhold . Coca-Colonization and the Cold War. Chapel Hill: University of North Carolina Press. 1994. pp. ISBN 0807844551.
7. Flusty, Steven (2004). De-Coca-Colonization. New York: Routledge. ISBN 0415945372.
8. Ritzer George. The McDonaldization of Society. Los Angeles : Pine Forge Press, c2008.
9. TEA/ERA Attraction Attendance report 2007 Ресурс [режим доступа] www.econres.com
10 Шиллер Г. “Манипуляторы сознанием”/Пер. с англ.; Науч. ред. Я. Н. Засурский. – Москва: “Мысль”, 1980. – 325 с.
11 Ресурс [режим доступа] http://www.kp.ru/daily/23301/29804/

ПРОБЛЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ И УЧЕТА В СФЕРЕ ВНУТРЕННЕГО ТУРИЗМА КАК ОСНОВНЫЕ ФАКТОРЫ, МЕШАЮЩИЕ РАЗВИТИЮ ТУРИСТСКОГО БИЗНЕСА В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Байков А.В., *менеджер по продаже перевозок, компания ЗАО “ЗАО ДЕЙТ”, baikovv@mail.ru*

Несмотря на значительное влияние различных факторов на внутренний туризм, его развитие во многом зависит от организационно-экономических условий создаваемых в стране. Такие условия достигаются путем решения задач государственной и региональной политики в области регулирования внутреннего регионального туризма.

Система организационно-экономических задач органов управления региональным туризмом в РФ состоит из Организационного и экономического блоков:

Организационный блок

1. Законодательное регулирование
2. Программно-целевое развитие
3. Определение форм поддержки рыночной инфраструктуры
4. Разграничение функций и полномочий между ведомствами
5. Анализ факторов роста сферы услуг туризма в регионе
6. Определение методов мониторинга и контроля развития регионального туризма
7. Интеграция и позиционирование туристских ресурсов региона

Экономический блок

1. Оценка экономической целесообразности программно-целевых мероприятий
2. Оценка ресурсов и затрат на поддержку рыночной инфраструктуры туристского комплекса
3. Реализация финансовых механизмов поддержки туристского бизнеса
4. Упорядочение отношений собственности в сфере туризма
5. Стимулирование конкуренции и условий для туристского бизнеса
6. Эффективное использование туристского потенциала региона

В настоящее время управлением туристкой сферой в РФ, в том числе управлением внутренним туризмом, занимается Федеральное агентство по туризму, хотя совсем недавно самостоятельного органа по туризму в РРРывошщуоршщ России не было. В регионах координируют туристскую деятельность различные государственные структуры (департаменты, комитеты, управления и др.), которые созданы в структуре региональных правительств, краевых (областных) и городских администраций.

Многие регионы РФ разработали собственные программы развития внутреннего и международного туризма в России. Большинство таких программ разработаны на срок до 2010-2012 годов. Главное направление таких программ это развитие и создание оптимальной правовой, организационной и экономических сред для формирования современной туристской инфраструктуры.

Реализация региональных программ развития туризма финансируется из бюджетных источников, и внебюджетных источников. В большинстве программ декларируется формирование единой системы туристских зон региона, однако зачастую не всегда приводятся перечни этих самых зон, схемы их размещения. А что самое главное, нет четких, понятных и экономически обоснованных конечных результатов предлагаемых управленческих решений. А между тем программы развития регионального туризма предполагают четкое выделение приоритетов формирования туристкой среды, указание конкретных источников финансирования и конечных результатов исполнения.

Технология управления процессами внутреннего регионального туризма с охватом разных уровней (от федерального до регионального) разработана слабо. Имеющиеся исследования по данной теме ограничиваются в основном оценками организации совместной деятельности. Например, турфирм и предприятий размещения, реже турфирм и предприятий транспорта, а еще реже турфирм и предприятий питания. Очень мало работ и публикаций, отражающих взгляд на процессы управления во внутреннем туризме и смежных сферах деятельности. Отчасти это можно связать с отсутствием комплексных исследований освоения туристского потенциала РФ.

Совершенно не отражена проблема, когда многочисленные участники туристского бизнеса решают исключительно собственные задачи, мало или совершенно не интересуясь возможностями оптимизации своей деятельности при партнерской поддержке. Типичным примером может служить транспортное обслуживание многочасовой экскурсии городских жителей, например, в тематический парк. В этом случае водитель автотран-

спортного средства примерно 50% (а иногда и более) рабочего времени, тратит на ожидание группы. А дирекция парка преследует свою узкую цель – получить прибыль от обслуживания группы в музее, сувенирных киосках и др. Однако же, в этот день можно организовать, например, доставку на простаивающем транспортном средстве группы туристов из близлежащих пунктов.

Эффективность управленческой деятельности в сфере внутреннего туризма и четкость исполнения предписанных законов во многом определяются наличием достоверных источников статистической информации, информации о происходящих изменениях в какую-либо сторону в жизни общества. Однако статистика международного и внутреннего российского туризма представлена крайне слабо. Ни одно государство не ведет систематического наблюдения за внутренним туризмом в полном объеме. В статистике туристских потоков информация о туристских перемещениях носит фрагментальный характер.

Проблемой остается своевременность предоставления туристской информации по итогам сезона. Участники рынка проводят договорную кампанию и начинают продажи раньше, чем поступают статистические данные о текущей конъюнктуре рынка и результатах предыдущего сезона.

В настоящее время статистика российского туризма не в состоянии предоставить полноценных достоверных оценок рынка туристских услуг. Сложилось это потому что имеющаяся система наблюдений не предполагает системного сбора данных со стороны туристского спроса. Хотя статистика туризма в РФ это достаточно эффективная система оценки туристской деятельности, но только в части специализированных предприятий туризма, а именно данных со стороны предложения.

Используемые на сегодня показатели развития внутреннего туризма отражают только количественный объем реализации туристских услуг. В целом система показателей развития туризма включает:

1. объем въездного-выездного туристского потока;
2. состояние и развитие материально-технической базы и инфраструктуры туризма;
3. показатели финансово-экономической деятельности туристских фирм.

Но все же эти показатели не позволяют полностью оценить социально-экономическую эффективность внутреннего регионального туризма.

Специалисты занимающиеся вопросом экономического анализа сферы внутреннего туризма, как правило, рассматривают роль и место внутреннего туризма в экономике страны и региона, используя в основном описательный метод, редко дают комплексную оценку и тем более не рассматривают системный подход.

На фоне международного туризма роль внутреннего российского туризма более чем скромна. Но по степени значимости экономической выгоды для региона внутренний туризм должен занимать промежуточное положение между выездным (вывозом капитала) и въездным туризмом (ввозом капитала в РФ).

Преимуществом развития внутреннего туризма является то, что туристы потребляют услуги внутри страны, и при этом не происходит невосполнимого отчуждения материальных ценностей, как это имеет место при экспорте нефти, газа, леса и других полезных ископаемых и природных ресурсов. Во внутреннем туризме продаются в основном впечатления, туристские же достопримечательности, т.е. исторические, культурные, архитектурные, этнографические и другие ресурсы, а также средства производства услуг (гостиницы, рестораны, транспорт) остаются при нас, давая возможность и далее принимать все новых и новых туристов. Внутренний региональный туризм создает дополнительный спрос на товары местного производства, сувенирную продукцию, что приводит к увеличению поступлений в местный бюджет, и как следствие это ведет к обеспечению занятости и способствует повышению образованности и культуры местного населения.

По мнению российских и зарубежных экспертов, многие возможности внутреннего российского туризма остаются невостребованными. Территория России обладает колоссальным историко-культурным и природным туристским потенциалом, используется, согласно оценкам специалистов Национальной Академии Туризма, не более чем на 20%. Бывает, что даже при значительном числе посетителей вследствие неразвитости туристской инфраструктуры и отсутствия туристского предложения внутренний туризм не приносит региону ощутимый доход. Туристы часто вынуждены привозить с собой из дома продукты питания и все необходимое для отдыха, в результате чего потенциальные возможности туристского региона остаются невостребованными.

Официальная статистическая информация о потоках внутренних туристов в отличие от международных туристских потоков в России отсутствует. Федеральная служба госстатистики Российской Федерации проводит лишь региональную сводку и анализ числа отправленных турфирмами российских туристов в туры по России в целом. Также степень полноты статистики внутреннего туризма не может быть исчерпывающей из-за невозможности прямого учета внутренних туристских потоков, прежде всего неорганизованных.

В заключении хотелось бы сказать, что несмотря на имеющиеся недочеты в организации учета и управления в сфере внутреннего туризма, специалисты и органы управления российского туризма идут в правильном направлении. В ближайшее время будут разработаны новые подходы управления и учета, которые позволят упростить сбор данных и в то же время увеличить эффективность их использования для дальнейшего развития и процветания внутреннего туризма в Российской Федерации.

Литература

1. Боголюбов В.С. Экономика туризма : учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений / В.С. Боголюбов, В.П. Орловская. – 2-е изд., стер. – М. : Издательский центр «Академия», 2007. – 192 с.

2. Бурменко Т.Д. Сфера услуг: экономика : учебное пособие /Т. Д. Бурменко, Н. Н. Даниленко, Т. А. Туренко : под ред. Т. Д. Бурменко. – М. : КНОРУС, 2007. – 328 с.

3. Караулова А.Д. Организация сферы туризма: Учебное пособие. – СПб.: “Издательский дом Герда”, 2004. – 320с.

4. Косолапов А.Б. География российского внутреннего туризма: учебное пособие/ А.Б. Косолапов. – М. : КНОРУС, 2008. – 272 с.

5. Севастьянова С.А. Региональное планирование развития туризма и гостиничного хозяйства: учебное пособие/ С.А. Севастьянова. – М. : КНОРУС, 2007. – 256 с.

6. Чудновский А.Д. Управление индустрией туризма России в современных условиях : учебное пособие/ А.Д. Чудновский, М.А. 7. Жукова. – М. КНОРУС, 2007. – 416 с.

РАЗВИТИЕ ТУРИСТСКОГО БИЗНЕСА В ИНТЕРНЕТЕ КАК СОВРЕМЕННОГО СРЕДСТВА РАСПРЕДЕЛЕНИЯ ТУРИСТСКОГО ПРОДУКТА

Байков А.В., *менеджер по продаже перевозок, компания ЗАО “ЗАО ДЕЙТ”, baikovv@mail.ru*

Уже в конце XX века в мировой индустрии туризма происходят изменения, определяющие направление ее развития в третьем тысячелетии. Эти перемены столь глубоки, что позволяют говорить о трансформации самой природы туристского бизнеса.

Благодаря компьютерным информационным технологиям между субъектами рынка туристских услуг складывается принципиально иной тип отношений.

За сравнительно короткий срок электронные системы прошли длинный путь развития: от автоматизации отдельных рабочих операций до создания глобальной информационной сети Интернет, в последнее время оказывающей самое сильное влияние на развитие международного туризма.

Интернет сегодня – это тысячи информационных сетей, взаимосвязанных компьютеров и терминалов.

Интернет как крупнейшее хранилище информации, гигантский электронный супермаркет и возможное место проведения досуга приковывает растущий интерес общественности. Скорость, с которой он завоевывает мир, безусловно, впечатляет. Радио потребовалось 38 лет, чтобы получить аудиторию в 38 млн. человек, Интернету – всего 4 года. Количество пользователей сети увеличивается на 30% ежегодно. Общее количество подключений в нашей стране составляет более 40 млн. Россия находится среди стран лидеров по темпам и динамики развития Интернета.

Точно определить количественные параметры сети сегодня и в будущем – задача практически неразрешимая, поэтому многие специалисты переключились с подсчета общего числа пользователей на описание их демографических и социально-экономических характеристик (пола, возраста, уровня дохода, образования, страны происхождения, рода занятий). И в результате первых таких "информационных исследований" получился портрет типичного пользователя Интернета. Это мужчина, состоятельный, хорошо образованный, часто путешествующий и расходующий больше среднего средств на отдых и развлечения, короче говоря – идеальный покупатель туристского продукта.

Туристский продукт является одним из наиболее запрашиваемых в Интернете. На Западе обычной стала практика получения справочной информации о предполагаемой стране путешествия, поиска и бронирования туров, средств размещения и перевозки, через глобальную информационную сеть. В настоящее время 60% бизнесменов считают Интернет наиболее надежным способом бронирования путешествий и 56% соглашаются с тем, что глобальная информационная сеть очень эффективна. В Европе 58% корпоративных туристов используют его как источник информации при планировании путешествий [1].

Индустрия туризма сравнительно полно представлена во Всемирной информационной паутине. А ведущие туристские компании поняли, приняли Интернет и уже адаптировались в сети. Они открыли собственные представительства (web-сайты). В настоящее время количество web-сайтов достигло несколько десятков тысяч.

Туристские сайты отличаются между собой не только содержанием, но и характером управления. В одних случаях оно осуществляется самими поставщиками туристских услуг, в других – возлагается на посредников.

Также, наряду с туристскими представительствами международных корпораций и независимых частных компаний, в Интернете появились мегасайты туристской информации, управляемых посредниками. Это сравнительно новые образования, и они представляют собой виртуальные магазины, предлагающие широкий спектр туристских продуктов и снабженные стандартным механизмом поиска и заказа продуктов.

По электронному каталогу потребитель выбирает нужные товары (услуги), оформляет необходимые документы для покупки и производит оплату. На эти "магазины" приходится основная часть электронных продаж туристских услуг в режиме реального времени. Такие "прямые продажи" в Интернете имеют ряд преимуществ, во-первых, происходит бронирование услуги напрямую и подтверждение приходит моментально, во-вторых, оплатить данные услуги можно тоже через Интернет, что избавляет покупателя от обращения с наличными деньгами, в-третьих, часто бывает, что оплачивая туристские услуги именно через Интернет, покупатель получает скидку.

Преимущество мегасайтов состоит в объеме полезных сведений, которые они могут предоставить пользователю. В дополнении к коммерческой информации они включают общие советы путешественникам, путеводители по туристским центрам с описанием достопримечательностей, сводки погоды и т.д. Пользователь сети найдет здесь самый широкий спектр услуг и будет избавлен от необходимости дальнейшего поиска интересующей его информации. Все это делает мегасайты основным источ-

ником представления информации в туристском бизнесе.

Формирующаяся в данной информационной среде система распределения туристского продукта выгодно отличается от всех предыдущих. Она напрямую связала конечных потребителей с поставщиками туристских услуг, в этом состоит ее особенность и сила. Сегодня Интернет уже составил реальную конкуренцию традиционным каналам сбыта, предпочитающим наличие посредников в отношениях потребителей с производителями. Авиакомпании, отели, тематические парки, и многие другие предприятия индустрии туризма все активнее используют Интернет, по каналам которого с помощью целой серии актов купли-продажи доводят свои услуги до клиентов.

Прямые продажи получили распространение на зрелых туристских рынках Запада. Согласно результатам недавно проведенного исследования в Европе, почти пятая часть опрошенных доверяют организацию своей поездки авиакомпании или гостиничной корпорации, а одна треть занимаются ею самостоятельно, путешествуя по принципу "сам себе режиссер". Особенно велика доля туристов, отдающих предпочтение прямым покупкам и продажам, в Испании, Франции, Италии, несколько ниже, но так же существенна эта доля в Нидерландах, Германии и Великобритании.

Именно такое распределение туристского продукта через Интернет обладает преимуществами не только перед традиционными, но и классическими электронными каналами сбыта.

Например, старые компьютерные системы бронирования (типа "Амадеус") требуют от пользователей установки специальных терминалов и прокладки каналов связи до ближайших узлов. В результате, подключение к этим системам обходится в несколько сотен американских долларов, и текущие затраты потребуют ежемесячной оплаты подключения. Работа с классической системой бронирования построена на сложных командах. Пользователь предварительно должен будет пройти курс обучения, и, как показывает практика, только через год овладевает технологией бронирования. И еще одно неудобство состоит в том, что справка, заложенная в систему, предстает в виде обычного текста, без фотографий, карт и других графических материалов.

Сейчас же, многие фирмы, отвечающие за эксплуатацию классических систем бронирования разрабатывают программы позволяющие их совместить со Всемирной информационной паутиной.

Расширение коммерческой деятельности Интернета породило горячие дебаты вокруг судьбы традиционных посредников. Зачем клиенту обращаться в турагентство или к туроператору, если он может найти и заказать все туристские услуги самостоятельно? Что ждет эти фирмы в будущем, в мире, опутанном коммуникационными нитями?

На заре использования Интернета в целях реализации туристского продукта большинство специалистов полагали, что цепочки основных турагентств станут лидерами в продаже туристских услуг в режиме реального времени. Однако, за исключением некоторых турагентств, они так и не смогли в полной мере воспользоваться предоставившейся новой возможностью и были потеснены виртуальными магазинами.

Проходившая в 2000 году в Берлине престижная Международная туристская биржа подтвердила тот факт, что стремительный рост продаж туристских услуг через Интернет угрожает благополучию существования турагентств.

Так одним из ответов турагентств на угрозу "беспосредничества" стало всеобщее отрицание. Они утверждают, что сформировавшаяся в туристском бизнесе цепочка отношений "розничный клиент – турагент – туроператор – конечный поставщик" не исчезнет в Интернете, несмотря на доступ розничного клиента к информации конечного поставщика и туроператора. Объясняется это не только существующей разницей между оптовыми и розничными ценами на туристские продукты разных участников туристского бизнеса, но и необходимостью формальных договоренностей между партнерами, которые заключаются вне пределов Интернета.

Второй аргумент в пользу посредников вытекает из последних изменений в туристском спросе. Несмотря на то, что клиент в наши дни достаточно хорошо информирован о туристских продуктах, но при покупке все равно он нуждается в консультации специалиста. Всемирная Информационная паутина предоставляет большой объем информации, но она не способна давать рекомендации при выборе ресторана, отеля или туристского центра, наилучшим образом соответствующего требованиям заказчика.

Турагент может передать свои знания и опыт клиенту, тогда тот по существу превращается в эксперта. А вопрос, как добраться до дестинации, остается чисто техническим.

Роль турагентства, ранее сводившейся к бронированию и продаже транспортных билетов, теперь состоит в оказании помощи потребителю при принятии им решения, куда ехать и что делать на отдыхе. Таким образом, турагент, должен быть компетентен в областях, далеко выходящих за рамки технологии резервирования. Уже сегодня имеется спрос на консультантов по сплаву на каноэ, специалистов разбирающихся в гонках Формула – 1, ныряльщиков за жемчугом, а также орнитологов и зоологов, чья помощь неоценима для любителей наблюдения за птицами или популярного в последнее время наблюдения за китами.

Все это говорит о том, что дальнейшее развитие средств коммуникации и туризма продолжится, и что нас самое интересное ждет впереди.

Хочется верить, что развитие коммуникационных технологий не разрушит уже сложившуюся цепочку “розничный клиент – турагент – туроператор – конечный поставщик”, и каждый участник этой цепочки сможет получать только выгоду от развития коммуникационных технологий. Но уже наметившаяся тенденция в изменении спроса заказа и бронирования услуг через Интернет позволяет сделать выводы о том, что в ближайшие годы еще больше возрастет значение цифровых технологий, и основная масса бронирований путешествий будет осуществляться только через Интернет. Второй момент, это то, что как таковые турагентсва не исчезнут с туристского рынка, но они активнее станут предлагать услуги для богатых туристов, таким образом, существуя на рынке туристских услуг.

Литература

1. Александрова А.Ю. Международный туризм: Учебник / Александрова А.Ю. – М.: Аспект Пресс, 2004. – 470с.

2. Бурменко Т.Д. Сфера услуг: экономика : учебное пособие /Т. Д. Бурменко, Н. Н. Даниленко, Т. А. Туренко : под ред. Т. Д. Бурменко. – М. : КНОРУС, 2007. – 328 с.

3. Вавилова Е.В. Основы международного туризма: Учебное пособие. – М.: Гардарики, 2005. – 160с.

4. Караулова А.Д. Организация сферы туризма: Учебное пособие. – СПб.: “Издательский дом Герда”, 2004. – 320с.

5. Чудновский А.Д. Управление индустрией туризма России в современных условиях : учебное пособие/ А.Д. Чудновский, М.А. Жукова. – М. КНОРУС, 2007. – 416 с.

АНАЛИЗ И ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ МЕЖДУНАРОДНЫХ ГОСТИНИЧНЫХ ЦЕПЕЙ НА РОССИЙСКОМ РЫНКЕ

Бухарина А.Ю., *Отдел корпоративных продаж ООО «5 звезд», Москва, bukharina@5-zvezd.ru; kusok_torta@yahoo.com*

За последние несколько лет большинство гостиничных девелоперов и управляющих компаний, работающих в Москве, объявили о своем выходе в регионы. Кроме того, по-

явилась практика, когда свои первые отели международные сетевые операторы предпочитают открывать не в столице, а в других российских городах. Среди основных причин резкой активизации регионального гостиничного направления эксперты называют ужесточение конкуренции на московском рынке и падение доходности других сегментов недвижимости [10].

Как в Москве, так и в других российских городах, развитие рынка недвижимости началось с наиболее привлекательных с точки зрения инвестиционной доходности проектов: жилых комплексов, торговых и офисных центров. Гостиницы же из-за слишком высоких сроков окупаемости были неинтересны потенциальным инвесторам. Помимо этого, медленному развитию отельного бизнеса в регионах способствовали сезонный спрос на подобные услуги и, конечно, общее настороженное отношение к России со стороны западных туристов.

Ситуация коренным образом изменилась, начиная с 2005 года, когда иностранным компаниям разрешили приобретать собственность на российском рынке. Причинами также стали улучшение экономической ситуации в России и стабильный рост цен на номера в гостиницах Москвы и Санкт-Петербурга. Тогда одновременно интерес к гостиничному бизнесу проявили столичные девелоперские компании и международные хотельеры.

Однако теперь гостиничные цепи активно открывают для себя российские регионы. Эксперты из компании Jones Lang LaSalle Hotels считают, что гостиничный рынок в регионах привлек инвесторов полным отсутствием конкуренции и возможностью одними из первых занять определенную нишу. К тому же, потенциально высокий спрос на гостиницы в регионах в перспективе должен возрасти в три-четыре раза по сравнению с существующим уровнем [10].

За два-три года развития на региональном гостиничном рынке произошло определенное распределение основных сегментов между западными и российскими компаниями. По мнению экспертов Discovery Research Group, в дальнейшем в нише высококачественных отелей международного уровня будет наблюдаться безусловное преобладание западных операторов [10].

Региональный рынок от столичного очень сильно отличает уровень загрузки отелей, который существенно ниже. К примеру, в Ростове это обычно 55-60%, тогда как в Москве он превышает 70%. Вследствие сложившейся ситуации некоторым гостиницам приходится соглашаться на размещение групповых туров, что существенно понижает доход от продажи номеров. Таким образом, несмотря на активизацию инвесторов за прошедшие годы, особо существенных изменений в структуре гостиничного бизнеса России не произошло: Москва и Санкт-Петербург продолжают лидировать среди остальных российских городов. По данным Discovery Research Group, столичные отели аккумулируют 42,4% от общей суммы гостиничных доходов, имея 19,2% всех номеров, петербургские – 15,7%, располагая 7,9% номерного фонда страны [6].

При видимой привлекательности регионального рынка зачастую при детальной проработке оказывается, что выйти в гостиничный сегмент не так просто и не всегда выгодно. Нередки случаи, когда девелопер, подписывая договор с неким оператором, потом продает весь инвест-контракт.

Говоря о регионах, имеется в виду, в первую очередь, столицы областей, которые и привлекают основные инвестиции. Сравнение гостиничной базы областной столицы с ситуацией, складывающейся в регионе в целом, дает картину, похожую на сравнение гостиничной базы Москвы с региональным центром. Так, например, гостиницы Екатеринбурга формируют 82% доходов гостиничного сектора всей Свердловской области. В Туле это соотношение составляет 53%, в Воронеже – более 70% [10].

С 2001–2002 годов, когда инвесторы только начали присматриваться к российскому гостиничному рынку, в регионах в основном строились лишь небольшие гостиницы, серьезные же сетевые проекты стали появляться относительно недавно.

Международные операторы во многом пересмотрели свои оценки уровней риска развития проектов в России и вслед за освоением рынков Москвы и Санкт-Петербурга готовятся заняться развитием бизнеса в региональных центрах и крупных промышленных городах.

Не стоит забывать и о специфике, присущей каждому городу или региону. Это требует тщательного маркетингового исследования, которое позволит понять, какая гостиница нужна городу, кто будет в ней жить. От правильности исследования будет зависеть рентабельность инвестиций. В большинстве случаев не обойтись без консалтинговой помощи профессионалов, в задачу которых входит изучение регионального рынка, определение занимаемой ниши, состава и категории номерного фонда, а также структуры дополнительных услуг и многое другое [10].

Для реализации гостиничных проектов особенно интересны те регионы и центры, в которых идет активный экономический рост, существует постоянный туристический поток и традиционно высок уровень жизни населения. Пока основной интерес инвесторов сконцентрирован на городах-миллионниках. За ними следуют крупные промышленные центры в европейской части России и Сибири. Города Золотого кольца, гостиницы на черноморском побережье и в курортных центрах, рассматриваются как объекты «вторичного интереса». Это связано с ярко выраженной сезонностью спроса на услуги размещения в туристическом сегменте, что увеличивает сроки возврата вложенных средств и, соответственно, риски по гостиничным проектам. Перспективность этих регионов объясняется большим неудовлетворенным спросом на гостиничные площади. Поток туристов с каждым годом увеличивается, а номерной фонд практически не растет [6].

В то же время следует отметить, что ситуация стремительно меняется вокруг г. Сочи. Ранее Сочи также представлял собой объект «вторичного интереса», но в связи с подготовкой к Олимпиаде-2014 идет активное строительство объектов размещения, в том числе под управлением известных западных компаний. Администрация Краснодарского края подготовила для отечественных и зарубежных инвесторов предложения по возведению новых современных гостиничных комплексов с развлекательной инфраструктурой. Сейчас процесс согласования проходят проекты строительства нескольких современных гостиниц в центре города, планируется построить пятизвездочные отели гостиничных сетей Radisson SAS, Hilton и Marriott.

В целом гостиничные рынки регионов находятся на стадии формирования. Здесь остаются вакантными целые сегменты соответствующего предложения и практически отсутствует конкуренция между существующими отелями, о чём говорит высокая загрузка действующих гостиниц.

Гостиницы экономкласса, как и объекты более высокой классности, управляемые международными операторами, будут представлены единичными примерами, имеющими не столько экономический, сколько имиджевый характер. Первые проекты такого уровня уже находятся в разработке на рынках регионов, наиболее развитых в этом отношении. Например, в прессе неоднократно заявлялось о намерении построить гостиницы высокого класса в Екатеринбурге (под управлением Hyatt), в Калининграде (Marriott или Sheraton), а также в Уфе или Казани. Объекты класса «люкс» появляются и будут появляться в курортных центрах, поскольку в представлении потребителей отдых часто сочетается с гостиницами высокого уровня комфорта и с эксклюзивным обслуживанием [10].

Среди основных международных хотельеров, решивших осуществлять и расширять свою деятельность в регионах называют Rezidor SAS с брэндами Radisson SAS (4* и 5*), Park Inn (3* и 4*), “Country Inn” (2* и 3*), сети Marriott и Accor Group, а также Cendant Group, интересы которой представляет “Эрмитаж групп” с марками Ramada (4*), Days Inn (2* и 3*).

Самой первой компанией, появившейся на российском рынке является InterContinental Hotels Group (ING). История InterContinental в России началась с отеля «Савой», который был взят на управление по контракту. В 1996г. по разным причинам отель перестал управляться ING. Тогда компания открыла свой первый Holiday Inn Vinogradovo в 1998г. ING – один из наиболее крупных и известных игроков международного гостиничного бизнеса. Компания ING объединяет посредством контрактов франчайзинга, управления, лизинга, а также собственности самый крупный номерной фонд в мире. Компания владеет 556 246 номерами в более чем 3700 отелях мира [2]. Три четверти отелей работают на условиях договора франшизы.

Самыми известными торговыми марками компании являются Holiday Inn и Crowne Plaza Hotels & Resorts. Также компания владеет такими брендами, как Holiday Inn Express, Staybridge Suites Hotel Indigo, Candlewood Suites и др. Сейчас в Москве функционируют четыре отеля под брендом Holiday Inn и один под брендом Crowne Plaza. Еще один Holiday Inn был открыт в Самаре. У компании есть четкая и достаточно амбициозная цель – достичь к концу 2008 г. совокупного объема номерного фонда в 585000 единиц. Российский рынок особенно интересен ING с точки зрения развития новых проектов и большого потенциала выездного туризма, сейчас ему уделяется самое пристальное внимание наравне с Китаем и Индией [6].

Также анонсировано строительство отеля InterContinental на 205 номеров. Он примет первых постояльцев в 2010 г. В Санкт-Петербурге в 2008-2009 гг. начнут работу отели «Holiday Inn Московский» и «Holiday Inn Лиговский» на 480 и 130 номеров соответственно. Здесь же в 2010 г. откроется гостиница Crowne Plaza на 330 комнат. В мае этого года в Самаре начнет принимать гостей Holiday Inn (170 комнат), в 2008 г. Holiday Inn Riverside на 160 номеров откроется в Челябинске [4].

Экспансия компании Rezidor SAS на российский рынок началась в конце 1991г. Международный оператор Rezidor Hotel Group управляет гостиницами под брендами Radisson SAS Hotels & Resorts, Regent International Hotels, Park Inn и Country Inns & Suites. В портфолио компании 279 работающих и строящихся гостиниц (около 57 600 номеров) в 47 странах, преимущественно в Европе, на Ближнем Востоке и в Африке [2]. Rezidor SAS (гостиничные сети Radisson SAS, Park Inn) управляет шестью отелями в России: Radisson SAS Slavyanskaya в Москве, Radisson SAS Royal Hotel в Санкт-Петербурге, тремя в Сочи и одним в Екатеринбурге.

Rezidor SAS совместно с двумя инвестиционными фондами, шведским Swedfund и датским The Investment Fund for Central and Eastern Europe, намерены построить в России сеть гостиниц эконом-класса под всемирно известным брендом Country Inn.

Планы компании по развитию бизнеса на российском рынке хорошо освещены в официальном пресс-релизе, где говорится, что в период с 2007 по 2009г. компания намерена открыть гостиницы с общим номерным фондом 20 000 номеров. В своих проектах Rezidor SAS больше ориентирована на “добывающие” города: Тюмень (Radisson SAS), Новосибирск, Омск, Красноярск. Также будут открыты три гостиницы Москве, две гостиницы в Ростове – на – Дону [11].

Вслед за Rezidor SAS рынок России стал осваивать французский Accor Group, открывший первый Новотель в Шереметьево-2 в 1992г. Accor Group управляет около 4000 гостиниц в 140 странах [2]. Цепь выступает под различными марками: «Pullman», «Sofitel», «Novotel» – 4* и 5*, «Altea/Mercure» – 3* и др. Компания владеет отелями различных категорий, что позволяет ей двигаться более гибким курсом и довольно легко переносить колебания рынка.

Несмотря на то, что Accor был одним из первых, он не воспользовался этим преимуществом, открыв за все это время одну гостиницу в Санкт-Петербрге и две гостиницы в Москве. Впоследствии, одна из них была перепродана и сейчас функционирует под

названием «Ирис конгресс отель», другая – открытая в 2002 Novotel Центральная. Но сейчас Accor принял динамичную позицию. В феврале 2008г. в Санкт-Петербурге был открыт Ibis St Petersburg Moskovsky Vokzal. Компания особенно активно осваивает регионы России, выводя на рынок свой бренд Ibis. Планирует ввести в строй несколько гостиниц этой цепи – в зону интересов компании входят около 30 городов, среди которых Екатеринбург, Новосибирск и другие [3].

Эксперты полагают, что Accor удастся повторить свой успех в Европе, так как ими выбран удачный формат, к тому же сеть предоставляет девелоперам очень удобные условия сотрудничества. Со своими отелями компания работает на основе контракта на управление. В прошлом году в этих договорах Accor давал гарантию кредитования стадий предоткрытия и открытия, что, несомненно, является фактором, привлекающим девелоперов [10].

В 1993г. на рынок выходит другой отельный гигант, осуществляющий свою деятельность на сегменте 4-5*, Starwood Hotels & Resorts Worldwide Inc. Компания Starwood Hotels & Resorts Worldwide Inc. объединяет под своей маркой такие известные бренды, как Le Meridien, Sheraton, W Hotels, Luxury Collection и др. [2] Первым отелем был Шератон Палас Отель, открытый по франшизе. Затем Starwood вывел на рынок другой свой бренд Le Meridien. В 1995г. открылся по контракту на управление "Националь Le Royal Meridien", а следом за ним – гостиничный комплекс Управления делами президента в Нахабине (Le Meridien Moscow country club). Сейчас компания анонсировала вывод на рынок люксового гостиничного брэнда W Hotels. Первый отель с таким названием появится в Петербурге в 2009г. Кроме того, SH&RW планирует самостоятельно развивать в России брэнд Le Meridien [12]. Вместе с Еврофинанс Моснарбанком оператор откроет первую гостиницу Le Meridien на 200-250 номеров в Петербурге на месте гостиницы «Северная Корона». Затраты на обустройство одного номера в отеле W оцениваются минимум в $250000, в Le Meridien – в $250-300000, то есть всего партнеры SH&RW потратят на новые проекты оператора в России более $96 млн [10].

Далее в 1996г. в Москве открылся по франшизе отель Марриотт Гранд, принадлежащий Marriott International, который является также одним из наиболее значимых гостиничных операторов в мире. Он управляет 2900 отелями в 67 странах мира, с годовым доходом более $11 млрд. Помимо самого бренда Mariott Hotels, компания владеет такими брендами, как Courtyard, Spring Hill Suites, Residence Inn, Renaissance Hotels & Resorts, Ritz Carlton, а также мини-отелями Bulgari и др [2]. Компания работает в основном на сегменте 4-5*, ориентирована на предоставление эксклюзивного обслуживания, высокого качества услуг по высоким ценам. Далее в Москве в 1997г. под управление Marriott International перешла гостиница «Ренессанс», в 1998г. был открыт Марриотт Аврора (франшиза), с 1999г. отель Мариотт Тверская (франшиза) был также приобретен Marriott International у другой американской компании Colony. Первый Courtyard был открыт в 2005, а первый Ritz Carlton в 2007. Отели Renaisance работают также в Петербурге и Самаре. Все четыре отеля работают на основе договора на управление. В регионах Marriott интересуется Калининградом, Нижним Новгородом, Екатеринбургом [9].

Первым отелем Hayatt International в России является Арарат Парк Хаятт в Москве, построенный в 2002г. В настоящее время во всем мире 215 гостиниц с более чем 90 000 номерами носят имя Hyatt . Компания представлена в 43 странах мира. В цепь входят гостиницы нескольких брендов: Hayatt, Grand Hayatt, Park Hyatt [2]. Еще 38 проектов находятся на стадии реализации.

В Москве Hayatt International планирует взять под свое управление несколько этажей элитных апартаментов в строящейся башне «Федерация» в Москва-сити. Она будет самой высокой в Москве (440м). Оператору будут принадлежать 44 из 85 этажей башни.

На самом верху здания разместится ресторан с панорамным обзором [8].

Цепь Swissotel моложе, чем многие другие остальные, но уже заняла достойную позицию на мировом рынке. Ей принадлежат 23 отеля в 15 странах мира [2]. Еще 6 отелей планируют открыться в 2007-2009гг. В российской столице тоже есть отель этой сети – Swissotel Красные Холмы 5*, открывшийся в 2005г.

Коллекция отелей цепочки Swissotel в скором времени пополнится еще одной гостиницей – в Новосибирске. Международная сеть швейцарских отелей недавно подписала договор об управлении с компанией "Сибакадеминвест". Открытие Swissotel Novosibirsk намечено на 2009 год [13].

Отель будет находиться в самом центре Новосибирска, в деловой части города. В нем будет 200 номеров и сьютов, оборудованных по последнему слову техники. К услугам гостей также бизнес-центр, большой выбор ресторанов и баров с интернациональной и местной кухней и спа-центр [6].

Главной новостью в гостиничном бизнесе весны 2008г является открытие первого отеля Hilton в России. Бывшая гостиница «Ленинградская», будет работать под брендом «Hilton-Ленинградская». Однако компания вовсе не думает останавливаться на достигнутом. Hilton Hotels Corporation (HHC) является общепризнанным мировым лидером гостиничного рынка. Компания предлагает 480 000 мест в более чем 2800 отелях по всему миру. Ее представительства находятся в 76 странах мира, а численность персонала, работающего на компанию, превышает 100 000 человек [2].

В рамках заявленного «пятилетнего плана» до 2012 года Hilton Hotels Corporation намерена открыть 25 отелей в России. Hilton рассчитывает прийти в Россию сразу с несколькими брендами разных категорий: в их числе Conrad, Hilton, Doubletree by Hilton, Hilton Garden Inn и Hampton by Hilton. Франшиза на бренд Hilton передана компании Interstate Hotels Group. Хотя акцент, безусловно, будет сделан на проекты в Москве и Петербурге, один из первых отелей Hilton Hotels Corporation появится в Новосибирске, где L&R в настоящее время развивает проект офисно-гостиничного центра. В его состав и войдет гостиница на 186 номеров под брэндом Doubletree by Hilton. Открытие отеля намечено на 2-й квартал 2008 года. Со временем, отели Hilton появятся в Нижнем Новгороде, Воронеже, Екатеринбурге, Калуге, Самаре и других российских городах [5].

Kempinski Hotels рассчитывает к 2010 году взять под свое управление около 20 отелей по 200 номеров, увеличив свой номерной фонд в России до 4 тыс. номеров [6].

Cendant Group (гостиничные сети Ramada, Days Inn) также осваивает ряд российских регионов: Калининград, Тюмень, Тагил, Каменск-Уральский, остров Сахалин [10].

Protea Hospitality Corp. из Южной Африки заявила о строительстве своих первых отелей в Воронеже и Екатеринбурге, возводит гостиницу в Новосибирске и объявила о планах по гостиничному строительству в Челябинске, Твери, Нижнем Новгороде, Самаре, Ростове-на-Дону, Сочи, Красноярске, Иркутске, Владивостоке, Хабаровске, Тюмени, Казани, Калининграде и на Сахалине [10].

Таким образом, выход международных гостиничных цепей на российский региональный рынок уже предрешен. Для этого сложилась необходимая ситуация, обусловленная рядом факторов: ужесточение конкуренции в Москве, насыщение рынка других сегментов недвижимости и др. Предстоящая Олимпиада-2014 послужила дополнительным катализатором для активизации международных операторов в регионах.

Выход на региональный рынок современных гостиничных объектов, достаточно крупных, чтобы завоевать на нём свою долю, приведёт к коренным изменениям, результатом которых будет снижение конкурентоспособности действующих объектов. Если старые гостиницы не смогут снизить цены и повысить качество своих услуг, они будут вытеснены более успешными конкурентами.

Региональные гостиничные рынки и дальше будут пополняться, в основном, проектами малой и средней вместимости, позиционирующимися на стыке верхнего и среднего сегментов. В то же время все это может послужить дополнительным стимулом для развития въездного туризма в Россию в целом и продвижению регионального продукта на рынке в частности.

Литература

1. Ляпина И.Ю. Организация и технология гостиничного обслуживания. – М.: Академия, 2002; 206 с.
2. Росбизнесконсалтинг. Российский рынок гостиниц. Аналитический обзор. http://marketing.rbc.ru
3. www.accorhotels.com
4. www.ichotelsgroup.com
5. www.hilton.com
6. www.hotelline.ru
7. www.hotels-moscow.ru
8. www.hyatt.com
9. www.marriott.com
10. www.prohotel.ru
11. www.rezidor.com
12. www.starwoodhotels.com
13. www.swissotel.com
14. www.wikipedia.org

МЕТОДИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ТУРИСТСКИМ РЕСУРСАМ, ПЕРЕДАЮЩИМСЯ В КОНЦЕССИОННОЕ ПОЛЬЗОВАНИЕ

Консовский А.А., *аспирант кафедры Менеджмента и стратегий в туризме Российская Международная Академия Туризма, 2005mail@list.ru*

Туризм относится к классу ресурсных отраслей. Это означает, что потребительская стоимость туристского продукта во многом определяется качеством рекреационных ресурсов [1]. Объективным является и тот факт, что подобные ресурсы количественно ограничены и качественно дифференцированы.

С точки зрения экономики предприятия, качественная дифференциация природных ресурсов порождает различия в затратах и результатах хозяйственной деятельности туристских организаций. Колебание размера затрат происходит в первую очередь за счет разницы в расходах на продвижение продукта на рынок, а также возможностях использовать эффект экономии на масштабах. Результаты хозяйственной деятельности во многом зависят от уровня цены, которую потенциальные клиенты готовы заплатить за возможность использовать рекреационные ресурсы данного курорта [2].

Посредством проецирования некоторых теоретических положений, разработанных профессором В.М. Козыревым относительно механизма туристской ренты [3], предлагается разделить национальные отраслевые ресурсы, предназначенные для интеграции в туристскую концессию[1], на 3 группы: монопольную, дифференциальную и абсолютную.

[1] Туристскую концессию предлагается рассматривать как передачу концессионеру одного или нескольких (в комплексе) природных, исторических, социально – культурных объектов, принадлежащих государству, включая объекты туристского показа, а также иные объекты, предусмотренные действующим концессионным законодательством, для строительства, модернизации, реконструкции, эксплуатации, управления и обслуживания на определенных, закрепленных в договоре условиях, но обязательно в туристских целях.

К монопольной группе туристских ресурсов, передающихся в концессию, предлагается отнести ресурсы уникального качества, представленные в единственном числе, характеризующиеся повышенным спросом, абсолютной степенью исключительности и имеющим национальное значение. Сюда должны быть отнесены единичные и невоспроизводимые туристские объекты, такие как Эрмитаж, музей-заповедник Болдино, музей-усадьба Лермонтово.

Известно, что монопольное положение тех или иных туристских ценностей создает условия для образования монопольных цен на соответствующие услуги и служит естественным ограждением от конкуренции [4]. Однако любая концессия уже по своей сути имеет монопольный характер: концессионер получает эксклюзивный доступ к определенным ресурсам на всем протяжении действия договора. При этом в зарубежной практике концессионных соглашений прописывается пункт, согласно которому цены, устанавливаемые на предлагаемую продукцию и услуги должны быть одного порядка с ценами на аналогичные позиции у конкурентов [5]. В случае монопольной группы может быть взят показатель объективной рыночной цены. Поэтому основной ценностью данной группы ресурсов, будет создание благоприятных для концессионера рыночных условий для генерирования наибольших туристских потоков.

К дифференциальной группе туристских ресурсов, передающихся в концессию, необходимо отнести основные ресурсы неравного качества. Они будут являться уже не уникальными, а массовыми, т.е. ресурсами, в неодинаковой степени удовлетворяющими основные цели клиентов. Данная группа объективно будет являться самой большой для потенциального использования механизма концессионных соглашений относительно отечественного туризма, и иметь наибольший разброс относительно своей ценности (привлекательности). При этом ресурсы дифференциальной группы не уникальны и поэтому могут иметь множество заменителей. Конкурентоспособность подобных ресурсов будет зависеть от географического месторасположения, наличия необходимой инфраструктуры и инженерных коммуникаций, а также уровня взаимодействия с бизнесом региональных административных институтов.

К абсолютной группе туристских ресурсов, передающихся в концессию, необходимо отнести оставшиеся ресурсы худшего качества. И если монопольные и дифференциальные группы будут, как правило, являться основными объектами концессионного соглашения, то ресурсы абсолютной группы, из-за своей низкой привлекательности, чаще могут выступать нагрузкой к основному концессионному соглашению.

Объективно, что количество претендентов будет зависеть от уровня ценности (привлекательности) каждого конкретного ресурса. Поэтому на основе изучения спроса и иных рыночных показателей, предлагается присвоить коэффициент каждой группе туристских ресурсов, предусмотренных для передачи в концессию. При этом уровень максимальной ценности (привлекательности) предлагается присвоить ресурсам монопольной группы и взять этот показатель за единицу (Табл. 1).

Таблица 1

Коэффициент ценности (привлекательности) групп туристских ресурсов, передающихся в концессию

Группа туристских ресурсов	Характеристика	Коэффициент уровня ценности (привлекательности)
Монопольная (№ 1)	Уникальные и исключительные туристские ресурсы	1
Дифференциальная (№ 2)	Массовые туристские ресурсы неравного качества	1–0,1
Абсолютная (№3)	Остальные туристские ресурсы	0,1

Графическое отображение зависимости спроса на рынке туристских услуг от уровня ценности (привлекательности) ресурсов, передающихся в концессию, имеет следующий вид (Рисунок 1):

На оси у отображены показатели коэффициента ценности (привлекательности) групп туристских ресурсов (К), при максимальном значении равном единице, а на оси х отображены группы туристских ресурсов (Q).

На графике показатели обозначены следующим образом:

– кривая спроса

– монопольная группа туристских ресурсов

Q2 – дифференциальная группа туристских ресурсов

Q3 – абсолютная группа туристских ресурсов

D мон – спрос на туристские ресурсы монопольной группы

D диф – спрос на туристские ресурсы дифференциальной группы

D абс – спрос на туристские ресурсы абсолютной группы

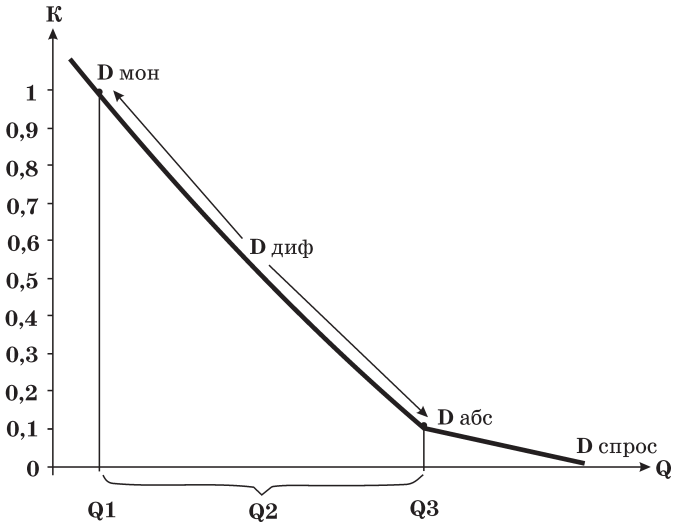


Рис. 1 Зависимость спроса на рынке туристских услуг от уровня ценности (привлекательности) ресурсов, передающихся в концессию

Чем выше коэффициент, а, соответственно, ценность (привлекательность) ресурсов, тем выше должны быть требования к выбору концессионера. В качестве конкурентного преимущества может рассматриваться опыт реализации подобных проектов потенциальным концессионером, его финансовые показатели, деловая и общественная репутация. При этом частный сектор, получивший в пользование самые конкурентоспособные туристские ресурсы, должен быть обременен наибольшей социальной ответственностью.

Объективно, что на этапе становления концессионного механизма относительно сферы национального туризма, основной интерес для бизнеса будут представлять ресурсы монопольной группы. При этом стратегической задачей государства будет являться создание условий для массовой передачи в концессию дифференциальной группы туристских ресурсов. Эта группа, являясь самой большой по количественным характеристикам, будет представлять собой основной ресурс для развития отечественного туризма посредством концессионного механизма. На правительственном уровне решающее значение для массовой передачи в пользование ресурсов данной группы будет иметь создание положительного инвестиционного климата региональными и местными властями, установление понятных для бизнеса правил сотрудничества, устранение возможных препятствий бюрократического характера.

Перечень ресурсов монопольной группы, предназначенных для передачи в концессию, должно разрабатывать российское Правительство, в лице Федерального агентства по туризму и Федерального агентства по культуре и кинематографии, а перечень ресурсов дифференциальной и абсолютной групп, – региональное Правительство, в лице областных комитетов по туризму и культуре.

В тоже время должны быть предусмотрены положения, позволяющие потенциальному концессионеру самостоятельно выходить с инициативой о взятии в концессию туристских ресурсов, не предусмотренных соответствующими государственными перечнями.

Далее к рассмотрению предлагается модель приоритетности распределения концессионных платежей по уровням бюджета в зависимости от использования различных групп туристских ресурсов.

При этом механизм разделения концессионных платежей относительно монопольной группы должен предусматривать приоритет федерального бюджета над региональным и местным. Это обусловлено особым статусом ресурсов монопольной группы, которые измеряются не только туристскими, но и общекультурными и общеисторическими категориями.

Механизм распределения концессионных платежей относительно дифференциальной группы должен предусматривать приоритет регионального бюджета над местным и федеральным. Ресурсы данной группы будут являться источником генерации основных туристских потоков в регион, и иметь ключевое значение для развития отрасли посредством государственно-частного партнерства в национальном масштабе. При этом было бы целесообразным, если данные платежи шли на дальнейшее развитие регионального туризма.

Механизм распределения концессионных платежей относительно абсолютной группы должен предусматривать приоритет местного бюджета над региональным и федеральным. Однако в связи с низкой привлекательностью данных ресурсов, которые могут в основном выступать в виде нагрузки к основному соглашению, концессионные платежи по этим объектам будут незначительны или вообще отсутствовать.

В вопросе управления территориями в туристских концессиях, на основе анализа международного опыта, целесообразно выработать соответствующие подходы относительно национальных отраслевых ресурсов. Прежде всего, это актуально относительно больших рекреационных объектов, передающихся в туристскую концессию: парков, заповедников и иных природоохранных территорий.

Одним из таких вариантов предлагается рассматривать функционирование туристско-рекреационного комплекса на основе использования моноконцессионного подхода к передаваемым ресурсам.

В этом случае предусматривается уступка территории для использования в туристских целях в рамках конкретного соглашения единому концессионеру, который полностью обеспечивает весь цикл производства и реализации продукции и услуг в рамках туристско-рекреационного комплекса.

Например, правительство Мозамбика, с целью передачи природоохранных территорий в концессию, разделило территорию страны подробным образом на 4 блока: «Северный», «Западный», «Восточный» и «Южный» [6]. Потенциальный концессионер может взять в пользование отдельный блок, который он может использовать в своих интересах, но обязательно в туристских целях.

Данный подход актуален при условии, когда концессионером выступает компания, которая сможет эффективно организовать полный цикл предложения товаров и услуг. Преимуществами подхода является возможность генерировать значительные финансовые средства, диверсифицировать риски и создавать единый комплексный туристский продукт. К недостаткам можно отнести недостаточную внимательность к специфике функционирования и деталям каждого конкретного ресурса в рамках единой зоны.

Другим вариантом предлагается рассматривать функционирования туристско-рекреационного комплекса на основе использования поликонцессионного подхода к передаваемым ресурсам.

В этом случае предусматривается передача территории или ресурсов этой территорий нескольким независимым концессионерам, которые, обеспечивая конкретный цикл производства и реализации определенной продукции или услуг в рамках туристско-рекреационного комплекса, образуют тем самым единое туристское предложение.

Похожий подход наблюдается в Намибии, где Министерство природопользования и туризма Республики провело территориальное разделение участков одного из самых больших национальных парков Африки «Намиб-Науклюфта», передающегося в пользование по зонам, с различной специализацией независимых друг от друга концессионеров, но представляющего собой единый туристско-рекреационный комплекс [7]. Зона №1 данного парка представляет собой особоохраняемые территории и заповедник, Зона №2 предлагает развлечения для туристов и экскурсантов, а Зона №3 предусматривает проживание туристов (гостиницы и другие коллективные средства размещения).

В тоже время государство может оставить за собой управление частью туристско-рекреационного комплекса при его передаче в концессионное пользование. Подобная практика наблюдается в новозеландском парке «Милфорд Саунд», где сектор водных перевозок остался вне концессионного управления [8].

В целом, поликонцессионный подход к ресурсам в туристско-рекреационном комплексе позволяет участвовать в государственно-частном партнерстве малому бизнесу, узкая специализация которого, а также взаимная заинтересованность автономных концессионеров, позволяет в итоге вырабатывать конкурентоспособный туристский продукт. Включение в концессионный процесс небольших игроков может стать ключевым фактором для развития отечественного туризма посредством уступки отраслевых ресурсов. К недостаткам такого подхода можно отнести отсутствие генерации значительного финансового капитала и высокую зависимость от деятельности других концессионеров в рамках туристско-рекреационного комплекса.

Литература

1. Зорин И. В. Экономические аспекты стимулирования деятельности отечественных производителей туристского продукта // Туризм Подмосковья в канун XXI века. – М., РМАТ, 2000. – С. 253-261

2. Хомутникова Н.И. Проблемы разработки и внедрения механизма платного пользования природными рекреационными ресурсами // Эко-бюллетень ИнЭкА № 3, 2003 [Электронный ресурс]. – Электрон. дан. – Режим доступа: www.ineca.ru/?dr=bulletin&pg=content&number=0086006&st=print&op=12&cs=2&l. – Загл. с экрана

3. Козырев В.М. Туристская рента. – М.: Финансы и статистика, 2003. – 112 с.

4. Буторова Н.В. Менеджмент и маркетинг иностранного туризма: обслуживание иностранных туристов в России. – М.: Советский спорт, 1999. – 107 с.

5. Request for Proposals Concession Operations and Tenant Improvements at Corona del Mar State Beach. – California: Newport Beach, August 20, 2007. – P.54

6. Call for expressions of interest conservation and tourism development concessions. – Mozambique, Niassa: Niassa National Reserve, 2007.- P. 5

7. Namib-Naukluft Park Management and Tourism Development Plan. – Windhoek: Ministry of Environment and Tourism Republic of Namibia, August 2003. – P. 51

8. Concession-based tourism in three National Parks // The value of conservation. – The Terrace Wellington: Department of Conservation New Zealand, October 2006. – P.19

СПОСОБЫ ФОРМИРОВАНИЯ ТУРИСТСКОГО ОБРАЗА ТЕРРИТОРИИ. РАЗВИТИЕ ИМИДЖА ТУРИСТСКОЙ ДЕСТИНАЦИИ

Никанорова Е.В., *аспирант кафедры рекреационной географии и туризма географического факультета Московского Государственного Университета им.М.В.Ломоносова, katie.nik@gmail.com*

Для создания собственного подхода к рассмотрению формирования туристского образа территории и способов оценки в данной отрасли и выработке рекомендаций по системе

развития имиджа туристского направления, автором уделялось значительное внимание анализу данных других отраслей экономической науки.

В частности, для выявления и анализа фактов определения перспективных возможностей региона как туристской территории и, соответственно, разработки методики оценки туристского потенциала, определяющей территориальную адаптивность региона к туризму, использовались дефиниции практики зарубежных стран, а для определения развития имиджа целевого туристского направления, адаптировались технологии оценки на высококонцентрированных рынках.

Разработка научно обоснованной типологии образа должна строиться на основе выделения видов образа по трем основным критериям: виды объектов образа; виды субъектов образа; виды деятельности субъекта, выражающие отношение субъекта к объекту. При характеристике образа региона следует обязательно отметить тот факт, что просто не существует такого субъекта, которого интересовал бы регион как таковой: для любого реального субъекта важны какие-то конкретные сферы жизни и структуры региона. Рационально представлять образ региона как систему взаимосвязанных показателей для объектов, представляющих собой те или иные сферы жизни (деятельности) в регионе: системы органов власти и управления регионом; экономики региона; политической сферы региона; сферы научных исследований и разработок региона; сферы образования региона; сферы культуры и т.д. Причем, возможно как укрупнение, так и дифференциация такого рода объектов. По отношению к каждому объекту или их типам, в свою очередь, возможно выделение нескольких составляющих в зависимости от вида субъектов. При этом целесообразен учет только тех субъектов, отношение которых к объекту имеет значение для его функционирования и развития. Например, при характеристике туристского образа региона в качестве субъектов могут приниматься в расчет туристы (причем, разные – иностранные, отечественные, внутрирегиональные), турфирмы, финансово-кредитные организации и т.д. Понятно, что у каждого из этих типов субъектов имеются свои особые интересы, поэтому и образные характеристики сферы туризма в регионе у них будут иметь свои особенности. Особо важное значение имеет деление субъектов на внутренние и внешние по отношению к региону [1].

Зарубежные и отечественные ученые, работающие в области теории и практики продвижения имиджа туристской дестинации, выделяют несколько подходов в определении стратегий продвижения территориального имиджа, возможных к применению предприятиями туротрасли в условиях рынка.

Анализируя современное состояние степени разработанности темы формирования туристского образа территории и продвижения имиджа туристского направления, в отечественной и зарубежной литературе можно выделить следующие положения [2]:

Среди работ зарубежных и российских ученых не выявлено исследований в отношении текущих трансформаций на российском рынке формирования и продвижения туристского образа территории.

Проблема создания эффективных конкурентных стратегий туристских компаний в устойчивости функционирования российского рынка реализации продвижения имиджа туристского направления в научной литературе практически не освещена.

В силу специфики российских условий функционирования отрасли, применить способы оценки и формирования туристского образа территории в сфере туристских услуг чрезвычайно сложно.

В анализируемой теме следует подчеркнуть также важность доли туристов, руководствующихся при выборе направления отдыха и типа туристского продукта комплексом побудительных мотивов, и которая достигла в 2005 году 95,7 %. Стабильным требованием туристов, начиная с 2005 года, является, прежде всего, качество отдыха. Но при этом следует учитывать и определенные контингенты туристов, как, например, счита-

ются наиболее проблематичными клиентами женщины возрастной категории 43-49 лет, т. к. они значительнее подвержены воздействию факторов, формирующих физический, коммуникативный и экономический барьеры. Следовательно, степень восприятия туристского направления данной категорией будет несколько искажена, с заниженной оценкой качества. По этой же причине в оценке восприятия образа необходимо учитывать психологические, социальные и поведенческие особенности, психо-эмоциональное состояние потребителя вообще [3].

Положительные и отрицательные факторы, влияющие на объективность оценки туристской территории, можно выявить путем анализа некоторых методик экономической оценки развития туризма. Это дает возможность определить основные требования к методике: репрезентативность (общая совокупность туристских ресурсов интересуемого региона), масштабность (дифференцированность показателей), простота и наглядность (универсальность применения для любого региона, наглядная оценка результатов).

Для возможности предоставления объективного оценивания территории в качестве туристского объекта необходимо изучить социально-экономические предпосылки самого региона. В этом наилучшим образом подходят инструменты маркетингового анализа.

Исследование образа туристской территории возможно сделать по следующей подобной схеме:

Анализ ресурсов интересуемой туристкой территории, включающий в себя изучение рынка туристских услуг и приоритетные направления развития туризма;

Обоснование социально-экономического потенциала территории, состоящего из рассмотрения в отдельности каждого региона с его потенциальными возможностями и ранжирования этих регионов с точки зрения туристской привлекательности;

Прогностическая оценка возможного развития направления и возможного объема продажи туристских услуг.

В соответствии с данной схемой базового маркетингового анализа

возможно изучение предпосылок и новых приоритетных условий развития имиджа по интересуемому туристическому направлению.

При оценивании и, соответственно, выбору наиболее привлекательных с туристической точки зрения территорий, следует уметь уделить внимание такому важному нюансу, как то, что объективность оценки потенциала туристических ресурсов возможна лишь для отдельных составляющих турпродукта, поскольку кроме неизменяемых, при прочих равных условиях, ландшафта, климата, мы имеем дело с такими факторами, как политика в области туризма, погодные условия, события международного масштаба и т. д., то есть зависимость от переменных время и пространство. Большое влияние будет оказывать и фактор сезонности. Например, в периоды низкого сезона или межсезонья на восприятие образа будут оказывать влияние используемые в качестве дополнительных мер по стимулированию продвижения туристской дестинации более низкие цены, диверсификация турпродукта, различные бонусные системы, дополнительные услуги и т. п. [4].

Поскольку наличие на территории уникальных объектов не делает их привлекательными автоматически, необходимо использовать маркетинговый инструментарий, как, например, создание фантазийного образа вокруг подобных объектов. Именно для этого необходимо формировать художественные образы, используя эпос, историю региона, культурные традиции.

Не следует забывать и о таких важных составляющих, влияющих на формирование туристского образа территории, как специфические особенности производителей и потребителей туруслуг, спрос на которые достаточно эластичен, в зависимости от стоимости туристского продукта, целевой рекламы, конъюнктуры рынка, демографических и социально-экономических факторов и т. д.

На оценку качества (поскольку таковая достаточно субъективна) могут оказывать влияние внешние факторы непрямого отношения, такие как другие туристы, местные жители.

Соответственно, с точки зрения туристского маркетинга в оценке образа территории следует принимать во внимание не только конечного потребителя – туриста, но и различные по профилю и целям промежуточные звенья, такие как государственные органы, имеющие влияние на политику туризма, туроператоры, отели, авиакомпании, агентства наземного транспортного обслуживания, различные туристские объединения и ассоциации и т. п. [5].

Образ любого туристского региона не является неизменным, представления о регионе могут меняться, особенно под воздействием политических и экономических факторов.

Для любой отрасли, а для туризма в особенности, экономическая конкуренция, технологические изменения, политика государства имеют тенденцию к постоянной изменчивости. Деловая стратегия должна изменяться и, если надо, изменяться быстро с учетом возникающих экономических обстоятельств и изменений в туристском обращении.

Самым эффективным пропагандистским средством, способным формировать позитивный образ, все же является реклама и грамотная пропагандистская политика, как на общегосударственном, так и на региональном уровне.

На сегодняшний день возрастает значение обретения туристским регионом собственного имиджа. Образ туристского региона конструируется, то есть осознанно видоизменяется при создании его «неповторимого» имиджа [6].

На данном этапе термин «образ» будет заменён термином «имидж», так как формирование образа территории посредством маркетинга уже является формированием имиджа.

Энциклопедическое определение понятия имидж (от лат. imado – образ, вид) означает «целенаправленно формируемый образ какого-либо лица, явления, предмета, призванный оказать эмоционально-психологическое воздействие на кого-либо, с целью популяризации, рекламы, обретения устойчивого признания, авторитета».

Фактором развития международного, национального и регионального туризма выступает имидж территории, превращаясь в рычаг воздействия на массовое сознание. Информированность о территории, создание ее притягательности и привлекательности ресурсов, сосредоточенных на интересуемой территории, т. е. практически каждого объекта, возможны за счет продвижения территории. Создание привлекательных черт на сегодняшний день, исторические положительные стороны будут выступать основой для формирования положительного имиджа территории. Поэтому одной из важных и главных задач в достижении поставленных целей будет выступать повышение эффекта коммуникаций с целью изменений установок и, соответственно, поведения реципиента информации.

Во многих развитых странах туризм представляется динамично развивающейся отраслью, приносящей значительные прибыли экономике развитых стран.

В формировании имиджа важно учитывать мировой опыт, поскольку такие страны, как Франция, Швейцария, Италия, Испания сформировали значимый уровень собственного благосостояния именно благодаря развитию туризма и продвижению имиджа (таковым выступает почти каждый объект нашего окружения, как страна, область, город или часть населенного пункта) своих территорий. Здесь возникает необходимость придерживаться «принципа соответствия», являющегося основополагающим и имеющего обратную связь с потребителями туристских услуг на интересуемой территории.

Позитивный результат может иметь место только при целенаправленном, продуманном создании образа, поскольку у потенциального туриста уже существует собственное представление о территории, территория же в глазах туриста хочет создать свое впечат-

ление о себе, а зависимость между рассматриваемыми представлением и впечатлением и будет имиджем. Именно поэтому неконтролируемое хаотичное самоформирование имиджа региона может потенциально нести негативный характер.

Исходя из вышесказанного, концепция формирования территориального образа должна базироваться на активных воздействиях по созданию позитивного восприятия своего имиджа и его отражения в «зеркале» клиента, что обязывает, в свою очередь, придерживаться ориентации на определенные категории потребителей.

Первоначально следует уделить внимание формированию внутреннего и внешнего имиджа.

Внутренний имидж может решать задачи определения срочных целей функционирования территории и составления планов действий, сегментирования туристского рынка, проведения маркетинговых исследований, разработку концепций оформления территории, подбор сотрудников соответствующего уровня и образования, создания товарного знака, создания потенциальной и реально существующей клиентской базы.

К внешнему имиджу можно причислить доведение информации о территории потенциальным клиентам и партнерам, внешнюю рекламу с упором на уникальность объектов и услуг.

Таким образом, имидж территории может быть управляем посредством таких инструментов, как реклама и PR, т. е. так называемый имиджмейкинг.

В качестве спонсора рекламной кампании может выступить какой-либо орган государственной власти, выделяя из своего бюджета финансовые средства на изготовление и распространение рекламной продукции об интересуемой территории.

Содержание рекламы должно быть направлено на достижение и реализацию таких задач, как информация о территории и предоставляемых ею возможностях в проживании и ведении различных видов деятельности, убеждение в предпочтительности посещения этой территории, создание стимулов к посещению, поддержание положительного эмоционального восприятия местности у лиц, уже посетивших ее.

Реклама, ориентированная на имидж территории в целом, может акцентировать внимание на создании общего положительного образа или устранении сформировавшегося отрицательного стереотипа посредством определенных мероприятий и направлений рекламной кампании. Существует также возможность работы над имиджем отдельного ресурса или отдельной характерной черты территории.

В качестве рекламных средств, применительно для продвижения имиджа территории, могут быть применены газеты, журналы, радио, телевидение, рассылка, наружная реклама, сувениры, реклама на транспорте, издание специализированных справочников и т. д.

В формировании имиджа туристской дестинации Федеральное Агентство по туризму Российской Федерации использовало многочисленные принципы, бтльшая часть из которых может иметь место в создании привлекательного образа территории с точки зрения въездного туризма.

Одна из главных задач визуальной рекламы – создать яркий эмоциональный образ, привлекающий потенциального туриста, предоставляя ему информацию о месте, которое он может посетить, и которое должно восприниматься туристом максимально привлекательно. Поскольку с точки зрения психологии память на эмоциональные образы и состояния, вызванные рекламным обращением, является наиболее прочной, используется здесь, таким образом, эмоциональное и ассоциативное воздействие.

Для этого визуальная реклама должна вызывать подсознательные и адекватно воспринимаемые разными этническими группами ассоциации, создающие образ территории как максимально интересного места на Земле. Т. е. в этом случае имидж базируется на уже существующих в обществе стереотипах и вновь формируемых.

В СМИ акцент делался на визуальность, поскольку пресса (специализированные туристские журналы, деловые издания) и телевидение (специализированные передачи на национальных каналах разных стран, реклама на CNN, BBC, Euronews) позволяют следовать принципу образности и иллюстративности туристской рекламы.

Но СМИ имеет столь важную и влиятельную особенность, которую следует подчеркнуть особо. Коммуникационная среда обладает элементами естественной и искусственной, формируемой потоками СМИ, коммуникационных сред. Тиражируется средствами массовой информации образ страны или региона как внутри государства, так и за его пределами, создавая конструктивный или деструктивный имидж в сознании своей аудитории. Исходя из вышесказанного, СМИ участвует в формировании общественного мнения, ломая и создавая новые стереотипы и создавая, таким образом, устойчивое отношение к определенной территории и, соответственно, ее имидж [7].

Принцип формирования символа страны находит отражение в национальной туристской рекламе, а скрытая реклама, или метод product placement, в продвижении туристского региона имеет такой мощный рычаг, как искусство кино. Например, в свежем фильме «Париж, я люблю тебя» зритель легко запоминает Латинский квартал, набережную реки Сены, кладбище Пер-Лашез. Благодаря увиденным ранее достопримечательностям формируется представление о Париже как об объекте.

Поскольку в зависимости от географического положения региона, у него обязательно будет проблема сезонности, сглаживание которой может иметь место при использовании событийного туризма, который, в свою очередь, можно не только с успехом рекламировать на курортах ярко выраженной сезонности, но и задействовать в качестве пропаганды региона на различных спортивных мероприятиях, международных саммитах, культурных и религиозных событиях.

В российской реальности большинство территорий не имеют планов, политики в формировании и поддержании собственного имиджа, что ведет к ослаблению рыночной позиции, низкому уровню конкурентоспособности и, соответственно, потери потенциальных и имеющихся потребителей, понижению рентабельности.

Поэтому в работе над имиджем территории возникает острая необходимость в серьезном подходе к созданию позитивного восприятия интересуемой местности с точки зрения туризма, ее привлекательности, что гипотетически должно стимулировать приток иностранных и российских туристов.

Имиджмейкинг, в этом случае, предусматривает позиционирование объекта таким образом, чтобы сформировать и смочь поддержать благоприятный имидж объекта (территории), произвести необходимую корректировку в случае надобности, учитывая при этом действия потенциальных конкурентов.

Поскольку каждая территория индивидуальна, технологии для ее развития могут быть достаточно дифферентны. Например, исследователь Р. Туровский выделяет такие типы технологий:

– Возрожденческая – как опора на исторические корни – по образу «Золотого кольца»;

– Самовозвеличивающая – таковую используют Саратов, объявляя себя столицей Поволжья, Красноярск – столицей Азии;

– Подражательная – возводя ментальные ассоциации с известными зарубежными достопримечательностями, как Москва – Третий Рим, Санкт-Петербург – Северная Венеция и т. д. [8].

Одним из наиболее важных отправных пунктов может быть создание на областном уровне Программы по развитию туризма в области на определенный период (например, с 2009 по 2015 гг.), благодаря которой станет возможным использование областных и местных бюджетных средств для проведения таких программных мероприятий, как разви-

тие инфраструктуры туризма – обустройство автодорог, создание акваторий рек и озер, железнодорожных и автовокзалов и т. п.

В связи с фактом, что подавляющее количество туристских предприятий относятся к среднему и малому бизнесу, необходимо создание системы поддержки на местном, областном и государственном уровнях и признание туризма приоритетной отраслью в сферах услуг.

Главными финансовыми рычагами в этой системе поддержки могут выступать венчурное финансирование, кредитные гарантии, финансовый лизинг и франчайзинг в туристской сфере. Кроме того, следует пересмотреть и уменьшить налоговое бремя, упростить бухгалтерскую отчетность и систему налогообложения прежде всего для тех туристских предприятий и комплексов, которые работают на прием туристов или связаны с социальным туризмом.

В заключение, хотелось бы добавить, что немаловажное значение в формировании имиджа территории имеют и факторы международного значения, к которым можно причислить:

1. Международно-исторические факторы – использование исторических значимостей в формировании достойного на сегодняшний день внимания и интереса.

2. Геополитические детерминанты. Географическое положение региона, например, стратегическая близость к границе или удаленность, наличие, качество и количество коммуникаций, обладает ли интересуемый регион некими природными ресурсами и т. п.

3. Международный терроризм, наркобизнес, различные эпидемии. Вопросы безопасности являются одними из важнейших моментов при выборе путешествия. К сожалению, влияние этих пунктов на образ территории практически не подлежит воздействию.

4. Процессы глобализации. Это процессы, вынудившие многие регионы оказаться перед проблемой выбора стратегии развития. Конечно, существует много позитивных моментов, но и сложностей, которыми не просто управлять даже в развитых странах, тоже немало. По некоторым аналитическим данным так называемые «островки глобализации» характеризуются в качестве символа успеха международного сотрудничества в некоторых субъектах РФ (например, Москва и Московская область, Санкт-Петербург, Новгород, Самара, Саратов, Пермь, Екатеринбург). Как на международном уровне, так и на внутрироссийском, неприсоединившиеся к процессам глобализации регионы, имеют славу отставших и неудачников.

5. Проблемы экологии международного значения, также влияют на имидж территории. К таковым могут относиться вопросы захоронения ядерных отходов, не утилизированные, но устаревшие ядерные реакторы и т. п. Эта тема беспокоит многие соседние страны и ЕС, США, Японию, Канаду и др.

В реальных условиях парадоксальным образом один и тот же регион может обладать несколькими имиджами, от положительного до негативного, поэтому в подобных случаях конечные результаты предвидеть достаточно сложно. Тем не менее, в обозримом будущем значительно должна возрасти роль международных факторов в формировании привлекательности территории и создании ее имиджа [9].

Литература

1. Шулындин Б.П. Методологические аспекты оценки и формирования имиджа региона. Доклад на пленарном заседании в рамках V Международной научно-практической конференции по региональной культуре. Н.Новгород, Май 2003

2. Квартальнов В.А., Стратегический менеджмент в туризме: современный опыт управления, 1999 М: «Финансы и статистика», 1999, 496 с

3. Далл'Ара Г. Франко Анджели, Новые границы маркетинга. Новые границы маркетинга в туризме, Изд-во «Франко Анджели», Милан, 2002

4. Фьоруччи Н., Анджели Ф., Организационный туризм: система производства и распределения, Изд-во «Франко Анджели», Милан, 2000

5. Акты собрания «Туризм и экономика», Гранд Отель Тренто, ноябрь 2002

6. Панкрухин А.П., Территориальный маркетинг // Маркетинг в России и за рубежом. 1999. № 5-6.

7. Мартынов В.Л., Коммуникационная среда как объект географических исследований // География и природные ресурсы. Иркутск, 2000, № 2.

8. Туровский Р. Региональная идентичность в современной России // Российское общество: становление демократических ценностей? М., 1999

9. Сергунин А.А. Международные факторы формирования регионального имиджа. Доклад на пленарном заседании в рамках V Международной научно-практической конференции по региональной культуре. Н.Новгород, Май 2003

РАЗВИТИЕ ТУРИЗМА ЧЕРЕЗ ПОКАЗ, ОБЩЕРОССИЙСКУЮ РЕКЛАМУ И ПРОДВИЖЕНИЕ ИГРОВОГО И НЕИГРОВОГО ФИЛЬМОВ

Иванов В.Д., *заслуженный тренер России, генеральный директор ООО «Ургэл В» (г. Якутск), Веб-сайт в Интернете: www.chingiskhanfilm.ru*

Известно, что косвенная реклама имеет не менее сильное влияние на аудиторию, как прямая.

Человек становится туристом не столько в турагенстве, а уже тогда, когда он начинает мечтать о посещении того или иного места, вызвавшего его любопытство или интерес. Признайтесь, как часто вы сами мечтаете отключить свой мобильный и оказаться вдали от цивилизации, там, где свежий ветер, чистая вода и ... таинственная история. Одними из таких уникальных мест в мире являются озеро Байкал, и многочисленные природные заповедники Якутии, Сибири.

Восемь лет назад, увидев впервые прозрачные воды Байкала, я захотел, чтобы и другие люди увидели его красоту, наполнились его мощной энергией.

Задуманное сбылось! Наша компания «Ургэл В» в сентябре 2008г., сразу после Олимпийских игр в Пекине, совместно с крупнейшим дистрибьютором России «Каро-Прокат» выпускает в общероссийский прокат картину «По велению Чингис Хаана» по одноименному роману народного писателя Якутии, сопредседателя Союза писателей России Николая Лугинова. Так сказать, пока есть интерес к вопросу: «От кого же была построена Великая Китайская Стена?».

Почему о Чингис Хаане? Потому что тайна титула Великого Монгола хранится в России, в древнем названии Байкала. Спутником этой картины является документальный фильм «Тайна, хранимая временем».

Основная цель этих игрового и неигрового фильмов – развитие регионального этноэкологического туризма. Так как стержнем древней истории, культуры и мировоззрения сибиряков и северян является культ Природы.

1. В художественном фильме «По велению Чингис Хаана» мы поднимаем актуальные проблемы взаимоотношений человека и природы. В суровых климатических условиях народы Сибири и Центральной Азии выработали уникальную систему жизни в гармонии с окружающей средой. Недаром основой их философии было и есть глубокое почитание Природы. Пришло время воспользоваться опытом предков.

А кто сказал, что мы умнее наших предшественников?

Фильм воссоздает единое культурное, духовное пространство, которое царило в степях Центральной Азии много лет назад.

Наш фильм «По велению Чингис Хаана» имеет отличительные черты от своих предшественников:

– аутентичностью;
– экологичностью
– масштабностью.

И все эти отличия бьют точно в цель – привлечение интереса широкой общественности к Сибири, Дальнему Востоку, Центральной Азии.

Потомки некогда объединенных Чингис Хааном племен живут сейчас на территории России, Монголии и Китая. В фильме играют тувинцы, буряты, якуты, монголы, алтайцы, хакас, башкир, русский... Речь героев звучит на девяти языках народов.

Это азиатское кино об азиатах, взгляд изнутри. Потомки Чингис Хаана, разбросанные по всей Азии, и просто люди, неравнодушные к этой теме, объединились, чтобы снять этот фильм. Более пяти тысяч человек разных национальностей работали над его созданием. Тринадцать актеров снимавшихся в фильме, ранее исполняли роль Чингис Хаана в других кино- и театральных постановках.

Самый известный из них – монгольский актер Оргил МАХААН, сыгравший главную роль в документальном фильма «Чингис Хан» (производства Би-Би-Си, Англия). В якутском проекте он играет Джамуху – названного брата и непримиримого соперника Чингис Хаана.

Одна пятая населения земного шара, живущая в КНР, представляет Великого Полководца актером по имени Ту МЕН из Внутренней Монголии. Он сыграл в нашем фильме летописца Шен Ми Джена. Написанная 800 лет назад неизвестным китайцем историческая летопись «Тайная история монголов» была найдена в конце 19 века русским ученым востоковедом из Санкт-Петербурга Палладием Кафаровым в Пекинской библиотеке.

Другой наш актер из Германии, Гернот Гримм, он сыграл брата Иоанна. Эта роль – собирательный образ всех путешественников, купцов и миссионеров, как Марко Поло, Рубрука или Плано Карпини, из уст которых Европа узнала о кочевой империи.

Известный российский актер Олег Тактаров специально научился ездить верхом.

А всемирно известный Голливудский актер Кэрри Тагава (игравший в таких фильмах ранее с успехом показанных в России и СНГ: Мемуары Гейши, Перл Харбор, Последний Император, Мортал Комбат и др.) на земле и в степях Тывы сыграл роль телехранителя найманской царицы.

Имена известных актеров и их героев перечислил не зря, в дальнейшем через них пойдет охват целевой аудитории зрителей исходя какие страны и континенты они представляют, достигая цели и задачи фильма.

В нашем в фильме звучит могучий голос другого героя, чье присутствие ощущаешь с экрана почти на физическом уровне. Это – Природа! Удивительные ландшафты играют свою собственную роль, которая не менее важна, чем жизненные перипетии людей.

Полюс холода, степи, горы, тайга... С каждым местом съемок связана своя история... Авторы фильма провели много часов в поисках выразительной натуры. Неприступные северные горы Кинилях в Якутии (называемое Северной Шамбалой), Великая монгольская степь, растрескавшаяся от засухи Пустыня Гоби, стремительные реки Алтая, священные воды Байкала, древние каменные стелы Долины царей в Хакассии – заставляют задуматься о вечности Природы и скоротечности человеческого бытия.

Натурные съемки на протяжении двух с половиной лет велись в тех самых местах, где некогда простиралась и рождалась империя Чингис Хаана – в Сибири, на Дальнем Востоке и в Монголии.

Неспроста художник-постановщик Геннадий Сотников называл кинопроект «кочевым»: «Как тучные стада кочуют вслед за высокой травой, так и мы кочуем вслед за новыми впечатлениями».

В якутском эпосе Олонхо – провозглашенного ЮНЕСКО шедевром устного и нематериального наследия человечества – Чингис Хаан является одним из девяти верховных

божеств. «По велению Чингис Хаана» (Чынгыс Хаан Ыйаа5ынан) – устойчивое выражение в зачине любого олонхо, которое означает «по велению бога судьбы».

Чингис Хаан – это природный титул, которым народ удостоил Темучина. По-тюркски «Чингис» (Тэнгис) означает «море». Ведь в степи вода означает жизнь. Несомненно, титул «Чингис Хаан» сочетает в себе силу бога и мощь водной стихии.

Мы уверены, что связь между титулом Великого Монгола, озером Байкал и якутским олонхо – лишь часть эзотерических знаний, которые хранят наши дальние регионы.

В Азии поклонение императору Чингис Хаану, особенно в Монголии и Китае, сродни религиозному. В то же время его предприимчивые «потомки» хорошо зарабатывают на всемирно известном брэнде: налажен выпуск сувенирной, пищевой и алкогольной продукции, строятся рестораны, туристические и развлекательные центры.

Например, в местности Ордос (Внутренняя Монголия, Китай) на нескольких десятках гектарах земли расположен музей под открытым небом «Мавзолей Чингис Хаана».

А летом этого года в Монголии откроется еще один монументальный комплекс Чингис Хаана. Огромный памятник высотой в 40 метров в виде всадника на коне стоит на кургане посреди открытой степи с лифтом и рестораном на гриве коня.

Подобные маленькие центры появляются и в России, например, элитный ресторан в Улан-Удэ или кинотеатр-мультиплекс в центре Якутска. Другой пример, русский бизнесмен Сергей Громов недавно в Монголии купил банк «Чингис Хаан». Вышеперечисленные примеры говорят о начале бесповоротного изменения отношения к Чингис Хаану после демократических преобразований в России и окончании «холодной войны» – противостояния Запада и Востока.

В скоре многие узнают, что Байкал – это колыбель подлинно азиатской истории России. России, географически, исторически и культурно вобравшего в себя все лучшее от цивилизации Европы и Азии, и геополитически объединяющая эти два континента. И как мы считаем Россия несет тайну – титула Великого Монгола. Такая трактовка привлечет в Россию еще более большое количество туристов со всего мира.

2. Теперь хочу рассказать о неигровом Фильме «Тайна, хранимая временем», съемки еще продолжаются. Фильм будет рассказывать историю возникновения культурно-спортивных традиций на примере тюрко-монгольских народов, используя кадры из игрового фильма.

Основными идеями фильма является духовное единение современных народов, на примере тюрко-монголов и возрождение ими степных традиций – древних спортивных игр бootуров Срединного мира в Иркутской области (это священная гора Ердо на Северной части оз. Байкал, что также будет интересно в сентябре на волне Олимпийских игр). Наш фильм рассчитан как промо-фильм кинокартины «По велению Чингис Хаана».

В давние времена кочевники собирались на берегу Байкала священного Ольхона на праздник богатырей у священной горы Ердо (азиатский аналог горы Олимп) на территории современной Иркутской области. Они искренне верили, что обилие осадков напрямую зависело от того, насколько удачно пройдут Ердынские игры. По легенде грозным духом озера Байкал считался дракон Абарга Могой. Каждую весну дракон покидал Чингис-Байкал и уходил на Север вслед за перелетными птицами. Но, чтобы вернуть духа водной стихии, победителя Ердынских игр, шаман отправлял вниз по реке Лена на Север, берущей начало недалеко от озера Байкал. Сила, быстрота и ловкость бootура выявлялась во время массовых спортивных соревнований по борьбе, скачкам и стрельбе из лука. Говоря об этом, монгольский и тувинский Надым («Игры трех мужей»), бурятский Сур-Харбан («Стрельба из лука»), татарский Сабантуй («Праздник плуга») и якутский Ысыах («Встреча лета и солнца»), имеют общие корни и традиции. И общую цель – почитание и культ Природы.

Шаманы молились Вечному Синему Небу о счастливом возвращении победителей. На далеком Севере эти сыны Неба должны были любыми средствами заставить дракона Могоя взлететь и принести обратно в родные степи живительные осадки. Множество останков динозавров в пустыне Гоби принимались нашими предками за останки Абарга Могоя – царя всех змей на земле.

3. Этно-экологический туризм является одним из наиболее перспективных направлений развития экономики Сибирского и Дальневосточного регионов. Так именно эти регионы являются «сердцем» континента Евразия, имеют самые большие запасы пресной воды в мире.

Древняя история, богатые, но малоизвестные широкой общественности культурно-спортивные традиции, которые мы пытаемся осветить в своих фильмах, станут еще одним поводом для возникновения интереса у потенциальных туристов со всего мира. Жители перенаселенных мест всегда стремятся отдохнуть в малоизвестных уголках планеты.

Без сомнения, укрепление экономического потенциала дальних регионов России имеет важное геополитическое значение для нашего государства. Поэтому необходимо проводить согласованную межрегиональную политику в поддержку этно-экологического туризма.

Между Правительствами Саха-Якутии, Бурятии и Администрацией Иркутской области есть успешный опыт проведения совместных мероприятий. В июне 2005г. Якутия и Иркутская область провели II Международный этнокультурный праздник «Ердынские игры» (Игры Серединного мира – Земли), в котором приняли участие артисты и спортсмены из многих регионов Сибири и делегация из Монголии, и была начато съемка фильма «По велению Чингис Хаана», в кадры которого попали в качестве воинов лучшие спортсмены народов России, Монголии.

В ноябре 2005г. в рамках Международного кинопроекта «По велению Чингис Хаана» в Республике Бурятия был проведен Международный театральный фестиваль «Желанный берег» на тему «Лики Чингис Хаана».

Вот уже четвертый раз Якутия проведет Международные игры «Дети Азии», в котором примут участие юные спортсмены России и стран Азиатско-Тихоокеанского региона. За 16-летнюю историю Игр «Дети Азии» есть известные имена их призеров – участников Олимпиад. Гостями игр «Дети Азии» станут представители Всемирного, Азиатского и Российского Международного Олимпийского Комитета.

На основе изложенного очевиден вывод о возможном взаимовыгодном сотрудничестве в области туризма между Якутией, Иркутской областью и Бурятией. В данное время мы хотим предложить – совместно с заинтересованными органами разработать концепцию создания этно-культурного туристско-спортивного комплекса «Народы Тенгиса» на берегу Байкала в Иркутской области близ священной горы Ёрдо. Создатели фильма будут рады предложить сотрудничество будущему туркомплексу используя свои идеи, реквизит, декорации и сам игровой фильм «По велению Чингис Хаана» и неигровой фильм «Тайна, хранимая временем». Подобные туристические центры эффективно работают В Монголии и Китае.

Развитие туризма в местах где проходили съемки (Тыве, Республике Алтай, Хакасии, Иркутской области, Бурятии, Якутии, Монголии), безусловно, окажет положительное влияние на экологическое, физическое, духовно-патриотическое воспитание молодежи, укрепление института семьи и пропаганду здорового образа жизни, братству народов и взаимоуважения.

ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННЫЙ ПОТЕНЦИАЛ И РЕГИОНАЛЬНЫЕ ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА

РЕГИОНАЛЬНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ ПРИРОДНОГО И КУЛЬТУРНО-ИСТОРИЧЕСКОГО РЕКРЕАЦИОННОГО ПОТЕНЦИАЛА ТЕРРИТОРИИ

Кочуров Б.И., *Институт географии РАН*
Рудникова Н.П., *Орловский государственный университет*

В последнее время проблемы оценки территорий для рекреационного использования активно исследуются архитекторами, географами, психологами, специалистами в области туризма и туристического бизнеса; она широко обсуждается в специальной печати.

Существует несколько подходов к оценке территории, общим для них является то, что, все они обращены на детальное изучение тех или иных факторов (ресурсов и условий) рекреационной деятельности. Как правило, оценке подвергаются рельеф, климат, водоемы и водотоки, растительность (лесные массивы обособленно), транспортная доступность, наличие рекреационной инфраструктуры (зданий, комплексов, инженерных систем).

Анализу, оценке, бонитировке рекреационных территорий и ресурсов посвящена обширная литература. Первый подобный обзор был приведен в монографии, «География рекреационных систем СССР» (1980). Разработанные в семидесятых, восьмидесятых годах 20 века методы используются для оценки туристического потенциала и в настоящее время, что подтверждается, в частности, опытом работ коллектива географов МГУ в нескольких регионах России (Евсеев и др., 1996; Шабалина, 1997) и специалистов Российской международной академии туризма.

Оценка рекреационных ресурсов осуществляется в нескольких аспектах и по нескольким блокам критериев. Эти критерии различны (и специально подбираются) для основных видов рекреационной деятельности. Обычно ресурсы оцениваются оценивать в аспектах функциональном, гигиеническом, эстетическом, технико-экономическом и природоохранном аспектах. Таким же образом оценивается и туристский потенциал территории оценивая и туристский потенциал территории.

Рекреационный потенциал самый, пожалуй, распространенный объект исследования, а его оценка – самый распространенный предмет в отечественной рекреационной географии. И это понятно, поскольку способность дать объективную, территориально привязанную оценку размеров и размещения рекреационного потенциала обеспечивает географии важное и постоянное место среди других наук, в определенной степени ориентированных на рекреационную тематику.

За последние десять лет появилось много работ физико- экономико-географического характера, посвященных региональному исследованию природного и культурно-исторического потенциала территорий. Первые работы были посвящены геоэкологической оценке ландшафтов отдельных регионов, что позволило осуществить комплексный анализ современного ландшафта с учетом как природных, так и социально-экономических особенностей территории. Следующая группа работ ориентирована на оценку рекреационного потенциала территории для развития экологического туризма. Ряд исследователей провел комплексную оценку туристско- рекреационного потенциала территории.

Все три группы работ базируются на базовых понятиях современной рекреационной географии (Преображенский, 1973, 1975; Мухина, 1973,1975; Веденин, 1975, 1982 и др.), геоэкологии (Кочуров, 1999,2003; Исаченко, 2001 и др.), рекреационного природо- и лесопользования (Казанская, 1972,1980; Чижова, 1977, 1992, 2000 и др.). Все проведенные исследования основывались на статистической, справочной, фондовой литературе и картографических материалах исследуемой территории.

В процессе исследования была разработана методика эстетической и комплексной оценки ландшафтов регионального масштаба (республика Мордовия, бассейн Верхней

Угры), проведена комплексная и покомпонентная оценка природного и культурно-исторического потенциала территории, разработана классификация видов рекреационных занятий водного туризма (Астраханская область, г. Саранск, Мангыстауская область Республики Казахстан). Разработана методика оценки туристско- рекреационного потенциала отдельных территорий (Курская, Орловская области). Предложен и реализован новый подход к интегральной оценке туристско-рекреационного потенциала, включающий в себя показатели, характеризующие уровень развития туристической инфраструктуры территории (Орловская область). В современных условиях ни одно исследование не возможно без ГИС –технологий, на базе которых были разработаны тематические карты исследуемых территорий, проведено зонирование территорий, выявлены наиболее перспективные районы обладающие оптимальным сочетанием природных, культурно-исторических ресурсов и объектов инфраструктуры.

Благоприятные условия для развития туризма имеются у большинства регионов России и возникла острая необходимость привлечь внимание к отдельным территориям. Каждый регион обладает тем или иным природно- климатическим потенциалом, имеет большое историко -культурное наследие, возможности для развития всех основных направлений туризма: культурно-познавательного, лечебно-рекреационного, пешего, религиозного, приключенческого, водного, спортивно-охотничего и других. При этом необходимо понимать, что существующие методики не могут быть унифицированны (особенно относительно природных объектов), поскольку любая оценка несет в себе долю субъективного восприятия автора, и оценки полученные в рамках отдельной территории зачастую не могут быть сопоставимы с другими территориальными единицами, из за искажения общей картины восприятия.

Следует также сказать и об укоренном развитии понятийно-терминологического аппарата отечественного рекреационного ресурсоведения. О развитии, но не об окончательном формировании, так как процесс этот должен быть непрерывным и сопровождаться постоянным критическим анализом и систематизацией.

СЕВЕРО-ДВИНСКАЯ ВОДНАЯ СИСТЕМА КАК ПОТЕНЦИАЛЬНЫЙ ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННЫЙ ОБЪЕКТ

В.А.Снытко, *Институт истории естествознания и техники им. С.И.Вавилова РАН,*
В.А.Широкова, *Институт истории естествознания и техники им. С.И.Вавилова РАН, shirocova@gmail.com*
В.А.Низовцев, *Географический ф-т МГУ им. М.В.Ломоносова*
Н.Л.Фролова, *Географический ф-т МГУ им. М.В.Ломоносова, frolova_nl@mail.ru*

С образованием в 1991 г. национально-природного парка «Русский Север» часть бывшего канала герцога Виртембергского[1] от истока реки Порозовицы до пристани Топорня вошла в его границы. Парк создан для сохранения в естественном природном ландшафте памятников истории и культуры Русского Севера, среди которых уникальные архитектурные ансамбли Кирилло-Белозерского, Воскресенского Горицкого, Ферапонтовского монастырей. Разнообразны природные и культурные ландшафты парка, являющиеся результатом сотворчества человека и природы.

На территории, окружающей Северо-Двинскую шлюзованную систему (СДШС), расположены ландшафты, относящиеся к восточноевропейскому таежному типу, южно-та-

[1] Правильнее Вюртембергский (по герцогству Вюртемберг, составляющему ныне часть германской земли Баден-Вюртемберг). Но в русской литературе того времени чаще встречается написание через «и». И на картах канал имени герцога чаще подписывался как канал Александра Виртембергского.

ежному подтипу. Они принадлежат к следующим группам: низменным озерно-ледниковым глинистым равнинам; низменным и возвышенным, местами холмистым, моренным равнинам области среднечетвертичного оледенения. О ландшафтном разнообразии территории свидетельствуют геосистемы национального парка «Русский Север», где выделены зоны: заповедная, особо охраняемая, рекреационная, хозяйственного назначения. В пределах Северо-Двинской системы представлены участки выделенных зон.

Существование цельной озерно-канальной системы, объединенной каналом герцога Виртембергского, является уникальной особенностью парка. Это наиболее интересный участок, включающий в себя рукотворные каналы, шлюзы, плотины и озера. Нет ни одного другого судоходного канала с такой богатой историей. Живописны аквальные и наземные ландшафты в его окружении. В перспективе его можно использовать как водно-туристический маршрут с показом гидросооружений XIX – начала XX в.

Важную часть Северо-Двинского водного пути составляет единая озерно-речная система, состоящая из семи озер, четырех рек и пяти каналов – Северо-Двинская шлюзованная система (СДШС). Общая длина СДСШ 135 км, и в настоящее время включает в себя шесть шлюзов и восемь плотин. В настоящее время по ней в основном осуществляются местные грузоперевозки: древесины и строительных материалов. В туристско-рекреационном плане водный путь обладает несомненным потенциалом, в первую очередь от Торопни до Кириллова.

Северо-Двинская водная система соединяет бассейны Волги и Северной Двины. Об устройстве канала между Шексною, притоком Волги, и Кубенским озером, началом Северной Двины, который бы связал столицу с Архангельским портом, мечтал еще Петр I. Однако проект на постройку системы был утвержден только в 1824 г. К работам на трассе канала приступили в 1825 г. Строителям пришлось осуществить большой объем работ. Канал начинался в Топорне искусственным шлюзованным каналом, который до входа в Сиверское озеро тянулся почти на 7 км. Строители превратили реку Карботку в канал длиною 1,34 км, который стал называться Кузьминским, углубили дно реки Поздышки протяженностью в 3,4 км, соединяющей озеро Бабье с Зауломским. Пройдя по последнему, путь снова попадал в копаный канал длиною 6,23 км, пересекающий Вазеринское озеро. Далее путь шел озером Кишемским и каналом в 4,04 км, оканчивающимся шлюзом у соединения с рекой Итклой. Следуя Итклой и Благовещенским озером длиною 6,23 км, путь переходил в реку Порозовицу длиной 34,14 км, впадающую в Кубенское озеро. Преодолевая водораздел между реками Шексной и Порозовицей, строители сделали шесть шлюзов на Волжском склоне, поднимающим суда на 11,4 м, и семь шлюзов на Двинском склоне, опускающих суда на 13,5 м.

Несмотря на большой объем работ и на громадные трудности, встретившиеся в ходе строительства, Канал герцога Вюртембергского был построен в короткий срок. Уже в мае 1828 г. он был открыт для судоходства. В дальнейшем по нему осуществлялись грузовые перевозки. Роль канала как важной транзитной магистрали при перевозке товаров, хотя и продолжала оставаться весьма значительной на протяжении всего XIX в., с постройкой в начале1870–х гг. железной дороги Вологда – Ярославль и особенно с ее продолжением до Архангельска в 1898 г. постепенно снизилась. Однако в начале XX века системе продолжали уделять пристальное внимание и регулярно ее реконструировали. До 1980-х от Вологды до Череповца активно курсировали пассажирские корабли, а вплоть до 2004 г. – и круизные.

С целью изучения Северо-Двинской шлюзованной водной системы (СДШС) в июне 2007 г. на территории Архангельской и Вологодской областей работала комплексная историко-научная экспедиция «Естественные и искусственные водные пути Севера России XVII-XIX вв.», организованная Институтом истории естествознания и техники РАН (ИИЕТ РАН). Основными задачами экспедиции было проведение историко-научного,

ландшафтного и гидролого-гидрохимического исследования Северо-Двинской шлюзованной водной системы, выявление изменений в природной среде до и после постройки, а также ландшафтной обусловленности гидротехнических сооружений системы, изучение влияния старинных и новейших каналов и водных объектов на природную среду и прилегающих к этим сооружениям территорий.

Подобные работы ИИЕТ по выявлению и изучению древних гидротехнических сооружений (каналов, шлюзов, плотин, мельниц, мостов и т.д.), а также взаимовлияния ландшафтных комплексов и гидротехнических сооружений начались в 2002 г., и к настоящему времени уже собраны и обобщены огромные полевой и архивный материалы по Мариинской и Северо-Двинской водным системам, Ладожскому и Онежскому каналам, озерно-канальной системе Большого Соловецкого острова, заволочному Белозерско-Онежскому водному пути. Экспедиция 2007 г. – это продолжение и отработка уже проверенных методик историко-научного изучения памятников гидротехники.

Маршрут экспедиции был отработан в соответствии с исследовательскими задачами по литературным, специальным (лоции) и архивным материалам. Основные пункты передвижения экспедиции: Вологда – Белозерск – Белозерский обводной канал – река Верхняя Шексна – Топорнинский канал (шлюзы №№ 2, 3) – Сиверское озеро – Кириллов (Кирилло-Белозерский монастырь) – Ферапонтово – Кузьминский канал – Покровское озеро – река Поздышка – озеро Зауломское – Зауломская плотина – Первый Вазеринский канал – Вазеринское озеро (водораздельный бьеф Северо-Двинской системы) – Второй Вазеринский канал – озеро Кишемское – Кишемский канал – река Иткла – Васняковское озеро – пристань Васняково (шлюз № 4) – Благовещенское озеро – река Порозовица (шлюзы № 5 – 43, 05 км, № 6 – 48,85 км) – Кубенское озеро – остров Каменный (монастырь Спас-Каменный) – устье реки Кубены – поселок Усть-Кубенское – исток реки Сухона – пристань Шера (шлюз Знаменитый № 7) – исток реки Сухона – река Сухона (Рабангская – от истока Сухоны до впадения в нее реки Вологды) – порт Сокол – н/п Устье-Вологодское – Усть-Вологодский канал – река Вологда – Вологда.

Экспедиция 2007 г. – логическое продолжением предшествующих и, в особенности, экспедиции 2003 г. на теплоходе «Святитель Николай», организованной для изучения сохранившихся гидротехнических сооружений, профилированных русел каналов, в т.ч. Северо-Двинской водной системы. С учетом материалов, собранных в 2003 г., уточнены географические координаты и проведено ранжирование и атрибутация гидротехнических памятников, составлена описательно-регистрационная документация (регистрационно-учетные карты и анкеты) по гидротехническим памятникам: шесть шлюзов современной системы, три старых шлюза (д. Топорня, 41-й км системы на р. Порозовице, д. Шера – шлюз № 10), Зауломская плотина на реке Уломке (д. Суховерхово) с целью ее последующего применения при разработке в Российской Федерации единой системы регистрации и охраны памятников; а также при подготовке последующих экспедиций ИИЕТ РАН по изучению памятников науки и техники Российской Федерации; составлена детальная цифровая векторная карта судоходной системы на основании данных аэрокосмического зондирования и геопозиционной привязки изученных объектов к современной ландшафтной основе. Анализ литературных, архивных и картографических источников с применением новейших компьютерных технологий при уточнении некоторых фактов строительства водной системы позволил воспроизвести историческую канву событий для дальнейших историко-научных изысканий. Предложенная методика картографической идентификации различных природных объектов на старых картах и современной местности позволяет не только выявить ретроспективные изменения природной ситуации, восстановить историю создания системы, но и выявить не известные ранее данные по истории освоения и изучения территории (или отдельных природных объектов) и ввести в научный оборот новые факты.

Проводилось визуальное дешифрирование изображения водного пути на космических снимках, полученных со спутников «Landsat 7», идентификация этих каналов на старых картах, лоциях и современной местности. Результаты картографических работ экспедиции (визуальное дешифрирование и компьютерная обработка) с использованием старых карт (архивных и опубликованных) дали возможность проследить историю Северо-Двинского водного пути (канал герцога Вюртембергского), внести некоторые уточнения и корректировки в уже известный материал по его строительству. Визуальное дешифрирование участков территории производилось на основе снимков «Landsat 7»,. карты западной части России М.: 1:10 верст (1:420000) Ф.Ф.Шуберта (1826-1840 гг., с исправлениями 1844-1863 гг., Корпус военных топографов) и Карты Генштаба СССР (1966), М: 1:100000. При совмещении карт на участке от г. Кириллова до озера Кубенского хорошо видно количество шлюзов на системе герцога Вюртембергского и современной Северо-Двинской системе. При совмещении в районе населенного пункта Благовещение видно несовпадение водных путей. Это говорит о том, что Вюртембергская водная система не только перестраивалась, но и переносилась и, в конечном счете, спрямлялась (о переносе Вюртембергской водной системы, в литературных источниках не значится). Современная Северо-Двинская система в районе населенного пункта Благовещение находится южнее прежней. Для того, чтобы точнее определить время переноса системы произведено совмещение с Картой Генштаба СССР (1966 г.), М.: 1: 100000.

Участниками экспедиции были найдены прежние ныне нефункционирующие шлюзы, плотины и участки каналов Вюртембергской системы (д. Топорня, 41-й км системы на р. Порозовице, д. Шера – шлюз № 10), . По всей видимости, именно в период с 1880-х гг. по 1920-е гг. Вюртембергская водная система и была перенесена южнее прежнего местоположения, таким образом, и спрямлена.

Экспедицией ИИЕТ выявлена ландшафтно-историческая уникальность района СДШС и получены практические результаты по выявлению гидролого-гидрохимического режима, изменчивости ионного стока и экологического состояния водных объектов изучаемого региона.

Для этой цели за период с 7 по 17 июня 2007 г. произведено сплошное экспедиционное обследование Белозерского канала; участка реки Верхней Шексны; и впервые – каналов, рек, озер СДШС; а также участков рек Сухона и Вологда. Определения проводились с помощью GPS – навигатора, кондуктометра и эхолота. На месте определялись метеорологические факторы – температура воздуха и воды, облачность, ветер, осадки, далее – глубина реки в месте определения, активная реакция (pH), электропроводность (минерализация). Определения проводились, в основном, с глубины 30-50 см, т.е. поверхностные. Одновременно определялись координаты точек. Всего – более 150 точек, приблизительно через 1-2 км. Основой для обобщений по СДШС стала составленная совместно с кафедрой гидрологии суши МГУ им. М.В.Ломоносова гидрохимическая характеристика водных объектов Вологодской области. Полученные результаты сведены в таблицу и созданы тематические карты (на основе цифровой векторной карты) гидролого-гидрохимических величин СДШС.

Произведенные гидрохимические исследования дают возможность сделать лишь ориентировочные выводы, так как полная характеристика как гидрохимического, так и санитарного состояния каналов и рек может быть получена лишь при наличии более частых станций, при годично-посезонном наблюдении и большем количестве определений гидрохимических параметров. Однако эти данные уже дают некоторую картину гидрохимического режима во время летнего сезона и позволяют дать некоторую оценку санитарного состояния водоемов. Наши выводы сводятся к следующему.

Вода каналов и рек, составляющих СДСШ, пресная, имеет высокую цветность, pH – в пределе 7,7-8,4, оставаясь в среднем на уровне pH=7,8; гидрокарбонатная с малой и сред-

ней минерализацией от 180 мг/л до 347 мг/л, средняя – 265 мг/л. Средняя минерализация Рабангского участка р. Сухона – 190 мг/л; устьевой области р. Кубена – 210 мг/л; Кубенское оз. – 200 мг/л; на участке Топорнинский -Кузьминский каналы – 329 мг/л (возможно, название притока – р. Карботка говорит о наличии кальция в воде). Исключение составляет вода рек Вологды с повышенной минерализацией (ср. минерализация – 519 мг/л). Грунт в каналах системы – торф, глина, суглинок; в озерах системы, в основном, – глина с камнем. Все это является характерным для водоемов с озерно-болотным питанием.

Со стороны санитарного состояния воды указанных водоемов могут быть охарактеризованы, как слабо загрязненные; исключение составляют Белозерский канал и р. Вологда, характеризующиеся уже, соответственно, повышенным и сильным загрязнением. Это связано с большой антропогенной нагрузкой на водные объекты, на берегах которых расположены крупные промышленные узлы (реки Вологда, Сухона – особенно, ниже слияния с р. Вологдой). Но, к сожалению, о загрязнении мы можем судить только по органолептическим свойствам и величине минерализации.

Характерным для каналов является заиление их и возникающая отсюда необходимость в землечерпательных работах, что обуславливает появление значительного количества взвешенных веществ, резко уменьшающих прозрачность и потому ухудшающих физические свойства воды. На водные объекты всех бассейнов значительное влияние оказывают сточные воды коммунальных предприятий. Наличие пленки нефти и масел на поверхности воды, Белозерский канал, некоторые каналы системы, река Вологда, ухудшают ее физико-химические свойства. Ухудшение состояния реки Сухоны и ее притока – Вологды связано с разноплановым и интенсивным хозяйственным освоением. В настоящее время загрязнение реки Сухоны оценивается как хроническое. Большое количество ядовитых веществ поступают в верховья реки со сточными водами предприятий Вологды и Сокола. Но, к сожалению, достоверной информации по этому поводу у нас нет. К сожалению, ниже по течению Сухоны после сильно загрязненного ее притока Вологды нами измерения не проводились (кроме, – в 10-м от места слияния Вологды с Сухоной минерализация уже была 486 мг/л, а выше до Вологды – 194 мг/л).

Все выше сказанное, во многом, лишь косвенная оценка качества воды исследуемых нами водных объектов. Но хотелось бы подчеркнуть, что в таком объеме и оригинальном научно-историческом направлении, подобные работы на Северо-Двинской системе проведены впервые.

Конечно, по своему значению Северо-Двинская система уступает Волго-Балту, но если последний можно считать оживленной магистралью, то Северо-Двинская система является своего рода подъездной дорогой к этой магистрали. Вместе с тем она имеет и важное местное значение, обеспечивая товарную и пассажирскую связь Вологды с пристанями на Кубенском озере, а также с Кирилловом и Череповцом.

Несколько последних лет много говориться о возможности нового этапа в возрождении Северо-Двинской системы через развитие туристической отрасли. Тем более, как уже было сказано выше, с образованием национально-природного парка «Русский Север» часть бывшего канала герцога Виртембергского вошла в его границы. Кроме того, вдоль канала находится много интересных исторических, архитектурных и природных памятников: село Волокославинское, Ципина (Соколиная) гора, Кузьминские судоремонтные мастерские, гора Маура, Сокольский бор, Кирилло-Белозерский, Ферапонтов и Спас-Каменный монастыри. Эти памятники и множество других гидротехнических и природных объектов – плотин, мостов, водяных мельниц, шлюзов, бань, целебных и святых источников – делают Северо-Двинский водный путь ценнейшим комплексным памятником науки и техники, да и сама система, в целом, – объект внимания как памятник достижениям науки и техники XIX – начала XX вв. Наконец, Северо-Двинский водный путь – потенциально ценный туристический объект.

Исторические водные пути – это особый тип пространственного (линейного) объекта наследия, который может быть включен в Единый государственный реестр объектов культурного наследия. В настоящее время на территории Российской Федерации на базе исторических водных путей не создано ни одного музея-заповедника, хотя в мировой практике такие объекты существуют и являются чрезвычайно привлекательными для туристов (например, Финляндия, Франция, Германия, Англия и т.д.). Музеи-заповедники такого типа могут быть созданы на основе старинных волоков, каналов, водных путей. Для их музеефикации важным является сохранение исторического ландшафта местности, собственно старинных участков водного пути, а также сохранившихся гидротехнических сооружений: мостов, плотин, мельниц, шлюзов и т.д.; торговых пристаней. Сами старинные водные пути или их участки могут использоваться в туристских целях, по ним могут проходить водные или пешие маршруты. В некоторых из сохранившихся строений целесообразно создание музеев с экспозициями, рассказывающими об истории старинных водных путей.

Перспективной территорией для образования музея-заповедника и является бывший канал герцога Александра Виртембергского, который соединял Шексну и Сухону, где сохранились шлюзы XIX в., другие гидросооружения, деревянные берега канала и возможно судоходство. Музей-заповедник «Северо-Двинская водная система» – музей, созданный на основе крупного цивилизационного водного пути. Здесь могут быть выделены отдельные фрагменты бывших транспортных или торговых путей (например, зафиксированные участки волоков; торговые пристани или места торгов, старинные населенные пункты, отмеченные археологическими находками, гидротехнические памятники и т.д.). Совокупность таких мест может стать основой для формирования музея-заповедника.

В связи с этим представляется целесообразным сооружение шлюзованного водного пути для небольших туристических судов (возможно, в первоначальных габаритах Мариинской системы и системы А. Вюртембергского) по р. Иткле до Ферапонтова монастыря (возможна «кругосветка»: Кириллов – каналы и озера Северо-Двинской системы – р. Иткла – Ферапонтово – р. Бородава – р. Шексна – Топорня – Кириллов). Учитывая высокую степень типизации и унификации деревянных гидросооружений XIX – начала XX вв., фиксация именно типов этих сооружений в составе действующего шлюзованного пути будет памятником инженерно-гидротехнического искусства того времени.

Возможно, собранный участниками экспедиции архивный, литературный, картографический и полевой материалы (более 500 ед.), фотобанк (более 4000 ед.), на их основе разработанный план-проспект по старинным водным путям поможет в этом пионерском деле – создании Музея-заповедника «Северо-Двинская водная система», которой в 2008 г. исполняется 180 лет.

Работа выполнена по проектам 06-05-6459, 07-05-10045 Российского фонда фундаментальных исследований.

ЭВОЛЮЦИЯ ПРЕДСТАВЛЕНИЙ О ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННОМ ПОТЕНЦИАЛЕ КАК ОСНОВЕ ФОРМИРОВАНИЯ И РАЗВИТИЯ ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННЫХ СИСТЕМ

Власов В.С., *аспирант кафедры рекреационной географии и туризма МГУ им. М.В.Ломоносова,*
Шабалина Н.В., *к.г.н., доцент Географического факультета МГУ им. М.В.Ломоносова*

Туристско-рекреационная система представляет собой сложную многофункциональную социальную геосистему, которая определяется как внутренними особенностями и взаимосвязями, так и внешними факторами развития. Основная цель существования и

развития туристско-рекреационной системы – это формирование и реализация туристско-рекреационных услуг, направленных на духовное и физическое восстановление и совершенствование человека. Основой формирования и развития туристско-рекреационных систем является туристско-рекреационный потенциал территории.

Термин «туристско-рекреационный потенциал территории» еще недостаточно хорошо вошел в научную сферу, занимающуюся вопросами развития рекреации и туризма. В данной редакции он представляет собой словосочетание, объединяя туристский и рекреационной потенциалы в единое целое. Правомочность такой трактовки определяется тесным взаимодействием рекреации и туризма, преобладанием в них социально-экономической сущности, интенсивным развитием соответствующего направления хозяйства, развивающегося на сегодня основе рыночных отношений.

Научная трактовка понятия «туристско-рекреационный потенциал территории» неразрывно связано с определениями «рекреация» и «туризм». Рекреация и туризм понятия близкие, но не совсем тождественные. Рекреация включает в себя многие виды туризма, экскурсионные поездки и различные формы отдыха без перемещения за пределы обычной среды. Можно сказать, что туризм – важнейшая составная часть рекреации. Все термины, включающие слово “рекреационный” ориентированы преимущественно на вопросы, связанные с туризмом или с отдыхом вообще. Рекреация, как уже отмечалось, включает кратковременную рекреационную активность в рамках повседневности. Туризм, наоборот, отрицает любые проявления обыденности, будничности, рутинности. На этом основании краткосрочные оздоровительные, культурно-познавательные, развлекательные и другие занятия, которые мотивационно сходны с туристской деятельностью, но осуществляются в пределах обычной для людей среды, оказываются за пределами «понятийной рамки» туризма [5].

Рассматриваемые понятия различаются еще и тем, что путешествия со служебными целями (без получения доходов по месту командирования) являются неотъемлемой частью туризма, тогда как рекреация не включает профессиональные виды деятельности человека.

История развития рекреации и туризма в Российской Федерации теснейшим образом связана с отдельными этапами в формировании рекреационных пространств, освоением рекреационных ресурсов на основе централизованного планового развития хозяйства страны. Директивность создания рекреационных центров не позволяла реально оценить потенциал территории для развития отдыха и туризма. Научное обеспечение развития рекреации и туризма стало формироваться лишь в 60-е годы, в то время как санаторно-курортная сеть была сформирована еще в 30-е годы XX столетия. Существенное влияние на строение зарождающейся дисциплины оказало широкое распространение в то время системного подхода в науке, а также представление о конструктивном характере современной географии.

Коллектив ученых во главе с Владимиром Сергеевичем Преображенским создал базисную модель территориально-рекреационной системы (ТРС), которая была представлена как сложная управляемая и частично самоуправляемая социальная демоэкологическая система (т.е. экологическая система, в центре которой стоит человек, население), состоящая из взаимосвязанных подсистем: отдыхающих, природных и культурных комплексов, технических систем, обслуживающего персонала, органа управления, обладающая функциональной и территориальной целостностью [12].

Функциональная целостность системы обеспечивается наличием ведущего звена – человека, группы отдыхающих, населением. Территориальная целостность системы обеспечивается за счет конкретной привязки рекреационных систем к территории и характеризуется масштабом исследования. Ведущим элементов рекреационной системы, как уже отмечалось, является группа отдыхающих. Являясь основным элементом всей

системы, он определяет требования ко всем другим подсистем. Связан он с другими за счет так называемых циклов рекреационной деятельности – устойчивой комбинацией повторяющихся рекреационной занятий за определенный отрезок времени.

Как и любая система, рекреационная система характеризуется своим потенциалом.

Потенциал в общем смысле – это средства, источники, которые могут быть использованы для достижения определенных целей. В нашем случае – для организации туристско-рекреационного хозяйства на определенной территории.

В научных публикациях 70-х – 80-х годов нередко отождествлялись понятия «рекреационного потенциала», «рекреационных ресурсов» и «рекреационных условий (предпосылок)». Причина видится в основополагающем месте ресурсов в системе географических знаний [8].

Ресурсной проблематикой занимались многие советские ученые – основоположники теории рекреационной географии. Определение «рекреационных ресурсов» приводится в трудах В.С.Преображенского, Н.В.Багрова, Л.А.Багровой, Ю.А.Веденина, В.А.Квартального, И.В.Зорина, Н.С.Мироненко, И.Т.Твердохлебова и др.[12].

Одной из первых работ, в которой рассматривается методологическая сущность понятия «рекреационные ресурсы», является статья Л.А.Багровой, Н. В. Багрова и В. С. Преображенского «Рекреационные ресурсы: подходы к анализу понятия» [10]. Авторы, исходя из разнообразия видов рекреационной деятельности, пишут о возможности множества определений этого понятия. «Рекреационные ресурсы – это природные, природно-технические и социально-экономических геосистемы и их элементы, которые могут быть использованы при существующих технических и материальных возможностях для организации рекреационного хозяйства». Авторы выделяют две качественно различные составляющие рекреационных ресурсов – природно-технические и социально-экономические. Природные факторы развития рекреации могут рассматриваться как условия рекреационной деятельности или как ресурсы. Как рекреационный ресурс природный фактор выступает в том случае, если рассматриваются не только качественные характеристики природных условий рекреации, но и их физические величины, прежде всего площадь, а также длительность периода, в течение которого эти качества проявляют свое действие. То есть рекреационная характеристика климата территории может быть представлена как оценка климатических условий для какого-либо вида рекреационной деятельности, либо как характеристика климатической комфортности территории.

В книге «Рекреационная география» авторы трактуют рекреационные ресурсы как «компоненты географической среды и объекты антропогенной деятельности, которые благодаря таким свойствам, как уникальность, историческая или художественная ценность, оригинальность, эстетическая привлекательность и целебно-оздоровительная значимость, могут быть использованы для организации различных видов и форм рекреационных занятий» [8,12]. Следует отметить, что в этом определении существует некоторая неясность с содержанием терминов «компоненты» и «объекты». Можно ли рассматривать, например, ресурсы любительского охотничьего промысла как рекреационные, так как они не отвечают ни одному из перечисленных выше свойств?

Основные понятия рекреационной географии постоянно уточнялись в ходе теоретического и прикладного развития самой науки, совершенствования законодательной базы рекреационно-туристской сферы деятельности. Подходы к определению понятия «рекреационные ресурсы» анализируются, в частности, в работе коллектива авторов Института географии Академии наук [10]. В последние годы в связи с развитием туристской сферы появляются региональные работы, в которых авторы излагают свое видение понятия «рекреационные ресурсы». Так, в работе «Природно-ресурсный потенциал Иркутской области» под рекреационными ресурсами понимается «совокупность компонентов природных комплексов и объектов историко-культурного наследия, формирующих

гармонию целостности ландшафта, прямое и опосредованное использование которых оказывает благотворное воздействие на человека, способствует поддержанию и восстановлению его физического и духовного здоровья» [13].

В «Энциклопедии туризма» [6] В.А.Квартальнов и И.В.Зорин приводят такое определение: «Рекреационные ресурсы – природные и антропогенные геосистемы, тела и явления природы, артефакты, которые обладают комфортными свойствами и потребительской стоимостью для рекреационной деятельности и могут быть использованы для организации отдыха и оздоровления определенного контингента людей в фиксированное время с помощью существующей технологии и имеющихся материальных возможностей».

Анализируя предложенные в научной литературе определения «рекреационных ресурсов» и обобщая подходы к рекреационно-географическим исследования можно отметить следующее [7]:

1. «Рекреационные ресурсы» – собирательное понятие. В зависимости от набора рассматриваемых компонентов, целей исследования, позиции автора в научных публикациях встречаются различные трактовки этого базисного определения.

2. «Рекреационные ресурсы» – понятие историческое, т.к. на протяжении времени меняется роль отдельных видов ресурсов в развитие туристско-рекреационного хозяйства. Так, учитывая современные потребности отдыхающих, все большее значение уделяется социально-экономической ресурсной составляющей, а исторические рекреационные территории (Средиземноморская Ривьера) формировались исходя из благоприятных природных факторов среды.

3. Одни и те же природные и антропогенные объекты и явления могут выступать то в виде условий, то в виде ресурсов рекреации. Например, для водного туризма основным ресурсов являются водоемы, водные потоки. Геолого-геоморфологические особенности территории, обусловливающие характер береговой линии, донных отложений, наличие населенных пунктов и транспортная доступность выступают в роли дополнительных условий развития данного вида рекреационных занятий. В то же время для купания, оздоровительного отдыха геолого-геоморфологические особенности территории (пляжи, характер дна и т.д.) примут характер рекреационных ресурсов. Нужно отметить, что существуют определенные природные и антропогенные ресурсы (или условия) территории, которые являются лимитирующими по отношению к развитию определенных циклов рекреационных занятий. Так, низкая заболоченность территории является лимитирующим фактором развития охотничье-промысловых видов рекреации.

4. Природные и антропогенные объекты и явления выступают в качестве рекреационных ресурсов только тогда, когда они рассматриваются с позиции организаторов отдыха, а не самих отдыхающих, и их свойства для рекреации проявляются в пространстве и во времени. Действительно, с точки зрения рекреанта, например, для катания на горных лыжах необходимы благоприятная погода, горный склон, пригодный для катания и покрытий снегом, подъемник. Когда же мы встаем на позицию организаторов отдыха, то для строительства рекреационных учреждений и обеспечения определенного количества отдыхающих нам необходимы данные о размерах склонов, о продолжительности комфортного периода, пороге обморожения, лавиноопасности и т.д. Так природные условия, количественно и качественно оцененные организатором отдыха, будут являться рекреационными ресурсами для развития данного вида рекреационных занятий. Выделение и оценивание природных и технологических процессор и явлений с позиции организатора отдыха делает обоснованным рассмотрение рекреационных ресурсов как части рекреационного хозяйства.

5. «Рекреационные ресурсы» характеризуются разнородным составом, что определяется их генезисом. При всей важности объектов истории и культуры, социальных

объектов в рекреационно-ресурсной составляющей природные блага занимают преобладающее место, являясь одной из основных материальных предпосылок рекреации. В качестве природных предпосылок рекреации выступают прежде всего природно-территориальные и аквальные комплексы различных рангов, их компоненты и отдельные свойства, в том числе такие, как аттрактивность, контрастность ландшафтов, возможность преодоления препятствий, географическая специфика, экзотичность, уникальность или, наоборот, типичность, размеры и формы природных объектов и их визуально-географическое положение. Для рекреационно-ориентированного сектора экономики природные ресурсы, получившие в экономике природопользования название *природных рекреационных ресурсов*, имеют решающее значение, т. к. от их количества и качества зависит тип рекреационных услуг и специализация рекреационных комплексов в целом. Помимо природных рекреационных ресурсов большинство исследователей выделяет блок *культурно-исторических ресурсов,* представленные историческими объектами, памятниками градостроительства, музейными и выставочными комплексами и т.д., значительно повышающие рекреационную привлекательность территории.

6. «Рекреационные ресурсы» характеризуются системностью при их эксплуатации. Опираясь на традиционное представление о рекреационных ресурсах, нашедшее отражение в базисной модели рекреационной системы, можно классифицировать их по критериям обязательности для организации рекреационного хозяйства в регионе и характеру использования. Рекреационные ресурсы оказывают влияние на территориальную организацию рекреационной деятельности, на формирование рекреационных районов и центров, на их специализацию и экономическую эффективность. Но это влияние не прямое. Оно опосредуется социально-экономическими факторами и, прежде всего, объемом и структурой рекреационных потребностей.

7. «Рекреационные ресурсы» характеризуются определенными параметрами и, прежде всего, длительностью комфортного периода времени для рекреационной деятельности, территориальным сочетанием рекреационных ресурсов и величиной рекреационной емкости территории, качественной и количественной исчерпаемостью (в большинстве случаев), частичной возобновимостью и определенным временем на их вовлечение в эксплуатацию (производство).

Рекреационный потенциал – комплекс объективных и субъективных предпосылок развития рекреации и туризма в существующих и перспективных территориально-рекреационных системах. Потенциал составляют те элементы ТРС, которые призваны обеспечить удовлетворение потребностей рекреантов. Часть этого потенциала предназначается для удовлетворения рекреационных потребностей собственно населения региона, и лишь оставшаяся часть может выступать в качестве «товарной», обеспечивающей приток доходов со стороны в регион от приезжих рекреантов (туристов) [13].

Основу «туристско-рекреационного потенциала» составляют как туристские, так и рекреационные ресурсы. Для уточнения понятия «туристские ресурсы» обратимся к Федеральному закону РФ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» (1996 г). Согласно законодательному акту, «туристские ресурсы – это природные, исторические, социально-культурные объекты, включающие объекты туристского показа, а также иные объекты, способные удовлетворять духовные потребности туристов, содействовать восстановлению и развитию их физических сил».

В научной литературе под туристскими ресурсами обычно понимается «совокупность природных и искусственно созданных человеком объектов, пригодных для использования в процессе и в целях туризма» [6]. Среди туристских ресурсов выделяются непосредственные и косвенные туристские ресурсы. К первым относятся природные и культурно-исторические ресурсы, вторые (инфраструктурные) привлекаются для использования и освоения собственно туристских ресурсов. Таким образом, к категории туристских ре-

сурсов относятся сеть учреждений отдыха и курортного лечения и другие объекты для размещения туристов, система общественного питания, транспортная инфраструктура, объекты индустрии развлечений вместе с кадрами соответствующих учреждений и т.д.. В реальной жизни туристские ресурсы взаимосвязаны и в ряде случаев трудноразделимы.

Соответственно, базовые определения туристских ресурсов практически полностью соответствуют научной трактовке «рекреационных ресурсов». Единственным существенным отличием в используемых определениях является единство мнений по отнесению социально-экономических объектов и явлений к категории туристских ресурсов. Как мы помним, лишь в отдельных научных работах рассматривалась целесообразность отнесения социально-экономических объектов и явлений к категории рекреационных ресурсов. В связи с этим, рассматривая потенциальные возможности территории для организации отдыха как местных жителей, так и гостей, целесообразно использование термина «туристско-рекреационные ресурсы», который характеризует конечного потребителя рекреационных и туристских услуг и определяет специфику развития туризма на конкретной территории.

Понятие «туристский потенциал» как в отечественной, так и в западной литературе практически не проработано. Если проанализировать имеющиеся определения, то наиболее четко отражает экономическую сущность туризма и, соответственно, потенциала территории для его развития определение А.В.Дроздова [10], согласно которому «*туристским потенциалом* какого-либо объекта (или территории) именуется совокупность приуроченных к данному объекту (территории) природных и рукотворных тел и явлений, а также условий, возможностей и средств, пригодных для формирования туристского продукта и осуществления соответствующих туров, экскурсий, программ».

Однако существуют различия в понятиях «рекреационный потенциал» и «туристско-рекреационный потенциал». Во-первых, существуют различия в понятиях «рекреация» и «туризм», а, соответственно, в видах и особенностях проведения туристской и рекреационной деятельности. Во-вторых, исследуя возможности территориальной организации рекреационной деятельности, проектировщики, управленцы учитывают наличие различных по продолжительности циклов рекреационных занятий. Традиционно рекреационная деятельность рассматривалась исходя из суточного, недельного, квартального и годового циклов. В качестве основного потребителя рекреационных услуг – местное (или ближайшее городское) население для краткосрочных рекреационных занятий и приезжие отдыхающие совместно с местными – для среднесрочных и продолжительных циклов рекреационных занятий.

Оценка территории для развития туристской деятельности предполагает изучение потенциала территории исходя из потребностей гостей (не местного населения). В этой связи целесообразно развивать продолжительные по времени виды организации отдыха гостей, а также проводить анализ предлагаемых туристско-рекреационных услуг с точки зрения их конкурентоспособности на туристском рынке.

Конкурентоспособность туристско-рекреационных услуг сегодня определяется их качеством, ценой, унифицированностью (ориентацией на определенные группы потребителей), а также разнообразием и возможностью индивидуального выбора. Научные публикации, посвященные анализу современного потребительского спроса на предлагаемые туристские продукты, отмечают повышенную индивидуализацию в потребностях клиентов, ориентацию на активные формы отдыха, требовательностью к качеству предлагаемых услуг и увеличением внимания со стороны потребителей к культурному наследию территории отдыха [1].

Таким образом, наиболее ценны сегодня ресурсы для развития культурно-познавательного отдыха, включающие как культурно-исторические, так и уникальные, экзотичные природные объекты и явления.

Следуя идее Ю.А.Веденина [2] ведя речь о туристско-рекреационном потенциале нужно не забывать об информационной насыщенности территории. Информационная насыщенность территории определяется числом объектов (природных и культурно-исторических, зрелищных заведений и т.д.), которые могут быть предоставлены туристу и рекреанту, для обеспечения их познавательных интересов.

Информационные ресурсы территории требуют особой оценки, существенно влияющей на конечную величину туристско-рекреационного потенциала.

Ю.А.Веденин вводит понятие «мифологический» ресурс, который можно рассматривать как определенный имидж, образ территории. Проблемам формирования «образа территории» посвящено множество работ по экономике, социологии, психологии, маркетингу туризма. Публикации последних лет подтвердили заинтересованность данной темой и представителей географической науки (Д.Н.Замятин,Т.А.Джинджугазова, А.В.Панкрухин и др.) [5,9].

Таким образом, туристско-рекреационный потенциал территории включает в себя еще одну разновидность ресурсов – «*мифические*» или «*информационные*» (по нашему мнению лучше использовать термин «информационные»), создающие определенный образ туристской дестинации и делающие ее узнаваемой на рынке потребителей туристских услуг.

Стремительное развитие массового туризма во второй половине XX в.превратило его в важный сектор мировой экономики, развитие которого связано с определенными факторами производства. Под факторами производства в экономической науке понимаются элементы, необходимые для выпуска товаров и услуг: земля (природные ресурсы), труд (рабочая сила) и капитал.

Природный фактор имеет первостепенное значение для развития рекреации и туризма. Важную роль в привлечении туристов играет совокупность природных ресурсов и условий территории (море, горы, реки, водопады, озера, леса, благоприятный климат и др.). Под капиталом экономисты понимают созданные людьми ресурсы – совокупность зданий, сооружений, машин и оборудования, используемых для производства товаров и услуг. Капитал существует в денежной и физической формах, это материально-техническая основа развития туризма. Капитал – это и инвестиционные ресурсы, необходимые для развития туризма.

В рекреационной географии используется понятие рекреационная инфраструктура (или инфраструктурные ресурсы), которая входит в определение «капитал». Инфраструктура – понятие, появившееся в середине XX века и означающее комплекс отраслей хозяйства, обслуживающих основное производство и жизнедеятельность людей: транспорт, систему коммуникаций, энергетическое хозяйство, информационные сети и др.

Рекреационная инфраструктура – это совокупность отраслей и учреждений, обслуживающих клиентов и формирующих рекреационные сети; под рекреационными сетями понимается сеть парков, зон отдыха, сеть курортов и т.д. Туристско-рекреационная инфраструктура включает также транспорт, коммунальное обслуживание, торговлю, бытовой сервис, связь, гостиницы, общественное питание.

Инфраструктурный фактор может оказывать решающее влияние на развитие туризма. Если в стране нет необходимой для путешественников инфраструктуры, то она не может стать популярной среди туристов.

Сфера туризма и гостеприимства – трудоемкий сектор экономики, который на сегодняшний день испытывает резкий дефицит квалифицированных кадров различного уровня профессиональной подготовки. Проблема наличия трудовых ресурсов может существенно снизить приток туристов и сократить величину доходов в бюджет страны (региона).

Учитывая экономическую сущность туризма и рассматривая туристско-рекреационный потенциал территории как необходимое и достаточное условие развития туристской

индустрии, видится целесообразным расширить ресурсную основу понятия «туристско-рекреационный потенциал», включив в категорию туристско-рекреационных ресурсов капитал (инвестиционные ресурсы) и трудовые кадры (трудовые ресурсы).

Для эффективного развития туристского сектора требуется энергия предпринимательской деятельности, предпринимательская способность. Поэтому предпринимательство в ряде научных работ рассматривается как четвертый фактор производства (наряду с первыми тремя: землей, трудом и капиталом).

Таким образом, под «*туристско-рекреационным потенциалом территории* понимается совокупность туристско-рекреационных ресурсов, их территориальных сочетаний и условий, способствующих удовлетворению потребностей населения в туристской и рекреационной деятельности».

Ресурсную основу туристско-рекреационного потенциала составляют природные, культурно-исторические, инфраструктурные, информационные, инвестиционные и трудовые, а также их территориальное сочетание.

К условиям реализации туристско-рекреационного потенциала относятся:

1.Общественно-географическая ситуация:

а)собственно рекреационно-географическое положение;

б) доступность территории потребителям туристско-рекреационных услуг;

в) общий уровень социально-экономического развития территории;

г) наличие общехозяйственной инфраструктуры, включая социальную;

д) место туристско-рекреационного комплекса в хозяйственном комплексе территории;

е) атмосфера гостеприимства.

2. Геополитическая ситуация:

а) безопасность территории и отсутствие пограничных конфликтных зон;

б) экономическая и политическая стабильность;

в) низкая криминогенность

3. Организационно-правовые условия:

а)государственное регулирование и стимулирование развития туристской отрасли;

б) разработанность и сопряженность законодательных актов, определяющих туристско-рекреационную деятельность, на региональном и федеральном уровнях;

в) инвестиционная и предпринимательская привлекательность территории;

г) экономические механизмы стимулирования туристско-рекреационной деятельности;

д) упрощение туристских формальностей (паспортно-визовый режим, таможенное законодательство и т.д.);

е) регулирование конфликтных ситуаций при столкновении интересов различных природопользователей.

4. Экологические условия:

а) экологическая обстановка на территории;

б) наличие ООПТ;

в) учет особо опасных техногенных и природных объектов и явлений.

5. Адаптационные свойства территории:

а) емкость территории;

б) открытость территории;

в) развитие туристско-рекреационного хозяйства в контексте устойчивого развития территории.

Исходя из представленной трактовки туристско-рекреационного потенциала основными направлениями исследований ТРС должны стать:

1. Комплексная оценка туристско-рекреационного потенциала, т.е. изучение и оценка всех возможных ресурсов и условий территории, определяющие ее туристскую

привлекательность; учет факторов, способствующих или препятствующих развитию туризма в данной местности, и способных оказать воздействие на количественную характеристику туристских потоков.

2. Определение предельно допустимой туристско-рекреационной нагрузки, включающее несколько ключевых моментов:

– определение уровня посещаемости данной местности, превышение которого приводит к неприемлемым экологическим или другого рода последствиям либо в результате действий самих туристов, либо вследствие функционирования обслуживающей инфраструктуры;

– определение уровня посещаемости данной территории, превышение которого приводит к негативным последствиям для местного населения и, вследствие этого, ухудшению взаимоотношений с туристами;

– определение уровня посещаемости, превышение которого оказывает разрушающее воздействие на невосстановимые туристские объекты – произведения искусства, архитектурные комплексы и т.д.

3. Разработка индикаторов устойчивого развития рекреации и туризма, формирование туристско-рекреационной ГИС, мониторинг развития рекреации и туризма.

4. Определение объектов, представляющих наибольший интерес для туристов, с целью дальнейшего использования данной информации при стратегическом планировании и проектировании туристской деятельности: ориентации на тот или иной вид туризма, разработке туристского продукта.

5. Определение механизмов продвижения регионального туристского продукта (туристских услуг) на внутреннем и международном рынках.

Литература

1. Александрова А.Ю. Международный туризм. М., 2001.
2. Веденин Ю.А., Кулешова М.Е. Культурный ландшафт как объект наследия. СПб.: Дмитрий Буланин, 2004.
3. География туризма/ Учебник под ред. А.Ю. Александровой. М.,2008
4. География рекреационных систем в СССР. М., 1980
5. Замятин Д.Н. Географические образы: что это такое? //Вестник МГУ.Сер. 5. геогр. 2002. №4.
6. Квартальнов В.А., Зорин И.В.Энциклопедии туризма.- М., 2004
7. Кружалин В.И., Шабалина Н.В. Рекреационная география: история, современное состояние и перспективы развития.- Тверь, 2006
8. Мироненко Н.С., Твердохлебов И.Т. Рекреационная география.- М., 1981.
9. Пакрухин А.В. Маркетинг территорий. – М.: Прогресс, 2007.
10. Рекреационная география: идеи, методы, практика. – Тверь, 2006.
11. Рекреационные ресурсы СССР.- М., 1990.
12. Теоретические основы рекреационной географии.- М., 1975.
13. Файбусович Э.Л. К вопросу о методике оценки регионального рекреационно-туристского потенциала.// Труды международной практической конференции «Туризм и рекреация: фундаментальные и прикладные исследования», Москва, 27-28 апреля, 2006 г.
14. Indicators of sustainable development for tourism destinations. Madrid: WTO, 2004.

ТУРИСТСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ ДОЛИНЫ ГЕЙЗЕРОВ ПОСЛЕ КАТАСТРОФЫ 2007 ГОДА

Чижова В.П., *Географический факультет МГУ им. М.В. Ломоносова, Chizhova@ru.ru*

Одной из важнейших экологических проблем современности, имеющей международное значение, является сохранение и поддержание туристского потенциала объектов

Всемирного природного наследия. В настоящее время в России находится восемь таких объектов, среди которых кластерный объект «Вулканы Камчатки» занимает далеко не последнее место. В него вошли шесть особо охраняемых природных территорий (ООПТ), в том числе Кроноцкий биосферный заповедник. Заслуженно высокое внимание в нем уделяется тем характеристикам и объектам, само существование которых обеспечило вхождение данной территории в состав Всемирного наследия.

В пределах Кроноцкого заповедника одним из таких объектов является Долина гейзеров, уникальные комплексы которой в пределах не только Камчатки, но и России в целом не имеют аналогов. Как один из крупнейших геотермальных районов Долина гейзеров является участком особой научной ценности и заслуженного интереса со стороны как ученых и специалистов, так и тысяч непрофессиональных любителей природы – туристов и экскурсантов со всего мира.

Природная катастрофа

В июне 2007 года мир узнал о небывалой природной катастрофе, которая произошла в Долине гейзеров, – обрушении склона в верховьях ручья Водопадного, левого притока реки Гейзерной, и сходе гигантского оползня. В результате обрушения образовался подковообразный амфитеатр, состоящий из двух смежных цирков. Почти вертикальная стена обрушения имеет высоту около 150 м и протяженность примерно 800 м. Сход оползня занял всего лишь 2,5 минуты, но за это короткое время успела сойти обломочная лавина, объём которой, по предварительным оценкам, составил 3-5 млн. м3.

Обломочный материал перекрыл долину Гейзерной и способствовал образованию подпрудного озера глубиной до 30 м и длиной около 2 км. В результате была уничтожена часть гейзеров, в том числе всемирно известных, а также некоторые сооружения научного стационара Кроноцкого заповедника: вертолетные и обзорные площадки, мосты и трапы.

Мощность грязекаменной лавины, а также высокая скорость движения оползневого материала породили слухи о «гибели Долины гейзеров» и необходимости принятия срочных мер по ее «спасению». Предлагалось даже забросить на грузовых вертолетах тяжелую технику типа бульдозеров для расчистки образовавшейся плотины на реке Гейзерной.

На самом же деле Долина не погибла, а лишь видоизменилась. При этом само событие имеет неоценимое научное значение: оно дает уникальный шанс наблюдать и изучать динамику геологических и эволюционных процессов формирования новых экосистем на суше и в водной среде. Именно так была определена глобальная значимость данного события совместной миссией Всемирного союза охраны природы и ЮНЕСКО, представители которой посетили Долину гейзеров после схода оползня.

Первичное обследование Долины показало, что ее дальнейшее использование для научных исследований и познавательных экскурсий невозможно без разработки специального экспертного заключения. Такое заключение было подготовлено в конце 2007 г. группой ученых и специалистов под руководством автора настоящей статьи.

Базовой информацией для него послужила имеющаяся статистическая и аналитическая информация из фондов заповедника; литературные, фото- и картографические материалы по научной и экскурсионной деятельности в Долине до 2007 г. и по последствиям природной катастрофы; материалы из других организаций Камчатки и Москвы. Все рекомендации и предложения прошли через детальное обсуждение с сотрудниками заповедника. Кроме того, в работе были использованы результаты собственных исследований автора в Долине гейзеров в 1990-1995 и в 2003 гг.

Проведенный анализ показал, что, конечно же, полное прекращение деятельности гейзеров под грязекаменным потоком и озерными водами представляет большую потерю

для науки, однако туристский потенциал Долины гейзеров в целом практически вообще не снизился. Дело в том, что почти все гейзеры, которые служили объектами осмотра туристов, находятся вне перекрытой оползневым материалом и озерными водами территории, а потому не пострадали.

Кроме того, появились совершенно новые объекты, представляющие высокую не только научную, но и эстетическую и эколого-познавательную ценность. В их числе обвальные цирки, оползни на склонах р. Гейзерной, само тело лавины, большое подпрудное озеро и небольшие термальные озерки и ручьи, плавающая коса в верхней части озера. Это дает возможность включать в программу экскурсии помимо самих гейзеров и горячих источников много новых элементов и тем. Определенный интерес вызывает демонстрация посетителям процесса восстановления деятельности отдельных гейзеров и связанных с ними сообществ растений и животных, а также следы воздействия оползня на искусственные объекты, то есть здания и сооружения, возведенные человеком. В результате, по мнению самих же экскурсантов, побывавших в Долине гейзеров после катастрофы, Долина гейзеров не только не потеряла своего своеобразия, уникальности и привлекательности в качестве объекта туризма и экопросвещения, но и приобрела дополнительные возможности для демонстрации процессов, формирующих лик Земли.

Экологический туризм

Для Кроноцкого заповедника, являющегося не только объектом Всемирного наследия, но и одним из биосферных резерватов планеты, всегда приоритетной была функция проведения научно-исследовательской работы. Однако само существование в его границах такого привлекательного для профессионалов и любителей природы всего мира объекта как Долина гейзеров, предопределило активное развитие здесь экологического туризма.

Основным видом экотуризма в Долине гейзеров со времени ее последнего открытия для посещения в 1990 г. были и остаются на ближайшую перспективу организованные кратковременные экскурсии с доставкой посетителей в Долину на вертолете. Пешеходные экскурсии по самой Долине проводятся обязательно в сопровождении гида и инспектора заповедника по специально оборудованным настильным тропам. Опыт показывает, что из всех форм экотуризма такие экскурсии наименее агрессивны по отношению к природе.

В прежние годы при выборе мест под строительство вертолетных площадок, переправ, при прокладке настильных троп и других объектов инфраструктуры оценки потенциальной опасности от возможных обвально-оползневых процессов не проводили. Произошедшая катастрофа показала, что все возведенные в Долине гейзеров постройки находятся на участках с высокой степенью опасности из-за непосредственной близости к обвальным формам. Из этого следует вывод, что дальнейшее использование Долины гейзеров в качестве объекта посещения возможно только с учетом результатов научных исследований по комплексной оценке возможной опасности, которые должны предварять этап детального проектирования.

В результате схода оползня и последующей реконструкции оборудования Долины для посадки вертолетов и приема посетителей были несколько изменены трассы экскурсионных маршрутов и расположение видовых площадок. В результате восстановительных работ сезона 2007 года здесь прибавились новые участки настильной тропы и лестниц, а также две новые вертолетные площадки. На старом экскурсионном маршруте был произведен текущий ремонт. Тем не менее, в целом он весь нуждается в капитальном ремонте с поэтапной заменой отдельных участков. При этом необходимо провести дополнительную проработку технологических условий и дизайнерских решений. Кроме того, требуется подробно рассмотреть и обсудить новые варианты трассирования экскурсион-

ных маршрутов и размещения смотровых площадок, провести корректировку режима посещения Долины гейзеров туристами: сроков экскурсионного сезона, продолжительности экскурсии, допустимых рекреационных нагрузок и др.

Рекреационный мониторинг

Для сохранения ландшафтного и биологического разнообразия и основных природных достопримечательностей Долины гейзеров в условиях постоянно растущего интереса к ней со стороны посетителей со всего мира необходимо ведение ежегодного мониторинга по специально разработанной программе. Конечно, мониторинговые исследования велись и раньше [1], однако они были нерегулярными и недостаточно комплексными. В связи с произошедшими событиями и сохраняющейся опасностью новых подвижек грунта необходим новый подход к организации мониторинга состояния природного комплекса Долины.

Летом 2008 г. планируется начало проведения такого комплексного исследования силами Московского университета и Кроноцкого заповедника под руководством автора. К работе будут привлечены студенты-географы из МГУ и Камчатского университета. Основное время проведения исследований – летний сезон (июль-август). В остальное время года будут проводиться разовые наблюдения по состоянию природного комплекса Долины сразу после рекреационного сезона (сентябрь) и перед его началом (май-июнь). Предварительная программа мониторинга состоит из двух частей: первая часть – научно-исследовательские работы, вторая – учет посещаемости Долины гейзеров.

Часть 1. Мониторинг основных компонентов природного комплекса

Научно-исследовательские работы по программе рекреационного мониторинга тесно связаны с аналогичными исследованиями, проводимыми сотрудниками Кроноцкого заповедника и/или Института вулканологии в рамках научного мониторинга. Ниже перечисляются отдельные виды работ (по мере необходимости некоторые из них будут сопровождаться закладкой пробных площадей):

– анализ развития эрозионных процессов, связанных с проведением экскурсий, по склонам и в ближайших окрестностях настильной тропы, вертолетных и смотровых площадок, в том числе в прибрежной зоне озера и на новых ветках маршрутной тропы (если таковые будут введены в эксплуатацию);

– исследование подпрудного озера как потенциального рекреационного объекта: наблюдения на временном водомерном посту за уровнем воды в озере, исследование русловых процессов, изучение состояния водного баланса озера, измерение некоторых гидрохимических показателей, электропроводности, температуры воды и т.д.;

– регулярные наблюдения за образованием мелких оползней по бортам озера, а также за состоянием «плавающей» косы в его верховьях с целью определения возможности сооружения нового пешеходного моста для продолжения экскурсий на правобережье р. Гейзерной;

– наблюдения за состоянием сообществ специализированной геотермальной растительности и слежение за распределением синантропных и сорных видов флоры, особенно в окрестностях новых смотровых и вертолетных площадок и новых веток маршрутной тропы, в том числе в приурезной зоне озера и на оползневом теле;

– наблюдения за состоянием численности и характера распределения основных видов фауны по всей зоне шумового воздействия экскурсантов и сопровождающих лиц; появление новых видов и сообществ в акватории озера, в его прибрежной части и на оползневом теле;

– контроль за санитарным состоянием всех искусственных сооружений и их ближайшего окружения (санитарное состояние троп, настилов, туалетов, канализации, водоисточников, окрестностей визит-центра и других объектов).

Часть II. Учет посещаемости

Учет посещаемости Долины гейзеров будет проводиться каждый день в течение всего года. В период максимальной рекреационной нагрузки (июль-август) посещаемость учитывается специальной группой мониторинга (сотрудники и/или студенты), в остальное время года – инспекторами заповедника, постоянно или временно находящимися в Долине.

Учету подлежат все посетители Долины, включая не только экскурсантов, но и научных работников, инспекторов, кино- и фотооператоров, строителей, прибывающих сюда группами или поодиночке, на вертолете или пешком. Отдельно подсчитывается количество детей (до 18 лет) и иностранных туристов. При необходимости учет сопровождается анкетированием, хронометрированием, выявлением негативных факторов рекреационного воздействия, фотографированием отдельных фиксированных участков, где наблюдаются какие-либо экологические нарушения, и т.д. Поскольку учетов такой степени детальности ни в Кроноцком заповеднике, ни в каких-либо других ООПТ за последнее время, согласно опубликованным данным [2], не проводилось, ниже приводится методика этих учетов полностью.

При проведении учетов все категории экскурсантов условно подразделяются на три группы. Для каждой из них разработан свой перечень вопросов.

1. Экскурсанты (по каждой прибывающей группе отдельно):

– название фирмы-организатора

– способ прибытия:

а) вертолетом (название посадочной площадки)

б) пешком по тропе из Узона (или лагеря на Глухом)

в) пешком по другим тропам заповедника (откуда?)

г) после ночевки в Долине гейзеров

– количество человек в группе (включая сопровождающих сотрудников заповедника), в том числе количество детей и иностранных участников (страна проживания)

– маршруты следования (количество человек по каждому маршруту)

– время пребывания группы на каждом маршруте

– время пребывания группы в визит-центре

– общее время пребывания группы в Долине гейзеров

– общее количество экскурсантов в день (отдельно организованных и самодеятельных)

– количество экскурсантов, оставшихся на ночевку в Долине гейзеров

– дополнительные сведения (в т.ч. нарушения правил поведения в Долине гейзеров)

2. Научные сотрудники, инспектора, профессиональные фотографы и кинооператоры:

– ФИО, название организации, должность, профессия,

– количество сопровождающих лиц (дети, родственники, друзья и собаки)

– способ прибытия:

а) вертолетом (название посадочной площадки)

б) пешком по тропе из Узона (или лагеря на Глухом)

в) пешком по другим тропам заповедника (откуда?)

г) после ночевки в Долине гейзеров

– время пребывания в Долине гейзеров

– маршруты следования по Долине гейзеров (количество человек по каждому маршруту, включая всех сопровождающих)

– характер работы в Долине гейзеров

– общее количество посетителей в день (отдельно научных сотрудников и их сопровождающих)

– количество сотрудников и сопровождающих лиц, оставшихся на ночевку в Долине гейзеров

– дополнительные сведения (в т.ч. нарушения правил поведения в Долине гейзеров)

3. Строители:

– количество человек

– способ прибытия:

а) вертолетом (название посадочной площадки)

б) другим способом (пешком – откуда?)

– время пребывания в Долине гейзеров

– места строительных работ (номера площадок или участков маршрутной тропы в соответствии с картой)

– характер работы

– количество строителей, оставшихся на ночевку в Долине гейзеров

– дополнительные сведения (в т.ч. нарушения правил поведения в Долине гейзеров).

Предполагаемые результаты выполнения программы рекреационного мониторинга

Научный результат выполнения мониторинговых исследований будет заключаться в анализе динамики ландшафтов Долины гейзеров. При этом будут учтены как существующие, так и возможные в перспективе изменения ландшафтов Долины в связи с антропогенной нагрузкой в течение последних 18 лет (с 1990 г.) и с учетом последствий катастрофического оползня в июне 2007 г. Результаты анализа будут выражены в текстовой форме, а также на ландшафтно-экологической карте Долины, картографической основой которой послужит ландшафтная карта данной территории А.Н. Иванова масштаба 1:25 000, составленная в 1990 г. [3].

Практическим результатом будут ежегодно разрабатываемые рекомендации по дальнейшей эксплуатации Долины гейзеров для экскурсионных целей: корректировке режима эксплуатации, изменению (сохранению, повышению или понижению) рекреационной нагрузки на следующий сезон, распределению нагрузки в течение года, улучшению санитарного состояния территории, ремонту и восстановлению настилов и смотровых площадок, усилению эколого-воспитательной работы и т.д.

Проведение рекреационного мониторинга позволит не только увеличить количество посетителей Долины без угрозы деградации ее природных комплексов, но и поднять на более высокий уровень экологическое просвещение посетителей. Кроме того, это будет способствовать дальнейшему развитию научно-исследовательской и эколого-просветительской деятельности как в Кроноцком заповеднике, так и в других ООПТ, входящих в объект Всемирного наследия «Вулканы Камчатки».

В заключение необходимо отметить, что описанные выше исследования, связанные с использованием Долины гейзеров для одного из наиболее экологичных видов туризма – познавательных экскурсий планируется начать в знаменательный юбилейный год. Ровно 25 лет назад, в июле 1983 года, появился сам термин «экотуризм». Его ввел в научный обиход мексиканский ученый-эколог Гектор Цебаллос-Ласкурейн. В настоящее время данный термин широко используется научной, природоохранной и туристской общественностью при организации и проведении путешествий по наиболее привлекательным природным уголкам Земли.

Литература

1. Мосолов В.И. Долина Гейзеров и туризм: последствия и перспективы рекреационного освоения // Растительный и животный мир Долины Гейзеров. Под науч. ред. Е.Г. Лобкова. – Петропавловск-Камчатский: Кн. изд-во «Камч. Печат. Двор», 2002. – С. 283-296.

2. Научные исследования в заповедниках и национальных парках России за 1998-2005 годы (отв. ред. Д.М. Очагов). Выпуск 3. М.: ВНИИприроды, 2006. Ч. I. 488 с.; Ч. II. 376 с.

3. Иванов А.Н., Валебная В.А., Чижова В.П. Проблемы рекреационного использования особо охраняемых территорий (на примере Долины гейзеров) // Вестник Моск. ун-та. Серия 5. География. 1995, № 6. – С. 68-74.

ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННЫЙ ПОТЕНЦИАЛ ГЕОГРАФИЧЕСКИХ ПОЛЮСОВ ЗЕМЛИ

Федоров В.М., *в.н.с., к.г.н., географический ф-т МГУ, ipyf@mail.ru*
Цекина М.В., *аспирант, географический ф-т МГУ, mtsekina@list.ru*

Рекреационно-туристический потенциал Южного и Северного географических полюсов Земли в основном определяется тремя причинами: уникальностью этих точек планеты, историческим драматизмом их открытия и их геополитическим значением.

Уникальность географических полюсов – являющихся точками пересечения оси вращения Земли с земной поверхностью – очевидна.

Исторический драматизм открытия географических полюсов Земли представляет важнейшую составляющую туристско-рекреационного потенциала этих мест.

Начало истории открытия. Северного полюса связано с организованной Британским адмиралтейством санной экспедиции, отправным пунктом которой был северный берег Западного Шпицбергена (79о55 с.ш. и 16о53 в.д.). На остров участники экспедиции были доставлены на корабле «Хекла». Уильям Парри и Джеймс Росс двинулись на север 21 июня 1827 года на двух лодках – санях с 12 моряками команды и 10 – недельным запасом продовольствия. Преодолевая поля торосов и широкие полыньи, англичане 22 июля добрались до 82о43 с.ш. Парри пытался идти дальше на север, но через четыре дня обнаружил, что льды дрейфуют к югу и им удалось приблизиться к полюсу только на 2 км. Самая северная точка, достигнутая Парри, – 82о45 с.ш. – рекорд, продержавшийся почти полвека. Преодолев всего 320 км от судна, англичане повернули на юг и 21 августа поднялись на борт «Хеклы» [1].

Почти через полвека Альберт Маркем, со стороны Канадского архипелага, приблизился к полюсу еще на 65 км. В 1875 году в Англии была организована большая полярная экспедиция на двух пароходах «Алерт» и «Дискавери». Руководил экспедицией командир прославленного океанографического судна «Челленджер» Джордж Стронг Нэрс. В августе 1875 года пароходы достигли пролива Кеннеди. Где Нэрс поставил «Дискавери» на зимовку, сам же на «Алерте» под командованием Альберта Маркема в сентябре проник в море Линкольна до 82о24 с.ш. Здесь же «Алерт» вмерз во льды у северо-восточного берега о.Элсмир. В апреле с судна выступили три санных отряда. На север направлялся отряд Альберта Маркема на санях – лодках. Движение отряда сильно затрудняли поля торосов и глубокий снег (до 1,5 м), при жестоких морозах. 12 мая 1876 года отряд достиг 83о20 с.ш. К этому времени один человек умер, а остальные, кроме Маркема, заболели цингой. Нэрс выслал на помощь Маркему вспомогательный отряд и 14 июня все вернулись на судно. Но заболевания цингой продолжались (умерло еще три человека), а продукты быстро «таяли» и Нэрс решил отступить. В августе «Алерт» с трудом добрался до пролива Кеннеди, а в конце сентября 1876 года оба парахода прибыли в Ирландию. В первой же телеграмме, посланной в Лондон, Нэрс написал: «Северный полюс недоступен!» [1].

В 1881 году, при подготовке к Первому международному полярному году американская экспедиция под руководством Адольфа Вашингтона Грили прибыла на судне на о.Элсмир и на северо-восточном побережье острова организовала метеорологическую станцию. От этой станции в 1882 году лейтенант Джеймс Локвуд продвинулся на санях

на север – по разным определениям – до 83о24 или до 83о30 с.ш.. Трагична была судьба этой экспедиции. Два года из-за состояния льдов (или неумелой организации) вывезти ее не удавалось. Продуктов осталось очень мало и летом 1883 года американцы двинулись на юг, но дошли только до островка у северного входа в пролив Смит, где провели третью зимовку. Они так голодали, что некоторые срезали мясо трупов погибших товарищей. Когда в 1884 году их нашло американское китобойное судно, из 26 зимовщиков умерло 19, в том числе Д. Локвуд. Сам Грили выжил.

В августе – сентябре 1888 года Фритьоф Нансен и Отто Свердруп с четырьмя спутниками выполнили – сначала на нартах с собачьей упряжкой, а затем на лыжах – первое пересечение Южной Гренландии по 64-й параллели с востока на запад (длина маршрута 560 км, продолжительность – 40 дней). После возвращения из этого похода Ф.Нансен предложил дерзкий план покорения Северного полюса. На вмерзшем в лед корабле «Фрам» под 78о50 с.ш. экспедиция дрейфовала год и три месяца, но к концу 1894 года добралась лишь до 83о43. К этому времени норвежцы убедились в том, что льды уже не дрейфуют к северу. Тогда Нансен, взяв с собой Фридерика Йохансена, 14 марта 1985 года оставил «Фрам» и на трех нартах двинулся к полюсу: 7 апреля он достиг 86о14, но вынужден был повернуть на юг. В августе Ф.Нансен и Ф.Йохансен вышли к Земле Франца-Иосифа и зимовали на о.Джексон. В 1896 году с о.Нордбрук они были переправлены в Вёрде (Северная Норвегия). По случайному совпадению через 6 дней туда же пришел, освободившийся из ледового плена, «Фрам» под командованием Отто Свердрупа. За три года экспедиция не потеряла ни одного человека [1].

Офицер военно-морского флота США Роберт Пири важнейшей целью которого было достижение Северного полюса планеты, проявил при этом исключительное упорство и сделал ряд крупных географических открытий в Западной Арктике. При подготовке к покорению полюса Пири совершил несколько санных путешествий по Гренландии. В 1892 году он пересек Северную Гренландию от залива Инглфилд (на северо-западе, 77о44 с.ш.) в северо-восточном направлении, открыл большой северный полуостров Гренландии – Землю Пири и вернулся к западному берегу тем же путем, преодолев в общей сложности 2200 км. В 1995 он повторил это путешествие. В начале XX века Пири трижды пытался дойти до Северного полюса. Во время третьего похода он достиг 87о06 с.ш. В 1908 на полярном судне он подошел к северо-восточному побережью о.Элсмир и провел здесь часть зимы. В феврале 1909 года он перебросил грузы на северный берег острова, к мысу Колумбия (766 км от полюса). 1 марта санный отряд на 19 нартах с 133 собаками вышел оттуда на север. Одна вспомогательная группа за другой отпадала, организуя промежуточные базы. Последнюю группу Пири отослал в районе 87о47 с.ш. не пожелав делить славу ни с кем из представителей своей расы. К полюсу пошли с Пири только четыре эскимоса и негр – доктор Метью Хенсон – человек колоссальной физической силы и постоянный спутник Пири с 1887 года. Двигался отряд на 5 нартах с 40 собаками. 6 апреля 1909 года Пири, не встретив на пути суши, достиг по его расчетам Северного полюса. 23 апреля отряд вернулся на о.Элсмир, а 6 сентября 1909 года телеграмма о его достижении стала известна во всех городах США. Однако, за 5 дней до этого Фредерик Альберт Кук, участник похода Р. Пири по северо-западной Гренландии в 1892 году, сообщил миру, что он достиг полюса 21 апреля 1908 года.

Фредерик Кук, врач и полярный путешественник, имевший почти 15 – летний арктический и антарктический опыт, как и Пири задался целью покорить Северный полюс. В августе 1907 года он прибыл морем в Гренландию, на западное побережье пролива Смита. Там экспедиция провела зиму, готовясь к трудному походу. 19 февраля 1908 года во главе отряда из 11человек на нартах, запряженных собаками, Ф.Кук направился на запад, через острова Элсмир и Аксель-Хейберг, организовав на них промежуточные продовольственные склады. Ровно через месяц с двумя спутниками – эскимосами на двух

санях, запряженными собаками, он выступил на север. 21 апреля 1908 года Ф.Кук по его определениям ступил на самую северную точку планеты. Но он, как и Р.Пири пользовался примитивными приборами для определения своего положения. Поэтому правильнее готовить, что оба достигли околополюсного района. На обратном пути, после длительного перехода по морским льдам отряд добрался до твердой земли – о.Амунд-Рингнес В конце лета, испытывая крайнюю нужду в продовольствии, они добрались до о.Девон и вынуждены были провести часть зимы на северном побережье острова (84о з.д.). В начале 1909 года группа направилась на северо-восток, пересекла пролив Смит по дрейфующему льду, вернувшись к исходному пункту в феврале. Весной Ф.Кук двинулся на собаках на юг и только 1 сентября с Шетландских островов телеграммой сообщил о достижении полюса [2].

Приоритет в открытии Национальным конгрессом США был отдан Р.Пири, в связи с тем, что Ф.Кук отказался от борьбы за то, что для него было очевидным. Судьба его в дальнейшем оказалась сложной.

Вероятнее всего, что в точке Северного полюса эти исследователи не побывали, но околополюсное пространство, несомненно, было ими достигнуто.

Антарктида была открыта во время первой русской антарктической экспедиции 28 января 1820 года. Экспедиция состояла из двух судов; «Восток» – под командованием Ф.Ф.Беллинсгаузена и «Мирный» – под командованием М.П.Лазарева. На этом материке расположен Южный географический полюс планеты.

История открытия Южного полюса, вероятно, начинается с первой зимовки в Антарктиде. В 1899 году у мыса Адер (известного ураганными ветрами) впервые в истории Антарктиды зимовала группа норвежских ученых во главе с Карстеном Борхгревинком. Во время этой зимовки погиб один человек. После зимовки группа на корабле «Южный Крест» направилась к Ледяному барьеру Росса. К.Борхгревинку удалось подняться на барьер и с двумя спутниками продвинуться на нартах с собачьей упряжкой по леднику до 78о50 ю.ш.

Опыт К.Борхгревинка был учтен при организации и проведении английской экспедиции которую возглавлял Роберт Фолкон Скотт. Во время экспедиции, в 1902 году был найден пролом в Ледяном барьере, и там на санях англичанам удалось (как ранее К.Борхгревинку) пройти до 78о50 ю.ш. Затем Р.Скотт вместе с Эрнестом Генри Шеклтоном и еще одним спутником обследовали высокогорную береговую окраину Земли Виктории до 82о17 ю.ш.

Для проведения экспедиции с целью покорения Южного полюса Э.Шеклтон на китобойном пароходе «Нимрод» в январе 1908 года прибыл с море Росса и организовал зимовку в заливе Мак-Мердо. В конце октября Шеклтон с тремя спутниками начал поход к Южному полюсу на санях, запряженными выносливыми манчжурскими пони. Он не рассчитал, что эти животные нуждаются в объемистых кормах и, в отличие от собак, не могут питаться мясом павших упряжных животных. Все пони погибли при переходе через шельфовый ледник Росса к северу от 84-й параллели. На самом тяжелом этапе пути, когда оказалось, что для достижения полюса нужно подняться на высокое плато. Э. Шеклтону и его спутникам пришлось самим впрячься в сани. С величайшими усилиями они медленно продвигались на юг на высоте около 3000 м – через ледяную пустыню, над которой изредка возвышаются горные пики. Так они достигли 88о23 ю.ш., но находясь менее чем в 180 км от полюса вынуждены были из-за нехватки припасов и сильнейших ветров 9 января 1909 года повернуть обратно. Все четверо благополучно, но крайне измученные вернулись в конце февраля к побережью на опустевшую базу (из записки они узнали, что судно ушло два дня назад). Но «Нимрод» все же вернулся и зимовать не пришлось. По расчету Э. Шеклтона, они прошли в оба конца 2750 км. Другой отряд этой экспедиции определил точное положение южного магнитного полюса и побывал на нем, пройдя в общей сложности более 2000 км [1].

В 1911 году Руал Амундсен на «Фраме» (на котором дрейфовал Ф.Нансен) прибыл к восточному краю Ледяного барьера Росса. 14 января норвежцы высадились в Китовой бухте на Ледяной барьер и организовали там лагерь. При выборе места для лагеря и при составлении плана достижения Южного полюса Амундсен талантливо использовал свой большой полярный опыт (арктический и антарктический). Его маршрут до полюса был на 100 км короче выбранного Э. Шеклтоном и Р. Скоттом. Но путь его был сложнее (зоны трещин на шельфовом леднике Росса и крутое горное обрамление). Р. Амундсен исключительно точно рассчитал все этапы похода. Между 80 и 85 градусами ю.ш. через каждый градус он заранее устроил склады с продовольствием и топливом обозначенные высокими вехами с флагами. В решающий поход к Южному полюсу Амундсен выступил 20 октября 1911 года с четырьмя товарищами на санях, запряженных собаками. За 85-й параллелью начался тяжелый подъем с шельфового ледника Росса на горный хребет (Куин-Мод). Ровно через месяц после того, как часть провианта была израсходована, Амундсен принял решение убить лишних собак. Их мясом питались оставшиеся животные и члены экспедиции. Далее к югу последовал пологий спуск к Полярному плато, сравнительно нетрудный после зон многочисленных трещин, преодоленных норвежцами ранее – при подъеме. Отряд достиг Южного полюса 15 декабря 1911 года. В точке полюса (высота 2800 м) была разбита палатка и поднят норвежский флаг. 17 декабря экспедиция отправилась в обратный путь, на север. Через каждые три дня они убивали собаку, и таким образом, люди и животные питались свежим мясом, пока не достигли ближайшего к полюсу склада. Пройдя в общей сложности 2800 км, они вернулись в Китовую бухту 26 января 1912 года. После 99-суточного похода [1].

Экспедицию Роберта Скотта в залив Мак-Мердо. К месту зимовки, 3 января 1911 года доставило судно «Терра Нова». Здесь Скотт узнал неожиданную новость о планах норвежцев покорить Южный полюс. Роберт Скотт предполагал дойти до плюса по маршруту Шеклтона с помощью моторных саней, индийских пони и собак. В путь он выступил 2 ноября 1911 г. Моторные сани пришлось бросить, а пони перебить за 83-й параллелью, когда закончился фураж. В районе 84-й параллели были отправлены назад собачьи упряжки, и англичане сами тащили тяжело нагруженные сани. С 85-й параллели назад были отправлены 4 человека, из района 87о30 ю.ш. – еще трое. Дальше к югу путь продолжили 5 человек. Последние 250 км пути до полюса потребовали огромных усилий. Часто приходилось тащить сани по сыпучему снегу и иногда, за целый день они проходили менее 10 км. 18 января англичане нашли палатку и в ней записку на имя капитана Скотта от Амундсена с просьбой доставить от него письма норвежскому королю. Англичане сфотографировали и зарисовали палатку, у полюса водрузили английский флаг , сфотографировались и отправились в обратный путь. По дороге от своей базы к полюсу англичане устроили 10 промежуточных складов провианта и топлива. Но чем ближе они подходили к базе, тем становились слабее и истощеннее. Один человек умер. Остальные часто сбивались с пути, температура начала резко падать. У участников исчезала воля к жизни, и росло разочарование. И все же они тащили до конца ценнейшую геологическую коллекцию (около 15 кг) образцов пород, отобранных на пути к полюсу. Погиб еще один человек. Он просто попрощался и ушел в метель, чтобы больше не возвращаться и чтобы другим было чуть легче. 12 ноября 1912 года поисковый отряд нашел палатку, частично занесенную снегом, и в ней три тела и записка с просьбой позаботиться о близких [1].

Географические полюса Земли наполнены и геополитическим содержанием, который реализуется в основном, мероприятиями, демонстрирующими технические возможности страны, интересы которой связаны с полярными районами. Интересы России в Арктике имеют давние традиции и связаны как с историей географических открытий в этом районе, так и с историей освоения Арктики [3]. По сути, значительная часть Арктики является российской территорией. Подтверждением государственного интереса России

к Северному географическому полюсу Земли является организация экспедиции в 1912 году на «Святом Фоке» под руководством Г.Я. Седова к Северному полюсу. Трансарктический перелет на самолете АНТ-25 В.П. Чкалова, Г.Ф. Байдукова и А.В. Белякова через Северный полюс в США, в 1937 году. Всплытие атомной подводной лодки К-181 в 1963 году в районе Северного географического полюса, поход атомного ледокола «Арктика» к Северному полюсу в 1977 году, погружение глубоководных обитаемых аппаратов «Мир» в точке Северного полюса в 2007 году и инициатива по проведению в 2007 – 2009 годах III Международного полярного года. Отражением геополитического интереса России в Арктике являются и известные лыжные экспедиции Д.Шпаро, М.Малахова, В.Чукова, Н.Шпаро и др. на Северный полюс. Собственно продолжением этого является и туристическая деятельность, реализующая туристско-рекреационный потенциал географического Северного полюса. В настоящее время, в весенний сезон этот потенциал монопольно и успешно реализуется российской компанией Экспедиционный центр Арктики и Антарктики «Полюс», являющейся экспедиционным отделом Ассоциации российских полярников. Логистика туристической деятельности сводится к следующим мероприятиям. В апреле при помощи авиации недалеко (в районе 100 км) от полюса находится льдина для организации ледового аэродрома «Барнео». На льдине организуется сезонный туристический лагерь. Аэродром принимает самолеты Ан-74 следующие рейсом: Москва – Лонгиер (Шпицберген) – «Барнео» или Хатанга – «Барнео». Далее существует два туристических маршрута на Северный полюс. Один – «Последний градус», за 3-4 дня на лыжах до Северного полюса. Этим маршрутом в 2006 году, на собачьих упряжках путешествовал князь Монако Альбер II с российскими туристами. Другой маршрут включает авиаперелет из базового лагеря «Барнео» на вертолетах Ми-8 в точку Северного географического полюса. Кроме этого организуются парашютные прыжки в районе точки Северного полюса, подводные погружения, традиционная русская баня и пр. мероприятия. За сезон, при поддержке «Газпромавиа» организуется более 50 авиарейсов на ледовый аэродром «Барнео».

В летний сезон при поддержке ААНИИ организуются теплоходные туристические рейсы из Мурманска через Землю Франца-Иосифа в район географического Северного полюса. Таким образом, сфера туристско-рекреационной деятельности российских компаний в районе географического Северного полюса базируется на туристско – рекреационном потенциале точки Северного полюса и геополитических интересах России в Арктике.

Туристско-рекреационный потенциал географического Южного полюса также монопольно (более 20 лет) реализуется канадской туристической компанией Adventure Network International [4]. Логистика туристической деятельности сводится к следующему. В Пунта – Аренасе (Чили) расположен центральный офис компании ANI. Из Пунта – Аренаса туристов доставляют на самолетах «Геркулес», АН-76 в район Пэтриот Хиллс, где организован сезонно действующий (с ноября по февраль) лагерь. Здесь туристам предлагается два авиамаршрута: к подножию горы Винсон – самой высокой на континенте и к географическому Южному полюсу, где расположена американская научно-исследовательская станция «Амундсен – Скотт». В среднем ежегодно за сезон лагерь посещают от 300 до 500 туристов. В последнее время к этой деятельности подключилась российско-южноафриканская компания «ALCI» (Antarctic Logistic Center International). Однако, рекреационно-туристическая деятельность этой компании ограничена районом, примыкающим к российской антарктической станции Новолазаревская [5]. В связи со строительством новой взлетно-посадочной полосы на станции «Прогресс» возможно территориальное расширение участия России, как в научной, так и в рекреационно-туристической деятельности в Антарктиде.

В период проведения Всемирной метеорологической организации по инициативе России III Международного полярного года (2007 – 2009 гг.) ожидается активизация

научно-туристической деятельности в районах географических полюсов. Кроме этого, вероятен рост туристско – рекреационного потенциала географических полюсов в самом ближайшем будущем, в связи с научным и общественным резонансом на 100-летие их открытия.

Российским и американским научным присутствием в Антарктиде достигается стабильность Договора об Антарктике «замораживающим» территориальные претензии ряда стран на районы Антарктиды. Российское туристическое присутствие могло бы усилить геополитическую роль России и в районе Южного географического полюса Земли.

Литература

1. Магидович И.П., Магидович В.И. Очерки по истории географических открытий. Том IV. М.: Просвещение, 1985, 336 с.

2. Кук Ф. Мое обретение полюса. М.: Мысль, 1987, 348 с.

3. Голубчиков С.Н. Ерохин С.В. Российский Север на переломе эпох. М.: Изд-во «Пасьва», 2003, 240 с.

4. Федоров В.М., Цекина М.В. Правовое положение, российское присутствие и современное состояние туристической деятельности в Антарктиде // Труды международной научно-практической конференции «Туризм и рекреация: фундаментальные и прикладные исследования», Москва, 2006, с. 256 – 261.

5. Бакалов Е.И., Серов В.П., Федоров В.М. Предварительные итоги испытания ВТС «Вектор» в районе антарктической станции «Новолазаревская» // Научная конференция «Россия в Антарктике», тезисы докладов, СПб, 2006, с 36 – 37.

ЭКОЛОГИЧЕСКИЙ ТУРИЗМ В ОКРЕСТНОСТЯХ АННАПУРНЫ

Супруненко Ю.П., *к.г.н. Институт географии РАН, u106764@dialup.podolsk.ru*

Аннапурна, конечно, и сама по себе приметная вершина – она в ряду мировых горных гигантов. Но добавили ей основательной славы французы. Среди классных альпинистов-высотников мира они, вроде бы, и не блистали особыми заслугами. По крайней мере, к тому времени – к 1950 году. Вообще-то во Франции, в Альпах издавна были отличные проводники и восходители. Но в сторону Гималаев они даже не поглядывали. Там «хозяйничали» основоположники высотного альпинизма – англичане, которым пришлось заниматься восьмитысячниками еще с XIX века, и к середине XX – провести к ним более двадцати экспедиций.

И вот неожиданно французы рванулись к Аннапурне. Без достаточного опыта, разведки, без утепленной обуви, лавинных лопат, радиосвязи. Такая замашка многих поражала и шокировала. Но факт остается фактом. Девять отчаянных французов оказались перед гребнем, похожим на острие ножа. Не зря местные жители прозвали это могучее поднятие Кали – «страшная, черная» (по другой трактовке – в честь богини, которой приносят человеческие жертвы, в переводе с санскрита – «богиня, дарующая пищу»). Еще одно название тоже не более утешительное – Дурга – «недоступная». Для восходителей приятнее звучала Парвати – «дочь гор», или Аннапурна – «богиня, дарующая урожай». (Причиной, очевидно, послужили муссонные ветры, приносящие дожди от океана к гималайским склонам.) Но какие плоды уготовила «богиня» своим покорителям (или лучше сказать поклонникам?)?

Обо всех пережитых трудностях и перипетиях, конечно, были написаны книги. Спасшиеся от лавин, с обмороженными руками и ногами, забинтованные и ведомые товарищами уже при последнем спуске двое из уцелевших участников Эрцог и Ляшеналь вырвались из объятий «богини». Как водится, нашлись злопыхатели, которые манев-

ренность, оперативность и настойчивость объявили случайной удачей, «французским легкомыслием», и даже брали под сомнение достижение высшей точки. Но это уже, как говорится, издержки первого прорыва, первой победы над одним из 14 восьмитысячников. И у каждого из них свои примечательные страницы. Таково уж свойство головокружительных высот!

Вначале, еще дома Морис Эрцог со своими единомышленниками предполагали взойти одним заходом на две вершины Дхаулагири и Аннапурну. Но, приблизившись к первой, по-настоящему неприступной без длительной подготовки, реально оценили возможности и начали поиск второй. Район был совершенно неисследованный, местные жители тоже ничего не могли сказать внятного. Много дней и сил ушло на поиски подходов, и это был первый серьезный просчет.

Наконец, таинственная скрытная великанша найдена. Эмоциональный Эрцог от нее в восхищении. «Ослепительный блеск снежных склонов вынуждает меня зажмуриться. Впервые Аннапурна открывает человеку свою тайну. Ее громадный северный склон, покрытый реками льда, сверкает, как алмаз. Ни разу я не видел еще такой гигантской вершины во всем ее величии. Это целый мир, ослепительный и грозный, необозримый в своей грандиозности» [1].

До наступления гибельных муссонов, непереносимых ветров и ливней оставалось несколько дней, но на рискованный штурм все-таки отважились. Очень уж великолепным, приветливым, безоблачным было небо. Правда, поначалу донимала жара. Казалось, воздух исчез в этом пекле. А отряду вместе с шерпами-челноками приходилось совершать повторные рейсы по одному и тому же маршруту для устройства промежуточных лагерей.

Грузы надрывали силы. Наконец, добрались до льда и снега. Началась снежная буря. Оглушительный стон и свист ветра рвал душу. Последняя ночевка перед броском была почти без сна. Но это еще не муссон: тот бы смел палатки и людей в бездну. Утром кошмар вроде прервался. Но каждое движение вызывало одышку. Адский холод. Дойти до вершины оказались в состоянии только двое – Морис Эрцог и Луи Ляшеналь

Не только волей судьбы, но и благодаря своей активности, целеустремленности, одаренности тридцатилетний Эрцог и стал инициатором и руководителем этой экспедиции. Юрист и естествоиспытатель по образованию, депутат национального собрания и предприниматель-финансист, он находил время для восхождений в Альпах, раздумий над записками Паскаля, занятий государственными делами.

И вот его размышления о новом восприятии мира на Аннапурне: «Скалы присыпаны сверкающим снегом, и лучезарная красота пейзажа бесконечно трогает душу. Прозрачность воздуха поразительна. Я живу в хрустальном мире. Звуки приглушены... Все это так непохоже на восхождение в Альпах, когда тебя поддерживает смутное сознание близости людей, когда, обернувшись, видишь далеко внизу дома, дороги, цивилизацию. Здесь все иначе. Я отрезан от всей Вселенной. Я живу в ином мире, суровом, пустынном, безжизненном. Это фантастический мир, где присутствие человека непредвиденно и, может быть, даже нежелательно. Мы нарушаем запрет, мы нарушаем границу, и все же мы поднимаемся без боязни. Сердце сжимается от полноты чувств...» [1].

Вершина представляла собой ледяной гребень с карнизами. С другой стороны – ужасающая бездонная пропасть. Стена из-под ног обрывалась отвесом. «Вряд ли можно встретить подобное зрелище на другой вершине... Цель достигнута. Но одновременно завершено нечто гораздо более величественное... Поразительное ощущение – внезапно познать свой идеал и самого себя». Но не все было завершено. Предстояли новые невиданные переживания. К несчастью, были потеряны рукавицы. Пальцы стали мертвенно белые, с фиолетовым оттенком, твердыми, как дерево. Товарищ начал хлестать по ним концом веревки. То же проделывается с ногами на ночевке. Еще одна кошмарная ночь. Бешеный ветер – и палатка завалена снегом. Продолжение спуска – и потеря пути. Ос-

лепление снежными вихрями. Инстинкт самосохранения сменяется отчаянием и полным безразличием. Провалились в неглубокую трещину: на время она стала убежищем от верной гибели. Но холод проникает в каждую клетку.

«Кажется, даже сердце превратилось в лед, но к своему удивлению я не ощущаю боли. Все материальное во мне как бы атрофировалось. Сознание ясное и в то же время я пребываю в состоянии какого-то счастливого спокойствия. Во мне еще тлеет искра жизни, но все более и более тускло. Кажется, скоро конец. Разве эта пещера не самая прекрасная из гробниц? Смерть меня не страшит, не вызывает никаких сожалений; я улыбаюсь ей». Не радуют подоспевшие на помощь товарищи. Впрочем, двое из них стали полузрячими от ослепления снежно-отраженными солнечными лучами. Морис просит оставить его. Он благодарен вершине, что она так прекрасна. Ее безмолвие напоминает ему величие собора…

Муссонные ветры настигли уже внизу, в лесах. Все промокли насквозь. Со всех окрестных скал доносился грохот лавин, непрерывный гул падающих камней, увлекаемых ливнем. Босые ноги носильщиков увязали в грязи.

Ордена и почести руководитель экспедиции принимал, находясь в госпитальной коляске. Великой удачей и счастьем Эрцог считал то, что у него ампутировали только несколько фаланг пальцев на руке, а не обе руки и ноги. Хотя и навечно остаться на Аннапурне, он почитал бы за честь. («Наш последний день будет прекрасен…»).

Соучастники французской экспедиции питали к своему руководителю чувство любви, если не сказать благоговения. Его организаторский талант, сердечность, эмоциональный заряд, целеустремленность, конечно, несомненны. Но не являются ли наши недостатки продолжением наших достоинств? Тщеславие, одержимость, повышенная эмоциональность влекут за собой просчеты, ошибки, трагедии… Впрочем, победителей судить не принято. Успех был действительно выдающийся. До этого на протяжении полувека многочисленные попытки восхождений на гималайские восьмитысячники заканчивались неудачами. Низкие температуры, муссонные ураганные ветры. Кислородное голодание при длительном пребывании на большой высоте ведет не просто к тошноте, головным болям, но и к психическим расстройствам и даже смерти.

И вот в 1950 году свершилось. Аннапурна стала первым восьмитысячником, хотя она в самом высоком ряду самая «низкорослая» – 8078 м.

За восхождением на нее последовали: Джомолунгма и Нанга-Парбат – в 1953 г., Чо-Ойю и Чогори – в 1954 г., Канченджанга и Макалу – в 1955 г., Лхоцзе, Манаслу, Гашербрум – в 1956 г. За «пятилетку» – десять первовосхождений на гималайские и каракорумские, прежде неприступные, неодолимые, восьмитысячники.

Все это рассказывает гид при виде величественной Аннапурны. Информационная насыщенность экскурсии входит в понятие экологический туризм.

В настоящее время район вокруг Аннапурны интенсивно посещается туристами – и любителями-дилетантами, и трекерами, ориентирующимися на комфортный отдых, и тренированными спортсменами. Ежегодно здесь бывает до 30 тысяч посетителей. В ближайших окрестностях можно заниматься различными видами приключенческого туризма: альпинизм, трекинг, рафтинг (сплав по горным рекам), горный велосипед, спуски в каньоны, банджи – прыжки с высоты 160 м, полеты на парапланах, ультралегких самолетах и воздушных шарах, облет Эвереста, а также Аннапурны и Дхаулагири. Обилие рекреационных ресурсов и возможностей их использования уже привело к созданию множества минигостиниц и кафе, которые обеспечивают доход местным жителям. Так непальские власти пытаются поднять, и не безуспешно, жизненный уровень горцев. В рамках экотуристского проекта «Природоохранная территория Аннапурны» [2] представители местных сообществ вовлекаются в управление рекреационными ресурсами, следят за охраной леса, отслеживают браконьеров. В результате этих мер постепенно улучшается экологическая обстановка во всем регионе.

Путь на Аннапурну, проложенный полвека назад французами, становится все более популярным среди альпинистов многих стран. По отечественной классификации Центральная Аннапурна (8078 м) оценивается в 5Б категорию сложности; обычно путь из базового лагеря занимает 5 дней, альпинисты за это время преодолевают высоту в 4150 м, следуют по снежно-ледовому склону крутизной 50-60, выше 6000 м – 40 градусов, используют около 40 ледовых крючьев для организации перил протяженностью около 2000 м. Как видим из паспорта, после необходимой акклиматизации восхождение вполне посильно для подготовленных альпинистов-высотников и даже ветеранов, что доказала команда российских альпинистов в мае 2004 г. во главе с Борисом Коршуновым. Маршруты горного туризма вокруг первого покоренного восьмитысячника востребованы среди любителей трекинга, комфортного, не обременительного туризма (подробнее об особенностях этого вида туризма см. [3]).

На первый взгляд может показаться, что горные виды отдыха весьма специализированы и ориентированы лишь на путешественников с достаточной спортивной подготовкой. Однако в реальности дело обстоит проще. Неподготовленный человек, попав однажды в горы, попробовав подняться на вершину, полазить по ледяной стене или полетать на параплане, вдруг понимает, что для счастья и внутреннего удовлетворения ему больше ничего не нужно. Если к этому добавляется природоохранное мироощущение, то рождается экотуристское мировоззрение. Выражаясь языком социологии, рекреант из нецелевой аудитории переходит в целевую. Экотуристская форма рекреации завоевывает все большие пространства вокруг Аннапурны.

Аннапурна – это не одна лишь вершина, это горный массив, многоликий, как в природно-географическом, так и в культурном, социально-экономическом и геополитическом смыслах. Здесь еще недостаточно развита трекинговая инфраструктура, как у подножья Монблана, но туристы уже могут в полной мере наслаждаться природой в ее естественном великолепии, не очень обременяя себя необходимыми средствами походного жизнеобеспечения. И район уже считается одним из наиболее востребованным в мире в плане экотрекинга. Большой популярностью пользуются двухнедельные маршруты вокруг Аннапурны протяженностью несколько сот километров (отдельные участки преодолеваются на наземном транспорте) на высотах около 4000 м. По разработанной классификации [4, с.260-267] этот экотур с некоторой степенью условности может быть назван кольцевым. От основной тропы отходят дополнительные – к местам интереса. Для гималайских маршрутов характерны перепады высот, ландшафтная ритмичность и контрастность, обилие точек с широким обзором местности, которые при минимальном благоустройстве становятся видовыми точками и местами привалов. Точки обзора – это своеобразные окна в окружающий мир, и их, как правило, устраивают, выражаясь военной терминологией, на командных пунктах, т.е. естественных возвышениях – вершинах, склонах, скалистых останцах, береговых уступах.

Для вершин, представляющих собой более менее самостоятельный массив, кольцевые или круговые экотуры очень характерны. При их проведении целевой, «брендовый» объект, как правило, находится перед глазами. Это всегда выигрышно при информационной подаче материала. Тем более для Гималаев и других азиатских гор с их широко распространенным мифов о священной горе Меру – центре мироздания, на склонах которой берут начало четыре великих реки. Четыре ребра ее точно соответствуют сторонам света, высота ее неизмерима, а вершина упирается в небеса, склоны искрятся драгоценными камнями... На ней живут святые, творящие чудеса, – настоящие маги и волшебники, обладающие способностью летать и находиться в нескольких местах одновременно, ясновидцы и прорицатели... В повествованиях гидов неизменно вплетаются мотивы Шамбалы. Со временем сказание о мифической горе стали все больше ассоциироваться с горой Кайлаш (или Кайласа) (6714 м). Обход этого массива – это как обряд посвящения –

очищение от жизненных грехов. Считается, что чем больше человек совершит обходов, тем его карма-судьба станет чище и не только в этой жизни, но и в будущих. А после 108 круга наступает настоящее просветление... Туристы невольно заражаются буддистским мировосприятием. Аннапурна не обладает такой священностью, но для привлечения экотуристов и планирования кольцевого маршрута использование местных легенд вполне оправдано. Тем более что их священность настраивает на природоохранную философию.

Трек вокруг Аннапурны – это уникальная возможность попасть в самое сердце Гималаев и, окунувшись в неторопливое течение местной жизни, погрузиться в совершенно иное временное измерение. За две недели пути туристы видят одни из самых впечатляющих восьмитысячников Непальских Гималаев: все вершины массива Аннапурна, Дхаулагири, пики Маччапучре и Хинчули, Манаслу и Ганеш Химал. Этот пеший маршрут входит в десятку лучших трекинговых проектов мира. На пути то и дело встречаются красивейшие буддисткие монастыри, легендарные так называемые «места силы», горячие источники, подвесные мосты и глубочайшие ущелья. Ключевые моменты трекинга – крутой подъем к перевалу Торунг Ла (5416 м), откуда открывается фантастический вид на Гималаи, отсюда видны красивейшие снежные пики: Аннапурна I (8091 м), Дхаулагири (8167 м), Тиличо (7132 м), Маччапучре (6997 м). Маршрут начинается в современной столице Непала Катманду, по горным тропам проходит через древнюю столицу королевства Мустанг – Джомсом и завершается в расслабляющей атмосфере прекрасного города Покара. Каждый день в пути (на автобусе, джипе или пешком) туристы проводят не более 5-6 часов.

Наиболее примечательными и информационно насыщенными участками аннапурновского трекинга являются: Бесисахар-Бахунданда (1310 м) (Бахунданда – в переводе с непальского означает «холм браминов» – служителей древнейшей религиозной касты в индуизме); Бахунданда-Чамче (1430 м) (здесь трек проходит через леса, полные певчих птиц, мимо водопадов и деревень, сохранивших традиционный уклад жизни тибетского населения; обзор вершин Ламджунг-6983 м, Манаслу-8163 м, Аннапурна IV-7525 м); Чамче-Багарчап (2160 м) (все трудности пути с лихвой окупаются фантастическими видами на пики и ущелье Тал, в конечной точке маршрута – тибетский монастырь); Багарча-Чаме (2630 м) (этот день трека запомнится видами на одни из самых известных пиков Непальских Гималаев – Аннапурну II (7937 м), Аннапурну IV (7525 м), Ганеш Химал, Манаслу Химал (8156 м)); Чаме-Писанг (3190 м) (на всем маршруте возможность лицезреть Писанг пик, 6091 м и вечно-белые снега Аннапурны II, посещение тибетского монастыря); Писанг-Мананг (3400 м) (виды на вершины Аннапурна III-7885 м, Гангапурна-7485 м и восточную Чулу-6249 м; по пути встречаются крестьянские поля с пшеницей, ячменем, картофелем и бобами, знакомство с традиционными орудиями труда непальцев, посещение рынка в Мананге, известного уникальными средствами тибетской народной медицины); здесь запланирован дополнительный акклиматизационный день, во время которого совершается подъем к Ледяному озеру, расположенному на километр выше поселка; Мананг-Летдар (4260 м) (живописная долина, непальская деревня, из-за обилия этнографических достопримечательностей время на переход сокращено); Летдар-Торунг Педи (4550 м) (подъем к альпийским лугам, знаменательным событием в этот день станет переход по подвесному деревянному мосту через бурлящие воды горной реки, из-за некоторых трудностей пути для большей комфортности экотуристов приходится сокращать время ходового режима); Торунг Педи-перевал Торунг Ла (5416 м)-Муктинатх (3800 м) (самый непростой и запоминающийся день на всем маршруте: длинный подъем через множество мелких холмов на украшенный молитвенными флагами (лунг-та) перевал, с которого открывается захватывающая панорама хребта Аннапурна, долины Калигандаки, Мустанг; деревня Муктинатх – священное место буддистов

(монастырь) и последователей религии хинди, посещение храмов (в частности, «храм 5-ти стихий»), посвященных индуистским богам Шиве и Парвати, а также Вишну, и омываемых 108 струями (сравни 108 обходов Кайласы) сакрального источника, множество буддистских ступ – чортенов, восхитительный вид на массив Дхаулагири, некогда считавшийся самым высоким восьмитысячником мира); Муктинатх-Джомсом (2710 м) (с этого дня тропа уходит вниз, в городе Джомсом, центре королевства Мустанг, и поныне сохранилась тибетская культура, не затронутая китайским влиянием, захватывающий вид на одно из самых глубоких ущелий (относительная высота – 500 м) в мире); Джомсом-Покара (вылет на самолете в Покару завершает пешую программу); Покара-Катманду (возвращение в непальскую столицу на комфортабельном туристическом автобусе).

Визитерским экоцентром на подходах к Аннапурне является Покара (820 м). Его часто называют «Воротами Аннапурны». Это по величине второй город Непала и один из самых популярных горных курортов мира. Город вытянулся вдоль прекрасного синего озера Фева у подножья горы Маччапучре (6977 м) (или Рыбий хвост), снежная вершина которой отражается в спокойной зеркальной глади озера. Прогулка на лодках по этому водоему, посещение островного храма Барахи (ипостась богини-хранительницы Аджимы), короткий трек на рассвете до Саранкота (1590 м) – все это входит в программу экотура во время пребывания в Покаре (больше для психологической, чем физической акклиматизации). Столь живописное место расположения и максимальная близость к Гималаям обеспечили городу заслуженную славу одного из красивейших мест мира. Отсюда начинаются радиальные трековые маршруты в регион Аннапурны, а с ближайших возвышенностей открывается панорама Большого Гималайского хребта: Дхаулагири (8167 м), все четыре пика Аннапурны (7200-8078 м), Ламджунг (6983 м), Манаслу (8163 м). Причем трекинги могут быть простыми – пешими походами по горной местности и маунт треками – восхождением на «небольшие» вершины, для которого не требуется специальной подготовки и снаряжения.

При достаточно континентальном климате в Гималаях (коэффициент континентальности климата Н.Н. Иванова – 250 и более, тогда как в Альпах -100-150 [5, с.178-179] эти высоты еще не приводят к горной болезни (в среднем в этих горных краях дискомфортные и болезненные ощущения наблюдаются с 5000 м [5, с.170-186], куда экотуристы заходят лишь эпизодически). Так что по степени проявления горной болезни окрестности Аннапурны вполне подходящи для физически средне развитого рекреанта даже без акклиматизации, что немаловажно при ограниченной временной продолжительности экотура (в среднем 10-20 дней). Если же вести речь о сложных горнотуристских маршрутах, а тем более об альпинистских восхождениях, подразумевающих высоты свыше 5000 м, то требуется основательная акклиматизация с физическими нагрузками не менее 6-8 дней. Но даже при отличной подготовке следует иметь в виду, что примерно через каждую 1000 м (5000, 6000, 7000 м) наблюдаются изменения в протекании горной болезни [5, с.175].

Экотуристам на своем пути редко приходится преодолевать снежно-ледниковые объекты. Фирновая линия в этих местах проходит в среднем на 5500 м (редко на 5000 м). А верхняя граница леса не поднимается выше 3900-4200 м. Так что в целом поход проходит по альпийским лугам и сухостепям, зарослям кустарников и среди редких деревьев. Экомаршруты, как правило, пролагаются на высоте от 1,5 до 4 тыс.м. Перед туристами всегда открыты восхитительные краевиды, уводящие фантазию высоко в поднебесье.

Отработанным до мелочей, опробированным и пользующимся повышенной популярностью считается экотур «Эко Трек Интернационал». Он начинается в Катманду (1400 м), столицы Непала – стране древней культуры, уникальных памятников и редкой по красоте природы. В последние годы трекинги вокруг Аннапурны разрабатывает отечественная компания «Альпиндустрия», в частности ее дочернее предприятие «Команда Приключений Альпиндустрия» (www.alpindustria-team.ru).

Экотреки наиболее популярных маршрутов в Непале попадают в различные географические районы: 1. К северу от Катманду подготовленные и оборудованные различными указателями и информационными щитами экотропы ведут в долины Хеламбу, Лантанг и к священному озеру Госайнд Кунд; 2. На востоке – это район Эвереста, включающий в себя посещение базового альпинистского лагеря Джомолунгма, селений шерпов – визитерского центра Намче Базар, Лукла и монастыря Тьянгбоче; 3. В центральном районе треки, как правило, начинаются из района Покары, и ведут в район Аннапурны до высокогорных селений Джомсом, Мананг, храму Муктинатх и далее, в открытый для посещения лишь несколько лет назад Верхний Мустанг; 4. В западном регионе основные треки ведут в Суркет, Джумлу и к высокогорному озеру Рара и др. Все районы охватывают равнинные этажи (70-300 м) (17% площади страны), горные (64% площади страны) и высокогорные (выше 5000 м).

Остановимся на некотрых радиальных экотурах вблизи массива Аннапурны. Одна из программ включает трек к подножью до Базового лагеря Аннапурны (БЛА) (3900 м). Этот путь дает редкую возможность насладиться потрясающими видами горных массивов нетронутой человеком природы, живописными видами и ощутить благожелательное отношение местного населения. Именно нетронутость природы, соблюдение природоохранных правил во время путешествия, налаживание контактов с населением и поднятие их уровня жизни, в том числе и в материальном смысле, – составляет суть экологического туризма. Здесь предстоит совершит несложный подъем на вершину холма Деулари (2010 м), с которого взору открывается Южная Аннапурна и Хинчули. Путь лежит через рододендровые заросли, цветущие практически круглый год – с февраля по ноябрь. У базового лагеря Маччапучре открывается новый незабываемый вид на Аннапурну I (8078 м), Аннапурну III (7555 м), Гангапурну (7485 м) и Маччапучре (6997 м). Встречаются леса, изобилующие птицами, папоротниками и орхидеями. Дорога проходит мимо рисовых полей, посадок горного чая, деревень гурунгов, хижин пастухов. Ночевки предстоят в горных приютах и гостиницах (остановка в палатках оказывается, как ни странно, дороже).

На туристском маршруте примечателен путь к высокогорному озеру Тиличио, через одноименный перевал (5100 м), по которому шел будущий покоритель Аннапурны Морис Эрцог. Тропа пересекает ручьи и каменистые осыпи. Кое-где в 70-градусный склон вбиты колья из арчи, удерживающие щебенку над бездной. Это непальский овринг. (На Памире говорят, путник на овринг, как слеза на реснице...) Его надо пройти быстро, чтобы не потерять равновесие. Но легкая тревога лишь взбадривает и придает положительные эмоции. Базовый лагерь «Тиличио» – двухэтажное каменное здание, построенное в расширенной части висячей долины. Поднимаясь на перевал Тиличио, туристы преодолевают крутой серпантин, осторожно, след в след траверсируют крутые снежники. В местах отклонения от оборудованной тропы в ход идут кошки и ледорубы.

...Подъем по снежнику и морене дается легко, через несколько часов перевал Торунг (5416 м). При хорошей акклиматизации (а она предусмотрена в организации экомаршрута) высота почти не ощущается. Тем более что на уровни более 5 тыс. м туристы заходят эпизодически, основные отели расположены на высотах около 4000 м.

Особенно популярным в окрестностях Аннапурны становится недавно открытое для туристов княжество Мустанг, где долго существовал матриархат. И эта экзотика очень привлекательна и познавательна для посетителей. Еще совсем недавно всех братьев женили на одной и той же женщине. Благодаря этому небольшие наделы плодородной земли не распылялись по многочисленным родственникам. А незамужних женщин, которых при этом было множество, отправляли в монастыри. Да и сейчас заметно, что возделанные на террасах поля не представляют собой пестрое лоскутное одеяло. А всю торговлю с иностранцами и гостиничный бизнес в поселках осуществляют женщины, мужчины – только на подхвате, в виде подсобных рабочих.

Пешие переходы можно заменить местными авиарейсами. В славном городе Джомсом жители выглядят зажиточнее, чем на противоположной менее плодородной стороне Аннапурны. Никто не ходит босиком, встречаются велосипеды и мотоциклы. Множество «отелей» в виде примитивных строений, статуй Будды с молитвенными барабанами. Попадаются навязчивые маоисты и безразличные ко всему хиппи.

Путь к Аннапурне с юга – это бесконечная лестница в небо. Бедноватые деревни с соломенными и бамбуковыми крышами. Над источником с водой изображение серпа и молота, дальше надпись: «территория маоистов». На попавшейся листовке изображен окровавленный контур Непала и рука с факелом, зажигающая звезду на китайском флаге. Страна в гражданском раздрае, и это может осложнить туристский бизнес. Но вот сквозь облака показывается солнце, и цветущие рододендроны на фоне заснеженной Аннапурны поднимают настроение.

Перед селением Бамбо («Бамбучники» по-нашему) – 200 м крутого спуска по бамбуковому лесу. Среди зарослей рододендронов и бамбука – небольшой храм, а на противоположном склоне – целая стена водопадов, падающих с высоты 50-70 м. Среди заснеженных вершин выделяется раздвоенный рыбий хвост горы Маччапучре (6997 м). В сотне метров от хижин южного базового лагеря стоит памятный знак российскому альпинисту Анатолию Букрееву (попал в лавину на Аннапурне в зимой 1997 г.; она была так велика, что его даже не пытались искать...). Он сделан из камней в буддистских традициях, и над ним развеваются флажки с мантрами. Это уже местная достопримечательность – ничего более почетного здесь и желать нельзя.

Поднимаясь выше по склону от памятника Букрееву, обозреваешь всю панораму гор, включая главную вершину Аннапурны. Открывается вид на морены и ледопады под восьмитысячником. Горы «вырастают» прямо на глазах. И хотя первопокорители Эрцог и Ляшеналь шли с другой стороны, с северо-запада, но этот южный путь тоже примечателен, он сложнее, и, по негласной традиции, его окрестили русским...

Литература

1. Эрцог Морис Аннапурна, первый восьмитысячник. М.: Армада-Пресс, 2002, 320 с.
2. Дроздов А.В. Основы экологического туризма. М.: Гардарики, 2005, 271 с.
3. Супруненко Ю.П. Рекреационно-гляциологические ресурсы, экотуризм и национальные парки // Матер. гляциол. исслед. Вып.103. М., 2008, с.189-192 .
4. Супруненко Ю.П. Горы зовут... Горно-рекреационное природопользование. М.: Тровант, Институт географии РАН, 2003. 368 с.
5. Супруненко Ю.П. На высотных этажах планеты. Горное природопользование. М.: Тровант, Институт географии РАН, 1999. 496 с.

МУЛЬТИПЛИКАТИВНАЯ ОЦЕНКА ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННОГО ПОТЕНЦИАЛА ТЕРРИТОРИЙ

Умывакин В.М., *профессор Воронежского государственного университета, д.г.н., академик РАЕН, umyvakin@mail.ru*
Жердев В.Н., *зав.кафедрой Воронежского государственного педагогического университета, д.с.-х.н., проф., ecology_vspu@inbox.ru*
Попело А.В., *ст.преп. Воронежского государственного педагогического университета, к.г.н., popelo@mail.ru*

В современной России туристско-рекреационные ресурсы становятся важнейшим объектом оценки качества и управления развитием региона и муниципальных образований. Каждая территория представляет собой комплексный пространственно – распреде-

ленный ресурс, компоненты которого характеризуют ее туристско-рекреационный потенциал [1]. Предлагаемая методология развития туристско-рекреационного комплекса с самого начала ориентирована на использование интегральной оценки трудности достижения (риска недостижения) целей развития территорий [2].

Рассмотрим вопросы разработки базового теоретического аппарата оценки ценности (качества) объектов туристско-рекреационного комплекса.

На практике, в основном, используются два вида интегральных (комплексных) оценок качества объектов: *аддитивная* $F_1 = \sum_{J=1}^{M} \beta_J y_J$ и *мультипликативная* $F_2 = \prod_{J=1}^{M} y_J^{\beta_J}$. Здесь y_j – j-й ПК объекта, а β_j – его весовой коэффициент, j = 1, 2,…,M. Эти оценки обладают определенными недостатками, а именно: 1) отсутствует возможность содержательной интерпретации – чаще всего линейная свертка F_1 частных ПК не имеет никакого конкретного системного смысла, когда ПК являются неоднородными (разноименными) и/или имеют различную размерность; 2) отсутствует возможность вероятностной интерпретации, что необходимо для формализации определенных понятий типа «риск недостижения целей развития туристско-рекреационной зоны»; 3) не учитывают непосредственно требований (нормативов) к качеству туристско-рекреационных ресурсов; 4) не являются корректными в случае, когда агрегированию подлежат частные ПК, измеренные в нечисловых и количественных шкалах. В этом случае при конструировании интегральной оценки все ПК должны быть приведены к одной шкале – ранговой или балльной.

Ранговая шкала и балльные оценки играют существенную роль при построении оценок ценности (качества) территориальных туристско-рекреационных ресурсов.

В отличие от количественных шкал, ранговая шкала не позволяет сравнивать объекты туристско-рекреационного комплекса квалифицированно, т.е. отвечать на вопросы: во сколько раз одно состояние “лучше” другого или на сколько одно из них “превосходит” другое. В то же время, эта шкала дает возможность линейно упорядочить эти объекты – произвести их ранжирование по ценности (качеству).

Опишем проблему оценки качества объектов туристско-рекреационного комплекса (ОТРК) в ранговой шкале на языке теории нечетких множеств [3]. Рассмотрим две величины: абсолютную оценку качества ОТРК $\mu=\mu_F(\omega)$, где $\mu_F(\omega)$ – функция принадлежности объекта ω к нечеткому множеству F, принимающая значения из интервала [0,1] и; ε – характеристику нечеткости, с помощью которой можно оценить возможность достижения определенного качества ОТРК, когда $\mu_F(\omega)\geq\varepsilon$ ($0\leq\varepsilon\leq1$). Можно однозначно выделить класс $F(\varepsilon)$ ОТРК, абсолютная оценка качества которых превышает заданный нормативный уровень ε.

Рассмотрим квалиметрический подход к интегральной оценке ценности ОТРК. Будем считать, что качество туристско-рекреационных ресурсов описывается фиксированным набором частных показателей $y_1, y_2,\ldots, y_M$. При этом предполагается, что чем меньше значение частного j-го показателя качества (ПК), тем выше ценность ОТРК. В противном случае берется отрицательная или обратная величина ПК.

Введем частные абсолютные и относительные оценки качества ОТРК, обладающие следующими свойствами: 1) абсолютная оценка качества μ_j по j-му ПК является безразмерной величиной – функцией $\mu_j = \mu_j(y_j)$, j=1,2,…,M. Она является функцией принадлежности нечеткому множеству целевых показателей ОТРК по j-му ПК. Данная функция может иметь следующий вид: $\mu_j=(y_j-y_j^{min})/(y_j^{max}-y_j^{min})$.

Здесь y_j^{min} и y_j^{max} – соответственно минимальное и максимальное возможные значения j-го ПК; 2) относительная оценка качества $d_j = d_j(\mu_j,\varepsilon_j)$ является функцией двух переменных – абсолютной оценки μ_j и нормативного требования ε_j к качеству ОТРК по j-му ПК; 3) нормативный уровень ε_j может быть определен по формуле: $\varepsilon_j=(y^*_j-y_j^{min})/(y_j^{max}-y_j^{min})$, где

y^*_j- предельно-допустимое значение j-го ПК. Требования к качеству ОТРК выполняются при $\mu_j \geq \varepsilon_j$, т.е. при $y_j \leq y^*_j$; 4) при выполнении требований $0 \leq d_j(\mu_j, \varepsilon_j) \leq 1$. Ценность d_j минимальна: а) при отсутствии всяких требований ($d_j=0$ при $\varepsilon_j=0$ и $\mu_j>0$); б) при предельно возможном качестве независимо от требований ($d_j=0$ при $\mu_j=1$ и $\mu_j>\varepsilon_j$). Ценность максимальна при предельно низком допустимом качестве ($d_j=1$ при $\mu_j=\varepsilon_j\neq 0$).

Таким образом, частная оценка ценности d_j является относительной оценкой некачественности ОТРК по j-му ПК и может быть интерпретирован как мера несоответствия достигнутого качества μ_j и предъявляемого к качеству требования – нормативного уровня ε_j. В работе **[2]** на основе вероятностной интерпретации частных оценок качества d_j. показано, что при $\mu_j \geq \varepsilon_j$ вышеуказанным условиям 1)-4) удовлетворяет единственная функция d_j вида:

$$d_j = [\varepsilon_j(1 - \mu_j)] / [\mu_j(1 - \varepsilon_j)]. \quad (1).$$

Сформулируем основные априорные требования, лежащие в основе квалиметрического подхода к неаддитивной интегральной оценке ценности ОТРК [2]. Она конструируется на основе частных относительных оценок d_j. Предположим, что качество ОТРК характеризуется только двумя ПК – y_1 и y_2. Пусть d_1 и d_2 – соответствующие частные оценки вида (1), а $d=d(d_1, d_2)$ – интегральная оценка качества. Приведем основные априорные требования к виду функции d.

1. Коммутативность (равноценность). От интегральной оценки d требуется выполнение условия: $d(d_1, d_2) = d(d_2, d_1)$. Данное свойство интегральной оценки требует равноценности или одинаковой важности частных оценок d_1 и d_2.

2. Ассоциативность (иерархическая одноуровненность). Это свойство интегральных оценок формулируется в виде: $d(d(d_1, d_2), d_3)= d(d_1, d(d_2, d_3))$. Его смысл состоит в том, что в интегральной оценке агрегируются лишь частные оценки d_J, принадлежащие одному уровню иерархической структуры "качество ОТРК".

3. Гладкость. Это требование непрерывной зависимости интегральной оценки от частных. В дальнейшем считается, что функция $d(d_1,d_2)$ является многочленом.

С практической точки зрения важно, чтобы выполнялись следующие дополнительные требования на значения частных и интегральной оценок.

4. Ограниченность: $0 \leq d(d_1, d_2) \leq 1$ при $0 \leq d_1, d_2 \leq 1$.

5. Нейтральность: $d(d_1,0)=d_1, d(0,d_2)=d_2$; $d(0,0)=0$, $d(1,1)=1$.

Данное требование трактуется следующим образом: при рассмотрении взаимодействия двух частных оценок d_1 и d_2 общий «эффект» совпадает с действием лишь первой оценки, когда вторая имеет минимальное значение.

Проведенное в работе **[1]** теоретико-математическое обоснование показывает, что требованиям *1.–5.* удовлетворяет единственная нормативная модель интегральной оценки качества ОТРК вида:

$$d=d_1 + d_2 - d_1d_2 = 1 - (1 - d_1)(1 - d_2) \quad (2).$$

В общем случае для $M>2$ неравнозначных частных оценок d_j интегральная оценка качества ОТРК принимает вид:

$$d=1-\prod_{j=1}^{M}(1-d_j)^{\lambda j} \quad (3),$$

где λ_j – весовые коэффициенты частных оценок d_j, удовлетворяющие условию нормировки: $\sum_{J=1}^{M} \lambda_j = 1$, $\lambda_j \geq 0$, $j=1,2,\ldots,M$.

Подчеркнем, что интегральные оценки (3) являются измерениями в порядковой (ранговой) шкале [2]. Для их практического применения необходимо преодолеть "разрыв" между реально измеряемыми натуральными частными ПК (абсолютными оценками) и соответствующими им «искусственными» частными относительными оценками качест-

ва, которые позволяют использовать определенный комплекс операций для конструирования интегральных оценок ценности ОТРК.

Предлагаемая интегральная оценка ОТРК применялась для ранжирования историко-культурных памятников на территории Воронежской области [4]. Для анализа их ценности использовались следующие частные показатели: d_1 – возраст памятника; d_2 – его значимость для отечественной и мировой культуры; d_3 – сохранность объекта; d_4 – степень используемости в культурно-просветительной деятельности.

При оценке качественного состояния рекреационных земель и расположенных на них объектов историко-культурного назначения определяют интегральный критерий качества (ценности) каждого ОТРК. При этом предлагается использовать оценку следующего вида (3).

Оценка интегрального показателя качества удовлетворяет условию $0<d<1$ [2]. Так как частные критерии измерены, вообще говоря, в порядковых шкалах, то чем ближе величина показателя к единице, тем выше качество ОТРК – участка земель историко-культурного назначения. При этом область значений частных показателей качества также должна удовлетворять условию $0<d_i<1$. Данное условие определяет требования к способу определения формализованной меры частных показателей качества земель историко-культурного назначения.

Возраст памятника. Этот показатель качества имеет естественную количественную шкалу, связанную с хронологией создания (возникновения) объекта. Если известна древность памятника, то показатель качества может быть построен на основе функции следующего вида:

$$d_1 = 1 - \exp\left(-\frac{T}{t_c}\right), \qquad (4)$$

где T – возраст памятника;

t_c – коэффициент, имеющий размерность времени и численно равный среднему возрасту памятников историко-культурного назначения на данной территории.

В соответствии с такой формой задания числовой меры показателя более древним памятникам будет соответствовать более высокое значение показателя качества по признаку хронологии. При этом максимальное значение показателя качества никогда не превысит единицы. Такая форма задания показателя качества отражает естественные свойства хронологических оценок: по мере увеличения древности памятника и уменьшении точности определения его возраста, чувствительность количественной меры уменьшается.

Сохранность памятника. Этот показатель качества может оцениваться отношением числа сохранившихся элементов к числу элементов первоначального облика:

– для памятников подземного типа отношением площади сохранившейся части к общей площади памятника с учетом утраченной;

– для памятников наземного типа отношением числа сохранившихся архитектурных элементов к числу элементов в первоначальном облике;

– для памятников ландшафтного типа отношением площади сохранившейся части исторического ландшафта к полной площади памятника с учетом утраченных ландшафтных единиц первоначального облика.

Учитывая определенные трудности, возникающие при реконструкции первоначального облика памятника, а также некоторую неоднозначность экспертной оценки утраченной части памятника, целесообразно в оценку данного показателя качества ввести весовые коэффициенты (β_{2i}). Возрастающая неопределенность реконструкции первоначального облика памятника обусловливает снижение уровня значимости оценок сохранности памятников, характеризуемое следующими значениями коэффициентов β_{2i}:

– для памятников наземного типа – β_{22}=0,9;
– для памятников подземного типа – β_{21}=0,8;
– для памятников ландшафтного типа – β_{23}=0,7.

Таким образом, количественная оценка сохранности памятников историко-культурного назначения может быть осуществлена по формуле:

$$d_2 = \beta_{2i}\frac{S_c}{S}, \quad (5)$$

где S_c, S – площадь (количество элементов) сохранившейся части памятника и площадь (количество элементов) первоначального облика памятника.

Значимость памятника. Данный показатель качества объекта историко-культурного значения может быть количественно оценен в порядковой шкале со следующими значениями значимости памятника:

– при международном уровне охраны памятника d_3=0,9;
– при федеральном уровне охраны d_3=0,7;
– при региональном уровне охраны d_3=0,6;
– при местном уровне охране – d_3=0,5.

Предлагается вновь открытым памятникам, при малой их изученности и не установленном уровне охраны, присваивать значение показателя значимости d_3=0,8. Такой подход к оценке значимости таких памятников будет стимулировать интерес к изучению и определению их места в общемировом и национальном культурном наследии.

Используемость памятника. Данный показатель качества может быть количественно оценен в следующей порядковой шкале:

– для памятников, используемых для музейной, историко-заповедной, экскурсионной и туристической деятельности d_4=0,9;

– для памятников, используемых по прямому назначению (действующие культовые объекты, действующие объекты – памятники архитектуры, истории и культуры) – d_4=0,6;

– для памятников, не используемых в образовательной и культурно-просветительной деятельности – d_4=0.

Насыщенность территории памятниками. Количественная оценка этого показателя связана с плотностью выявленных на данной территории и поставленных на учет памятников историко-культурного значения. Учитывая структуру современного административно-территориального деления России, при оценивании насыщенности памятниками, целесообразно брать за основу территорию административного района. Плотность объектов историко-культурного значения будет определяться отношением количества (n) выявленных и учтенных памятников к площади территории района (S_{AP}):

$$q = \frac{n}{S_{AP}}$$

Для представления показателя – насыщенность территории объектами историко-культурного значения в относительной виде пронормируем плотность объектов на территории конкретного района на величину, превышающую на 12%, максимальную плотность (q_{max}) данных объектов для территории субъекта РФ (области, республики). Получим выражение для оценки данного показателя качества

$$d_5 = \frac{q}{1{,}12\,(q_{max})}, \quad (6)$$

Были построены частные и интегральные оценки качества для различных типов объектов историко-культурного значения.

Рассмотрим пример сравнительной оценки ценности трех объектов туристско-рекреационного комплекса на территории Бобровского района Воронежской области.

1. Храмовый Комплекс церкви Успения, 1874г., г.Бобров.
d_1=0,0582; d_2=0,81; d_3=0,5; d_4=0,6; d_5=0,3311; d=0,9760.
2. Церковь Покрова Пресвятой Богородицы, 1824г., с.Липовка Бобровского района
d_1=0,0769; d_2=0,27; d_3=0,5; d_4=0,6; d_5=0,3311; d=0,9098.
3. Церковь Вознесения, 1818г., с.Коршево Бобровского района
d_1=0,0861; d_2=0,72; d_3=0,7; d_4=0,6; d_5=0,3311; d=0,9471.

Отметим, что оценка интегрального показателя качества выше у Храмового Комплекса церкви Успения (d=0,9760), чем у двух других объектов, в основном за счет лучшего показателя d2 (сохранность памятника) = 0,81, даже несмотря на то, что у Церкви Вознесения федеральный уровень охраны d3=0,7.

Литертура

1. Жердев В.Н. Научные основы рекреационного прирдопользовавния Воронежской области/ В.Н.Жердев, Т.Н. Зязина. – Воронеж: Изд-во ВГПУ, 2003. – 164 с.

2. Умывакин В.М. Интегральная эколого-хозяйственная оценка и управление земельными ресурсами в регионе /В.М.Умывакин. – Воронеж: Изд-во ВГПУ, 2002. – 178 с.

3. Орловский С.А. Проблемы принятия решений при нечеткой информации / С.А.Орловский. – М.: Наука, 1981. – 206 с.

4. Попело А.В. Обоснование методов мониторинга земель историко-культурного назначения (на примере территории Верхнего и Среднего Дона) / А.В.Попело. – Дисс. канд. геогр.наук.- Воронеж, 2006.- 177 с.

ГЕОЭКОЛОГИЧЕСКИЙ ПОДХОД К ОЦЕНКЕ ПОТЕНЦИАЛА НЕДРЕВЕСНЫХ ЛЕСНЫХ РЕСУРСОВ КРАСНОДАРСКОГО КРАЯ В РЕКРЕАЦИОННЫХ ЦЕЛЯХ

Войцеховский М.Б., *Генеральный директор ОАО РОСГИПРОЛЕС, д.т.н.,*
Голубчиков Ю.Н., *вед.н.с. кафедры рекреационной географии и туризма. Географический ф-т МГУ, к.г.н.,*
Фащук Д.Я., *вед.н.с. Института географии РАН*

Территория Краснодарского края занимает 76 тыс. км2 (7 600 000 га) и располагается в зоне, где Русская равнина сходится с горной системой Большого Кавказа, а берега России омываются Черным и Азовским морями. В физико-географическом отношении этот регион представляет собой уникальный комплекс равнинных, приморских, предгорных, высокогорных ландшафтов, формирующихся в широком диапазоне климатических условий – от засушливых (равнины) и умеренно-холодных (высокогорья) до субтропических (приморье) и умеренно-континентальных (предгорье) [1, 14].

Сочетание этих обстоятельств определяет тот факт, что среднегодовая температура воздуха в крае составляет +10,2°С, изменяясь от 4°С в горах до 14°С на побережье, а среднегодовое количество осадков изменяется от 400 мм в степных (З, СЗ, С, СВ) районах до 2000 мм в горах.

В этой вязи не удивительно, что Краснодарский край является комплексным центром оздоровления, отдыха и туризма, располагающим сетью разнообразных предприятий, специализирующихся на организации санаторно-курортного лечения, оздоровительного, морского, водного, горно-спортивного и экскурсионно-познавательного отдыха.

В соответствии с действующим законодательством [2, 15] в Краснодарском крае создана система особо охраняемых природных территорий (ООПТ), которая включает территории:

– международного значения: объект Всемирного природного наследия ЮНЕСКО «Западный Кавказ», в который вошел Кавказский государственный природный биосферный заповедник, и 2 территории водно-болотных угодий международного значения – «Группа лиманов между рекой Кубань и рекой Протокой» и «Ахтаро-Гривенская система лиманов»;

– федерального уровня: Кавказский государственный природный биосферный заповедник, Сочинский национальный парк, заказники: Сочинский, Приазовский, Тамано-Запорожский, Туапсинский и Красная горка, курорты и рекреационные зоны в границах округов санитарной охраны городов-курортов Сочи, Анапа, Геленджик и 1 памятник природы – «Дендропарк Южные культуры»;

– регионального уровня: 16 заказников, 407 памятников природы, 3 территории курортов краевого значения (Ейск, Горячий Ключ, Туапсинский район);

– местного уровня: 28 курортов местного значения (табл.1).

Лечебно-оздоровительные местности и курорты в крае занимают 834,8 тыс. га, заказники – 700 тыс. га, национальные заповедники – 190 тыс. га, заповедники – 176,2 тыс. га, водно-болотные угодья – 173 тыс. га, памятники природы – 30,6 тыс. га, дендрологические парки и ботанические сады – 0,04 тыс. га. По предварительным оценкам более 10 тыс. га. лесных площадей являются перспективными для освоения и создания объектов рекреационной деятельности.

Таблица 1.

Курорты местного значения Краснодарского края

№ п/п	Наименование административного образования	Местности, объявленные курортами местного значения
1	Апшеронский район	г. Апшеронск
2		г. Хадыженск
3		ст-ца Нефтяная
4	Белореченский район	село Великовечное
5	Ейский район	ст-ца Должанская
6		ст-ца Камышеватская
7	Каневский район	ст-ца Привольная
8	Кущевский район	ст-ца Кущевская
9	г. Лабинск	г. Лабинск
10	Мостовский район	пос. Мостовский
11		пос. Псебай
12		пос. Куйбышева
13	Отрадненский район	ст-ца Отрадная
14		ст-ца Удобная
15	Приморско-Ахтарский район	г. Приморско-Ахтарск
16		Ясенская коса
17	Славянский район	г. Славянск-на-Кубани
18		пос. Ачуево
19	Темрюкский район	ст-ца Голубицкая
20		ст-ца Запорожская
21		ст-ца Тамань
22		пос. Кучугуры
23		пос. Янтарь
24		мыс Тузла
25		урочище Яхно
26	г. Туапсе	г. Туапсе
27	Щербиновский район	с. Глафировка
28		с. Шабельское

В 1924 г. на юго-востоке Краснодарского края (южная часть Мостовского лесничества, север территории Большого Сочи – всего 177,7 тыс.га) был организован Кавказс-

кий заповедник, включивший также южную часть Республики Адыгея и узкую полосу западной части Карачаево-Черкесской Республики, занимающие вместе 103,6 тыс.га. Общая площадь заповедника составляет 281,3 тыс. га, из которых большая доля расположена на Северном склоне Главного Кавказского хребта. Филиалом заповедника является Хостинская тисо-самшитовая роща, занимающая склон г. Большой Ахун.

Заказники Краснодарского края разделяющиеся по природным условиям на: 8 степных и лесостепных (Крыловский, Лабинский, Новоберезанский, Тбилисский, Первомайский, Шовгеновский, Усть-Лабинский, Ясинский), 6 лесных (Апшеронский, Головинский, Горячеключевский, Даховский, Пшадский, Псебайский) и два заказника, охраняющие водоплавающую птицу(Приазовский, Таманский).

Повышение рекреационной привлекательности Краснодарского края неразрывно связано с расширением наших знаний о географо-экологических особенностях его территории, разработкой и реализацией на их основании новых спортивно-оздоровительных, познавательно- развлекательных и других мероприятий, связанных со знакомством человека с природой. В этом плане представляется актуальным исследование особенностей распределения и поведения основных представителей животного мира лесов и рыбных объектов лесных рек и водоемов в целях планирования тематических рекреационных мероприятий – фотосафари, спортивное рыболовство, экологические походы. Такие исследования направлены на создание научной методической основы для проведения соответствующих мероприятий, которые в настоящее время осуществляются стихийно, не регулярно или вообще не проводятся по причине отсутствия квалифицированных инструкторов-геоэкологов.

Сложность рельефа, разнообразие, почвенных и климатических факторов на территории Краснодарского края определяют неравномерность распределения здесь растительности. Северная равнинная часть края относится к степной зоне. Южнее реки Кубань степи сменяются лесостепями, где леса занимают пониженные места рельефа и представлены сообществами дуба с примесью граба, ясеня, клена и ильма. Основу лесной растительности (81%) составляют широколиственные леса, в меньшей степени (8%) представлены хвойные (сосняки, пихтарники, ельники) и прочие (5%) леса. По лесообразующим породам среди твердолиственных преобладают дуб (58,6%) и бук (21%). На площади 44 тыс. гектаров, произрастают также реликтовые леса из каштана посевного [19].

Для лесов Краснодарского края характерна вертикальная поясность размещения. Дубовые леса занимают полосу нижних предгорий и среднегорья – 200-500 м над уровнем моря. В западной части региона пояс буковых лесов размещается на высоте от 600 до 900 метров. Оптимальные условия для бука складываются на Черноморском побережье в диапазоне высот от 300 до 1200 м.. Пояс темнохвойных лесов из пихты кавказской располагается на высоте от 1000 до 2000 м. На Северо-Западном Кавказе значительное распространение имеют смешанные буково-пихтовые леса. Основные их массивы располагаются в пределах от 800 до 1300 метров над уровнем моря. Общая площадь лесов в Краснодарском крае составляет сегодня (2008 г) 1266077 га или 16,75% территории, а в 1955 г. они занимали 22,5% площади края.

Леса Краснодарского края располагаются на территории 38 административных районов и 5 муниципальных образований и делятся на 15 основных лесничеств, включающих 61 участковое подразделение.

В 11 административных районах леса занимают от 40 до 88% площади, в четырех – 9–15%, а в остальных эта цифра изменяется от долей до 3.7%. Наиболее богаты лесами Апшеронский (87,6%), Туапсинский (86.7%), Геленджикский (83.4%), г. Горячий Ключ (63.2%), Северский (56.4%), Мостовской (43%), Абинский (42.3%) районы, расположенные в лесорастительной зоне горного Северного Кавказа, в северо-кавказском горном лесном районе.

Лесная флора Краснодарского края включает – 165 видов, из которых 142 – листопадных, 16 – вечнозеленых лиственных и 7 – хвойных. Из общего числа видов реликтовых – 22%, эндемичных – 24%. Высокогорная флора включает в себя 819 видов травянистых растений, из которых 287 – эндемики. В Красную книгу России занесено 30 видов редких и исчезающих растений [4]. Около 200 видов растений горных и предгорных районов относятся к лекарственным и находят применение в медицине [13]

На территории края обитает более 7 тысяч видов беспозвоночных и более 660 видов хордовых животных, в том числе 11 видов земноводных, 25 – пресмыкающихся, 340 – птиц, 101 вид млекопитающих. В крае отмечено 117 видов животных, внесенных в Красную книгу РФ, включая 31 – беспозвоночных и 86 – позвоночных. Из них: 11 млекопитающих, 24 – птиц, 2 – земноводных, 3 вида пресмыкающихся Многие животные имеют охотничье значение

Для лесных районов нижнего и среднего пояса характерны животные, обитающие в широколиственных лесах Восточной Европы: медведь, барсук, лесная куница, белка, мышь лесная и желтогорлая, еж обыкновенный, малая и обыкновенная белозубки и другие [7]. Восстановлен наш самый крупный лесной зверь – зубр. Широко представлены здесь птицы и рептилии.

Животный мир субальпийских и альпийских лугов представлен значительным количеством эндемичных видов и подвидов. Кавказская мышовка, прометеева полевка, предкавказский хомяк, кубанский тур распространены только на Кавказе. Обычными являются волк, лисица, летучие мыши, барсук, ласка, серна, зайцы, кабан, косуля, олень. Из 30 видов гнездящихся здесь птиц наиболее характерными являются кавказский тетерев, улар, белоголовый сип, гриф, ворон, бородач [10].

Кроме лесных и биологических ресурсов суши, рекреационную привлекательность Краснодарского края определяют также его водные и биологические ресурсы рек и морей. Кроме густой речной сети (от 0,7-0,9 до 1,9 км/км2), с северо-запада Краснодарский край омывают воды Азовского, а с юго-запада – Черного морей [8,16]. По их побережью, на участке от г. Анапы (Черное море) до г. Ейска (Азовское море), почти сплошной полосой шириной от 10 до 30 км протянулась цепь (141 водоем), мелководных кубанских дельтовых лиманов, весьма различных по величине, конфигурации и глубинам, общей площадью 190 тыс.га. Кроме того, в крае 3 крупных водохранилища и более 2 тыс. мелких водохранилищ и прудов.

Многие реки края протекают через лесные зоны, а во многих местах черноморского побережья леса выходят непосредственно к морю. Это позволяет отнести речных и прибрежно-морских обитателей, как и сухопутных представителей животного и растительного мира лесов, к недревесным лесным ресурсам, пригодным к использованию в рекреационных целях.

Речная сеть Краснодарского края (рис.1) состоит из трех мегабассейнов – северного и центрального, занятого долинами рек Восточного Приазовья и Закубанья, бассейна р. Кубань и бассейна Русского Причерноморья. Северная и центральная часть края занята равниной, которая осложняется в основном только речными долинами степных рек Восточного приазовья и Закубанских рек – расположенных к западу от р. Афипс и впадающих в Закубански плавни. Все 397 Закубанских рек невелики (10-70км), мелководны и несудоходны. Их суммарная длина составляет 2591 км.

Наиболее значительными реками Восточного Приазовья являются: Ея (311км), Челбасс (288км), Кирпили (202км), Бейсуг (192км), Кагальник (162км), Южный Бейсужек (161км), Сосыка (108 км). Все реки текут на северо-запад. Многие реки при впадении в Азовское море образуют лиманы, слабо связанные с морем, а иногда и совсем отделенные от него перемычками [3]. Сток степных рек зарегулирован большим количеством прудов, общее число которых составляет 1408, в том числе в бассейнах рек: Ея – 423,

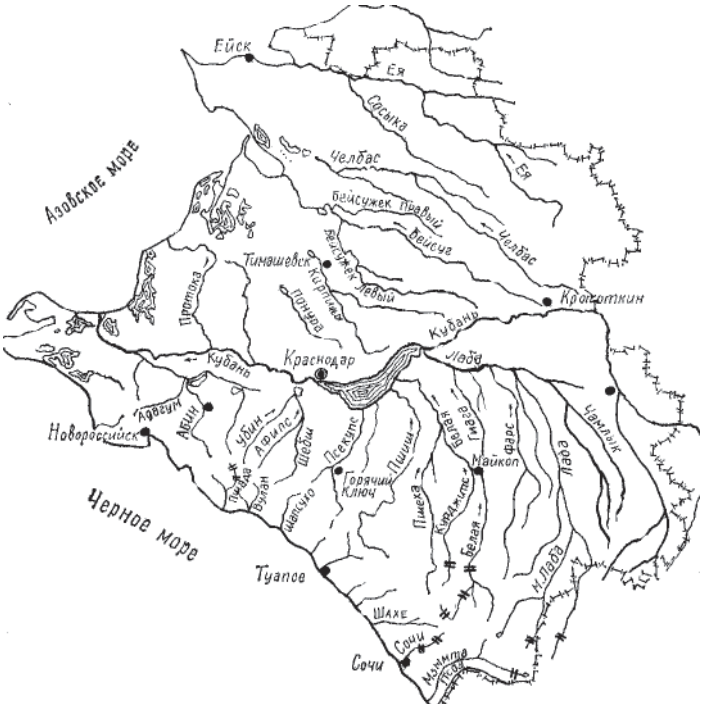


Рис.1. Речная сеть Краснодарского края.

Бейсуг – 301, Кирпили – 250, Албаши – 43, Ясени – 32 пруда.

Южнее, по линии г. Крымск – станица Азовская – г.Горячий Ключ- г. Апшеронск – поселок Псебай равнина переходит в лесистые предгорья и горы Большого Кавказа. Речная сеть этого района состоит из р. Кубань и ее левых притоков. Длина самой реки составляет по разным данным 870-906 км из которых на территории Краснодарского края – 662 км [9]. Площадь водосборного бассейна реки – 57900 км2. С левого берега в Кубань впадают 14516 самых малых (менее 10 км), малых (до 100 км) и средних (до 500 км) рек общей протяженностью 41639 км.

Горный массив Большого Кавказа простирающийся от основания Таманского полуострова до пограничной с Абхазией реки Псоу и отделяет от остальной территории края относительно узкую прибрежную полосу общей площадью 7000 км2, получившую название Русское Причерноморье [3,14]. По ней протекает около 80 малых рек, относящихся преимущественно к горному типу, причем только 3 из них – р. Мзымта, р. Шахе и р. Псоу – имеют длину более 50 км и площадь водосбора более 400 км2. Этот район является ключевой зоной для развития рекреационного комплекса Краснодарского края.

В водоемах Краснодарского края обитает около 150 видов рыб, принадлежащим к 47 семействам. По месту обитания они делятся на несколько экологических групп: морские – постоянно живущие в морях, пресноводные – обитатели пресных вод, и проходные – живущие в море, но заходящие для размножения в реки. Из пресных водоемов больше видов рыб в приморских лиманах, меньше – в низовьях рек и лишь единицы в верховьях рек [17].

Ихтиофауна Черного моря в пределах Краснодарского края насчитывает более 100 видов рыб. Из донных видов рыб типичны – бычок, зеленуха, морская собачка, скорпена, игла, морской дракон, султанка, скат. Из крупных рыб – кефаль, сарган, скумбрия, ставрида, в течение года перемещается на огромные расстояния в связи с размножением и нагулом или зимовкой.

Ихтиофауна Азовского моря насчитывает более 90 видов рыб. Наиболее характерными и постоянными обитателями этого водоема являются белуга, осетр, севрюга, рыбец, шемая, судак, тарань, чехонь, лещ азовский пузанок, камбала, несколько видов бычков. Вдоль кубанских берегов особенно в зоне выноса пресных вод обычны типичные пресноводные: сазан, сом, щука, жерех, уклея.

В пресных водоемах края – лиманах, реках, озерах, прудах, водохранилищах – встречаются более 80 видов рыб. В Кубани обитает 52 вида. Наиболее распространены щука, красноперка, усач, лещ, серебряный карась, сом, судак, окунь. в период нереста в Кубани появляются севрюга, осетр, рыбец, шемая, тарань. В верхних горных притоках – форель, гольян, голец. В реках Русского Причерноморья обитает 20 видов рыб: форель, голавль, гольян, пескарь, усач, бычок, в устья рек заходят морские виды рыб. Особая

группа соленые Черноморские лиманы – Кизилташский, Цокур, где разводят кефаль, многочисленна мелкая камбала – Глосса.

Для выращивания товарной рыбы и рыбопосадочного материала в крае имеется 10 тыс. га нагульных и 2,8 тыс. га выростных прудов. На территории края работает 4 осетровых рыборазводных завода, мощность по выпуску 23,7 млн. штук молоди осетровых. Кроме этого, на прудах Кубанского зонального рыбопитомника площадью 60,4 га с 1995 г. ведутся работы по получению и выпуску ежегодно 3 млн. штук молоди осетровых. Четыре нерестово-выростных хозяйства ежегодно выпускают 4,7 млрд. штук молоди тарани и 502 млн. штук молоди судака. Также в крае работает Адлерский производственно-экспериментальный лососевый рыбоводный завод по производству молоди лососевых рыб. На Кизилташских лиманах функционирует Кизилташское нагульно-воспроизводственное кефалевое хозяйство [18]

Кроме того, по данным учета водоплавающей дичи, в 2005 году на водоемах Краснодарского края и Республики Адыгея обитало: 22800 гусей; 10100 лебедей; 310000 уток-крякв; 120000 чирков; 136000 нырковых уток; 380000 уток лысух.

Обитатели леса и лесных водоемов, в случае их использования в рекреационных целях – в качестве объектов, например, фотоохоты, спортивного рыболовства или экологического туризма, тоже (опосредованно) оказываются источниками прибыли и, в этой связи, могут быть отнесены к недревесным лесным ресурсам. Эффективность указанных мероприятий, связанных с их эксплуатацией (успешность охоты или рыбалки, удовлетворение от похода в котором удалось целенаправленно встретиться с конкретными животными или птицами и т.д.), оказывается важным фактором рекреационной привлекательности того или иного района леса, конкретного санатория или пансионата, находящихся за пределами ООПТ.

Литертура

1. География Кубани. Энциклопедический словарь. – 2006. ОАО “Афиша”. Майкоп. 527 с.

2. Закон Краснодарского края «Об особо охраняемых природных территориях Краснодарского края» № 656-КЗ от 31.12.2003 г.

3. Коровин В.И., Коровин А.В. Гидрографическая сеть Северного Кавказа. – 1981. Краснодар.

4. Красная книга Краснодарского края. 1994. Краснодар. 285 с.

5. Краснодарский край. Республика Адыгея. Региональный атлас. – 2003. Изд. 3-е. М.: ФГУП “439ЦЭВКФ. 119 с.

6. Лесной кодекс Российской Федерации (с комментарием) (Кодекс РФ от 04.12.2006 N 200-ФЗ Федеральный закон от 04.12.2006 N 200-ФЗ Федеральный закон от 04.12.2006 N 201-ФЗ).

7. Литвинская С.А., Таховская С.А., Состояние биоразнообразия лесных экосистем северо-западного Кавказа. – 1996. В сб. : География Краснодарского края: антропогенные воздействия на окружающую среду. Краснодар. с. 133-142.

8. Лукашина Н.С., Трунов А.П. Основы рекреационной экологии и природопользования. – 1999. Сочи. 273 с.

9. Лурье П.М., Панов В.Д., Ткаченко Ю.Б. Река Кубань. Гидрология и режим стока. – 2005. СПб. Гидрометеоиздат. 498 с.

10 Плотников Г.К. Фауна позвоночных Краснодарского края. – Краснодар, 2000. 231 с.

11 Приказ МПР России от 28.03.2007 N 68 “Об утверждении Перечня лесорастительных зон и лесных районов Российской Федерации”.

12 Приказ МПР России от 24.04.2007 № 108 “Об утверждении правил использования лесов для осуществления рекреационной деятельности”.

13 Природа Краснодарского края (Науч. ред. В.И.Коровин). – 1979. Краснодар.: Кн. изд-во. 279 с.

14 Серегин С.Я., Яйли Е.А., Цай С.Н., Потехина И.А. Климат и природопользование Краснодарского Причерноморья. – 2001. СПб. 188 с.

15.Федеральный Закон «Об особо охраняемых природных территориях (с изменениями на 10 мая 2007 года)» № 33-ФЗ от 14.03.1995 г.

16.Физическая география Краснодарского края. Учебное пособие/Под редакцией А.В.Погорелова. – Краснодар, 2000. 187 с.

17.Чижов Н.И., Абаев Ю.И. Рыбы водоемов Краснодарского края. – 1978. Краснодар.

18.Экология Кубани (под. ред. Г.С.Гужина и В.Н.Тюрина). – 1996. Краснодар.

19.Экономическая география Краснодарского края. Учебное пособие/Под ред. И.Чистякова/ – Краснодар, 2000. 247 с.

ОЦЕНКА РЕКРЕАЦИОННОГО ПОТЕНЦИАЛА ВОДООХРАННЫХ ЗОН ВОДНЫХ ОБЪЕКТОВ

Ланцова И.В., *Конаковский филиал РМАТ, liveco@rambler.ru*

В организации отдыха населения особая роль принадлежит водным объектам, т.к. они значительно повышают аттрактивность и живописность ландшафта и позволяют существенно разнообразить структуру рекреационных занятий. Мировая статистика подтверждает, что 85-90 % учреждений долговременного и 90-95 % кратковременного отдыха расположены на берегах водных объектов.

Особенностью рекреационного использования водных объектов является тот факт, что максимальные нагрузки приходятся на береговую зону и мелководья водного объекта шириной 50-200 м. Наибольшая удаленность от уреза воды составляет 1,5 – 2 км (зона дальних прогулок), где нагрузки не имеют массового характера.

В качестве одного из важнейших механизмов улучшения экологического состояния водных объектов в нашей стране является выделение водоохранных зон (ВЗ) и прибрежных защитных полос (ПЗП) с соблюдением в их границах специального режима хозяйствования и проведением мероприятий по частичному или полному их обустройству.

В зарубежных странах, в частности в США, понятия ВЗ не существует, однако есть понятие «Буферная зона», которая создается для естественного отстоя и фильтрации загрязнений, как правило, там создаются водно-болотные угодья (естественные или искусственные) или пойменные водоемы [1].

По определению [2] водоохранными зонами считаются территории, примыкающие к береговой линии морей, рек, ручьёв, каналов, озёр, водохранилищ, в пределах которых устанавливается специальный режим осуществления хозяйственной и иной деятельности в целях предотвращения загрязнения, засорения, заиления указанных водных объектов и истощения их вод, а также сохранения среды обитания водных биологических ресурсов и других объектов животного и растительного мира. В данной трактовке водоохранная зона определяется с точки зрения административного управления, а именно – установления специального режима природопользования, без учёта природных условий территории.

Как следует из «Водного кодекса РФ» [2] ширина водоохранных зон устанавливается декларативно, без достаточно серьёзного научного обоснования. Однако, как показывают исследования, ширина водоохранной зоны может значительно изменяться даже в пределах водосборной площади одного водного объекта и зависит от ландшафтно-структурных особенностей территории, параметров самого водного объекта, от характера и интенсивности хозяйственного использования акватории и водосборной площади.

В нашем понимании водоохранной зоной является часть водосборной площади, непосредственно примыкающая к водному объекту, назначение которой состоит в задержании и трансформации составляющими её природными комплексами загрязнений, поступающих с водосбора. Таким образом, в пределах водоохраной зоны участки побе-

режья, контактирующие непосредственно с урезом воды, не должны оказывать негативного воздействия на её качество и тем самым – на условия жизни гидробионтов.

При планировании рекреационного водопользования учитываются следующие обстоятельства:

– при рекреационном водопользовании максимальные нагрузки в основном приурочены к водоохранной зоне водохранилища;

– водоохранная зона в значительной степени определяет специфику формирования качества воды водохранилища в результате процессов, происходящих на водосборе;

– водоохранная зона значительно меньше по площади, чем водосбор, что облегчает её детальное обследование;

– водоохранная зона является буферной зоной между водосбором и водным объектом;

– от состояния природно-территориальных комплексов (ПТК) водоохранной зоны, от характера и интенсивности воздействия на них в значительной степени зависит экологическое состояние водного объекта и, в частности, качество воды, что в свою очередь определяет возможность формирования структуры рекреационного водопользования.

Сопряжённый комплекс аквальных и береговых комплексов водных объектов является средоточием разнообразных природных связей и явлений и требует к себе особого внимания при организации их рационального использования. Однако в основном сложилась практика стихийного освоения и использования (промышленного, сельскохозяйственного, селитебного, рекреационного и т.д.) территорий, непосредственно прилегающих к водоёмам, что привело к нарушению экологического равновесия в системе «водоём – водосбор». Это отрицательно сказывается как на качестве воды, так и на состоянии береговых и аквальных природных комплексов. Постоянно растущий антропогенный пресс усугубляет эти процессы, и экологические нарушения зачастую становятся необратимыми.

В связи с этим возникает необходимость научного обоснования ширины водоохранных зон (ВЗ) не только в границах всего водного объекта, но и при значительных его размерах – для отдельных участков побережья. До настоящего времени в большинстве случаев границы ВЗ определялись формально (по «геометрическому» принципу) без учёта сложных взаимосвязей и взаимозависимостей между отдельными компонентами природной среды, потоков энергии и вещества, а также – ландшафтно-структурных особенностей территории.

Как отмечалось выше, от особенностей проявления природных и антропогенных факторов зависят интенсивность и направленность процессов антропогенной дигрессии природных комплексов.

Ландшафтно-структурные особенности территории определяют устойчивость природных комплексов к антропогенным нагрузкам и характеризуют их способность к самоочищению и самовосстановлению. Так, на водохранилищах Подмосковья и Волжского каскада довольно значительные нагрузки выдерживают лесные и луговые природные комплексы на суглинистых дерново-подзолистых, подзолистых и луговых почвах. Наименее устойчивы природные комплексы сухих сосновых боров на слабооподзоленных супесчаных и песчаных почвах, а также комплексы с избыточным увлажнением.

В пределах ВЗ должен строго соблюдаться четкий режим нормирования и размещения различных видов природопользования. Так, размещение вредных производств, а также сельскохозяйственное использование природных комплексов с применением ядохимикатов и удобрений должно быть полностью исключено. На участках, где эти виды природопользования уже существуют, следует предусмотреть создание локальных водоохранных комплексов с применением современных технологий охраны воды и создание природных фильтров (береговые и аквальные биоплато, создание куртинно-полянных

комплексов, внедрение в существующие растительные ассоциации видов растений, способных поглощать конкретные виды загрязнений и т.д.).

При уже сложившейся ситуации на водосборе максимум усилий при использовании ВЗ или при выделении её части под заповедные зоны или зоны строго ограниченного природопользования должен направляться на оздоровление или улучшение качества среды в пределах ВЗ или на территории водосбора. При осуществлении районных планировок следует максимально исключать территории ВЗ из хозяйственного использования либо разрешать экологически безопасные виды природопользования при условии соблюдения пользователями норм допустимых нагрузок.

Размеры ВЗ могут варьировать в значительных пределах в зависимости от параметров и назначения самого водоёма, исходного качества его воды, ландшафтной структуры территории, состояния компонентов природы, а также от характера и интенсивности хозяйственного использования системы «водоём – водосбор».

Методика определения границ ВЗ основывается на оценке природной устойчивости ландшафтов, их резистентной способности, адсорбционной ёмкости входящих в АТК компонентов. Границы ВЗ не постоянны: они зависят от изменений экологической и хозяйственной ситуации на водосборе, а также от разнообразия и мозаичности расположения природных комплексов, и соответственно, ширина ВЗ может существенно изменяться. Так, исследования, проведённые нами в течение ряда лет в береговой зоне Иваньковского водохранилища, показали, что защитная функция береговых комплексов к нагрузке загрязнения при сельскохозяйственном освоении выполнятся при ширине ВЗ от 50 до 300 м от уреза воды (табл. 1) в зависимости от сочетаний входящих в неё природно-территориальных комплексов и их состояния.

Таблица 1.

Рекомендуемая минимальная величина водоохранных полос для равнинных территорий при сельскохозяйственном освоении

Вид хозяйственного использования	Основные ЗВ	Объекты загрязнения	Тип почв	Характер растительности	Ширина водоохранной полосы
пашня	Биогены, взвеш. вещ-ва, бактериол. загрязнение	почвы, поверхностные воды	Дерново-подзолистая суглинистая	Влажный злаково-разнотравный луг (с преобладанием дерновинных злаков)	50-80 м
пашня	то же	почвы, грунтовые воды	Дерново-подзолистая супесчаная и песчаная	Суходольный разнотравно-злаковый луг	150-200 м
пашня	то же	почвы, поверхн. и грунт. воды	Подзолистая суглинистая	Ольховый лес разнотравный	70-100 м
пашня	то же	почвы, грунтовые воды	Влажные оторфованные почвы	Влажный сосновый лес зеленомошный разнотравный	50-70 м
пашня	то же	почвы, грунтовые воды	Слабоподзолистые супесчаные и песчаные	Сухие сосновые боры беломошные злаковые	250-300 м

пашня	то же	почвы, поверхностные воды	Болотные оторфованные суглинистые почвы	Болота зеленомошные с болотным разотравьем	50-70 м

Проведение районирования территорий водоохраных зон и акваторий водных объектов по степени антропогенной нарушенности и анализ полученных данных позволяют выделить зоны наибольшего экологического риска, которые требуют особого внимания при разработке комплекса природоохранных мероприятий.

Предварительной стадией оценки рекреационного потенциала является проведение бонитировки (оценки) АТК водного объекта для конкретного вида отдыха и на основании полученных оценок определяется рекреационная ценность АТК водохранилища в целом.

По каждому оцениваемому природному компоненту выбирается оптимальное количество параметров, для которых разрабатываются количественные критерии оценок, причём количество критериев может значительно варьировать (от 5 до 20) в зависимости от целей и масштабов проведения бонитировки природно-территориальных комплексов (ПТК) водосборов, сложности ландшафтной структуры территории, степени и характера её хозяйственного освоения.

Для корректной математической обработки результатов бонитировки по каждому компоненту выбирается равное количество определяемых параметров, т.е. если для почв выбрано пять основных критериев, важных для рассматриваемых видов рекреации, то по пяти показателям должны характеризоваться и другие оцениваемые компоненты: рельеф, климат, растительность и т.д. Для удобства обработки и сравнения каждому количественному критерию соответствует его оценка в баллах. Высший балл показывает, что данный критерий максимально удовлетворяет требованиям данного вида отдыха на данном конкретном участке. Максимальная сумма баллов соответствует первому (высшему) классу ресурсного бонитета, т.е. оцениваемая территория по всем показателям соответствует данному виду отдыха и, в наименьшей степени, будет испытывать его негативное воздействие (табл. 2).

Таблица 2.

Количественные критерии бонитировки (оценки) природно-территориальных комплексов для стационарного самодеятельного отдыха* (для водохранилищ Средней полосы РФ)

Оцениваемые параметры	I** класс бонитета (3 балла)	II класс бонитета (2 балла)	III класс бонитета (1 балл)
Геоморфологические характеристики			
Высота над урезом воды, м	1.0 – 5.0	0. 5 – 1.0	0.1 – 0.4/ > 5
Крутизна склонов, град.	0 – 5	6 – 10	> 10
Площадь оцениваемого комплекса, га	0,5 – 3	3,1 – 5	< 0,5/> 5
Удалённость от уреза воды, м	< 50	51-150	> 150
Глубина расчленения рельефа, м	< 1	1,1 – 3	> 3
ПОЧВЫ			
Содержание гумуса в верхнем горизонте, %	7 – 9	3 – 6	< 3
Мощность гумусового горизонта, см	>11	8 – 10	<8
Механический состав (качественная характеристика)	СС***, ТС	ЛС, Г	СП, П

Плотность верхнего горизонта, г/см3	1.4 – 1.7	1.1 – 1.3 1.8 – 1.9	0.7 – 1.0 0.5 – 0.7
Оструктуренность почвы (качественная характеристика)	Хорошо оструктурена	Средне оструктурена	Слабо оструктурена
РАСТИТЕЛЬНОСТЬ			
Растительная ассоциация (качественная характеристика)	Злаково-разнотравная	Луговое разнотравье	Болотное разнотравье
Проективное покрытие, %	80 – 100	50 – 80	<50
Высота травостоя, см	5 – 10	11 – 50	>50; <5
Биомасса, г/м2	>300	100 – 300	<100
Устойчивость к механическому воздействию (качественная характеристика)	Устойчивая	Средне устойчивая	Неустойчивая
Дополнительные показатели			
Глубина залегания грунтовых вод, м	> 0,5	0,5-1,0	< 0,5
Температура воды в летний период, 0С	>19	19-17	<17
Колебания уровня воды в летний период, м	0 – 1,5	1,6 – 2,5	> 2,5
Развитие подтопления, % от площади рекреационного участка	0 – 5	6 – 20	>21
Закустаренность, % от площади рекреационного участка	5 – 10	20 – 30	>31

*Здесь стационарный самодеятельный отдых оценивается как вид отдыха с преимущественным использованием территории, поэтому характеристики акватории не приведены. Естественно, что для других видов рекреации критерии будут отличаться как по абсолютным показателям, так и по их набору;

** классы рекреационного бонитета: I – рекреационные угодья комфортные, II – относительно комфортные, III – не комфортные;

*** Г – глина, ТС – тяжёлый суглинок, СС – средний суглинок.

Рекреационные угодья первого (I) класса (комфортные) могут быть использованы в рекреационных целях без проведения мелиоративных мероприятий; второго класса (II – относительно комфортные) нуждаются в частичном улучшении и третьего класса (III – не комфортные) не могут быть использованы для данного вида отдыха без проведения комплекса мелиоративных работ. Под мелиоративными мероприятиями здесь понимаются любые мероприятия по улучшению рекреационных характеристик угодья (выполаживание берегов, подсыпка пляжей, расчистка дна и т.д.)

Для разработки схем перспективного рекреационного освоения исследуемых водохранилищ применялась более подробная шкала классов рекреационного бонитета, а именно картирование проводилось по 6-ти классам рекреационного бонитета: I – угодья максимальной комфортности, пригодные практически для всех видов рекреации без проведения мелиоративных мероприятий, II – угодья высокой комфортности, пригодные для многих видов отдыха без проведения мелиоративных мероприятий, III – угодья комфортные, могут использоваться для определённых видов рекреации; проведение элементарных мелиоративных мероприятий позволяет расширить структуру рекреационных занятий, IV – угодья относительно комфортные, возможно использование лишь для некоторых видов отдыха; требуются мелиоративные мероприятия, V – угодья мало

комфортные, могут использоваться только отдельными видами рекреационных занятий; для повышения эффективности рекреационного использования требуется комплекс мелиоративных мероприятий, VI – угодья некомфортные вследствие негативных антропогенных или природных факторов.

На разных водных объектах одни и те же классы рекреационной бонитировки включают разные типы АТК. Помимо этого, в каждом классе рекреационной бонитировки выделенные природно-территориальные комплексы значительно отличаются степенью устойчивости к рекреационным нагрузкам, т.е. обладают различной рекреационной ёмкостью.

В качестве примера оценки рекреационного потенциала зарегулированной речной системы в пределах водоохраной зоны (ВЗ) рассмотрен опытный полигон, охватывающий водосборы рек Сучок, Дойбица-Ведома, Инюха на правом берегу Иваньковского водохранилища.

Истоки рек Дойбица, Инюха и Сучок, правых притоков водохранилища, расположены в болотистом берёзово-осиновом мелколесье в районе бывших торфоразработок – Конаковском Мху.

Водосборы рр. Дойбица, Сучок и Инюха отличаются довольно высокой залесенностью (от 64% на водосборе р. Сучок до 17.5% – на водосборе р. Инюха). Леса на водосборах рек весьма разнообразны и распределены неравномерно. Так, на водосборе р. Сучок выделяются три типа лесов: 21% – хвойные леса, 18% – смешанные, основную часть которых составляют подтопленные и заболоченные леса (около 25%). В бассейне р. Дойбицы залесенность составляет 51% от площади водосбора; из них – 2% занимают берёзовые леса, 13% – хвойные, 20% – смешанные и только 16% – заболоченные и подтопленные леса. На водосборе р. Инюхи леса занимают лишь 18% территории: около 9% – берёзовые и свыше 9% – еловые.

Крупными предприятиями, сбрасывающими сточные воды в малые притоки, являются на водосборе р. Дойбицы – Завидовская птицефабрика (д. Мокшино) и совхоз «Завидово».

На всех водосборах имеются садоводческие товарищества, а во многих деревнях дома используются в качестве дач в летнее время.

Особенно интенсивно дачное строительство развивается по берегам р. Сучок, что обусловлено близостью г. Конаково и ж/д станции «Конаково-ГРЭС». Общее количество садово-огородных товариществ, расположенных вдоль реки – 12, они занимают территорию в 302.7 га.

Степень хозяйственной освоенности территорий также значительно варьирует на водосборной территории рассматриваемых рек. Так, пашни и селитебные территории на водосборе р. Инюхи занимают 53%, а с учетом торфоразработок – 73%; на водосборе р. Дойбицы – 44% (46% – с учетом торфоразработок) и на водосборе р. Сучок – 29%.

Болота и луга занимают незначительные территории и приурочены, в основном, к верховьям всех трёх рек.

Выделенные водосборы отличаются в значительной степени по природным характеристикам и антропогенной нагруженности (рис. 1).

Среди наиболее распространённых типов природных комплексов можно отметить (табл. 3):

– пойменные комплексы злаково-разнотравных лугов на дерново-луговых суглинистых оглеенных почвах,

– болотно-луговые комплексы на болотно-луговых оглеенных почвах,

– разнотравно-злаковые суходольные луга на дерново-подзолистых супесчаных почвах,

– антропогенные комплексы – пашня на дерново-подзолистых суглинистых почвах,

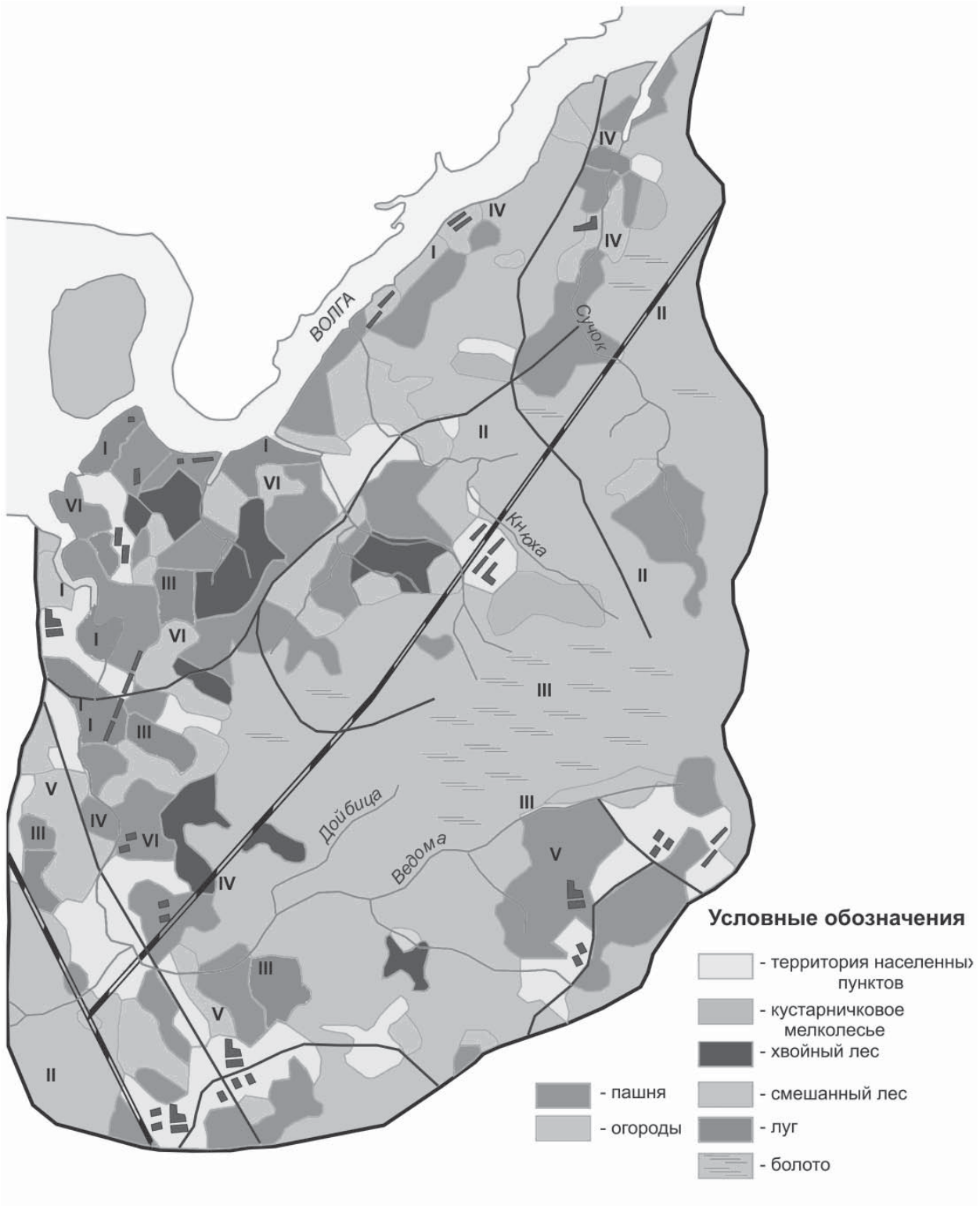


Рисунок 1. Характер землепользования на полигонном участке Иваньковского водохранилища (I-VI – классы рекреационного бонитета)

– пашня на подзолистых суглинистых почвах разной степени оподзоливания,

– пашня на подзолистых супесчаных и песчаных почвах,

– влажные берёзово-еловые леса лугово-разнотравные на дерново-подзолистых оторфованных почвах,

– осиново-берёзовые леса зеленомошные на подзолистых суглинистых и глинистых почвах,

– березово-еловые леса разнотравно-злаковые на дерново-подзолистых суглинистых и супесчаных почвах,

– елово-сосновые леса зеленомошники на подзолистых суглинистых и супесчаных почвах.

Таблица 3.

Оценка территориальных природных комплексов опытного полигона в водоохраной зоне Иваньковского водохранилища для целей рекреации

№ выдела на карте	Наименование комплекса	Класс рекреационного бонитета	Состояние	Площадь, га	Рекомендуемый вид отдыха	Допустимые нагрузки, чел./га вместимость
1	Пойменные комплексы злаково-разнотравных лугов на дерново-луговых суглинистых оглеенных почвах	I	Хорошее	3280	Стационарный самодеятельный, пикники, купание и пляжный отдых	20-30** 65600
2	Болотно-луговые комплексы на болотно-луговых оглеенных почвах	V	Удовлетворительное	1018	Рыболовство с берега, охота на водоплавающую дичь	5-10 5090
3	Разнотравно-злаковые суходольные луга на дерново-подзолистых супесчаных почвах	I	Хорошее	2550	Стационарный самодеятельный, пикники, купание и пляжный отдых	10-20 25500
4	Антропогенно-изменённые комплексы: – пашня на дерново-подзолистых суглинистых почвах	VI*	Нарушенное	4220	Береговая зона и акватория – купание и пляжный отдых	
5	– пашня на подзолистых суглинистых почвах разной степени оподзоливания	VI	Нарушенное	3421	Береговая зона и акватория – купание и пляжный отдых	
6	– пашня на подзолистых супесчаных и песчаных почвах	VI	Нарушенное	2110	Береговая зона и акватория – купание и пляжный отдых	
7	Влажные берёзово-ело-вые леса луговоразнот-равные на дерново-подзолистых отор-фованных почвах	IV	Хорошее	4230	Сбор грибов и ягод, лекарственных растений, пешие прогулки	10-20 42300
8	Осиново-берёзовые леса зеленомо-шные на под-золистых су-глинистых и глинистых почвах	III	Хорошее	3740	Стационарный самодеятельный, пикники, сбор грибов и ягод, пеший туризм	30-40 112200

9	Березово-еловые леса разнотравно-злаковые на дерново-под-золистых суглинистых и супесчаных почвах	II	Хорошее	4120	Стационарный самодеятельный, пикники, сбор грибов и ягод, пеший туризм	30-40 123600
10	Елово-сосновые леса зеленомошники на подзо-листых суг-линистых и супесчаных почвах	II	Хорошее	3791	Стационарный самодеятельный, пикники, сбор грибов и ягод, пеший туризм	20-30 75820

Примечание: *VI – не пригодны для целей рекреации в силу другого хозяйственного использования; **нагрузки приведены в размерности «чел./га». Если эту величину умножить на площадь комплекса, то получится величина рекреационной ёмкости территориального комплекса

При проведении исследований современного геоэкологического состояния водосборов малых притоков применялся метод ландшафтного профилирования, при котором на ключевых участках закладывались поперечные профили, пересекающие долину реки с правого борта на левый. Профиль размечался с таким расчетом, чтобы охарактеризовать наибольшее количество ПТК и отразить антропогенную ситуацию участка. По профилю выделялись границы отдельных ПТК, в каждом из которых проводилось физико-географическое описание, почвенные исследования (закладка почвенных шурфов, отбор проб почвы по генетическим горизонтам на определение механического состава, плотности, влажности, химического состава); геоботанические исследования (определение проективного покрытия, сомкнутости крон, высоты травостоя и древостоя, видового и породного состава, бонитета и биомассы; отбор проб для проведения химического анализа, состояние растительной ассоциации); гидрологические и гидрохимические исследования.

Ключевые участки выбирались по типам природопользования: сельскохозяйственные территории (пашня, сенокос, выпас), селитебные территории (сельские), автомобильные и железная дороги (зона влияния), а также природный фон (луга, болота, лес).

Оценка экологического состояния среды проводилось по степени антропогенного освоения территории и степени ее нарушенности при этом учитывалось состояние почвенного покрова и растительных ассоциаций, изменение химического состава почв, донных отложений и воды под воздействием антропогенных нагрузок.

Для водосборов рр. Дойбицы, Сучка и Инюхи была проведена оценка состояния среды береговой зоны по участкам рек и по всему водосбору этих малых водотоков в целом. Было установлено, что основной тип хозяйственного освоения территории – сельскохозяйственный. Состав основных поступающих в реки загрязнений следующий: биогенные элементы, тяжелые металлы (зоны влияния автомобильных магистралей), хлориды (Cl-), сульфаты (SO42-), нефтепродукты, бактериологическое загрязнение (влияние животноводческих ферм и птицефабрик, смыв с сельскохозяйственных угодий органических удобрений, рекреационные участки и т.д.).

По характеру и масштабам хозяйственного освоения, по объёмам и составу поступающих загрязнений общая экологическая ситуация на рассматриваемых водосборах может быть оценена в целом как удовлетворительная, хотя по некоторым участкам отмечается критическое состояние среды.

Рекреационный потенциал береговых и аквальных комплексов водных объектов оценивается сначала покомпонентно, а затем интегрально для различных видов отдыха.

Интегральная оценка рекреационного потенциала водохранилища складывается из оценок отдельных рекреационных участков.

Оценка ресурсного потенциала по видам хозяйственного использования и анализ карт районирования территории позволяют выявить участки максимального «экологи-

ческого» риска, для которых в первую очередь и разрабатываются природоохранные мероприятия.

Литература

1. Loucks D.P., Avakyn A.B. Restoration of Degraded Water Resource Systems: Issues, Opportunities, Challenges and Experiences // In: Restoration of Degraded Rivers: Challenges, Issues and Experiences. – Netherlands: Kluwer Academic Publishers, 1988. – P. 3-56.

2. «Водный кодекс РФ» от 03.06. 2006 № 74-ФЗ (в ред. От 19.06.2007)

О НЕКОТОРЫХ ОБЪЕКТИВНЫХ ПРЕДПОСЫЛКАХ И СУЩЕСТВЕННЫХ ПРЕИМУЩЕСТВАХ СОЗДАНИЯ ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННОЙ ОЭЗ НА СЕЛИГЕРСКОЙ ПРИРОДНОЙ ТЕРРИТОРИИ

Мерзон Н.А., *старший специалист управления секретариатом аппарата губернатора Тверской области, merzon@list.ru*

Сегодня уже есть основания говорить о начальном, но вполне определенном опыте в регионах Российской Федерации по применению статуса особых экономических зон. Такой опыт в Калининградской, Магаданской, Ростовской и Ленинградской областях показал, что законодательные и экономические возможности ОЭЗ привносят существенный дополнительный импульс в последовательное развитие регионов. Масштабное привлечение инвестиций со стороны резидентов и их партнеров способствовало решению таких задач. Как обновление технологической производственной базы, освоение невостребованного национального научно-технического потенциала, освоение передовых форм и методов организации производства, развитие транспортных и энергетических коммуникаций. Наконец, совокупные возможности российских ОЭЗ вплотную приблизили науку и промышленность к освоению стратегической национальной задачи – развитию нанотехнологий.

В 2007 году на основании Федерального закона «О внесении изменений в Федеральный закон от 24 ноября 2006 года№76 ФЗ «Об особых экономических зонах в Российской Федерации» Правительство РФ одобрило создание семи особых экономических зон нового типа – туристско-рекреационных. Конкурс проектов прошел под эгидой МЭРТ. Лучшими признаны разработки Краснодарского и Ставропольского краев, Калининградской области, Алтайского края, республики Алтай и республики Бурятия.

Туристско-рекреационные ОЭЗ – не новое явление в мировой экономической практике. В 120 странах насчитывается более 3000 различных законодательно обособленных зон с годовым оборотом в 600 млрд долларов. Но создание ТР ОЭЗ в России имеет особую актуальность. Страна теряет привлекательность для туристов. В 2005 году обозначился существенный отток гостей и почти втрое замедлились темпы роста турбизнеса, составив 23,5% по сравнению с 66,7% в 2004 году. Не проявилось положительной динамики и в два последующих года. Второе десятилетие потенциально прибыльная индустрия не может избавиться от многочисленных проблем, имеющих корни еще в прошлом экономическом укладе.

Первые семь ТР ОЭЗ в в России – только первая решительная попытка качественного обновления национальной туриндустрии и создания условий для её дальнейшего развития как самодостаточной отрасли. Проведенный МЭРТ конкурс обнаружил и другие перспективные разработки, реально претендующие в следующих конкурсах на присвоение статуса особой экономической зоны туристско-рекреационного типа. Таковым, на пример, является проект «Селигер», успешно заявленный на первом Московском междуна-

родном форуме «Особые экономические зоны в Российской Федерации» в мае 2006 года и высоко оцененный экспертами и руководителями Федерального Агентства по управлению особыми экономическими зонами.

Прежде чем представить аргументы, отражающие перспективность проекта, рожденного в Тверской области, будет целесообразно обратить внимание на характерные проблемы, с которыми столкнулись инициаторы создания первых ТР ОЭЗ.

В Краснодарском крае планировалось создать пять туристско-рекреационных зон. Поэтому регион получил почти треть федеральных средств, предназначенных для формирования первичной инфраструктуры – 13 из 44,5 млрд рублей. Но независимые эксперты довольно скоро увидели слабые места в проектах зон. Прежде всего они связаны с экологией. Оказалось, что четыре из пяти зон предполагается целиком или полностью разместить на особо охраняемых природных территориях, что противоречит федеральному законодательству и международным обязательствам России. Поэтому Министерство природных ресурсов РФ уже отклонило запрос администрации Сочи «согласовать включение пяти участков Сочинского национального парка в границы особой экономической зоны». Пока неизвестно, как будут решаться эти проблемы в связи со строительством будущих олимпийских объектов. Но сам факт существования такого рода противоречий остается симптоматичным.

В Ставропольском крае обнаружились проблемы другого порядка. Как отметил министр имущественных отношений краевого правительства Анатолий Колиев, полностью готовы технико-экономические обоснования лишь двух площадок, в Ессентуках и Лермонтове. Остальные площадки или уже имеют конкретных собственников, многие из которых не заинтересованы в проекте, либо отягощены сервитутами и другими обременениями.

А на Байкале проблемы и вовсе специфические, субъективного характера. Дело в том, что Иркутская область и Бурятия не смогли договориться о создании единой туристско-рекреационной ОЭЗ. Попытку объединить два проекта в один пытался даже федеральный министр Герман Греф, но главы регионов не пошли на компромисс. В то же время и организаторы конкурса не смогли отказать никому из них. При этом суть проблемы осталась не столько в факте отсутствия компромисса, сколько в идентичности концептуальных подходов к организации двух ТР ОЭЗ на берегах озера. В обоих случаях туристов (скорее – клиентов?) планируют привлекать на зимний Байкал деловыми конгрессами.

Но вернемся к теме объективных предпосылок к реальному созданию ТР ОЭЗ на Селигерской природной территории в Тверской области.

Объективный подход обязывает подчеркнуть, что регион между двумя российскими столицами не лишен типичных и для других областей недостатков в современном состоянии местной туриндустрии:

1. Состояние большинства объектов и центров притяжения туристов неудовлетворительное, что является причиной отсутствия стабильного спроса на услуги. Санатории и базы отдыха, построенные до начала 90-х годов 20 века, сохранили качество проживания и услуг на уровне советского периода, для них не стала привычной практика самопозиционирования и продвижения услуг на рынке.

2. Остается значимым фактор сезонности, экологический туризм в большой степени зависит от климатических условий.

3. Характерна высокая концентрация низкобюджетных туристов со средними расходами на уровне 400-800 рублей на человека в сутки.

4. Велика доля «диких» туристов.

5. Мала доля всесезонных видов туризма: экскурсионного, познавательного, паломнического, лечебного, выходного дня.

А теперь о выгодности сегодняшней ситуации. Определяющим стартовым преимуществом для создания ТР ОЭЗ на Селигере является тот факт, что инициаторами созда-

ния зоны выступает Ассоциация производственных и коммерческих предприятий КСК, учредители которой являются и собственниками больших земельных территорий в границах трех приселигерских административных районов Тверской области – Осташковского, Селижаровского и Пеновского. Специалисты КСК разработали проект «Селигер» совместно с московскими партнерами из «РИАЦ «ИНТЕК». Такое весьма привлекательное для сторонних инвесторов имущественное обстоятельство исключает ситуацию, какая сложилась в Ставропольском крае.

Второе по значимости условие: три предыдущих проекта по созданию на Селигере курортной зоны и природного национального парка (1963, 1983, 1990 гг), по разным причинам не состоявшиеся, не закрепили наличие здесь особо охраняемых природных территорий. Поэтому исключена ситуация Краснодарского края. Более того: предыдущий практический опыт муниципальных образований оставил у местных чиновников и специалистов следы должной культуры отношения к природным ресурсам, а местное население в силу известности тех проектов осталось психологически готовым к возможному значительному увеличению туристских потоков.

Для сравнения можно упомянуть и кажущиеся утопическими планы Иркутской области и Бурятии по обеспечению всесезонности присутствия гостей на своих территориях за счет организации там зимой всевозможных конгрессов. Утопичность видится в отдаленности Байкала от деловых и научных центров России (за исключением разве что Новосибирска), тем более – Европы, если иметь в виду международный характер широких встреч. Проект «Селигер» также предполагает строительство деловых центров (не основное по значимости направление), но эти планы выглядят более реалистичными с учетом близости Москвы и Санкт-Петербурга, чем аналогичная затея на Байкале.

Администрация Тверской области еще два года назад утвердила целевую программу развития туризма в регионе. Но еще важнее политическая воля регионального руководства, определившего задачи развития этой отрасли как приоритетные. Заявка Тверской области на создание ТР ОЭЗ тоже участвовала в федеральном конкурсе. Помешала организационная ошибка, не позволившая своевременно приложить к заявке экологическую экспертизу предлагаемой территории в нужной форме. К тому же, не боясь показаться ангажированным, организатор конкурса МЭРТ не скрывало, что у Краснодарского края и Байкала есть заведомо предпочтительные шансы на победу. И это было с пониманием воспринято другими претендентами. Впереди следующий конкурс.

Законодательство Тверской области и сложившийся в регионе инвестиционный климат можно с уверенность назвать привлекательными для потенциальных резидентов ТР ОЭЗ. Подтверждением тому – многочисленные промышленные объекты с внушительными капиталовложениями, которые появились на территории области после прихода инвесторов из Москвы и стран Европы.

Нельзя не отметить и тенденцию все более согласованной политики муниципальных и региональных властей по вопросам зонирования земельных ресурсов и выделению их под создание объектов туристической инфраструктуры.

На тему привлекательности Селигера как экологического объекта можно сказать очень много. В рамках данной статьи будет достаточно ограничиться уверенной констатацией давней и устойчивой популярности его в летний сезон у жителей Тверской области, Москвы и Санкт-Петербурга. Продвижение будущего бренда ТР ОЭЗ достаточно будет ограничить рамками двух столиц, чтобы иметь в результате достаточный спрос на услуги всех ценовых категорий.

Сама Тверская область до недавнего времени явно проигрывала многим регионам с точки зрения известности как территории, достойной для познавательного посещения и отдыха. Но еще четыре года назад ситуация стала меняться кардинальным образом. Команда молодого губернатора Дмитрия Зеленина сразу взяла за одну из основных задач

повышение известности и привлекательности региона. При этом ставка делается на значимые массовые мероприятия российского и международного масштаба: рок-фестиваль «Нашествие», Российский этап Кубка мира по аквабайку, Всероссийская выставка охотничьих собак, открытая Верхневолжская парусная регата, международный конкурс лесорубов «Кубок «Хуксварна», «Кубок Завидово» по конкуру.

В 2007 году в Твери и Осташкове, открыты два туристско-информационных центра, которые начали активно формировать информационные базы для туристов, инвесторов, туроператоров. Центры инициируют издание путеводителей и каталогов, отражающих историко-культурный и природный потенциал области, а также сведения о предприятиях турбизнеса и качестве их услуг.

Одна из самых болезненных проблем региональных туристических отраслей – отсутствие квалифицированных кадров. В Тверской области эта проблема решается даже с некоторым опережением спроса. Специалистов по организации гостиничного сервиса, менеджеров по туризму и экскурсоводов готовят тверской филиал Российской международной академии туризма и отдельными группами специализации – два средних специальных учебных заведения в Осташкове.

Среди положительных тенденций последних лет можно отметить и увеличение числа туристических компаний, ориентированных на внутренний туризм. Этот фактор выгодно дополняет другая тенденция: администрации районов области, ранее не позиционировавших себя как потенциальные центры туризма, учреждают в своих структурах соответствующие профильные отделы.

В районах области, и прежде всего – в приселигерских, заметно оживился процесс строительства гостиниц верхнего ценового сегмента.

Транзитный поток туристов через Тверскую область, преимущественно из Москвы в Санкт-Петербург и обратно, был всегда. Комитет по туризму и международным связям администрации Тверской области и созданная два года назад Ассоциация туризма ставят своей задачей разработку привлекательных маршрутов, которые задерживали бы транзитных туристов хотя бы на сутки-двое.

Перечисленные аргументы подтверждают растущую привлекательность Тверской области. Все это – благоприятствующие предпосылки вероятности создания перспективной туристско-рекреационной особой экономической зоны на Селигерской природной территории. Основным же аргументом и определяющим фактором этой вероятности остается проект «Селигер», уже одобренный организаторами следующего федерального конкурса. Представление его выигрышной специфики – предмет отдельной публикации.

Литература

1. Быкасов Д.С. Туристско-рекреационные особые экономические зоны – путь развития регионального туризма// Вестник РАГС. №1 2007

2. Максим Герасимов. Казацкая сотка: Черноморским заповедникам придется поделиться землей с краснодарскими туристическими зонами. Журнал «Белый бизнес» №2 (03),2007. с. 98-102.

3. Артур Инджиев. «Горячая точка»: Ставропольские власти до сих пор не могут определиться, где будет расположена туристическая ОЭЗ. Журнал «Белый бизнес», №2 (03), 2007. с. 102-105.

РАЗВИТИЕ РЕГИОНАЛЬНОГО ТУРИЗМА В КУРСКОЙ ОБЛАСТИ

Воинова Н.Е., *к.г.н., доцент, зав. кафедрой социально-культурного сервиса и туризма Курского госуниверситета, woino@yandex.ru*

Современный этап хозяйственного развития России характеризуется не только и не столько тенденцией привлечения инвестиций в различные отрасли экономики, а, в пер-

вую очередь, ориентацией на использование своих собственных внутренних ресурсов. Повышение роли и места сферы туризма в социально-экономическом развитии регионов является реальным источником экономического роста.

Курский край, расположенный в центре европейской России, всегда занимал в ее истории особое место. Это связано как со спецификой экономико-географического положения, так и с особенностями народной культуры и традициями духовной жизни, наличием многочисленных памятников истории, архитектуры, природы. Когда сюда приезжает любитель путешествовать или просто приезжий, с этим регионом возникают ассоциации с ароматной антоновкой и голосистыми соловьями, богатейшими запасами железных руд Курской магнитной аномалии, грандиозной Курской битвой, святой Коренной пустынью, уникальным Центрально-Черноземным биосферным заповедником. Поэтому неудивительно, что область может привлекать внимание потенциальных туристов. Основными направлениями туризма могут быть культурно-просветительный, религиозный, экологический. Однако в настоящее время преобладающим является выездной туризм, разнообразнее становится внутренний, что же касается въездного туризма, то он скорее снижается, чем растет.

ПРИРОДНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ АКТИВНОГО ТУРИЗМА ТЕРРИТОРИИ НИЖЕГОРОДСКОЙ ОБЛАСТИ

Гировка Н.Н., *кафедра туризма и сервиса, Нижегородский государственный архитектурно-строительный университет, Girovka@mail.ru*

Природный потенциал активного туризма любой территории, прежде всего, складывается из всех без исключения основных свойств различных генетических типов природных ресурсов географической оболочки, которые могут быть или уже используются в туризме и рекреации, а также таких рыночных показателей как, емкости, устойчивости, доступности и др, которые в данной работе не будут рассматриваться.

Еще античные ученые пытались раскрыть свойства природных ресурсов. Наиболее известны воззрения Аристотеля, который полагал, что всё существующие в природе состоит из небольшого числа «первичных» и «неделимых» элементов: земли, воды, огня и воздуха. А проявлением всего существующего в природе являются, так называемые абстрактные качества (или свойства) этих основных элементов: сухость, тепло, влажность и холод:

СУХОСТЬ
земля огонь
ХОЛОД ТЕПЛО
вода воздух
ВЛАЖНОСТЬ



Так, вода, в понимании Аристотеля, представляет собой первичную материю, проявившую в себя качества холода и влажности, воздух – влажности и тепла. Все остальные вещества образовались в результате наделения первичной материи более чем двумя качествами, которые, комбинируясь в различных пропорциях, и составляли все многообразие свойств природных веществ.

Как известно, все потребности человека сводятся к стремлению прожить свою жизнь в любви, счастье, гармонии, мире, здоровье изобилии и радости. Таким образом, речь может идти об особых свойствах природных ресурсов, способных удовлетворить данные многообразные потребности человека.

Человек рождается, живет и работает в условиях определенного набора климатических показателей (климатов) того или иного района. В целом, для активного туризма

и рекреации свойства любого климата определяются следующими своими показателями:

– абсолютными величинами (как отдельных элементов, так и интегральных показателей);

– частотой смены отдельных элементов климата и погоды в целом (или устойчивостью);

– продолжительностью существования тех или иных погод;

– психолого-эстетическими показателями климатических явлений.

Как известно, в туризме и рекреационной деятельности оцениваются и используются свойства двух генетических групп материальных элементов климата: к первой относится солнечная радиация, а ко второй – такие показатели воздуха атмосферы Земли, как температура и относительная влажность, скорость ветра, облачность и осадки. В зависимости от видов туризма их влияние (пригодность) оценивается как по отдельным компонентам, так и в целом.

Известно, что воздух является частью материальной оболочки Земли и содержит все виды энергии, необходимой для жизнедеятельности человека. Воздух попадает в организм в основном через легкие, но интенсивный обмен веществ и тепла идет через кожный покров человека. При этом, сам механизм терморегуляции у человека не имеет специфических органов и в основном осуществляется за счет работы мышц (в активном туризме в условиях открытого воздуха и разнообразных природных условиях).

Практически вся лучистая энергия Солнца оказывает благоприятное воздействие на организм человека. Так, проникая через зрачки глаз человека, световая энергия влияет на обмен веществ, общий тонус организма. При облучении ультрафиолетом кожи человека в организме возникают фотохимические реакции, влияющие на обмен веществ. Под влиянием солнечной радиации, в особенности ультрафиолетовой, в коже образуется витамин D, необходимый для предотвращения многочисленных функциональных нарушений и болезней. Прогревание кожи человека солнечными лучами способствует улучшению работы периферической кровеносной системы, улучшению тока крови, улучшению обменных процессов. Солнечная радиация является сильнейшим антисептиком.

Кроме того, солнечный свет дает нам бесконечное разнообразие игры цвета, что необходимо для нормальной жизни человека и психологического воздействия. И наконец, солнечная энергия – это поток заряженных частиц, который взаимодействует с энергетической оболочкой человека, стимулируя ее. В целом отмечается сложное взаимодействие солнечной энергии с физиологическими, психологическими и энергетическими процессами организма человека как фактор, стимулирующий их функционирование, доставляющий радость оздоровления и познания при активных физических нагрузках на открытом воздухе в условиях активного туризма.

Вода и ее фазовые превращения являются бесконечным ресурсом удовлетворения туристско-рекреационных потребностей человека, местом проведения большого количества активных занятий. А снег и лед являются основными и ценнейшими ресурсами зимнего активного туризма и рекреационной деятельности.

Рекреационные свойства воды и самой большой ее части на планете Мирового океана играют огромную роль в жизни человечества. Рекреационные ресурсы прибрежной полосы, шельфа Мирового океана и его морей обладают целебными качествами, особенно в сочетании морского воздуха, насыщенного молекулами морской воды, со степным, горным, лесным воздухом. Природные рекреационные ресурсы морского побережья составляют климат, ландшафт, чистый воздух и чистая морская вода.

В воде протекают биохимические процессы, вода сама активно участвует во многих реакциях обмена веществ. В жидкой среде происходит переваривание пищи, жидкие среды транспортируют вещества по организму, с водой из организма выводятся конечные продукты обмена, вода необходима для осуществления терморегуляции организма

путем испарения. Иными словами, вода для организма – первое главное вещество (наряду с кислородом).

Вода во всех трех агрегатных состояниях является объектом и источником удовлетворения эстетических потребностей человека: это чистый искрящийся снег в поле, в лесу, облака, прибой, радуга, натечные образования, ледники и т.п.

Растительные ресурсы. Сейчас практически доказано, что болезни человека в значительной степени обусловлены качеством окружающей природной среды, иначе, величиной техногенного изменения естественной природы. В то время, леса делают природную среду здоровой, пригодной для жизни, ибо установлено, что на долю растительности приходится около 80 % всей очистительной способности биосферы.

Леса обладают следующими общими рекреационными свойствами:

– озонируют и ионизируют воздух (ионов в лесном воздухе примерно в 100 раз больше, чем в любом помещении);

– поглощают углекислоту (в городском воздухе углекислого газа содержится примерно 0,03 %, а в лесу – 0, 00007 %);

– выделяют кислород (1 га леса выделяет в год до 5 тонн кислорода);

– собирают пыль, копоть, загрязняющие вещества (1 га леса улавливает в среднем более 30 тонн пыли в год);

– выделяет фитонциды (1 га леса вырабатывает до 15 кг фитонцидов в год);

– обладает антимикробным действием (в городе в 1м3 воздуха содержится около 6000 микробов, а в воздухе в лесу всего около 300);

– многообразны потребительские свойства леса – «дары» леса (орехи, ягоды, грибы, травы).

Ресурсы земной коры многогранны как по внешним проявлениям и формам, так и по внутреннему содержанию. Для активного туризма ресурсы земной коры могут представлять интерес как объекты, обладающие такими свойствами, как разнообразием форм и размеров, а также составом горных пород и минералов. Кроме того, земная кора – поверхность живой планеты, сама живая и постоянно изменяется за счет действия комплекса экзогенных и эндогенных факторов.

Выбор группы показателей, характеризующих природный потенциал активного туризма любой территории, может быть выражен следующим универсальным комплексом свойств природных территорий (мест, объектов):

– эстетические свойства;
– познавательные свойства;
– физиологические свойства;
– морфометрические свойства;
– потребительские свойства.

Перечень данных показателей включает (отражает) практически все тематические направления современного туризма, следовательно, их можно принимать за универсальные показатели. Практически каждый турист, где бы он не находился, в дальнем путешествии или на ближайшей от своего постоянного места жительства местности (лесу, озере) хочет (и стремиться), что бы рекреационные объекты были красивы, обладали познавательной ценностью, физиологической комфортностью, определенными морфометрическими показателями, обеспечивающими проведение желаемых видов туризма, были разнообразными и можно было бы что либо приобрести (найти, собрать, сфотографировать) необычное, характеризующее данный рекреационный комплекс или территорию.

При этом, ясно, что соотношение (степень важности) данных показателей будет различной и преимущественно определяться направлениями и видами туризма и формами проведения туристских занятий. Пожалуй, в не меньшей степени, компоновка и иерар-

хия данного комплекса показателей может определяться целевыми установками самого туриста, т.е. индивидуальными предпочтениями, опытом и текущими рекреационными потребностям (модой). Таким образом, все показатели туристского потенциала территории могут группироваться, как минимум, в два класса по степени использования: целевые показатели и показатели фона. Очевидно, данная группировка является подвижной (эластичной) и определяется подвижностью целевых установок туризма. Философия такой подвижности показателей может определяться таким известным выражением, как «каждая удовлетворенная потребность рождает новую, не удовлетворенную», на самом деле это суть самого туризма.

Любое туристское путешествие соприкасается с большим перечнем объектов, характеристик природной среды, условий, состояний и факторов. Например, горный поход протекает в условиях большого перечня целевых показателей природы, включающие большой комплекс характеристик, как самого горного района, так и фоновые климатические условия, ландшафтные, которые воспринимаются как важное и необходимое дополнение к целевым показателям.

Или, эстетические свойства ландшафта, являясь всеобщей характеристикой любой территории, одновременно являются и одними из важных показателей взаимоотношений между человеком и окружающей средой. Несмотря на то, что в туризме, пока, отсутствуют специальные тематические путешествия, ориентированные на восприятие красоты ландшафта, в подавляющем большинстве туристских мероприятий эстетические свойства ландшафта воспринимаются как необходимый и значимый элемент туристского продукта и показателей ресурсов территории. В настоящее время эстетические свойства ландшафта приобретают все большую и большую значимость во всех видах туризма.

А познавательная ценность – является сущностной характеристикой любого материального объекта, целевых познавательных путешествий и буквально всех путешествий в различной степени. Путь познания бесконечен. Чем больше мы знаем об объекте, тем интереснее он становится для нас и тем большими познавательными свойствами он обладает. Это положение означает, что познавательным потенциалом обладают буквально все объекты и территории. И так, познавательные свойства любого объекта являются основными целевыми показателями тематических путешествий и одновременно необходимой составной частью любого активного путешествия.

Так называемые универсальные показатели, характеризуют, потенциал территории, как внутри- так и на межрегиональном уровне, при этом конкретные объекты, естественно, обладают определенным набором и соотношением, так называемых, местных показателей. В туризме местные показатели, может быть, играют не менее важную роль, чем универсальные. Более того, именно комплекс местных показателей приводит к формированию такого важнейшего понятия в туризме как своеобразие и экзотичность, естественно, на относительном уровне, буквально каждого места, уголка, территории.

Именно местные показатели, в значительной степени являются движущей и неугасающей силой (и тягой), прежде всего местных жителей к посещению своих объектов туризма, которые находятся в непосредственной близости к местам их постоянного проживания. Комплекс местных и универсальных показателей, можно смело утверждать, является одним из основных движущих факторов туризма вообще и одним из основных стимулов совершать самые разнообразные путешествия, посещать различные туристские объекты и территории различных стран и местностей.

Перечень местных показателей может быть весьма большим: это, прежде всего, региональные особенности природных комплексов и их сочетаний, культура, традиции, система духовных ценностей по отношению к своей природе. Несмотря на различные классификации и модели, для человека мир бесконечен и разнообразен в деталях и их взаимоотношениях. Таким образом, местные показатели могут являться своеобразным

«локомотивом» туризма и фишкой любого места. Фактически являются туристским потенциалом места и основным фактором успешного развития туризма любых территорий, естественно в разном масштабе. Примером, тому существование и развитие активного туризма, особенно самодеятельного.

И так, основными элементами природного потенциала туризма являются те или иные доминирующие природные комплексы территорий в двух уровнях: универсальные и местные.

Для территории Нижегородской области, расположенной на Русской равнине, в условиях умеренного климата, в двух ландшафтных зонах (шести подзонах) соотношение универсальных и местных природных факторов может складываться из современных показателей и исторических траекторий формирования природных комплексов, представленных сохраненными природными комплексами прошедших эпох. Именно они и являются особо ценными природными туристско-рекреационными комплексами территории, а не вторичные или восстановленные, антропогенные.

Разнообразие и богатство территория Нижегородской области расположенной в двух ландшафтных зонах: таежной и степной, представлено шестью растительными подзонами: еловых лесов, пихтово-еловых лесов, сосновых лесов, широколиственных лесов, хвойно-широколиственных лесов, степями. На территории области сохранилось некоторое количество участков широколиственных лесов и раменей доледниковых и межледниковых периодов: они эстетичны и привлекательны для туризма.

В Нижегородской области произрастают около 1300 видов высших сосудистых растений, причем полные списки видов низших сосудистых растений, лишайников и грибов еще не созданы. В Красную книгу области занесено: 2 вида водорослей, 34 вида грибов, 11 видов лишайников и 176 видов высших сосудистых растений. Большое количество лекарственных и масличных растений, способных своими свойствами удовлетворять разнообразные (физиологические, познавательные, потребительские, эстетические) потребности туристов, практически, в течение всего теплого периода года.

Основные климатические сезоны года области (инсоляция, температуры воздуха, средние скорости ветра, относительная влажность, осадки и облачность) находятся в пределах физиологических норм человека и в активном туризме и рекреации классифицируются как комфортные. Частичное исключение составляют переходные сезоны года (осенне-зимний и весенний), когда практически все элементы климата характеризуются раздражающими и дискомфортными показателями, однако не исключающими активные виды туризма с использованием специальной экипировки и снаряжения. Эти периоды весьма различны по продолжительности и абсолютным показателям.

Рельеф территории области делится руслом реки Волги на две различные части. Южная половина территории (правобережье) характеризуется как равнинная возвышенная, холмистая, увалистая, изрезанная оврагами и балками, с многочисленными карстовыми провалами и пещерами (Ичалковский бор). Водоразделы сформированы как относительно плоские возвышенности и холмы (видовые точки), т.е. имеет высокое разнообразие и изрезанность. Данная территория весьма пригодна по морфометрическим показателям для многочисленных видов активного туризма, причем во все сезоны года.

Северная же половина (левобережье) территории – низменная равнина, сложенная водно-ледниковыми формами, с останцами моренных холмов и речными террасами от древних и современных рек. Моренные останцы служат видовыми точками и весьма эффектно выглядят в равнинном рельефе. Территория залесена, от 30 до более чем 50% южно-таежными видами и значительно заболочена. Пригодна для активного туризма в течение всего года, но в настоящее время используется преимущественно летом, позволяет удовлетворять физиологические, познавательные, потребительские, эстетические потребности туриста.

Реки территории области насчитывают более 9000 рек и ручьев с общей протяженностью 32426 км. Из общего числа водотоков области лишь 541 имеют длину от 10 до 500 км, 27 рек длину от 51 до 100 км и 16 рек – более 100 км. Средняя густота речной сети территории составляет 0,43 км/кмI, что считается достаточно высокой.

Дно практически всех средних и крупных рек территории области преимущественно песчаное на отдельных перекатах песчано-глинистое. Русловые берега обычно высотой 1-5 м, часто обрывистые (преимущественно правые), включая и высокий (40-60 м) правый берег Волги, покрытый многочисленными телами оползней.

В целом, для равнинных участков территории характерны широкие хорошо разработанные русла рек, а наличие хорошо развитых пойм свидетельствует о широком развитии процесса меандрирования равнинных рек. Как правило, внутренние берега меандр песчаные с обширными пляжными зонами, на участках среднего и нижнего течений всех средних и крупных рек.

Химический состав воды рек территории характеризуются преимущественно низкой минерализацией и значительным содержанием органических осадков, т.к. реки текут по территории сложенной значительными толщами осадочных пород и высокой заболоченностью. Исключение составляет химический состав рек юга области (Теша, Сержа, Пъяна), которые текут по карстовым районам и соответственно, обладают повышенной минерализацией и особым режимом стока.

На рассматриваемой территории имеется огромное количество водоемов, около 10000, включая 39 в г. Нижнем Новгороде, большая часть из них расположена на северной низинной половине территории. В целом на территории Нижегородской области наибольшее количество водоемов (97%) малые со средней площадью зеркала около 0,4 кмI.

По происхождению водоемы Нижегородской области делятся на несколько групп: карстовые (провальные), дюнные и ледниковые, пойменные, искусственные.

Карстовые озера имеют округлую форму поверхности, воронкообразную чашу с глубинами, достигающими порядка 10 иногда 25 м. Берега таких озер часто, заросшие древесно-кустарниковой и луговой растительностью (с участием редких и эндемичных видов), иногда (в устьях рек и ручьев, впадающих в озера) заболочены. На крупных озерах имеются песчаные участки пляжной зоны, весьма привлекательные для активного отдыха. Воды таких прозрачные (чистые) и высоко минерализованы. Для большинства карстовых озер характерна чрезвычайно сильная изменчивость объема водной массы и уровня. Например, озеро Вадское питается мощными восходящими из карстовых источников подземных провалов водами, из которых интенсивно вырывается подземная вода, в безветренную погоду создающая на поверхности озера видимую рябь. Если рассматривать провал с лодки, особенно в ясный день, то открывается фантастическая картина. Сквозь прозрачную воду видны стенки воронки, сложенные известняками и водорослями бело-голубого и зеленовато-серого цвета.

Пойменный тип озер, это остатки старых русел рек. Такие озера мелководные, имеют вытянутые, часто извилистые формы и расположены цепочками вдоль старого русла реки или параллельно друг другу. Котловины таких озер заполнены илами (часто до 90%), берега заболочены и покрыты густой кустарниковой растительностью.

Формирование некоторой части озер связано с деятельностью ледниковых вод и ветра (дюнные и ледниковые). Такие озера занимают ложбины и углубления, выработанные подледниковыми потоками перигляциальной зоны древних оледенений. Они часто представляют собой цепочки водоемов плоских водоразделов и речной сети, заполнены илистыми отложениями, зарастают по берегам, переходят в болота. Глубины этих озер имеют значительную амплитуду колебания: от первых метров до десятка метров.

Наиболее крупное антропогенное озеро – Горьковское водохранилище, является одним из каскада волжских ГЭС, выполняет функции крупной региональной зоны отдыха

и туризма, обладает высоким туристским потенциалом развития всех активных видов туризма с использованием воды, у воды и зимних видов и позволяет удовлетворять весь спектр туристско-рекреационных потребностей человека.

К настоящему времени на территории области 54 озера по различным показателям объявлены памятниками природы регионального и федерального уровней.

Активный туризм весьма эластичен к набору рекреационных свойств природных территорий, их иерархии, а также формам проявления. Однако, активный туризм весьма требователен к состоянию самих природных комплексов – наилучшими считаются естественные (или слабо измененные) природные комплексы с определенным и высоким набором местных (локальных) характеристик, определенных общими и региональными условиями их возникновения и развития.

Пприродный потенциал любой территории для развития активных видов туризма может описываться такими интегральными показателями как степенью освоенности территории комплексом производственных отраслей хозяйства, в определенной доле структурой производственного комплекса и степенью сохранности естественных природных участков (мест) потенциально пригодных для туризма вообще и активного в частности.

Территория Нижегородской области по показателю освоенности и структуре производственного комплекса неоднородна. Северная, низменная таежная часть освоена преимущественно очаговым сельским хозяйством (мясомолочным, очаговым зерноводством и растениеводством), характеризуется относительно высокой лесистостью (от 36 до более 51%), густой сетью ООПТ и реликтовых участков широколиственных лесов. Южная, возвышенная часть территории имеет более высокое разнообразие освоенности сельским хозяйством (зерновое растениеводство, пригородное овощеводство, молочно-мясное скотоводство) и разнообразными отраслями промышленности характеризуется значительным колебанием лесистости от 9% по центральным и южным районам до более 51 % по западным районам. На данной территории имеется большое количество ООПТ и участков реликтовых широколиственных и хвойных лесов.

Таким образом, вся территория области располагает густой сетью ООПТ различного статуса, включая водные объекты, участков реликтовых широколиственных рощ и хвойных боров с относительно высокой степенью сохранности, четко выраженной сезонностью хода климатических показателей, относительно высоким разнообразием форм рельефа и их генетических типов и соответственно обладает высоким туристско-рекреационным потенциалом активного туризма.

ПРОСТРАНСТВЕННОЕ РАЗВИТИЕ ТУРИЗМА В ПЕРМСКОМ КРАЕ

Зырянов А.И., Мышлявцева С.Э., Вопилова Е.С., Расковалов В.П., Щепеткова И.О., *кафедра туризма географического факультета Пермского государственного университета, turizm@psu.ru*

Разработка программ развития туризма в регионах РФ, как правило, предполагает некую стадийность в реализации. На примере Пермского края авторы старались раскрыть основания, позволяющие определить последовательность вовлечения в туристско-рекреационные проекты одних территорий региона за другими. Приоритетность туристского развития тех или иных местностей вытекает из различий в туристском ресурсном потенциале, из особенностей туристского каркаса региона, и влияния фактора доступности краевого центра. Эти предпосылки легли в основу географического зонирования Пермского края для задачи определения приоритетности туристских проектов.

Комплексная оценка ресурсного туристского потенциала территории – сложная задача, не имеющая общепризнанной методики. Кафедрой туризма Пермского государственного университета разработано несколько различных подходов к количественной оценке ресурсного туристского потенциала и проведены расчеты по территориям муниципальных образований.

Методика нормативно-сравнительной балльной оценки туристского потенциала низовых административных районов Ю.А. Худеньких [1] направлена на выявление степени привлекательности отдельных территорий для организации комплексной туристской деятельности в наиболее массовых ее проявлениях, т.е. «туризма вообще». Оценка проведена с точки зрения организаторов туристской деятельности, ориентированных на удовлетворение потребностей абстрактного российского туриста, проживающего за пределами Пермского края.

Оценка туристского потенциала методом факторного анализа, предложена Расковаловым В.П. [2]. С применением этой методики был оценен туристский потенциал для природно-ориентированного туризма. Комплексный потенциал территории складывается из четырёх неравнозначных частей (блоков): природный, историко-культурный, транспортный потенциалы и комплекс факторов природной среды, ограничивающих развитие туризма.

С помощью методики бальной оценки туристский потенциал был рассчитан Вопиловой Е.С.[3]. В предлагаемой методике оценки туристского потенциала районов Пермской края использовался интегральный показатель, представляющий собой суммарную оценку комплекса факторов оказывающих влияние на туристский спрос. При этом учитывались природные и социально-экономические факторы, а также такой показатель как насыщенность территории туристскими объектами. Насыщенность территорий природными, культурно-историческими и иными туристскими объектами оценивалась путем анализа текстовых источников.

Расчеты туристского потенциала края, проведенные Ю.А. Худеньких, Е.С. Вопиловой, В.П. Расковаловым различаются по задачам, методике сбора и обработке информации, имеют относительные расхождения по результатам. При сведении трех рядов результатов и экспертном анализе проведено ранжирование территорий Пермского края и выделены шесть категорий с разной величиной туристско-рекреационного потенциала. На рис 1. представлены итоговые результаты оценки туристского потенциала по муниципальным образованиям края.

В первую категорию объединены территории с высоким потенциалом для развития туризма. Это Пермь, Чердынский район, Соликамск и Соликамский район, Усольский район и Березники, Кунгур и Кунгурский район, Красновишерский и Пермский районы. На первый взгляд это очень различные по географическому положению и экономическому развитию города и районы.

Однако отметим, что это территории с наиболее высокими значениями ландшафтного и природно-ресурсного разнообразия. Это территории, где последовательно на протяжении истории освоения и хозяйственного развития края располагались его социально-экономические центры – своеобразные столицы. Район Чердыни, был управляющим центром пермских территорий предположительно с XI по XVI в., район Соликамска и Усолья, главенствовал в XVII в., район Кунгура, управлявшего в XVIII в. и, наконец, район Перми – административного центра Пермской губернии с конца XVIII в. Эти четыре ареала обладают наивысшими значениями ландшафтного и гидрографического разнообразия, выдающимися культурно-историческими и социально-экономическими достоинствами как столичные территории разных исторических периодов.

Изучая пути развития туристско-рекреационной сферы региона необходимо учитывать абстрактные модели региональной организации туризма. Рассматривая модель

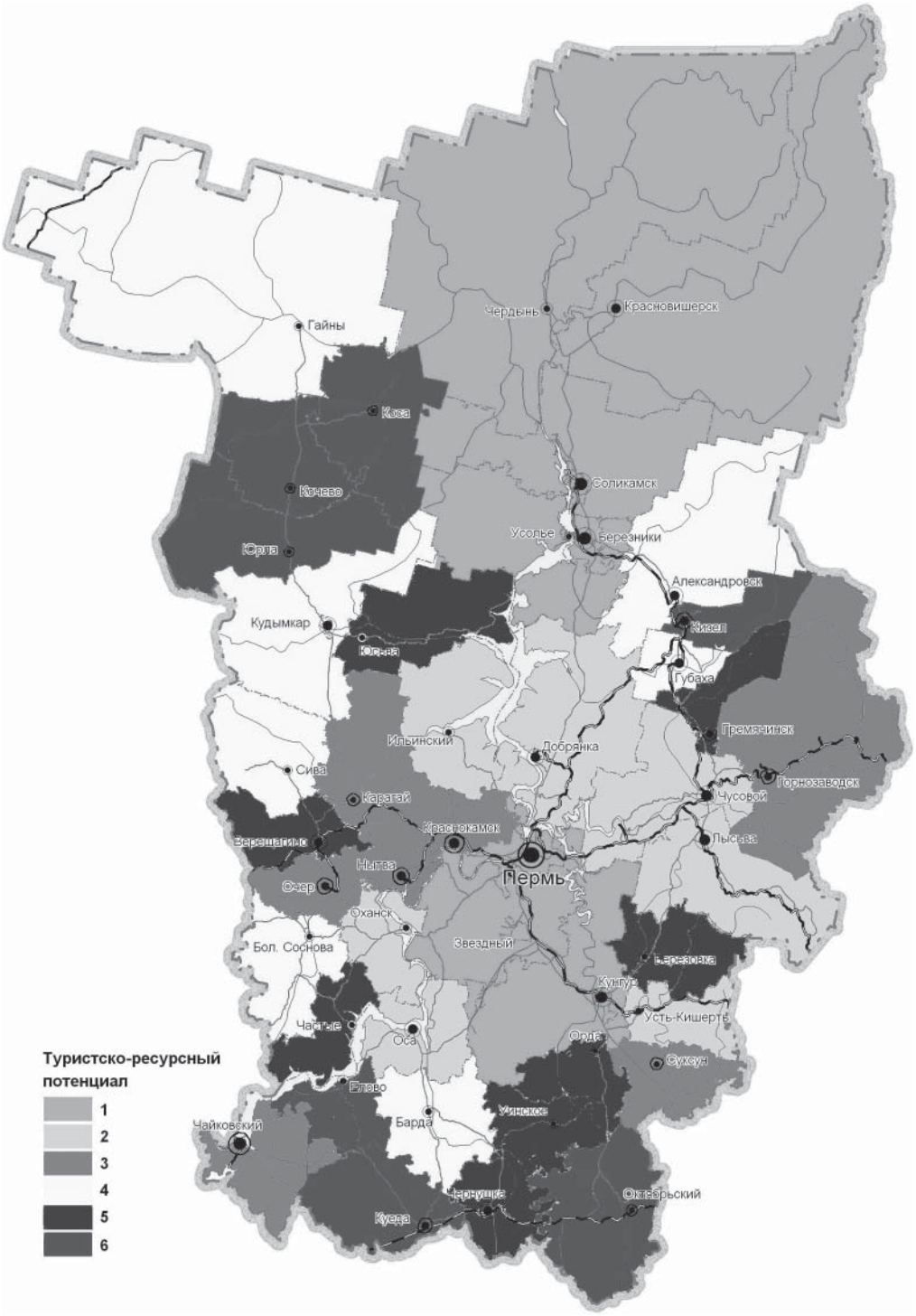


Рис.1. Туристский потенциал муниципальных районов Пермского края
1 – высокий потенциал, 2 – относительно высокий, 3 – повышенный, 4 – средний, 5 – пониженный, 6 – низкий

гипотетического региона можно выделить ареалы и зоны, которые будут выполнять туристские и рекреационные функции, и занимать определенное место в регионе. Эта схема отражает пространственную структуру региона в обобщенном плане без привязки к конкретному географическому месту. На ней показаны ландшафтные рубежи контрастности, сеть городских поселений, транспортные пути, центральные и маргинальные территории, туристские зоны и функциональные концентры региона [4].

На схеме выделена пригородная туристская зона. Это зона предместий регионального центра. Показано кольцо основных городов, окружающих региональный центр. Часто в туристской практике это кольцо городов, разных по историчности и производственному профилю, в совокупности или по большей части воспринимается как цельный маршрут, как «серебряное кольцо», ожерелье достопримечательностей, отражающий провинциальную культурную среду региона. Третья зона периферийная, занимает дальние окраины региона, Ее следует рассматривать как зону развития, зону региональных перспектив.

В Пермском крае в соответствии с описанной моделью выделяются следующие туристские зоны, сменяющие друг друга от центра к периферии: региональный центр (Пермь), окружение регионального центра, ближняя маргинальная зона, зона вторых центров и сельских территорий между ними – "Серебряное кольцо", транзитная периферия – немаргинальная окраина, дальние окраины – маргинальные территории [5].

Идеи и технология разработки программы развития туризма в Пермском крае должна опираться на географические и отраслевые основания. Помимо учета ресурсного туристского потенциала и понимания особенностей функционального зонирования необходимо опираться на существующий туристский каркас. В чем его общие и региональные особенности?

Туризм технологически специфичен. В отличие от многих других видов деятельности, туризм – это процесс, это маршруты. Поэтому следует зафиксировать, оценить основные туристские процессы, маршруты в крае, выделить пункты и зоны, куда направляются современные туристские потоки. В регионе в настоящее время можно выделить пять туристских зон (Пермская центральная, Кунгурская, Усьвинско-Чусовская, Соликамско-Березниковская, Чердынско-Вишерская) и более десятка туристских пунктов, расположенных отдельно от зон. Это города или районные центры (Губаха, Ильинский, Очер, Кудымкар, Чайковский, Оханск, Оса, Чермоз), а также села и небольшие поселения (Завод Михайловский, Ашатли, Пармайлово). Некоторые туристские пункты находятся в пределах туристских зон (Ныроб, Суксун, Кучино, Хохловка, Усь-Качка). В зонах выделяются города – центры зон, являющиеся узлами туристских маршрутов (Пермь, Кунгур, Чусовой, Березники и Соликамск, Чердынь и Красновишерск).

Пермь является особым центром. Главная роль, наибольшая величина, геометрически центральное расположение в регионе – факторы, определяющие узловое значение города в туристских процессах края. Туристские маршруты по большей части начинаются и завершаются в краевом центре. Формируя туристскую планировочную геометрию края, следует развивать преимущественно кольцевую форму маршрутов из Перми и других узловых городов края.

Пытаясь наметить главную приоритетную туристскую трассу региона, следует исходить не только из сложившихся туристских зон и пунктов, не только из существующей транспортной сети, но и из основных базовых географических особенностей Пермского края, а именно необходимо ориентироваться и на следующие факторы: главные ландшафтные рубежи контрастности и бассейновость региона.

Если говорить о главной «географической привязке» региона, то Пермского край исторически сформировался в том месте, и вокруг того места, где судоходная и полноводная Кама коснулась горного Урала. Поэтому основное кольцо туристского маршрутного каркаса должно строиться на основе двух ландшафтных рубежей и того участка Камы, который ближе всего находится к Уральским горам. Желательно, чтобы кольцо включало и равнинную, предуральскую и горные местности края. Оно должно охватывать наибольшее количество сформировавшихся туристских зон центров и пунктов и учитывать ключевую роль Перми в регионе. Кроме того, кольцо должно включать по возможности наибольшее число городов «серебряного кольца».

Этот подход к формированию программы развития туризма в Пермском крае с позиции каркаса условно можно назвать пространственным или ресурсным. Несмотря на комплексность и географичность данного подхода он в интересах эффективности туристской отрасли должен быть дополнен вторым подходом, который выражал бы интересы туриста, потребителя услуг, отражал бы экономический и маркетинговый аспекты задачи. Этот второй подход связан с анализом транспортной доступности от потребителя до туристских объектов. Его можно условно именовать маркетинговым или временным. Хотя география потребителя многополярна, основной вопрос состоит в том, как туристские объекты региона удалены от Перми (рис.2).

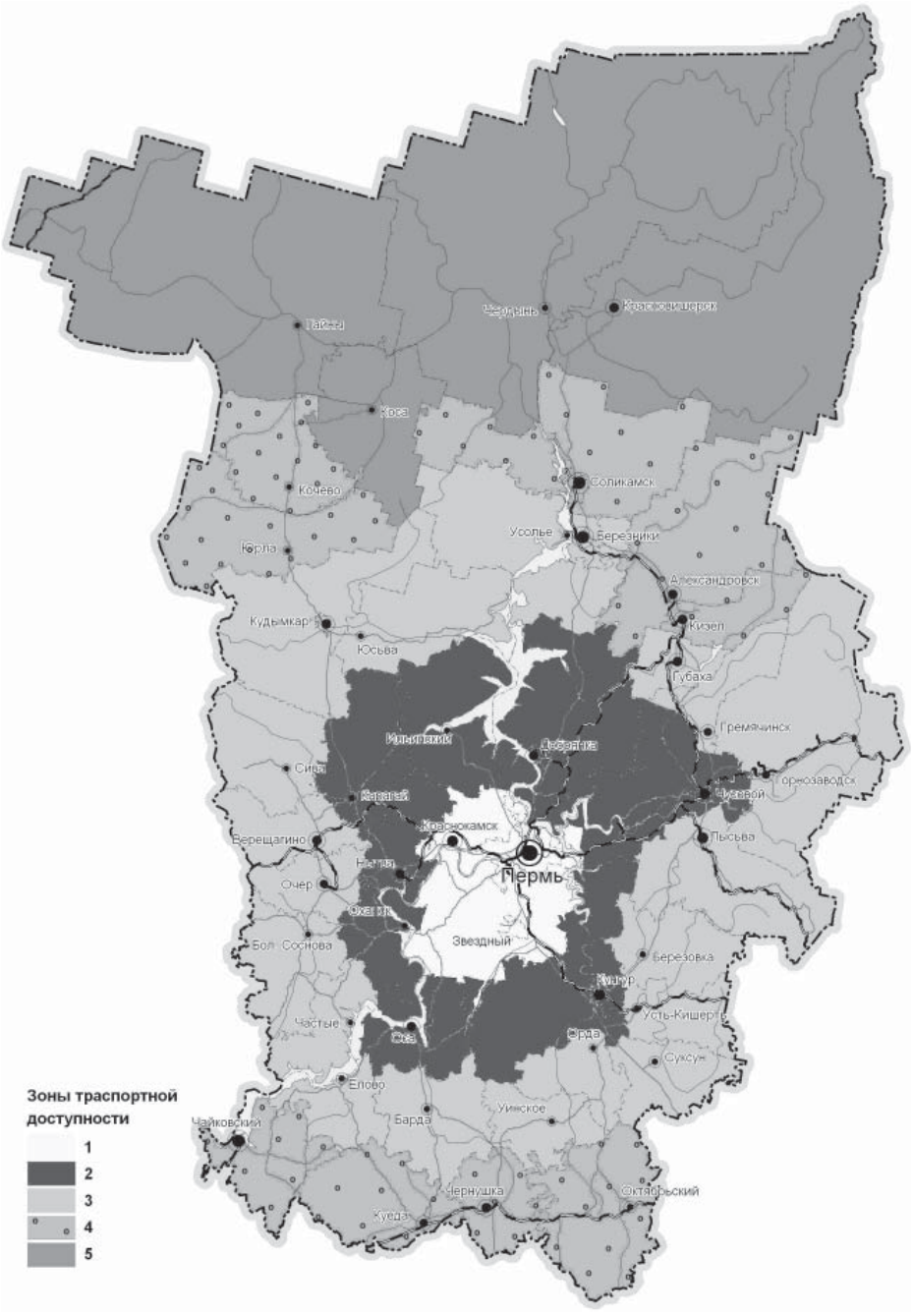


Рис. 2. Зоны транспортной доступности Перми
1 – высокая, 2- относительно высокая, 3 – средняя, 4 – пониженная, 5 – низкая

Необходимо отследить доступность по затратам времени. Например, получасовую, часовую, полуторачасовую и двух часовую. В такой последовательности убывает приоритетность включения в Программу тех или иных мест. По-видимому, двух-часовая доступность туристских объектов от центра города Перми будет на первом этапе реализации Программы сильно ограничивающим фактором туристского роста и явится, за редким исключением, крайней границей территории, которая может быть включена в первый этап Программы, в первое Кольцо.

Доступность от вторых центров с населением более 100 тыс. человек (Березники), возможно, следует ограничивать часовой или даже сорока-пяти минутной изохроной, а меньших по размерам (Чайковский) – получасовой. В этой связи в первом кольце именно Кизел оказывается на пределе или за пределами критерия удаленности от Перми и других городов. И это еще раз подтверждает факт сложной ситуации в плане социально-экономического развития города и путей ее разрешения. Кизел может быть включен в Программу в виде элемента основного кольца в настоящее время в виде исключения, как наиболее депрессивная пермская территория, нуждающаяся во всестороннем развитии. Надо понимать, что предельная удаленность Кизела от Перми требует особого подхода к этому городу, особых туристских проектов [6].

Принимая во внимание особую роль Перми в территориальной организации туризма региона, учитывая особую значимость фактора удаленности для развития туристкой отрасли, следует осуществить зонирование территории Пермского края по транспортной удаленности от краевого центра. При этом удаленность определяется по автодорогам с учетом других видов пассажирского транспорта, в основном железнодорожного. На территории края выделяются пять зон доступности.

Приоритетность туристского развития тех или иных местностей вытекает из дифференциации туристского ресурсного потенциала Пермского края, особенностей туристского каркаса региона и действия фактора доступности краевого центра. Указанные ресурсные, инфраструктурные, технологические и пространственные предпосылки легли в основу географического зонирования для задачи определения приоритетности туристских проектов (рис. 3).

Зоны определяют очередность туристских проектов. Зонирование показывает своеобразные этапы или стадии перспективного развития туристской отрасли в регионе от территории к территории.

Положение территории в составе той или иной зоны может служить одним из критериев оценки туристско-рекреационного проекта.

В **зону 1** входят местности, включенные в Камско-Уральское туристское кольцо, а также территории высокой транспортной доступности краевого центра. В эту зону включены: Пермь, Пермский район, Краснокамский район. Также отдельные населенные пункты и окружающие их территории Ильинского района (д. Чуманы, с. Васильевское, с. Филатово, с. Слудка, д. Посер пос. Ильинский, с. Сретенское, с. Дмитриевское, г. Чермоз). Территории Юсьвинского района – с. Пожва, с. Майкор, Кама; Усольского района – Орел, д. Пыскор, Усолье; г. Соликамск, г. Березники. Территории Добрянского района – с. Полазна, г. Добрянка; территории Александровского района – с. Всеволодо-Вильва, г. Александровск; г. Кизел, Губаха, территории Гремячинского района – пос. Усьва; Чусовского района – Чусовой, Кучино, Успенка, Верхне-Чусовские городки; г. Лысьва, населенные пункты Горнозаводского района – Горнозаводск, пос. Пашия, пос. Кусье-Александровский; Березовского района – Березовка; г. Кунгур, Кунгурского района – Белая Гора, Калинино; Кишертского района – Усть-Кишерть, с. Посад д. Красный Яр; Суксунского района – Суксун, с.Ключи.

Кроме того, в зону первой очереди включены побережья Камского водохранилища, а так же участки рек: Усьва (от пос.Усьва до города Чусовой), Койва (от пос. Кусье Алек-

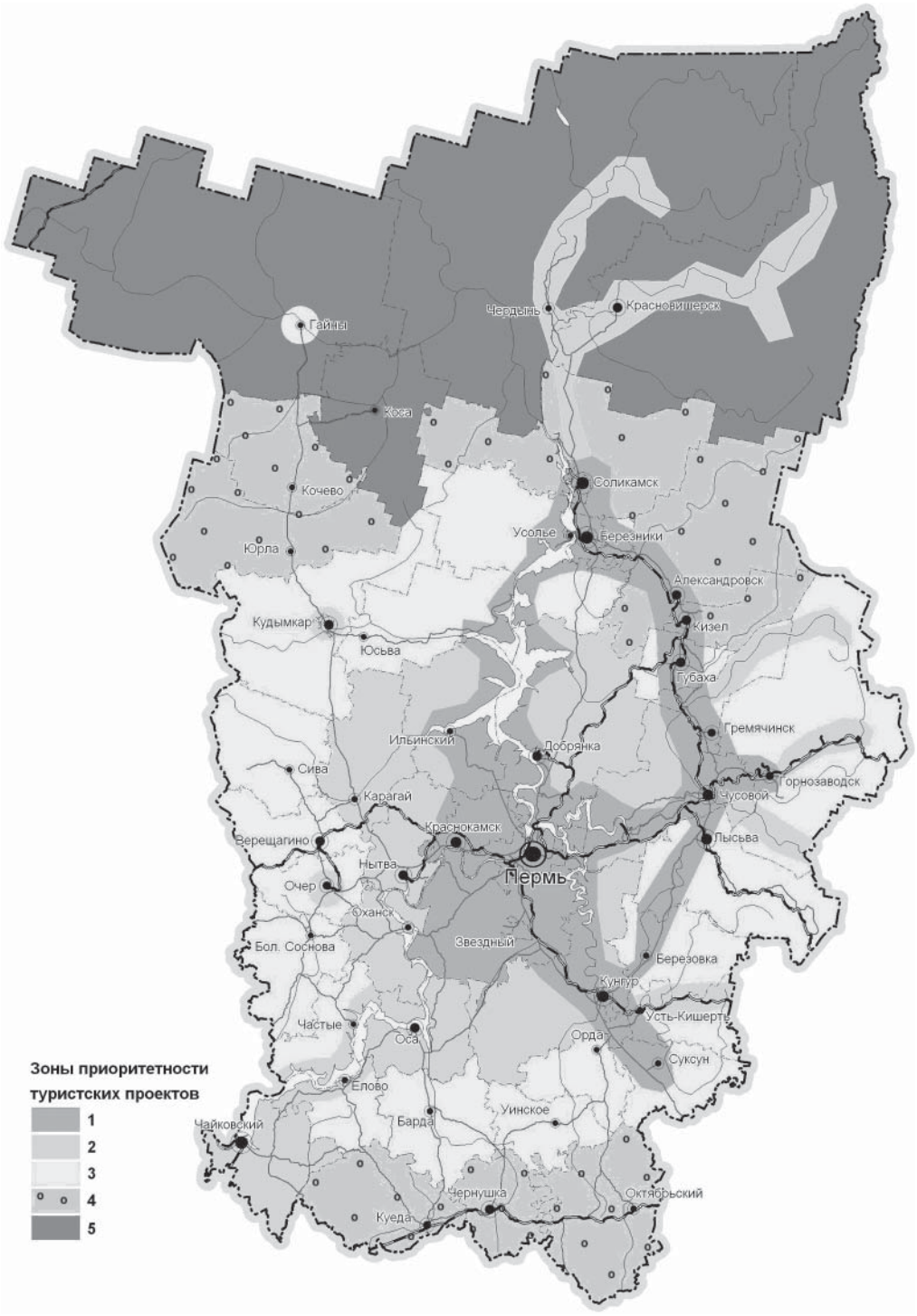


Рис. 3. Приоритетность туристских проектов

сандровский до д. Усть Койва), Чусовая (от д. Усть Койва до г. Чусовой), Сылва от устья р. Иргина до места впадения в Чусовую). В эту зону входят транспортные пути, соединяющие города кольца, например, автодороги Березники – Пермь, Чусовой – Пермь, железная дорога Чусовой – Пермь, а также примагистральные территории.

Зона 2 охватывает районы второго транспортного кольца, а также территории, выделяющиеся ресурсным туристским потенциалом. Сюда включаются местности по берегам Воткинского водохранилища, Чайковский район, Очер, Павловский, Кудымкар,

Чердынь и населенные пункты Чердынского района: Покча, Вильгорт, Ныроб, территории по рекам Колва и Березовая), Красновишерск и местности (по р. Вишера вверх до 71 квартала, и реке Улс, горные территории района к югу от заповедника Вишерский) территории Гремячинска и Горнозаводского района (участок р. Усьва от д Средняя Усьвы до пос. Усьва, участок р. Койва от Теплой горы до Кусье-Александровского), Лысьвенского района (по р.Чусовая от пос.Кын до д.Усть-Койва, Кишертского и Суксунского районов (р. Сылва до устья Иргины).

Зона 3 включает территории районов третьего транспортного кольца, а также местности и населенные пункты в более удаленных зонах, но с весомым туристским потенциалом (Гайны, долина р. Кама в Гайнском и Косинском районах, д. Монастырь).

Зона 4. охватывает территории районов четвертого транспортного кольца.

Зона 5. включает окраинные территории районов пятого транспортного кольца.

Осуществленное зонирование определяет своеобразные этапы перспективного развития туристской отрасли в регионе. Намеченные зоны определяют очередность предполагаемых туристских проектов. Таким образом, при равнозначных по эффективности и целесообразности проектах предпочтение должно быть отдано тому проекту, который располагается в более приоритетной зоне. Выиграть может проект, локализующийся в непервоочередной зоне, только в том случае если его социально-экономическая значимость намного превышает остальные проекты.

Литература

1. Худеньких Ю.А. Пермский туризм: территориальная организация и региональное развитие. Перм. ун-т. – Пермь, 2006, 191 с.

2. Расковалов В.П. Структура оценки потенциала развития природно-ориентированного туризма в Пермском крае // География и туризм: Сб. науч.тр. Перм. Ун-т. Пермь, 2008 (в печати).

3. Вопилова Е.С. Туристский потенциал Пермской области Пермь, 2007. На правах рукописи.

4. Зырянов А.И. Регион: пространственные отношения природы и общества // Перм. ун-т. – Пермь, 2006 – 372 с.

5. Зырянов А.И. Туристская география Пермского края: Учеб. пособие. Перм. ун-т. – Пермь, 2005. – 128 с.

6. Мышлявцева С.Э. Активный туризм в регионах Урала (маршрутный принцип территориальной организации) Пермь, 2007. На правах рукописи.

СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ СПОРТИВНОГО ТУРИЗМА В ТВЕРСКОЙ ОБЛАСТИ

Поляница Н.В., *Конаковский филиал РМАТ, p31101@yandex.ru*

Тверская область – это идеальная туристско-рекреационная зона, которая обладает уникальными природными рекреационными ресурсами, создающими предпосылки для развития спортивного туризма, а также для организации экстремальных видов спорта и туризма.

В широком смысле под понятием «спортивный туризм» понимается разнообразное удовлетворение потребности населения в непосредственном восприятии родного края, своей страны, а также культурное, нравственное, патриотическое и гражданское воспитание широких слоев населения, в первую очередь молодежи.

В Тверской области функционирует система профессионального образования по туристским специальностям. Подготовку квалифицированных кадров для туристской индустрии ведут 12 учебных заведений области: из них 5 средних специальных учебных заведений и 7 высших учебных заведений, в которых ведется работа, как по обучению

молодых специалистов, так и по переподготовке кадров, осуществляющих деятельность в сфере туризма. Поток туристов в Тверскую область с каждым годом увеличивается, так общее количество туристов, посетивших Тверскую область в 2007 году, составляло 2100,0 тысяч человек, на 18 % больше чем в 2006 году, из них иностранных туристов в 2007 году составляло 45 тысяч человек, на 44 % больше чем в 2006 году. Основную массу туристов посетивших Тверскую область составляют граждане России, что позволяет говорить как о росте интереса у граждан России к внутреннему туризму, так и о росте интереса к Тверской области.

Туризм стал одним из приоритетных направлений развития Тверской области. Согласно областной целевой программе «Развитие туризма в Тверской области на 2008 год» (1), основными направлениями деятельности, ориентируемые на привлечение туристов в регион, являются: дополнительное издание рекламно-информационных материалов; участие в выставках, проведение презентаций, рекламных туров; создание условий для привлечения инвестиций в индустрию туризма; развитие инфраструктуры; разработка новых туристских продуктов, реализация, которых направлена на привлечение инвестиций в инфраструктуру туризма; организация проведения научных и консалтинговых работ по определению перспектив развития туристских зон в Фировском и Спировском районах Тверской области; анализ состояния и подготовка предложений по направлениям развития туризма; проведение комплекса мероприятий по осуществлению семи проектов развития туристских зон:

– «Пушкинское кольцо» (Калининский, Старицкий, Торжокский районы);
– «Московское море» (Калининский, Конаковский районы);
– «Русская Венеция» (Вышневолоцкий район);
– «Селигер» (Осташковский, Пеновский, Селижаровский районы);
– «Жемчужное ожерелье» (Кимрский, Кашинский, Калязинский районы);
– «Западное направление» (Ржевский, Нелидовский, Андреапольский районы);
– «Карельская тропа» (Лихославльский, Спировский, Максатихинский районы).

Кроме того, в программу входит осуществление деятельности по подготовке специалистов по туристским специальностям, проведение семинаров и конференций для руководителей туристских организаций. Однако программой не предусмотрено, проведение семинаров и конференций в области спортивного туризма.

Спортивный туризм в Тверской области сегодня претерпевает существенные изменения, как впрочем, и по всей России: это нехватка или отсутствие туристского снаряжения и квалифицированных кадров; появление новых экстремальных видов отдыха; открытие новых массовых туристских районов; увеличение туристских потоков; отсутствие единой системы подготовки туристских кадров, в результате чего обучающиеся инструктора и организаторы туризма на третьем этапе программы обучения не могут пройти обязательную стажировку; отсутствие программы развития спортивного туризма в регионе.

В настоящее время в Тверской области развиваются пешеходный, спелео-, водный, автомото- и парусные виды туризма. В наиболее благоприятные рекреационные зоны Тверской области входит озеро Селигер, которое находится под эгидой Туристско-спортивного союза России и считается эффективным регионом для проведения спортивных походов Министерства образования России и Федерацией спортивно-детского туризма. Второе место после озера Селигер занимают реки Волга и Тверца.

Спортивный туризм в Тверском регионе с 1992 года считался неорганизованным из-за тяжелых экономических ситуаций в стране, из-за нехватки кадров, закрытия многих школ, клубов, секций. За период с 2005 года по сегодняшний день в целях развития и обеспечения безопасности походов проведены следующие мероприятия: восстановлена работа федерации спортивно-оздоровительного туризма, создана и действует Тверская

ассоциация туризма. Появились новые туристские маршруты и услуги. Ежегодно проводятся 25-30 областных спортивно-массовых мероприятий: чемпионаты, первенства, фестивали, туристские слеты, туристские праздники, спортивно-патриотические игры (наиболее значимые из них проводятся на территории Конаковского района).

Существуют еще ряд проблем – это, во-первых, осуществление деятельности маршрутно-квалификационной комиссии (МКК) в г. Твери. Сегодня МКК «числится» только на бумаге и фактически за период с 2005-2008 год было зарегистрировано 1-2 туристских категорийных маршрутов. Начинающим и опытным туристам приходится ходить в походы незарегистрированными. Однако в 2009 году в Торжокском районе планируется создание МКК, это частично решит вышеуказанную проблему. Во-вторых, существующие водные маршруты по территории Тверской области были разработаны в советское время и требуют корректировки, а с появлением новых туристских районов требуется разработка новых маршрутов.

Одним из выгодных районов для развития спортивного, а также экстремального туризма в Тверской области является Конаковский район. Конаковский район находится вблизи крупных городов, как Москва, Тверь, Санкт-Петербург, имеет живописные места и наличие значительного количества водных объектов (Иваньковское водохранилище, Великие озера, множество речек, заливов и плёсов), вызывает постоянный рост потока отдыхающих и туристов, особенно в летний период. Поэтому с учетом необходимости организации отдыха местного населения и приезжих туристов в значительной мере спрос на рекреационные ресурсы возрастает. По результатам отчетности 2007 года поток туристов, посетивших Конаковский район, составляет 150 тысяч человек, однако в три раза больше туристов посещают район неорганизованно или самостоятельно.

Благоприятное положение района позволяет организовывать пешеходные, конные, водные, велосипедные маршруты, а также комбинированные маршруты, которые в последнее время пользуются большой популярностью, заниматься как зимними, так и летними видами отдыха. Однако разработка семейных прогулочных маршрутов, походов выходного дня, учебных и низкокатегорийных трасс обуславливает целесообразность проведения научных исследований по природно-ресурсному потенциалу района и подготовки кадров для этой области туризма.

В последние 4–5 года в Конаковском районе Тверской области помимо традиционных видов отдыха, включаются элементы экстремальности, появляются новые для этого региона виды экстремально туризма. Весьма популярными видами экстремального спорта в районе являются мотодельтапланеризм, парапланеризм, кайтинг, парашютный спорт, парусный спорт. Комитетом по туризму, курортам и международным связям Тверской области совместно с Администрацией Конаковского района планируется ежемесячно проводить различные массовые спортивно-туристские мероприятия российского масштаба.

Так, на территории района традиционно проводятся масштабные туристские мероприятия: фестиваль экстремальных видов спорта «Московское море», Всероссийский турнир по мотокроссу на призы А.Е. Лебедева, Верхневолжская парусная регата, Кубок Завидово по конкуру, турнир по ездовому спорту, Чемпионат и Первенство Тверской области по водному спорту, соревнования, командное ралли «Волга-Московское море». В 2008 году в г. Конаково впервые пройдет II этап розыгрыша Кубка России по водно-моторному спорту в классе «Аквабайк».

Конаковским филиалом Российской международной академией туризма в настоящее время разрабатывается программа «Хождение по трем плесам», в которую входит сеть некатегорийных и категорийных маршрутов по территории Конаковского района, которые будут предложены различным категориям туристов. Суть программы заключается в

том, что она состоит из трех организационных этапах и на каждом этапе решает разные задачи:

1 этап – разработка маршрутов и возможность их использования в туристском лагере;

2 этап – оценка и апробирование водных и велосипедных маршрутов в туристском лагере;

3 этап – внедрение водных и велосипедных маршрутов как туристскую услугу на рынок (для развития внутреннего и въездного туризма).

Нами представлены результаты 1 этапа программы «Хождение по трем плёсам».

Объектом исследования 1 этапа данной программы являются природные ресурсы Конаковского района Тверской области.

Предметом исследования 1 этапа программы является возможность использования ресурсов Конаковского района Тверской области для развития спортивно-оздоровительного туризма.

Цели и задачи программы:

1. Изучение территории Конаковского района Тверской области для организации туристского лагеря.

2. Раскрыть основные элементы разработанной программы и содержания деятельности лагеря.

3. Разработка некатегорийных и категорийных водных и велосипедных маршрутов на территории Конаковского района Тверской области.

Программа включает 3 категории участия:

1 категория: «Юный эколог». Эта категория предполагает участие школьников 5–6 классов. Количество участников маршрута составляет от 15–20 человек. Программа «юный эколог» рассчитана на 1 день туристско-оздоровительного похода (пешего, водного или велосипедного). Проводится в форме похода выходного дня (однодневный поход), то есть начальный, доступный для всех желающих. Участникам не обязательно обладать какими-либо специальными знаниями и навыками. Весь пройденный путь составляет 15 км.

2 категория: «Первооткрыватель». Предусмотрена для обслуживания летних лагерей дневного пребывания, а также для детей, оказавшихся в трудной жизненной ситуации, то есть так называемые «социальные» дети. Эта категория рассчитана для учащихся 7–8 классов (возраст 13–14 лет). Общая продолжительность смены составляет 14 дней. Категория первооткрыватель включает 2 варианта туристско-трудового некатегорийного похода 1–3-й категории степени, доступный подросткам, которые обладают минимальным опытом активных путешествий: 1 вариант – один раз в неделю однодневный поход, протяжностью 10–15 км. 2 вариант – в последние дни 14-дневной смены: 2–3-дневный поход, протяжностью 50–60 км. Лучше всего, если участник похода освоил начальный уровень. Продолжительность похода – 1–3 дней.

3 категория: «Испытатель». Лагерь организован для детей-подростков, занимающихся патриотической деятельностью на базе МУ МЦ «Иволга». Общая продолжительность смены 14 дней. Для нее предусмотрен спортивный поход: 1-й категории сложности, доступный юношам и девушкам в возрасте от 15 до 17 лет. Для этого уровня необходимо, чтобы участник предварительно освоил уровень «юный эколог» или успешно прошел некатегорийные походы 1–3-ей степени сложности. Маршрут многодневного похода – до 8–10 дней.

Всего разработано 8 маршрутов, из них 5 водных и 3 велосипедных, кроме того, имеются запасные варианты маршрутов. Разработанные категорийные и некатегорийные маршруты в зависимости от количества дней имеют протяженность в водном туризме 15–130 км, в велосипедном туризме 50–70 км, так как маленькая территория района не позволяет организовывать велосипедные маршруты 1 категории сложности.

В перспективе апробированные маршруты для организованного тура предлагается разнообразить сбором ягод, грибов, рыболовством, как с берега, так и с воды, купанием туристов, а также дополнить другими активными видами отдыха (баня, конкурсы, викторины, тренинги на командообразование, эстафеты) и закончить ужином в кафе на берегу Иваньковского водохранилища. Предложенные маршруты позволят сделать активный отдых реальным инструментом развития спортивного туризма в Конаковском районе.

В заключении хотелось бы сделать следующие выводы:

1. На сегодняшний день в Тверской области наиболее развиты в плане роста спортивного туризма города Старица, Торжок, Осташков, Тверь.

2. Для районов Тверского региона в зоне спортивного туристского маршрута необходима сеть предприятий и организаций по продвижению туристского продукта и сопутствующих услуг, развлечений, производство и реализация экипировки, снаряжения, справочного материала, сувениров.

3. Необходимо обратить внимание регионального органа управления образования Тверской области на повышение компетентности специалистов в общеобразовательных школах, в секциях туризма, центрах и домах детского творчества, руководителей и преподавателей посредством дополнительной подготовки, переподготовки и повышения квалификации новых и работающих кадров как ведущего звена дополнительного профильного образования, обеспечивающего взаимосвязь образования, практики, науки, укрепления межличностных отношений, развитие районов.

4. Введение специальностей «Менеджмент спортивного туризма», «Туризм и краеведение», «Рекреация и спортивно-оздоровительный туризм, «Менеджмент спортивных мероприятий», «Финансовый менеджмент спортивных мероприятий» в средние специальные учебные заведения и высшие учебные заведения Тверской области могло бы являться одним из основных средств решения проблемы подготовки квалифицированных кадров.

5. Вовлекая население региона в спортивно-оздоровительный туризм, можно решить ряд задач (нравственного, патриотического, физического, эстетического воспитания) и проблем, связанных с занятостью молодежи и населения в целом, профилактикой и оздоровлением, пропагандой к здоровому образу жизни и занятиям туризмом.

6. Для перспективного развития спортивного туризма в районах области рекомендуется: создание перспективной школы подготовки инструкторов детско-юношеского и спортивного туризма для всех видов туризма; открытие секций, клубов в средних специальных и в высших учебных заведениях; разработка целевой программы развития спортивно-оздоровительного туризма в регионе и по районам; разработка спортивных и топографических карт во всех районах области; создание благоприятных экономических условий для занимающихся спортивно-оздоровительным туризмом, выражающихся в поддержке со стороны государства; создание естественных полигонов и площадок для подготовки спортсменов в различных видах туризма.

7. Планирование экологических маршрутов требует их обязательной серьезной научной проработки. При этом следует учитывать как интересы туристов, так и способность участка природы пропустить через себя определенное количество посетителей. Необходима разработка технологии очистки маршрутов от бытовых отходов, появление которых неизбежно.

8. Разработанная программа «Хождение по трем плесам» является обоснованным хорошо продуманным туристским продуктом, но для того чтобы внедрить программу на рынок, необходима апробация и реализация всех маршрутов, коррекционная работа, привлечение инвесторов, финансовых вложений со стороны спонсоров, заинтересованность администрации Конаковского района и других заинтересованных лиц. К тому же,

не менее важным является решение вопросов адекватного медицинского обеспечения в водных и велосипедных маршрутах, обеспечение безопасности туристов, а также подготовка кадров или переподготовка, повышение квалификации существующих кадров для реализации разработанной программы.

Литература

1. Областная целевая программа «развитие туризма в Тверской области на 2008 год. http://www.region.tver.ru

ВЪЕЗДНОЙ ТУРИЗМ В УКРАИНЕ: ВОЗМОЖНОСТИ И РЕАЛИИ

Юрченко С.А., *к.г.н., доцент Харьковский национальный университет имени В.Н. Каразина*
Юрченко Е.Е., *студентка Харьковский национальный университет имени В.Н. Каразина, el-tour@rambler.ru*

Постановка проблемы. В условиях рыночной экономики Украины оценивается современное состояние развития каждой отрасли, определяются наиболее оптимальные пути и методы производства и его перспективы. Эти процессы характерны и для туристской сферы, которая предусматривает оказание различных туристских услуг в виде размещения, питания, транспортного и экскурсионного обслуживания и других услуг с целью получения прибыли и удовлетворения потребностей определённой части населения. Развитие туризма в Украине особенно актуально, т.к. благодаря ему страна может в определённой мере улучшить социально-экономическую ситуацию. На фоне бурного развития туризма закономерно встаёт вопрос о роли Украины на мировом рынке туристских услуг.

Туристской проблематике Украины посвящено большое количество работ. Разные аспекты развития туризма в Украине рассматриваются в работах В.Н. Багрова, А.А. Бейдыка, О.А. Любицевой, В.К. Федорченко, В.И. Цыбуха, Б.П. Яценко и др. Однако многие вопросы остаются не решёнными и требуют дополнительного изучения. Один из них – оценка региональных туристско-рекреационных возможностей Украины для привлечения иностранных туристов. Это определило цель исследования.

Цель статьи – оценка региональных туристско-рекреационных ресурсов Украины в контексте расширения въездного туризма.

Основная часть. До 1991 г. рекреационно-туристское хозяйство функционировало в составе рекреационно-туристского комплекса Советского Союза. Курорты принадлежали государству, а управление туристской сферой проводилось централизованно. После распада СССР туризм в Украине претерпел существенные изменения. Особенно тяжёлым для туризма был период с 1990 по 1993 гг. Отсутствие структур государственного регулирования туризма в Украине способствовало разрушению важных составляющих частей инфраструктуры туризма, системы установившихся связей и туров, оттоку валюты за рубеж. Социально ориентированный внутренний туризм фактически распался. Объём туристской деятельности на внутреннем рынке уменьшился в 4 раза, а количество иностранных туристов, ежегодно посещавших Украину, уменьшилось на 80 % [3, с. 24]. В то же время около 10 млн украинских граждан совершало так называемые «шоп туры» за пределами страны. [5].

С принятием Верховной Радой Закона Украины «О туризме» в 1995 г. начался новый этап в развитии туризма страны. После утверждения в 2002 г. государственной программы «Финансовая поддержка развития туризма в Украине» Гостурадминистрация Украины стала проводить последовательную комплексную рекламно-информационную де-

ятельность на рынке туристских услуг. В результате туризм постепенно стал выходить из кризиса и сегодня рассматривается как одна из наиболее перспективных и ведущих в недалёком будущем отраслей экономики Украины.

Украина имеет все предпосылки для интенсивного развития как внутреннего, так и иностранного туризма: особенности географического положения на перекрёстке транспортных путей в центре Европы, благоприятные природно-климатические условия (мягкий климат, живописные Карпаты и Крым, пляжи Азовского и Чёрного морей, реки Днепр, Дунай, Десна, Днестр, Западный Буг и др.), разнообразный мир фауны и флоры, национальные природные и региональные ландшафтные парки, целебные минеральные воды, богатое историко-архитектурное наследие, самобытный фольклор в отдельных уголках страны, народное творчество, материальные и людские ресурсы.

Природно-рекреационный потенциал составляет 1/10 от суммарного природно-ресурсного потенциала страны, а площадь потенциальных рекреационных ресурсов занимает 1/7 территории страны. Рекреационные ресурсы имеют все регионы Украины. Однако наиболее обеспечены ими АР Крым, Киевская, Закарпатская, Харьковская, Донецкая, Львовская и Одесская области [6, с. 103]. Каждый из регионов имеет свою неповторимость – природную, этнокультурную, архитектурно-историческую.

В Украине формируется рекреационная система, включающая природные и культурные комплексы, техническое оборудование, обслуживающий персонал, органы управления.

Исходя из имеющихся рекреационных ресурсов, потоков рекреантов и материально-технической базы, в Украине выделяют четыре рекреационные зоны:

– Черноморско-Азовская (Крымский, Западно-Причерноморский и Восточно-Причерноморский регионы и Бердянский рекреационный район);

– Западно-Украинская, где наиболее популярен Карпатский рекреационный регион;

– Днепровско-Днестровская, или Центрально-Украинская (Приднепровский, Приднестровский, Донецкий и Подольский рекреационные регионы);

– Полесская (не является перспективной для рекреационного освоения из-за радиационного загрязнения, за исключением Западно-Полесского рекреационного района с центром в Шацке).

Самый известный и популярный санаторно-курортный и оздоровительный регион Украины – Крымский рекреационный регион, занимающий около 0,3% территории Европы, 4,4% территории Украины [7, с. 10]. На этом небольшом участке суши сконцентрировано большое разнообразие ландшафтов. Климат характеризуется высокими величинами продолжительности солнечного сияния и суммарной солнечной радиации. Климатические, водные и пляжные ресурсы благоприятны для оздоровительного туризма. Мягкий средиземноморский климат южного берега Крыма является одним из определяющих факторов возрастания популярности Крыма. Для лечебного туризма в этом регионе используются минеральные воды старого Крыма, Феодосии, рапа лиманов, Евпаторийские и Сакские грязи.

Развитие иностранного туризма в данном регионе может быть многоплановым. Здесь развиты различные виды туризма: оздоровительный, лечебный, познавательный, спортивный, деловой. На полуострове ежегодно оздоровливаются более 100 тыс. иностранцев. Иностранных туристов Крым может привлекать и памятниками старины (руины Херсонеса на территории Севастополя, Царский курган в Керчи, городище Неаполя Скифского в Симферополе, средневековые «пещерные города» и др.) и природы (урочище и пещера Кизил-Коба с шестиэтажной системой карстовых полостей с подземной рекой и озером; урочище Демерджи с оригинальными формами выветривания конгломератов; Карабийялинская котловина с эндемичной для Крыма ясколки Бибирштнйна – «крымского эдельвейса»; гора Каратау с рощей старого букового леса, редкого для яйлы; Новый свет

с реликтовым лесом из эндемичной сосны Станкевича и можжевельника на скалах биогермового побережья; Никитский ботанический сад с коллекцией растений, насчитывающей более 15 тыс. видов разновидностей и сортов и многие другие) [7, с. 174-176]. В последнее время в курортных центрах Крыма стали проводить международные симпозиумы и научные семинары с участием иностранцев. Это может способствовать развитию делового и научного иностранного туризма в Крыму.

Наибольший интерес для иностранцев в Западно-Причерноморском рекреационном регионе могут представлять запасы лечебных грязей (Куяльницкий, Буджацкий, Хаджибейский и Тылигульский лиманы и Грязевое озеро) и минеральные воды (Очаков, Коблево, Одесса, Сергеевка, Каролино-Бугаз, Татарбунары). Таким образом, в этом регионе с его достаточно развитой материальной базой лечебно-оздоровительных учреждений может развиваться лечебный иностранный туризм. Кроме того, с познавательной точки зрения иностранным туристам могут быть интересны такие исторические центры, как Одесса, Белгород-Днестровский, Измаил. Кроме того, Одесса является морскими воротами Украины. Поэтому здесь отмечается значительный поток посетителей, которые едут через Украину транзитом. Этот регион посещают иностранные туристы и с деловыми целями.

Азовская зона с ее быстро прогревающимся морем (самым мелким на Земном шаре) и песчаными пляжами привлекает иностранных туристов с целью оздоровления. Среди белорусов и россиян популярны климатические и грязевые курорты Бердянска и Мариуполя. Но перспективы этого района будут зависеть от экологии приморских городов и акватории Азовского моря.

В пределах Карпатского рекреационного региона (Закарпатская, Ивано-Франковская, Черновицкая и Львовская области) сконцентрирована треть рекреационного потенциала Украины. Украинские Карпаты – один из живописных регионов страны со средней высотой в 1000 м и выраженной вертикальной зональностью. Около 40% территории Карпат покрыто лесом, 35% занято луговой растительностью [4, с. 160]. Украинские Карпаты с их разнообразной природой – уникальный регион для санаторно-курортного лечения, оздоровительного туризма и отдыха. Благоприятные условия для климатолечения, обилие (около 800) источников минеральной воды практически всех бальнеологических типов, лечебные торфогрязи, прикарпатский озокерит являются базой для создания санаториев, пансионатов с лечением, множества домов отдыха. Наиболее популярны для лечебного туризма Трускавец, Моршин. На климатолечении специализируются курорты: Яремча, Ворохта, Косов.

Климат, рельеф, низкогорные ландшафты благоприятны для развития спортивного туризма, в частности – горнолыжного. Расположение в центре Европы, хорошая транспортная доступность, относительно низкие цены могут быть благоприятным фактором для привлечения иностранных туристов. Интересным этот регион может быть и для зелёных или экотуристов. В Украинских Карпатах создано 6 национальных природных парков. Из них Карпатский – первый в Украине национальный парк, созданный в 1980 г., занимает площадь 50,3 тыс. га. Здесь произрастает более 100 видов растений, в т.ч. около 20 видов занесено в Красную книгу Украины. 350 видов дикорастущих растений имеют лечебное значение. Среди животного мира (46 видов млекопитающих и 180 видов птиц, ползающих, земноводных и рыб) имеется 5 эндемиков и 3 реликтовых вида. В Красную книгу Украины занесено 9 видов животных [4, с. 187].

Уникальны также и этнографические ресурсы Карпатского региона: здесь представлены три этнографические группы: гуцулы, лемки и бойки. Они имеют свои обычаи, традиции, обряды и промыслы. Во всех областях региона имеется в большом количестве историко-архитектурных памятников, которые могут служить базой для познавательного туризма. Особый интерес представляют старинные замки и церкви, которые

охраняются ЮНЕСКО и имеют мировое значение. Благодаря разнообразию и концентрации туристско-рекреационных ресурсов Карпатский рекреационный регион является довольно привлекательным для иностранных туристов. Особенно любят отдыхать в этом регионе туристы из Беларуси, России и Молдовы.

Днепровско-Днестровская рекреационная зона характеризуется умеренно континентальным климатом, густой речной сетью, большим количеством водохранилищ, а также запасами грязи и минеральной воды. Наиболее привлекательны для иностранцев огромные запасы минеральных вод (Донецкая, Днепропетровская, Киевская, Полтавская, Харьковская области); рапа Славянского озера на Донетчине; илистые и торфяные грязи, радоновые минеральные воды Хмельника.

Киев иностранных туристов привлекает как столица Украины, как город с давней историей, архитектурными памятниками и развитой туристской инфраструктурой и как центр делового и научного туризма.

В этой зоне находятся три Лавры. Главная святыня украинского народа – Киево-Печерская Лавра – издревле была центром православного паломничества на Руси. Первые упоминания о Киево-Печерском монастыре относятся к 1051 г., который получил статус Лавры с 1688 г. В настоящее время имеет статус Национального Киево-Печерского историко-культурного заповедника. Сохранившаяся до нашего времени изначальная планировка лаврской застройки удачно гармонирует с рельефным ландшафтом правого берега Днепра. Каждый храм Киево-Печерской Лавры имеет свою историю и свой неповторимый образ, сложившийся под влиянием разных эпох и стилей. Но время не угасило древний молитвенный дух лаврских церквей, и сегодня Лавра является центром паломничества не только для жителей Украины, но и иностранных туристов. Неслучайно, что 14 сессия Межправительственного комитета ЮНЕСКО по сохранению всемирных культурных и природных достояний (Канада) признала Киево-Печерскую Лавру памятником мирового значения.

Свято-Успенская Почаевская Лавра (статус Лавры с 1833 г.) – вторая по значимости религиозная святыня украинского народа, является центром паломничества населения Украины, Белоруссии, Молдовы, Румынии, России. Расположена на высокой Почаевской горе на севере Тернопольской области и входит в Кременецко-Почаевский государственный историко-архитектурный заповедник.

Перспективным для развития иностранного туризма является район города-курорта Святогорска Донецкой области, расположенного в удивительно живописной местности, издавна именуемой Святыми Горами. Среди меловых холмов расположен уникальный природный заповедник со Святогорской Свято-Успенской Лаврой (статус Лавры с 2004 г.) и с ее уникальными пещерами, а также Николаевской церковью, построенной на меловой скале и являющейся шедевром украинского барокко XYII в. Здесь можно развивать религиозный, познавательный иностранный туризм.

Города-миллионеры этого региона могут стать центрами делового и научного иностранного туризма.

В Западно-Полесском регионе с центром в Шацке рекреационную ценность имеют водно-климатические (насчитывается свыше 30 карстовых пресноводных озер) и лесные ресурсы. В 1983 г. в западной части Волынской области создан Шацкий национальный природный парк площадью 48 997 га [4, с. 159] с целью сохранения природных комплексов, имеющих природно-охранную, историко-культурную, научную и эстетическую ценность. Волынское поозёрье характеризуется мягким климатом, большими по площади водного зеркала и глубокими озёрами со значительными рыбными ресурсами, большими лесными массивами. В рекреационной зоне озёр Свитязь и Песочное имеются 56 баз отдыха, спортивно-оздоровительные лагеря, санатории, пансионаты, стационары высших учебных заведений, где одновременно могут отдыхать 7600 человек [4, с. 159].

Создание в Шацке туристического центра для иностранцев может стать оправданным. Здесь могут проводиться деловые встречи, конференции, симпозиумы, семинары. Это будет сочетаться с живописной природой, возможностью отдохнуть, восстановить силы и развлечься. В настоящее время этот регион посещают в основном белорусы.

Таким образом, потенциал туристско-рекреационных ресурсов достаточен для того, чтобы Украина развивала различные виды иностранного туризма.

Количество въездных туристов, посещающих Украину, с каждым годом растет. В 2006 г. страну посетили 18,9 млн иностранных туристов, что больше на 1,3 млн, чем в 2005 г. и на 4,4 млн – чем в 2004 г. На страны СНГ приходится 62 % въездного потока туристов, на ЕС – 33 % и 3 % – на другие страны.

Однако темпы прироста въездного потока туристов несколько сократились за счёт замедления развития организованного туризма. При этом уменьшился поток числа организованных туристов из стран, с которыми раньше существовал визовый режим. Так, в 2006 г. количество туристов из Германии, Израиля, Польши уменьшилось соответственно на 1%, 3%, 59%, и одновременно увеличилось количество частных поездок из этих стран на 93%, 16%, 163% [8].

В целом из стран ЕС количество туристов посетивших Украину в 2006 г., уменьшилось на 0,02% или на 1000 человек. Это произошло в основном за счёт сокращения потока из Венгрии в 1,7 раза по всем мотивациям. Количество же туристов из стран СНГ увеличилось на 9% или на 1002,6 тысяч человек. Наибольший прирост туристов был за счёт соседних стран: из России – на 380,0 тыс. туристов, из Белоруссии – на 285,1 тыс., из Молдавии – на 275,0 тыс. [8], что можно объяснить сохранившимися тесными связями Украины с указанными государствами со времен существования СССР.

Рейтинг 10 главных стран въездного туризма по данным Администрации государственной пограничной службы Украины представлен в таблице 1.

Таблица 1

Рейтинг 10 главных стран въездного туризма Украины

№	Страна	2006		2006/2005	
		Всего въездных туристов, чел	Доля страны, %	Темп прироста, %	Прирост +/-, чел.
1	Россия	6 423 850	34	6	380 021
2	Польша	3 977 938	21	14	488 905
3	Молдова	3 055 833	16	10	274 953
4	Беларусь	2 126 839	11	15	285 056
5	Венгрия	1 158 771	6	-41	-798 937
6	Словакия	505 480	3	57	183 503
7	Румыния	348 157	2	115	186 209
8	Германия	214 389	1	13	24 843
9	США	111 446	1	53	38 400
10	Италия	62 943	0,3	34	15 861
	Всего	18 900 263	100	+7,2	1 269 503

Таблица составлена по данным: [8].

В целом в Украине растёт объём предоставленных услуг субъектами туристской деятельности. В 2006 г. лицензиатами (туроператорами и турагентами) было обслужено 2,2 млн туристов, что на 21% больше, чем в 2005 г.) и 1,8 млн экскурсантов (на 4% больше по сравнению с 2005 г.). Но приоритетными видами туристской деятельности в 2005 и 2006 гг. были внутренний (47% от общего потока) и выездной туризм (39%). Коли-

чество въездных туристов, обслуженных лицензиатами в 2006 г. составило 299,1 тыс. человек (14% от общего туристского потока), что на 8% меньше, чем в 2005 г. [8]. Хотя ещё в 2002-2003 гг. туристские фирмы страны отдавали предпочтение в работе въездному туризму, который по численности превосходил выездной туризм. Одной их важных причин этого стала отмена в 2005 г. нулевой ставки НДС на предоставление услуг нерезидентам, чем и была подорвана мотивация туроператоров к привлечению иностранных туристов [8].

В структуре въездного туризма преобладают поездки с личными целями. Почти одинаковую долю составляют поездки с деловыми, служебными, учебными целями и религиозный туризм, спортивный и культурный обмен (рис. 1).

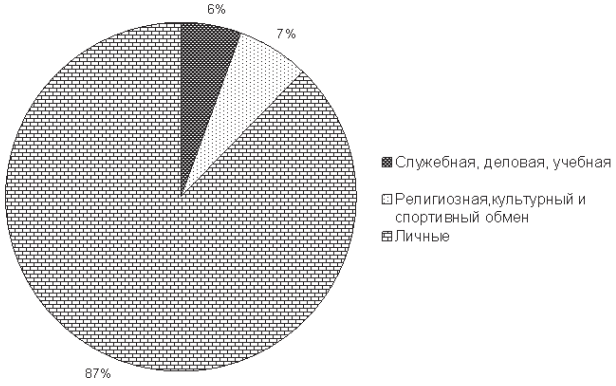


Рис. 1. Структура въездного туризма по целям 2006 г. [8]

Наименьшее количество иностранных туристов (от 0,001% до 0,2% от общего количества по стране) посещали Житомирскую, Луганскую, Киевскую (без г. Киева), Сумскую, Тернопольскую, Кировоградскую, Хмельницкую, Донецкую, Полтавскую и Черкасскую области [8].

Традиционно значительная доля (80%) иностранных туристов приходится на 4 региона: г. Киев (39%), АР Крым (18%), г. Севастополь (12%), Одесскую область (11%) [8].

Такие диспропорции и медленные темпы роста иностранного туризма в Украине можно объяснить рядом факторов.

1. Недостаточный уровень развития инфраструктуры, о чём свидетельствует факт, что лишь 10% отелей Украины соответствуют международным стандартам. Украина имеет лишь один отель системы «Редисон-Сас». Эта проблема будет постепенно решаться. Так, только к 2010 г. в Киеве должно появиться 5 пятизвёдных отелей, 12-15 – четырёхзвёздных и 40-50 – трёхзвёздных.

Отдельной составляющей туристской инфраструктуры Украины является транспорт, представляющий собой мощную коммуникационную систему, которая, тем не менее, еще не отвечает международным стандартам. Для улучшения транспортного обслуживания, интенсификации потоков иностранных туристов требуются значительные капиталовложения с целью модернизации и обновления материальной базы, ремонта дорог, вокзалов, улучшению обслуживания пассажиров. В Италии, например, через территорию страны проходят 5 международных автострад. Главные автомагистрали имеют первоклассное покрытие и хорошо обеспечены всей необходимой инфраструктурой (ремонтными мастерскими, бензозаправочными станциями, гаражами, мотелями и др.). С развитием международных транспортных коридоров (МТК) туристская инфраструктура Украины будет развиваться ускоренными темпами. Из 13 тыс. км автомобильных дорог государственного значения магистрали протяжённостью более 9 тыс. км связаны с МТК.

2. Отсутствие эффективной программы развития въездного туризма. Благодаря такой программе, например, в Черногории в течение 4 лет количество иностранных туристов выросло вдвое. Программы, предусматривающие уменьшение налогового давления и либерализацию процесса инвестирования, имеются в Турции, Египте, Таиланде, ОАЭ и других странах. Показателен пример Турции, где туристская политика была направлена на создание конкурентоспособного национального продукта и повышение спроса на мировом туристском рынке. В результате страна по размерам дохода от туризма в на-

циональном бюджете занимает 18 место в мире, а её доля в мировом туристском процессе – 2% [2, с. 58].

3. Трансформация Государственной туристической администрации в Государственную службу курортов и туризма, являющуюся сейчас структурной составляющей Министерства культуры и туризма, явно не на пользу развития туризма в Украине, т.к. уменьшена значимость исполнительной власти.

4. Государство не уделяет должного внимания субъектам, связанным с туризмом. Например, в Израиле оказывается поддержка собственникам магазинов, сувенирных киосков, кафе, баров, ресторанов, которые посещают туристы, а также существует несколько сот магазинов (находящихся под прямым патронажем Министерства туризма), которые рекомендуют для посещения туристам [2, с. 55].

Можно приводить и другие примеры организации инфраструктурных объектов туризма, влияния рекламной деятельности на развитие туризма, туристской политики в странах с развитым туризмом, опыт которых необходимо использовать и Украине. Тогда, возможно, страна будет более привлекательной для иностранных туристов.

Выводы. Туризм в Украине постепенно становится быстро растущей отраслью экономики. Однако возможности туристско-рекреационного потенциала страны используются не в полной мере. Приоритетными для Украины должны быть внутренний и въездной виды туризма как важные факторы создания новых рабочих мест и пополнения государственной казны. Для этого необходимо привести в соответствие с мировыми стандартами инфраструктуру туризма, поддерживать в надлежащем состоянии памятники природы, архитектуры и культуры, экологию туристско-рекреационных зон, а также создание благоприятной организационно-правовой среды и улучшение социально-экономической ситуации в государстве, развивать инновации и рекламу украинского турпродукта.

Литература

1. Бейдик О.О. Рекреаційно-туристські ресурси України: методологія та методика аналізу, термінологія, районування. – К.: Київ. ун-т, 2001. – 395 с.

2. Винниченко І.І. Розвиток вітчизняного туризму: до потреби врахування зарубіжного досвіду / Наукові дослідження для потреб туризму: Матеріали «круглого столу». – К.: ВГЛ 2Обрії», 2006. – 68 с.

3. Мальська М.П., Худо В.В., Цибух В.І. Основи туристичного бізнесу. Навч. посіб. – Львів: Видавн. Центр ЛНУ ім. Івана Франка, 2003. – 360 с.

4. Петранівський В.Л., Рутинський М.Й. Туристичне краєзнавство: Навч. посіб. / За ред. проф. Ф.Д. Заставного. – К.: Знання, 2006. – 375 с.

5. Про стан та перспективи розвитку туризму в Україні. – К.: КУТЄП, 2000. – 88 с.

6. Руденко В.П. Географія природно-ресурсного потенціалу України. – Київ-Чернівці: К. – М. Академія – Зелена Буковина, 1999. – 568 с.

7. Экология Крыма. Справочное пособие / Под ред. Н.В. Багрова и В.А. Бокова. – Симферополь: Крымское учебно-педагогическое государственное издательство, 2003. – 360 с.

8. www.tourism.gov.ua

АГРО- И ЭКОТУРИЗМ В БРЕСТСКОЙ ОБЛАСТИ

Баюра А.Н., *профессор Брестского государственного технического университета кандидат исторических наук*

Во второй половине XX века, особенно в последней его трети туризм, как внутренний, так и международный, превратился из малозначительной сферы экономической деятельности в одну из крупнейших и наиболее прибыльных отраслей мировой эконо-

мики. Связано это в первую очередь с повышением уровня благосостояния населения многих стран мира.

В мировой практике организации туризма возникло достаточно много его разновидностей: активный и пассивный, групповой и индивидуальный, исторический, культурно-этнический, познавательный, развлекательный, экстремальный и другие.

В последнее время в мире наблюдается поворот от массового туризма и посещения традиционных мест отдыха к более содержательным видам путешествий. На смену трем S (sun, sea, sand) – солнце, море, песок приходят три L (landscape, lore, leisure} – пейзаж, традиции, досуг. Все большее развитие приобретает сельский (аграрный) и экологический туризм.

Под понятием «сельский туризм» в широком смысле слова имеется в виду туризм, осуществляемый на сельских, не урбанизированных территориях. При этом предусматривается широкое развитие туристической инфраструктуры – гостиниц и кемпингов, мест отдыха, центров по обслуживанию туризма с профессиональными проводниками и экскурсоводами, другими элементами традиционного туризма.

Составной частью сельского туризма является «аграрный туризм» – вид туристического отдыха, который предусматривает использование индивидуального сельского жилища. Это может быть крестьянское (фермерское) хозяйство или дом с приусадебными постройками, принадлежащий сельской интеллигенции – учителям, медицинским и ветеринарным работникам, служащим почты, учреждений бытового обслуживания и т.п. Одной из основных особенностей агротуризма в системе сельского туризма является то, что туристы живут не в специально построенных для них помещениях, а в естественных деревенских жилищах.

Главными объектами агротуризма выступают тихие и уютные, удаленные от больших и малых городов, железных дорог и автомагистралей естественные жилища простых сельских жителей.

Еще одной отличительной особенностью агротуризма от туризма, так сказать, обычного является то, что туристические услуги в агротуризме предоставляют лица, не имеющие специального образования и стажа работы в турфирмах.

Экологический туризм или как его еще называют «зеленый туризм», предполагает в основном посещение охраняемых природных территорий: заповедников, заказников, национальных парков и отдельных памятников природы. Вместе с тем он предполагает экологическое воспитание и образование как молодых людей, так и взрослых. Для организации экологического туризма выбираются объекты, имеющие уникальность и необычность, высокую экологическую ценность и сохранность, определенную международную значимость. Вместе с тем данный объект должен быть способен выдержать большой поток туристов без ущерба для охраняемой территории, иначе в противном случае прибыль от экотуризма не покроет расходов на содержание данного природного уникума, и он может начать деградировать и терять свою ценность.

В экотуризме выделяют активные и пассивные формы. К активным относятся пеший, велосипедный, конный, водный туризм. К пассивным – фотоохота, рыболовство, фаунистические и флористические поездки и иное, не требующее значительной физической активности, времяпровождение.

Нередко аграрный и экологический туризм выступает в неразрывном единстве. Это вытекает из их общих приоритетов, в частности: сохранение естественной и культурной среды, поддержка благосостояния местного населения и природной среды. Вместе с тем у них имеются и существенные отличия, обусловленные целями использования свободного времени или базовыми мотивами путешествия. В сельском туризме это свободное времяпровождение в виде стационарного отдыха, в то время как в экотуризме главной целью выступает глубокое познание и восприятие дикой природы.

Беларусь имеет значительные ресурсы, необходимые для развития аграрного и экологического туризма. Несмотря на то, что за последние сто пятьдесят – двести лет она утратила около половины своих лесных массивов, даже сейчас по сравнению со странами Западной Европы мы обладаем достаточным природным потенциалом, способным привлечь в нашу страну большой поток туристов. Леса занимают 35,5% территории Беларуси, в республике насчитывается более 10 тысяч озер и 20 тысяч рек. Животный мир Беларуси насчитывает более 31 тысячи видов. Площадь охраняемых природных территорий в республике (заповедники, национальные парки, заказники, памятники природы) составляет 7,6% , что приближается к общепринятым мировым стандартам.

На территории Брестской области к настоящему времени имеется 110 охраняемых природных территорий и объектов, в том числе 1 национальный парк, 19 заказников республиканского и 31 местного значения, 35 памятников природы республиканского и 24 местного значения.

В плане развития агро- и эко- туризма наибольший интерес представляют следующие охраняемые природные зоны Брестчины:

– Национальный парк «Беловежская пуща», представляет собой огромный лесной массив, единственный, сохранившийся в Европе от первобытных времен. В нем водится 59 видов млекопитающих, 253 – птиц, 28 – рыб, 11 – земноводных, 7 – пресмыкающихся, 8500 – насекомых, произрастает 900 видов высших растений, 220 – мхов, 260 – лишайников, 159 – трутовых грибов. В 1992 году пуща включена в Список всемирного наследия ЮНЕСКО.

– Ландшафтный заказник республиканского значения «Средняя Припять», который чрезвычайно популярен у орнитологов. Черные и белые аисты, серые и белые цапли, бакланы, дикие гуси и утки, множество других птиц обитают здесь. Многие из них редкие, занесены в Красную книгу Беларуси, а также в список уязвимых видов Европы, составленный СИПО (Международным советом охраны птиц).

– Гидрологический заказник республиканского значения «Выгонощанское», который по положениям Рамсарской конвенции имеет статус водно-болотного угодья европейского значения. Он представляет собой крупнейший в Европе болотный массив на водоразделе рек Черноморского и Балтийского бассейнов. Этот заказник характеризуется очень богатым видовым составом животного и растительного мира.

– Биологический заказник республиканского значения «Селяхи», расположенный в самой теплообеспеченной юго-западной части Беларуси с умеренно-континентальным климатом, приближающимся в отдельные годы к морскому.

– Гидрологический заказник республиканского значения «Дикое», одно из крупнейших в Европе болот низинного типа, которое сохранилось в натуральном виде. Представляет собой уникальный природный объект, где обитают многие редкие виды животных и растений, которых нет в других европейских странах. Десятки из них занесены в «Красную книгу Беларуси» и европейский Красный список животных и растений.

– Биосферный резерват «Прибужское Полесье», получивший в 2004 году диплом ЮНЕСКО.

Способны привлечь туристов как отечественных, так и зарубежных многочисленные памятники истории и культуры Беларуси, расположенные в сельской местности Брестской области. Наиболее популярными из них являются:

– Усадьба в Скоках писателя, историка, адъютанта и секретаря Т. Костюшко Юлиана Немцевича. Последнее время усадьба получила широкую известность как место, где был подписан Брестский мир в 1918 году.

– Усадьбы в Малых Щитниках, Гремячем и Волчине являющиеся родовым гнездом последнего короля Речи Посполитой Станислава Августа Понятовского.

– Каменецкая Вежа – древнейшее оборонительной сооружение Беларуси, представляющее собой 30-метровую башню, построенную в 1276 году.

– Ружанский дворцовый комплекс, памятник архитектуры XVIII века, владение Сапег.

– Усадьба в Меречевщине, имение Тадеуша Костюшко – великого сына белорусской земли, национального героя Польши и США, Почетного гражданина Франции.

– Музей-усадьба «Заосье» – родина великого поэта Адама Мицкевича.

– Троицкий костел в Ишкольди, являющийся архитектурным раритетом, построенным в 1472 году, образец «деревенской» готики.

Это лишь малый перечень природных и историко-культурных объектов, находящихся под охраной белорусского государства в Брестской области, и представляющий интерес в плане развития сельского и экологического туризма. Таким образом, мы видим, что в Брестской области для развития сельского и экологического туризма имеются значительный потенциал. Однако используется он явно недостаточно. В настоящее время активно действующих объектов аграрного и экологического туризма в области насчитывается менее десятка.

Одним из таких является сельская усадьба в деревне Сипурка Каменецкого района, расположенная на юге Беловежской пущи. К услугам отдыхающих здесь имеется двухэтажный кирпичный дом, где может проживать до 8 человек. Дом расположен на берегу лесного озера, имеется русская баня, напрокат выдаются весельные лодки и велосипеды. В зависимости от времени года и погодных условий отдыхающие могут заниматься рыбалкой, сбором грибов и ягод, охотой, знакомиться с достопримечательностями Беловежской пущи и исторических памятников, расположенных недалеко, например, Каменецкой вежей, где имеется музей оружия различных времен и народов. Таким образом, данное место отдыха и туризма сочетает в себе как элементы сельского, так и экологического туризма.

Основным препятствием в деле развития сельского туризма до недавнего времени было отсутствие сколько-нибудь разработанной нормативно-правовой базы. В настоящее время положение меняется к лучшему, так как 2 июня 2006 года был принят Указ президента Беларуси №372 «О мерах по развитию агро- и экотурихма в Республике Беларусь». Этот документ довольно детально регламентирует основные принципы деятельности по оказанию туристических услуг в сельской местности. Таким образом, осуществляется государственная поддержка сельского и экологического туризма. Конечно, не все проблемы еще решены, например, остается открытым вопрос о льготном кредитовании лиц, желающих заниматься таким бизнесом.

Тем не менее, за сельским туризмом в Беларуси и в Брестской области в частности видится большое будущее. Одним из гарантов этого является тот факт, что Беларусь в 2005 году была принята в члены-кандидаты ЕСЕАТ – Европейского центра экологического и сельского туризма.

ДВОРЦОВО-ЗАМКОВАЯ АРХИТЕКТУРА В ТУРИЗМЕ БЕЛАРУСИ

Баюра Л.Я., *учитель высшей категории художественной школы г.Бреста*
Ковалевич С.В., *учитель художественной школы г.Бреста*

На мировой туристической арене Республика Беларусь известна как страна с богатой историей, выдающейся культурой и искусством. Несмотря на то, что в нашей стране нет моря и гор – основных туристических ресурсов, мы имеем ряд преимуществ по сравнению с другими странами: выгодное географическое положение (Беларусь находится в

центре Европы), страна имеет древнюю и богатую историю, самобытную культуру, уникальный природный потенциал. Туристы, посетившие Беларусь, увозят домой незабываемые воспоминания.

Особое место в истории национальной культуры Беларуси занимает дворцово-замковая архитектура. К сожалению, некоторые замки безвозвратно исчезли, некоторые сохранились в руинах.

Древнейшие каменные замки Беларуси находятся в городах Лида, Крево, Новогрудок, Гродно. Лида и Крево – простейшие замки первой половины и середины XIV века, построенные на насыпном холме. Они имели мощные стены и низкие, малочисленные башни. Новогрудок и Гродно – замки, восходящие к XII–XIII вв. и перестроенные в XIV–XVI вв., расположенны на высоких холмах, с мощными многочисленными башнями.

Цветком Средневековья называют **Мирский замок.** В 2000 году он был включен в Список всемирного наследия ЮНЕСКО. Замок возведен на правом берегу речушки Мирянки в местечке Мир Гродненской области. Построен из глины в начале 16 века родом Ильиничей. С 1568 г. принадлежал знаменитым династиям Радзивиллов, потом Витгенштейнов, Святополк-Мирских.

План замка близок к квадрату со стороной 75 м., по углам имеет пятиэтажные башни высотой 25-27 м, которые выходят за границы стен. Посередине западной стены – пятая, шестиэтажная башня с въездными воротами, перед которыми были подъемный мост и ров. В этой башне находилось помещение, приспособленное для подвески колокола, на 2-м этаже – каплица, в подвале – тюрьма [4; с. 26]. В XVII-XVIII вв. Мирский замок представлял собой роскошный дворцово-замковый комплекс, где удивительно удачно сочетались черты военно-фортификационного сооружения и мягкость, пышность и величественность дворцовой постройки.

До наших дней замок сохранился в полуразрушенном состоянии, сейчас здесь ведутся реставрационные работы. Завершить их планируется в 2010 году. В этих древних стенах открыт филиал Национального художественного музея.

Сейчас Мирский замок – один из самых популярных и посещаемых музейных объектов Беларуси.

Шедевром архитектуры является **Несвижский дворцово-замковый комплекс** (Минская область). В его архитектуре можно обнаружить смешение разных стилей, что свидетельствует о многоэтапности строительства и использовании художественных достижений разных исторических эпох. Каменный замок на месте деревянного в Несвиже был заложен Н. Радзивиллом Сироткой в 1583 г. Его строительство на первом этапе вел итальянский архитектор Ян Мария Бернардони. Замок располагался в стороне от города, на возвышенности. Попасть сюда можно было только по разборному деревянному мосту. Вал высотой до 20 метров и другие фортификационные устройства, водные преграды превращали замок в неприступную крепость. За замковыми укреплениями стояло три отдельных каменных корпуса, образующих внутренний двор.

Центральный корпус, построенный напротив въездных ворот, занимал сам Радзивилл. Это было трехэтажное здание с небольшими восьмигранными башнями по углам. Разобщенные корпуса в последующие годы перестраивались и объединялись архитектурными вставками, образовав замкнутый парадный двор. В 1706 г. замок был разрушен шведами. Восстановлен и перестроен в стиле барокко архитектором Казимиром Ждановичем после 1726 г.

На протяжении XVIII в. замок достраивался и перестраивался, вобрав в себя черты архитектуры ренессанса, раннего и позднего барокко, рококо, классицизма, неоготики и модерна.

Благодаря замку, город Несвиж в свое время превратился в один из центров европейской культуры. В библиотеке замка хранилась часть архивов Великого Княжества Ли-

товского. В 2002 году в Несвижском замке был пожар, после чего он оказался в аварийном состоянии. К счастью, реставрация уникального памятника зодчества последовала незамедлительно.

Крупным и интересным в художественном отношении является **дворцовый ансамбль в Ружанах** (Брестская область) – главная резиденция древнего рода Сапег. Строительство замка велось многие годы. Канцлер Лев Сапега начал возводить его в начале XVII века. Заложенный в эпоху господства барокко, дворец был значительно изменен в период становления классицизма. Это переустройство относится к 1788 г. и связано с именем Яна Беккера, придворного архитектора магната Сапеги. Дворцовый ансамбль расположился на высоком холме над городом, он состоял из главного и двух вспомогательных корпусов, мощной аркады и монументальных въездных ворот, представляющих собой настоящую триумфальную арку. К сожалению, сохранились только фрагменты основных зданий, аркады, въездные ворота и флигели. Дворцовый ансамбль в Ружанах представляет собой историко–культурную ценность республиканского значения.

Лидский замок (Гродненская область) – своеобразное военно-оборонительное сооружение XIV в. – был заложен при великом князе литовском Гедимине в 1323 г. Он возник в те тревожные годы, когда натиск крестоносцев на белорусские и литовские земли достиг наибольшей силы. Вместе с литовцами и украинцами население Белоруссии мужественно сражалось с врагом. При осадах были повреждены стены, разрушены башни, полностью уничтожена деревянная застройка внутри. Полностью разрушены и имевшиеся в замке две башни, которые располагались в углах по диагонали.

В сохранившихся фрагментах замка наряду с готикой встречаются элементы романской архитектуры.

Зодчие Лидского замка, взяв за основу тип рыцарского кастеля, творчески подошли к решению сложной задачи. Исходя из местных строительных традиций, они создали мощное сооружение, пригодное для надежной защиты. За его стенами отныне могли найти пристанище жители не только города, но и соседних селений.

Строители удачно использовали рельеф местности, избрав для замка болотистую низменность, где речушка Каменка впадала в речку Лидею. На искусственном острове, насыпанном из песка и гравия, и было возведено это сооружение. Стены Лидского замка в плане напоминают трапецию, большое основание которой смотрит на север, туда, откуда чаще всего угрожала военная опасность. Перед северной стеной (длина ее около 93,5 м) лежал глубокий и широкий ров, который, видимо, наполнялся водой. Северную стену (длина около 80 м) прикрывали болотистые берега Каменки и Лидеи. Длина западной и восточной стен – соответственно 84 и 83,5 м. Недалеко от северо-восточного угла замка толщу восточной стены прорезали два входа. Меньшие ворота (“фортка”) при ширине прохода 2,5 м и высоте 3 м имели стрельчатую арку, облицованную болыпемерным кирпичом. Вторые (приблизительно 4,5 м ширины и около 6 м высоты) завершались полуциркульной аркой. Меньшие ворота были как бы “черным” повседневным входом. Большие же открывались только для торжественного въезда князя либо знатных гостей. В южной стене замка, на высоте около 2 м от земли, находился полуциркульный проем высотой около 3,9 м и шириной около 2 м. Судя по всему, это был запасной выход для гарнизона в критические моменты обороны. Южная стена интересна также тем, что здесь сохранились до наших дней древние бойницы. Они бескамерные и в плане имеют форму трапеций, обращенных широким основанием внутрь замкового двора. При одинаковой высоте бойницы имели разную ширину и три их типа чередовались на стене. Бойницы предназначались для стрельбы из луков и арбалетов, а позже – и из легкого огнестрельного оружия. По периметру замковых стен, ниже бойниц, шла деревянная галерея – помост (“вулица”), устроенная на консоль-

ных балках [2; с 276]. Поднимались на помост по лестницам с перилами, которые размещались в северо-западном и юго-восточном углах замка. Боевая галерея накрывалась специальной крышей, имевшей скат в сторону двора. Одновременно со стенами в юго-западном углу замка была сооружена башня в плане близкая к квадрату размером 11,3Х11,3 м. Толщина ее стен достигала 3 м. Высота, очевидно, была намного выше 12-метровых замковых стен. Есть сведения, что именно в этой башне находилась православная церковь св. Георгия Победоносца, вынесенная отсюда в город в 1533 г. Вторая башня располагалась по диагонали от первой, в северо-восточном углу замкового двора. Построена она позже, видимо, в 80-е годы XIV века или на рубеже XIV и XV веков, когда повсюду в Белоруссии и Литве совершенствовались оборонительные сооружения для решительного отпора крестоносцам. План второй Лидской башни – перекошенный разносторонний четырехугольник размером 12Х12,5Х12,3Х12,15 м. Археологические и письменные источники свидетельствуют, что на всех этажах имелись покои и залы: на нижнем, перекрытом кирпичным сводом, находилась тюрьма, выше – суд и архив. Жилые помещения занимали верхние этажи. Лестница для подъема располагалась в толще стены.

Размещение замка на болотистой низменности во многом сняло проблему водоснабжения. В ходе археологических раскопок на территории замкового двора найдено несколько средневековых колодцев. Немалое значение имел большой пруд на Лидее и Каменке, который закрывал прямые подступы с восточной и юго-восточной сторон.

Этот памятник оборонной архитектуры является историко-культурной ценностью международного значения.

В долине между высоких пригорков, на низком лугу, у слияния речушек Кревянка и Шляхтянка, встал в 30-е годы XIV в. **каменный замок Кревского княжества.** Тогда здесь правил сын Гедимина – Ольгерд (в замке он жил с 1338 по 1345 г.). Своей планировкой этот интересный памятник военной архитектуры XIV в., расположенный в Сморгонском районе Гродненской области, напоминает Лидский замок. Форма его – неправильная трапеция, обращенная большим основанием в напольную сторону. С востока, юга и частично с запада и севера замок защищали воды Кревянки и Шляхтянки, перекрытых плотиной. Как и в Лиде, здесь было всего две башни, размещенных по диагонали. Однако Кревский замок имеет фундамент с 30-сантиметровым цоколем. Он лежит на подушке из дубовых и еловых жердей и веток. Низ каменного фундамента северной стены устроен на глине. До высоты 4 м замковые стены сделаны из камня. Выше (и только с внешней стороны) – кирпичная кладка толщиной 65 см, а основу стены составляет все тот же валун. Внутри западной стены, как и в стенах Княжеской башни, сохранились отверстия от балок внутренней деревянной связи. Они шли параллельно трассе стен и были предназначены укреплять их, предотвращать неравномерную осадку и другие динамические воздействия. Ранее высота стен Кревского замка достигала 12–13 м. Теперь только отдельные их фрагменты (с северной стороны) имеют высоту около 10 м.

Принцип организации огня такой же, как и в Лидском замке. На высоте 10 м по всему периметру на деревянных балках размещалась боевая галерея – помост. Стреляли защитники замка сквозь бойницы, размещенные черен каждые 2,4 м.

На стыке восточной и южной стен, изнутри, стояла еще одна башня размером 11Х10,6 м (ее возвели позже), которая имела не менее четырех этажей. В южной стене Кревского замка, как и в Лиде, расположен проем запасного выхода. Ширина его достигала 2,8 м, а высота – 4,2 м. Еще один запасной ход находился в западной стене. У самого низа ее прорезает проем стрельчатой формы шириной 2,2 м и высотой 2,5 м. Некоторые исследователи считают его “впуском” для воды, наполнявшей пруд (“сажалку”) на территории замкового двора. Но если учитывать функциональ-

ную целесообразность и размеры проема, то становится ясно, что это мог быть и запасной ход.

Кревский замок был свидетелем и местом многих исторических событий. Уже вскоре после постройки он подвергся нападению. Остатки сожженной боевой галереи и каменные ядра, найденные в ходе раскопок под западной стеной, не оставляют в этом никакого сомнения. В 1382 г. в подземелье центральной башни по приказу Ягайлы задушили его "дядьку" – князя Кейстута, основного претендента на великокняжеский престол. В 1385 г. в Кревском замке разрабатывались условия объединения Великого княжества Литовского и Польши под властью Ягайлы (Кревская уния). В 1433 г. Кревом овладел мятежный князь Свидригайло, претендовавший на великокняжеский стол. "И при-де ко Креву,- сообщает летопись,- и стояша 2 дни, взяша Крево мурованны и сожже, а людей много посекоша и в полон поведоша" [3; с. 94]. В 1503-1506 гг. замок не раз осаждали и значительно его повредили перекопские татары. Почти в это время проезжавший здесь путешественник и дипломат Сигизмунд Герберштейн отметил в своих дорожных записях: "Крево – местечко с покинутой крепостью". Вероятно, вскоре все же замок был восстановлен, поскольку в 1519 г. в ходе глубокого рейда в глубь Белоруссии войска московских воевод "воеваша и плениша... Крев".

Во второй половине XVI в. здесь жил беглый русский князь Андрей Курбский. Замок постепенно терял свое оборонное значение, однако в XVIII в. еще находился в сносном состоянии. Позднее началось его разрушение, довершенное в годы первой мировой войны, когда через Крево проходила линия фронта. Более трех лет здесь велись позиционные сражения. Замок оказался на немецкой стороне обороны. В нем были сооружены бетонные убежища (в Малой башне и у южной стены), наблюдательные пункты. Во время их обстрелов древний замок очень сильно пострадал, особенно Княжеская башня. Кирпичная облицовка во многих местах отслоилась и даже обвалилась. Северная стена укрепления наклонилась на 10°. В 1929 г. польские реставраторы укрепили ее контрфорсом 2-метровой ширины и законсервировали. Облицовку главной башни связали железными затяжками, а щели залили известковым раствором. Тогда же подмуровали остатки северо-восточной стены, укрепленные эскарпом.

Возведение замков типа "кастель" было важным шагом на пути развития местного военного зодчества. Здесь получил начало и развился принцип фланкирующего огня из башен, вынесенных за периметр стен. Плановая композиция четырехугольного оборонительного сооружения в дальнейшем станет характерной особенностью белорусского зодчества XV и XVI вв. Эти замки внесли немалый вклад в дело окончательного разгрома Тевтонского ордена.

На северо-западе Беларуси в нескольких километрах от Литвы находится деревня **Гольшаны,** которую историки еще называют музеем под открытым небом. Архитектурный облик Гольшан практически не изменился со стародавних времен. Достопримечательностью Гольшан является дворцово-замковый ансамбль, расположенный за пределами деревни на продолжении ул. Советской – дорога в Трабы – Юратишки. Он построен в первой половине XVII века как резиденция князя П. Сапеги. В прошлом замок окружен валами и рвами, которые заполнялись водами реки Гольшанки. Такая фортификационная система обводнения объекта была широко распространена в Беларуси и Литве в XVI—XVII вв. Остатки валов сохранились до сих пор, рвы осушены.

Замок в Новогрудке (Гродненская область) – древнейший на белорусской земле. Установлено, что с начала XI в. и до середины XIII в.на валах древнего Новогрудка стояли деревянные стены разной конструкции, которые возобновлялись не менее пяти раз. Крепостные стены и башни в течение веков модернизировались. Стены,

построенные позднее, образуют многоугольник, объединяющий несколько башен. В XVI в. Новогрудский замок был семибашенным и считался одним из самых мощных для своего времени. Замок сильно пострадал в период войны России с Речью Посполитой 1654-1667 гг. Во время Северной войны в 1706 г. Он был взорван шведами. Частично уцелели две башни. Этот памятник имеет ценность международного значения.

В начале XVII века в Любче (Гродненская область) на берегу Немана построен **дворцово-замковый комплекс Радзивиллов.** Территория с трех сторон очерчена рвом (шириной до 30 м и глубиной 7—10 м), а с четвертой – водами реки. Из четырех башен замка сохранились две. Сам дворец не сохранился. Башни сложены из кирпича и валунов. С трех сторон его территорию окружал оборонительный ров, с четвертой – воды реки. В главной башне, въездной, лишь верхний из четырех этажей был приспособлен к обороне и имел бойницы. Остальные этажи с просторными окнами использовались под жилье и вспомогательные помещения. Только через арку въезда в башне можно было попасть во внутренний двор. Такой прием замкнутой пространственной композиции был типичным для многих дворцово-замковых ансамблей XVI-XVII вв.

Дворец в Косово был постоен по решению воеводы Казимира Пусловского в 1838 году. В свое время он был необычным, выделялся оригинальностью и изящностью линий. Над интерьерами дворца работали архитектор Маркони и декоратор Жмурко. Вокруг дворца был заложен чудесный парк по образу ренессансных садов Италии. Дворец и парк требуют реставрации. Дворец – памятник архитектуры, удачно сочетающий в себе черты классицизма и неоготики.

В XIV–XVII вв. огромное значение приобрело огнестрельное оружие, которое начало играть главную роль во время осады городов и замков. Одним из первых бастионных сооружений в Белоруссии нужно считать замок князей Глебовичей в Заславле. Он размещался севернее города и на высоком пригорке занимал площадь 200х100 м. 4-угольный в плане, замок некогда отделялся от “места” довольно широким и глубоким рвом с водой. Система прудов на речушке Княгиньке значительно повышала уровень воды и фактически превращала замок в островное укрепление.

Таким образом, архитектурно-художественный облик белорусских средневековых замков всегда конкретен и индивидуален. Каждый из памятников имеет свою богатую историю, собственную строительно-конструктивную биографию. Благодаря замкам историческую известность и значимость в туризме приобрели белорусские города, в которых они были построены.

Беларусь имеет богатый туристический потенциал, где царит идеальная атмосфера для отдыха души.

Литература

1. Бакуменко М. Н. Сокровища в огне войны.- Минск: Беларусь, 1990.- 232 с.

2. Беларуская энцыклапедыя. У 8 т. Т. 9.- Мінск, 1999.- 654 с.

3. Гісрорыя Беларусі: У 6 т. Т. 3. Беларусь у часы Рэчы Паспалітай. Пад рэд. М. Касцюк і інш. – Мінск: «Экаперспектыва», 2004. – 351с.

4. Здановіч Н. І., Крауцэвіч А. К., Трусау А. А. Матэрыяльная культура Міра і Мірскага замка. – Мінск: Навука і тэхніка, 1994.- 152 с.

5. Князева В. Падарожжа па Беларусі: гарады і гарадскія паселкі.- Мінск: «Беларусь», 2005.- 30 с.

6. Саракавік І. А. Гісторыя Беларусі у кантэксце сусветнай гісторыі.- Мінск: «Современная школа», 2006.- 456 с.

7. Чантурия В. А. История архитектуры Беларуси: Т. 1.- Минск: Выш. шк., 1985.- 295 с.

ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННЫЙ ПОТЕНЦИАЛ МУНИЦИПАЛЬНЫХ ОБРАЗОВАНИЙ КАЛИНИНГРАДСКОЙ ОБЛАСТИ

Романова Е.А., *к.г.н., зам.декана по научной работе и международным связям, ф-т географии и геоэкологии РГУ им.И.Канта, alberta63@ mail.ru*
Виноградова О.Л., *к.г.н., доцент кафедры страноведения и международного туризма, ф-т географии и геоэкологии, РГУ им.И.Канта*

Туризм – одно из приоритетных направлений социально-экономического развития Калининградской области, которому уделяется большое внимание на региональном уровне. В тоже время в муниципалитетах области отмечена тенденция встречного движения – большинство местных сообществ заинтересовано в диверсификации экономики своего района и предпринимает самостоятельные шаги в этом направлении. В докладе рассматриваются природные и социально-экономические особенности 22 муниципальных образований Калининградской области, дается оценка туристским ресурсам и туристскому предложению. Приведена классификация муниципальных образований по основным признакам туристской привлекательности. На основе индикаторных оценок проанализирован туристско-рекреационный потенциал каждого муниципального образования.

ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННЫЙ ПОТЕНЦИАЛ НОВОСИБИРСКОЙ ОБЛАСТИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

Комарова Л.К., Феденева И.Н., *кафедра «Мировая экономика и туризм», Сибирский государственный университет путей сообщения, Новосибирск, komarov@stu.ru, fedeneva@irs.ru*

Для современного состояния туристской отрасли в нашей стране характерно неравномерное развитие внутреннего туризма. Устойчивое развитие туристской отрасли в региональном аспекте определяется, прежде всего, возможностями территории формировать и продвигать туристский продукт, обусловленный имеющимся туристским потенциалом. Разработка механизмов использования ресурсных потенциалов развития регионального туризма становится необходимым условием для обеспечения устойчивого функционирования региона в целом и туризма, в частности. Регионы, обладающие значительными и разнообразными туристскими ресурсами, имеют несомненные преимущества. Именно они традиционно принимают огромные туристские потоки, обладают развитой туристской инфраструктурой, и туризм в них оказывает влияние на социально-экономическое развитие. Однако большое количество субъектов Российской Федерации, обладая значительным туристским потенциалом, в недостаточной степени используют его для формирования сферы туризма как эффективно функционирующей отрасли.

На сегодняшний день, как и в большинстве регионов России, в Новосибирской области выездной туризм преобладает над въездным и внутренним. Это обусловлено рядом факторов. Прежде всего, область обладает слабо выраженным туристским имиджем. Кроме того, развитие въездного и внутреннего туризма сдерживается небогатым ассортиментом туристического продукта, высокой стоимостью и неудовлетворительным качеством транспортных и гостиничных услуг, а также отсутствием льготных кредитов и налоговых льгот для туристских организаций, а также слабой рекламой туристских возможностей региона.

Давая оценку туристско-рекреационного потенциала территории Новосибирской области, приходится признать, что она не обладает большим количеством туристских ресурсов мирового значения. По природно-ресурсному потенциалу она находится на 37 месте среди всех субъектов Российской Федерации, отставая среди регионов Сибирского Федерального округа (СФО) от Кемеровской, Иркутской, Читинской, Томской областей, Алтайского края, Республик Бурятия, Тыва и Хакасия. По туристическому потенциалу Новосибирская область занимает 29 место в Российской Федерации, и по этому показателю в СФО ее опережают Алтайский край и Кемеровская область [1].

Между тем в силу своего географического положения, природных условий и исторического наследия Новосибирская область располагает возможностями для развития на своей территории разных видов внутреннего и въездного туризма. Согласно «Концепции развития отрасли туризма Сибири на 2005-2010 гг.», разработанной Координационным Советом по туризму Межрегиональной Ассоциации «Сибирское Соглашение», факторами, определяющими привлекательность сибирских регионов как объектов туризма, являются:

а) историческое и культурное наследие Сибири, неразрывно связанное с историей и культурой России;

б) выгодное географическое положение регионов как отправных точек туристских маршрутов по Сибири, городам Дальнего Востока, странам Азиатско-Тихоокеанского региона;

в) Сибирь – место проведения международных конгрессов, симпозиумов, семинаров, выставок, ярмарок, фестивалей, а также проведения международных соревнований по различным видам спорта, что способствует развитию делового и событийного туризма;

г) наличие уникальных природных ресурсов;

д) в рамках одного турпродукта за короткий срок есть возможность познакомить туристов с богатыми культурными традициями регионов Сибири, чьи народы сохранили уникальное национальное своеобразие быта, обычаев, религиозных обрядов дохристианской культуры [2].

Потенциально-значимым фактором привлечения туристов в Новосибирскую область являются ее природные ресурсы и выгодное географическое положение. Территория области находится в пределах двух крупных физико-географических комплексов: большая ее часть расположена на территории Западно-Сибирской равнины, а восточная часть – Салаирский кряж – в поясе гор Южной Сибири. Разнообразны природные ландшафты рассматриваемого региона. Север области, лежащий на Васюганской равнине, представляет собой заболоченные лесные массивы, средняя часть Барабинской низменности и Приобья – лесостепные ландшафты, юго-западная часть области (Кулундинская равнина) – степные просторы с обширными озерами, а юго-восточная часть области (Салаирский хребет) представлена горными таежными лесами. Климат Новосибирской области умеренно континентальный, достаточно благоприятный для жизнедеятельности человека [3, 4].

На территории области зарегистрировано 48 памятников природы, 25 заказников, в том числе 1 – федерального значения, 16 орнитологических территорий международного значения (пути миграции и места гнездования редких водоплавающих птиц), 2 территории водно-болотных угодий международного значения.

Богат животный мир области, в том числе с точки зрения промысла и развития спортивно-охотничьего туризма. Представляют интерес копытные (косуля, лось, кабан), медведь, волк, лисица, заяц-беляк и заяц-русак, лесные и болотные птицы (глухарь, рябчик, тетерев, несколько видов гусей, уток, перепел, бекас, дупель и др.) и другие животные. Все объекты животного мира, отнесенные к объектам охоты, являются лицензионными, для охоты на них установлены предельные сроки, регламентированные «Правилами охоты на территории Новосибирской области» [3].

В Новосибирской области насчитывается более 60 охотничьих хозяйств. Наиболее значимыми и пригодными для использования с точки зрения организации спортивного (охотничьего) туризма могут быть: Баганское охотничье хозяйство (площадь 135 тыс. га) – основной объект охоты водоплавающая дичь (различные виды уток), заяц-беляк, лисица; Рямовское охотничье хозяйство (112 тыс. га) – лисица, заяц-беляк, ондатра, колонок, горностай, хорь, ласка, косуля и лось; промысловое охотничье хозяйство «Южнозерское» (266,7 тыс. га) – возможна охота на лисицу-корсак, барсука, горностая, ласку, зайца-беляка, ондатру, водоплавающую и болотную дичь; охотничье хозяйство «Кашламский бор» (230,5 тыс. га), животный мир которого представлен такими видами как лось, косуля, заяц-беляк, лисица, росомаха, соболь, рысь, барсук, горностай, встречается медведь, гнездятся многие виды уток, боровая и полевая дичь (глухарь, тетерев, рябчик, белая куропатка); Тогучинское охотничье хозяйство (316,4 тыс. га), где обитают заяц-беляк, косуля, лось, лисица, белка, горностай, хорь, волк, норка, глухарь, рябчик, тетерев, бекас, дупель и др. виды, имеющие промысловое значение [5].

В водоемах области встречается около 35 видов рыб. Особенно богаты рыбой река Обь и ее притоки, в которых обитают ценные промысловые породы – сибирский осетр, стерлядь, таймень, ленок, нельма, сиг, муксун и др. Наиболее перспективными объектами для формирования туристского продукта на основе спортивной рыбалки в регионе являются такие объекты как Новосибирское водохранилище, река Обь и ее притоки, озера Чаны и Сартлан и др. Объектами любительского и спортивного рыболовства в этих водоемах являются все виды рыб, подлежащие лицензированию [3, 5].

Новосибирская область обладает значительным историко-культурным потенциалом. На ее территории насчитывается около 2,5 тыс. памятников истории и культуры, в том числе около 70% – памятники археологии. 870 памятников охраняются государством, 1318 объектов (вновь выявленные памятники истории и культуры) взяты на учет органами госохраны. Интересными археологическими объектами, которые могли бы привлечь туристов, являются стоянки человека каменного века в Барабинской лесостепи (например, Волчья грива, Ново-Тартасская); курганные комплексы в степных ландшафтах; городище Чича VIII-VII вв. до н.э. в Здвинском районе, тайны которого еще предстоит открыть, и многие другие памятники. К более поздним историко-археологическим объектам Новосибирской области можно отнести древние поселения сибирских татар – Вознесенское городище или Тонтур (Венгеровский район), которое являлось одним из опорных пунктов сибирского хана Кучума и принадлежало его соратнику хану Буян-Бию; село Юрт-Ора (Колыванский район) и др. Самым древним русским укреплением, связанным с освоением русскими территории Приобья, является построенный в 1703 г. Умревинский острог (Мошковский район). Четыре исторических поселения на территории Новосибирской области упоминаются в Перечне исторических населенных мест России – рабочие поселки Сузун (включен также в федеральную программу «Возрождение») и Колывань, города Куйбышев и Новосибирск, известные, в том числе, своими памятниками деревянного зодчества Сибири [3].

Большие возможности для организации туризма в Новосибирской области предоставляют река Обь, основная водная артерия области, и Новосибирское водохранилище (Обское море). Здесь сосредоточены основные объекты летнего отдыха – яхтклубы, пляжи, пункты проката оборудования для отдыха на воде и т.д. В 70-х годах прошлого века успешно действовал всероссийский маршрут по Обскому водохранилищу на гребных лодках, который сейчас незаслуженно забыт. Не менее популярным был участок Оби вниз по течению до Томской области.

Город Новосибирск – крупный промышленный, научный, культурный и административный центр Сибири, расположен на пересечении крупнейших транспортных магистралей страны (авиационных, железнодорожных, водных и автомобильных), являясь

«воротами Сибири», что также создает благоприятные предпосылки для развития здесь туризма. Разнообразна и интересна культурная жизнь города Новосибирска, здесь работает 8 профессиональных театров, старейшая в Сибири филармония и известные в стране и за рубежом музыкальные коллективы, действует множество музеев и художественных галерей. Новосибирск является центром деловой активности СФО и России в целом, здесь открыт единственный за Уралом Центр Международной торговли, штаб-квартира которого находится в Нью-Йорке [3, 4].

Таким образом, используя структуру региональных туристских потенциалов, предлагаемую С.А. Севастьяновой [6], можно заключить, что территория Новосибирской области, несомненно, обладает природно-ресурсным, рекреационно-ресурсным, историко-культурным потенциалом и располагает туристскими ресурсами регионального и местного значения. Однако при этих условиях въездной туризм в области развивается очень медленно и нестабильно, что связано, прежде всего, с уровнем развития туристской инфраструктуры [3].

Необходимо решать проблемы в гостиничном хозяйстве области и города, поскольку сегодняшнее состояние этого компонента туристской инфраструктуры серьезно сдерживает развитие внутреннего и въездного туризма в области. Гостиничное хозяйство региона сильно дифференцировано по качеству и объему гостиничных услуг предлагаемых туристам. Гостиницы в городе Новосибирске отличаются от гостиниц области более высокими ценами, лучшей материально-технической базой, большим количеством номеров, при этом лишь в 17 районах области имеются гостиницы, которые способны работать с туристами. 87% гостиничного хозяйства области нуждается в капитальном ремонте и техническом обновлении [7]. Таким образом, для региона характерно невысокое число и качество гостиниц. Качество услуг и техническая оснащенность средств размещения не соответствуют международным стандартам, что является серьезным препятствием для обслуживания иностранных туристов.

Еще одним фактором, препятствующим привлечению туристов, является плохое состояние дорог, улиц, парков, невысокий уровень благоустройства исторического центра г. Новосибирска, а также его неблагополучное экологическое состояние [3].

Проведенный анализ туристско-рекреационных ресурсов Новосибирской области и оценка основных проблем туристской отрасли позволили разработать основные принципы и провести туристско-рекреационное зонирование территории Новосибирской области с целью выделения зон и объектов, наиболее значимых для развития разных видов туристской деятельности. В качестве зонообразующих признаков были выбраны степень туристско-рекреационной освоенности территории, структура туристско-рекреационных функций в зависимости от преобладающего использования туристско-рекреационных ресурсов – специализация туристских зон, а также очередность развития с учетом транспортной инфраструктуры, особенностей средств размещения, наличия историко-культурных объектов и памятников. Проведенное функциональное туристско-рекреационное зонирование Новосибирской области позволило наглядно продемонстрировать потенциальные возможности каждого административного района в развитии туризма, поскольку для наиболее эффективного развития отрасли необходимо формирование устойчивой системы туристских зон и туристских центров области. В ходе зонирования были выявлены приоритетные регионы для развития, обладающие наиболее мощным и мало используемым потенциалом.

Наиболее перспективными для развития туризма являются районы, расположенные в непосредственной близости от мегаполиса. Разнообразный ландшафт, наличие культурных и природных памятников – все это в ближайшем будущем может стать основой как для предоставления полноценного отдыха, так и для организации туров выходного дня для жителей Новосибирска и других близлежащих регионов. Потенциалом для раз-

вития туризма обладает и побережье Новосибирского водохранилища. Несколько иную специфику имеют западные районы области. Здесь расположено большое количество пресных и соленых озер, а также минеральных источников. Например, наиболее значимым ресурсом Купинского района является озеро Чаны – самый большой по площади естественный водоем Западной Сибири и третий после Байкала и озера Таймыр.

Были определены основные стратегические направления развития туризма на территории области. Наиболее актуальными признаны следующие виды туризма: деловой и научный туризм, который базируется на использовании научного, инновационного, промышленного и административного потенциала области и областного центра; лечебно-оздоровительный, спортивный, культурно-познавательный и экологический туризм на базе рекреационных, природных и историко-культурных ресурсов региона. Кроме этого, перспективными могут быть образовательный, событийный, транзитный туризм, различные формы социального туризма, в том числе детский и молодежный, а также некоторые специальные виды туризма (этнографический, музейный, религиозный и др.) [3].

В 2006 году принят закон Новосибирской области «О государственной поддержке развития туристской индустрии в Новосибирской области», который стал основополагающим документом для развития туризма в области. В нем введены такие понятия как «туристские объекты приоритетного развития», «туристский реестр Новосибирской области» и определены меры государственной поддержки развития туристской индустрии – экономические, финансовые, организационные, информационные. В развитие этого закона принимаются целевые программы, нормативно-правовые акты – постановления, распоряжения, положения и т.д.

В настоящее время разрабатывается областная целевая программа «Развитие туристской индустрии в Новосибирской области на 2008-2017 годы». В ее создании принимают участие комитет внешнеэкономического сотрудничества и туризма администрации области, члены экспертной комиссии Совета по туризму НСО, общественные организации туриндустрии. Цель этой программы – формирование современной, конкурентоспособной инфраструктуры, обеспечивающей широкий спектр туристских услуг жителям и гостям Новосибирской области и превращение туризма в доходную отрасль экономики области. При этом, учитывая приоритетность государственной финансовой поддержки туристского предпринимательства, ведущая роль в этой поддержке должна принадлежать более эффективным экономическим формам, в частности налоговым кредитам, налоговому и таможенному льготированию, организации целевых инвестиционных фондов, государственным гарантиям по кредитам и лизинговым операциям, а также льготному использованию государственной собственности [8]. Именно такие формы экономической и финансовой поддержки предусмотрены областным законом «О государственной поддержке развития туристской индустрии в Новосибирской области».

В планах администрации Новосибирской области значительное увеличение таких показателей, как объем реализации платных туристско-экскурсионных услуг (с 100 млн. руб. в 2007 г. до 131 в 2009 г. и 145 млн. руб. – в 2010 г.), объем услуг гостиниц (с 1100 млн. руб. в 2007 г. до 1460 в 2009 г. и 1665 млн. руб. – в 2010 г.), объем санаторно-оздоровительных услуг (с 650 млн. руб. в 2007 г. до 900 в 2009 г. и 1045 млн. руб. – в 2010 г.), объем оказания международных туристских услуг (с 1850 млн. руб. в 2007 г. до 2160 в 2009 г. и 2330 млн. руб. – в 2010 г.). Постоянно будет увеличиваться количество реализуемых инвестиционных проектов и туристских объектов приоритетного развития.

Рассматривая организационно-экономические особенности развития регионального туристского комплекса, необходимо отметить, что важнейшую роль в его развитии играют инвестиционные ресурсы. При оценке инвестиционной привлекательности Новосибирской области по взаимосвязанным показателям риска и потенциала регион можно отнести к категории «средний потенциал – умеренный риск» [9]. При этом Новосибир-

ская область занимает одно из первых мест среди сибирских регионов по оптимальности законодательных условий для инвестирования. В настоящее время администрацией области разрабатывается «Положение о туристских объектах приоритетного развития», в котором будут определены условия их создания, взаимоотношения инвесторов с областными и муниципальными органами власти. После принятия Положения по предложению местных властей и инвесторов администрация Новосибирской области определит туристские объекты приоритетного развития. В настоящее время инвесторы вкладывают средства в реконструкцию и развитие курорта озера Карачи, курортной зоны озера Горькое, туристские объекты на берегу Новосибирского водохранилища и др.

Таким образом, развитие туристской отрасли взаимоувязано с социально-экономическим развитием региона. С одной стороны, туризм может стать существенным фактором регионального развития, с другой, научно обоснованная государственная и региональная туристская политика может стимулировать развитие туристско-рекреационного комплекса, улучшая общую социально-экономическую ситуацию в регионе. Однако, в России, обладающей значительным туристским потенциалом, туризм еще не достиг уровня развития, соответствующего своим возможностям. В связи с этим основной задачей развития туризма на территории Новосибирской области, как и во всей Российской Федерации, является трансформация имеющегося туристского потенциала региона в эффективно используемые туристские ресурсы. Это станет возможным при создании более ярко выраженного положительного туристского имиджа территории за счет разработки миссии туристского комплекса, эффективной региональной политики в сфере туризма, проведения маркетинговых мероприятий, включения в единое информационное пространство на российском и международном уровнях, более широкого использования технологических возможностей и т.д. При этом государственное управление туризмом должно быть направлено на стимулирование всестороннего развития туристского комплекса региона и активное вовлечение населения в принятие управленческих решений на местном уровне.

Литература

1. Щетинин М.П. Роль туризма в социально-экономическом развитии Алтайского края // www.altairegion22.ru, 2006.

2. Концепция развития отрасли туризма Сибири на 2005-2010 гг. // www.sibacc.ru (официальный сайт Межрегиональной Ассоциации «Сибирское Соглашение»).

3. Нехорошков В.П., Гузнер С.С., Комарова Л.К. Стратегические направления развития туризма в Новосибирской области, Новосибирск: Изд-во СГУПС, 2007, 43 с.

4. Гусарина З.В., Смирнова Е.В., Феденева И.Н. Туристское зонирование территории Новосибирской области: возможности, перспективы и ограничения // Развитие профессионального гостеприимства в РФ: проблемы и решения, Пермь: Перм. Гос. ин-т искусства и культуры, 2007, С. 122-133.

5. Смирнова Е.В., Феденева И.Н., Комарова Л.К. Потенциал развития приключенческого туризма в Новосибирской области // Инвестиционный потенциал туриндустрии Сибири: Научно-практическая конференция, 21 апреля 2006 г., г.Новосибирск, Новосибирск: Изд-во Сибирской академии туризма, 2006, С. 17-18.

6. Севастьянова С.А. Анализ потенциалов функционирования и развития туризма в регионе // Проблемы современной экономики, № 3(15), 2007, www.m-economy.ru.

7. Сигарев Д.Ю. Актуальные проблемы развития туризма в Новосибирской области // Рыночное пространство современной России: реклама, коммерция, маркетинг, Новосибирск, 2006, С.58-61.

8. Валиев М.Ш. Организационно-экономические основы развития регионального туризма в рыночной экономике // Автореф. ...канд. экон. наук, Москва, 2004, 24 с.

9. Рейтинг инвестиционной привлекательности регионов // Эксперт, 2006, № 44, С. 106-123.

РЕГИОНАЛЬНЫЕ ОСОБЕННОСТИ ТУРИСТСКОГО СПРОСА (НА ПРИМЕРЕ АЛТАЯ)

Гладкевич Г.И., Прохорова Е.М., *кафедра Экономической и социальной географии России Географический факультет МГУ им. М.В. Ломоносова, dolph-glad@mail.ru*

В формировании туристского спроса большое значение должно придаваться мотивации действий потребителя. Мотивация действий туриста остается малоизученной сферой, и хотя статистика постоянно предоставляет информацию о том, кто и куда ездит, причины конкретного выбора, часто, не ясны. Крупные компании заказывают подобные исследования особенностей поведения своих клиентов, но так как их проводят для собственных нужд, то результаты засекречиваются и очень редко где-либо публикуются.

Мотив и цель всегда тесно взаимосвязаны. Цели можно разделить на три категории: бизнес-путешествия, отдых и смешанные поездки (например, посещение друзей и родственников, оздоровление, паломничество). Механическая классификация туристов помогает установить лишь общие мотивы путешествий, но мало что говорит о специфических мотивах, потребностях и желаниях, связанных с конкретной поездкой, а также о том, как их удовлетворить.

Потенциальный потребитель должен не только осознать наличие потребности, но также понять механизм ее удовлетворения. Все люди разные, и то, что одному кажется идеальным вариантом, для другого будет абсолютно неприемлимо. Выбор того или иного маршрута, как и любого другого продукта, определяется личным опытом и индивидуальными наклонностями. Только при условии совпадения потребности и привлекательности у потребителя появится мотивация купить продукт. Основная задача состоит в том, чтобы выявить интересы и желания клиента и предложить ему подходящий продукт.

Туристские мотивы как существенный элемент спроса являются объектом целого ряда влияний, которые могут быть не связаны напрямую с туризмом, но при этом воздействуют как на объем, так и на формы спроса и выбора туристского продукта.

Каждый регион имеет собственное уникальное сочетание факторов, и стратегия развития туризма должна стремиться учесть их специфику.

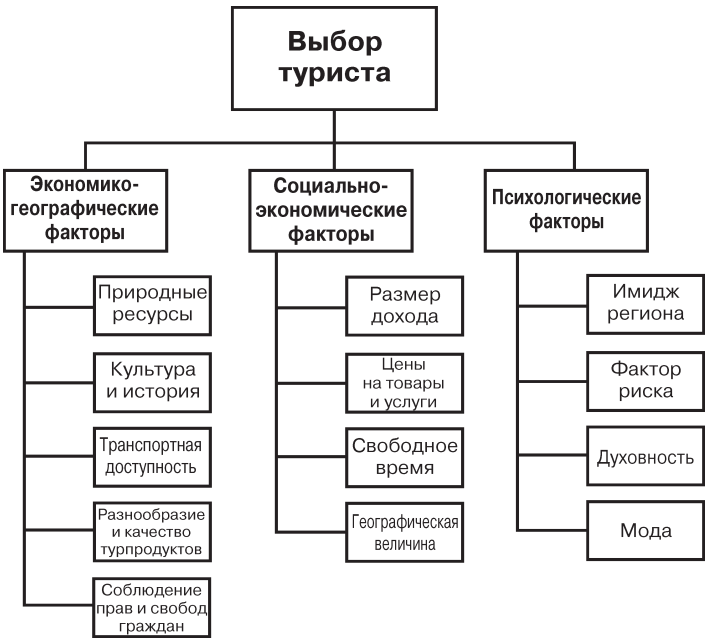


Рис. 1. Общая модель географического поведения туриста.

Для выявления региональных особенностей туристского спроса предлагается модель географического поведения туриста (рис. 1), включающая экономико-географические, социально-экономические и психологические факторы, которые влияют на выбор и предпочтения туристов.

В качестве примера анализа конкурентных преимуществ региона приводится Республика Алтай.

К числу важнейших факторов, определяющих туристскую специализацию региона, относятся природно-рекреационные ресурсы. Туристы учитывают особенности климата, аттрактивность, разнообразие, экзотичность и уникальность ландшафтов, а также естественные возможности для занятия спортом.

Благодаря удаленности от индустриальных и административных центров и низкому уровню экономического развития Республике Алтай удалось сохранить относительно нетронутым свой богатейший природно-рекреационный потенциал, пригодный для организации различных видов отдыха. Ландшафты Горного Алтая представлены практически всеми типами, характерными для Сибири, – это снежные вершины с высотами более 4000 метров (на территории республики расположена высочайшая вершина Сибири – гора Белуха высотой 4506 метров), грандиозные ледники, тундры, сухие степи, альпийские луга и тайга.

Особенности культуры и истории различных регионов мира все чаще побуждают людей проводить отпуск в путешествии. Культурный потенциал региона выражен в его историческом наследии. Наличие уникальных исторических объектов может предопределить успешное развитие туризма в регионе. Знакомство с историей и культурно-историческими объектами – сильнейший побудительный туристский мотив.

По легенде великий Будда – Гаутама пришёл отсюда в Индию; в горах Алтая находятся ворота в страну Шамбала (скрытую от людей), которой предопределено стать центром цивилизации после того, как человечество, с его безудержным стремлением к разрушению, уничтожит само себя. Это наделяет Алтай уникальным даром возрождать и очищать душу человека, вызывать душевный подъем. Туристско-рекреационные ресурсы Алтая являются важным элементом национального богатства России и должны играть ведущую роль в социально-экономическом развитии региона, привлечении инвестиций, увеличении потока отдыхающих и туристов, а также доходов от въездного и внутреннего туризма.

Многовековая история Алтая тесно связана с событиями, которые происходили на огромных пространствах Азии и Восточной Европы. Неслучайно здесь в мерзлотных курганах сохранились изделия из Китая, Египта, а также самый древний в мире ковер, который предположительно был привезен из передней Азии. История очень многих индоевропейских, финно-угорских и тюркоязычных народов тесно связана с Алтаем. Отсюда по бесконечным пространствам Евразии растекались скифы, гунны, тюрки. Многие элементы традиционной культуры этих народов сохранились до сих пор.

Алтай представляет собой исключительный по своей живописности культурный ландшафт, дающий представление о традиционном образе жизни, существовавшем здесь тысячи лет и отражающемся в менталитете местных жителей. Шаманизм, бурханизм, христианство и ислам существовали на этой территории, взаимно обогащая друг друга, на протяжении нескольких веков. В настоящее время Республика Алтай относится к числу тех регионов, где одновременно можно увидеть традиционную культуру коренного народа – алтайцев, русского старожильческого старообрядческого населения и казахов, компактно проживающих здесь много лет. Традиционные праздники и игры, в которых во всём своём великолепии представлены архаика и современность, не могут не оказать глубокого впечатления на современного человека, особенно горожанина, попадающего в совершенно иной мир, в иное пространственно-временное измерение.

Для развития массового туризма необходимо, чтобы регион обладал высокой транспортной доступностью. Для большинства людей долгая дорога, сопряженная с различными неудобствами, не является положительным фактором выбора. Степень доступности места отдыха – близость аэропорта, наличие регулярных авиарейсов с удобным расписанием полетов, приемлемая цена билетов на самолет, развитая транспортная сеть в месте отдыха – важные мотивы принятия решения. Восприятие степени доступности конкретного места самим туристами является не менее важным фактором, чем его фактическая доступность.

В республике отсутствует железнодорожный и речной транспорт. Автомобильный транспорт составляет 90% всех видов перевозок, также небольшую долю составляет ави-

ационный транспорт. По территории республики проходит дорога федерального значения М-52 «Новосибирск – Бийск – Ташанта» (Чуйский тракт»). 85 % от общей протяженности дорожной сети составляют дороги с твердым покрытием, что в значительной мере облегчает транспортную доступность для отдыхающих в самых отдаленных уголках республики. Отсутствие действующего аэропорта в регионе в значительной степени снижает его посещаемость, однако в скором времени будет произведена реконструкция аэропорта в Горно-Алтайске, и поток туристов возрастет.

На выбор туриста влияет степень стабильности в обществе, соблюдение прав и свобод граждан (в том числе свободы передвижений), уровень преступности.

Выбор потребителя зависит от ряда экономических факторов – размера доходов семьи, цен на товары и услуги. Эти экономические обстоятельства не позволяют людям приобрести все множество желаемых благ и часто заставляют останавливаться на иных альтернативах, нежели те, которым они отдали бы предпочтение при бесплатном распределении. Туристское предложение в Республике Алтай очень разнообразно, существуют туры для всех категорий туристов с различными уровнями дохода.

Продолжительность свободного времени также является одним из важных условий туристской деятельности. Туристское предложение в Республике Алтай разнообразно по количеству туров с разной продолжительностью.

Знание имиджа региона является важной составляющей при выборе туристского маршрута. Оно предполагает отбор и интерпретацию полученных сообщений. Вряд ли кто-то способен впитать всю полученную информацию, поэтому большая ее часть сознательно или бессознательно выводится из нашей памяти. Если же человек расположен к конкретному продукту или сообщению благосклонно, вероятность того, что информация отложится в памяти, значительно возрастает.

Для многих туристов интерес к духовным, нравственным и интеллектуальным ценностям преобладает над материальными. Можно говорить о духовности как свойстве территории. Духовность связана с наличием объектов нематериального культурного наследия и проявляется в следующих областях:

– устные традиции и формы выражения, включая язык в качестве носителя нематериального культурного наследия;
– исполнительские искусства;
– обычаи, обряды, празднества;
– знания и обычаи, относящиеся к природе и вселенной;
– знания и навыки, связанные с традиционными ремеслами.

Объекты нематериального культурного наследия, наряду с природными, являются объектами мирового значения и охраняются ЮНЕСКО. В Республике Алтай «нематериальный мир» привлекателен для туристов, склонных к Познанию Зарождения мира и для тех, у кого духовный мотив путешествий играет важную роль.

Народы Горного Алтая веками уважительно относились к окружающей среде и жили в согласии с природой. Традиции и обычаи этих народов являются привлекательным турпродуктом для путешественников не только из России, но и со всего мира. Однако эту культуру надо всячески оберегать и сохранить для будущих поколений. «Все культуры находятся в творческом и динамичном развитии, кроме того, они уникальны, хрупки и незаменимы. Культура, которой пренебрегали на протяжении хотя бы одного поколения, может быть утрачена навсегда. Поэтому важно создать безопасную среду, где все культуры могли бы получить свободное развитие» (Коитиро Мацуура, генеральный директор ЮНЕСКО).

Товары и услуги культурного назначения – важные носители идей, ценностей и самобытности. Вот почему необходимо разработать меры по широкой рекламе этой части туристско-рекреационного потенциала.

Многие субъекты туристического бизнеса, и, в первую очередь, сами курорты, страдают от непостоянства покупательских настроений – мода все время меняется, а люди находят новые интересы и отдыхают на новых курортах. Подобное происходит, когда основной изюминкой курорта является его фешенебельность.

Мода на проведение отдыха в Республике Алтай в очень скором времени может возникнуть. Однако горнолыжный курорт в Манжероке, вряд ли, станет похожим на горнолыжный курорт в Куршавеле, но перед ним и не стоит такая задача. Мода может возникнуть не по причине фешенебельности и притока богатых туристов, а благодаря заинтересованности образованных людей в природном и историко-культурном наследии Горного Алтая, отличающемся от окружающего мира своей духовностью, своими древними традициями и уникальностью образа жизни его многочисленных этносов.

Планируя путешествие, туристы не забывают о проблеме риска. Любая поездка сопряжена с определенной долей риска – люди боятся заболеть, попасть в период непогоды, не получить то, на что рассчитывали, сомневаются в качестве продукта. Однако есть и более существенные угрозы. Несомненно, наибольшую угрозу в последнее время, негативно влияющую на глобальный туризм, представляет терроризм. Растущее число терактов негативно влияют на туристский выбор.

Не менее серьезной проблемой для международного туризма стала угроза распространения опасных заболеваний. И, наконец, нельзя не учитывать проблему климатических изменений, являющуюся основной причиной стихийных бедствий, от которых все чаще страдают именно популярные курорты.

Вряд ли эти события можно предсказать заранее. В то же время, туристические компании должны быть готовы приспосабливаться к быстро меняющимся обстоятельствам, разрабатывая программы и продукты, которые можно легко адаптировать к новой обстановке.

По сравнению с другими туристскими регионами Республика Алтай отличается безопасностью для проведения отдыха. Все выше перечисленные факторы риска маловероятны для этого региона.

Особое значение в наше время должно быть уделено информационному фактору. За информационный объем определенного региона можно принять всю совокупность интернет-документов, находящихся в общемировом сегменте Интернета.

В таблице 1 Гранд Каньон как объект мирового природного наследия и штат Аризона, в котором он находится, дан лишь в качестве примера. Ключевое слово «Россия» взято для понимания масштабов информационной обеспеченности. Ключевое слово «Монголия» приводится для сопоставления с Республикой Алтай. Ключевое слово «Алтай» дано, потому что даже граждане России не все различают Республику Алтай, Алтайский край и Рудный Алтай в Казахстане, а для иностранцев слово Алтай скорее ассоциируется с географической областью.

Именно поэтому информационный объем Алтая в несколько раз больше, чем у Республики Алтай. Телецкое озеро, так же, как и Гранд Каньон, является объектом Мирового природного наследия, однако его информационный объем в тысячи раз меньше (таблица 1). Сравнение российских регионов с зарубежными говорит об очень малом количестве информации, присутствующем в зарубежном сегменте Интернета, что является одной из проблем развития туристко-рекреационного потенциала Республики Алтай.

Таблица 1.

Информационный объем различных регионов и объектов Мирового Природного Наследия 2008.

Ключевое слово	Google.com	Yahoo.com	Altavista.com
Россия (Russia)	185 000 000	680 000 000	677 000 000

Аризона (Arizona)	173 000 000	703 000 000	703 000 000
Гранд Каньон (Grand Canyon)	10 600 000	63 900 000	63 900 000
Монголия (Mongolia)	62 300 000	163 000 000	163 000 000
Алтай (Altai)	1 680 000	4 650 000	4 650 000
Республика Алтай (Altai republic)	581 000	834000	834 000
Телецкое озеро(Teletskoe lake)	1 990	2 010	2 010

Реклама, благодаря увеличению информационного объема региона и качества знаний о нем, способствует продвижению турпродукта на туристском рынке. Реклама должна создавать узнаваемый, запоминающийся и «заманчивый» бренд туристического объекта.

Названные факторы, влияющие на выбор туриста, а, следовательно, и на уровень развития туризма в регионе, необходимо учитывать в предложении туристских услуг. Поскольку каждый регион обладает собственным неповторимым сочетанием факторов, необходимо стремиться к разработке региональной стратегии развития туризма на основе их анализа.

Несмотря на то, что рекреационно-туристские ресурсы Республики Алтай достаточно велики, их использование только начинается. Этот важный сектор экономики, являющийся одной из высокодоходных и наиболее динамично развивающихся отраслей мирового хозяйства, в республике до сих пор не оказывает необходимого влияния на развитие региона, как по качественным, так и по количественным характеристикам. Развитие мотивации выбора будет способствовать выигрышному положению территории Республики Алтай в сравнении с другими туристскими регионами.

Республика Алтай относится к кризисным регионам с низкими показателями социально-экономического развития и ей самой не справиться с такой сложной задачей.

Если вспомнить инструменты и формы проведения региональной политики в развитых западных странах мира, то следует обратить внимание, что в странах с федеративным устройством действует несколько уровней государственной власти. Так, согласно конституции США, федеральное правительство не имеет права создавать какие-либо предпочтительные условия для развития отдельных штатов. Объектом государственной политики федерального центра являются или надштатные регионы, охватывающие территорию нескольких штатов, или субштатные ареалы.

В Европейском Союзе установлено правило, что программы, подпадающие под цель содействия структурной перестройке и развитию отсталых ареалов, рассматриваются не менее чем по 174 административным образованиям 12 стран, а программы, подпадающие под цель содействия структурной перестройке и развитию депрессивных ареалов, включая ареалы рынков труда и города – агломерации с высокой безработицей и снижающимся уровнем промышленного развития – разрабатываются в разрезе 829 административных единиц. И только социальные цели борьбы с долговременной и молодежной безработицей распространяются на отдельные страны.

В «Комплексной программе социального, экологического и экономического развития Республики Алтай» на период до 2010 года при анализе возможностей и опасностей внешней среды говорится о возрастающей конкуренции со стороны соседних регионов.

Необходимо изменить подход ровно на противоположный и, в связи со сказанным, подумать о программе совместного (Алтай и его соседи – Хакасия, Тува и др.) использования крупнейшего в нашей стране туристского потенциала.

Совместное использование туристско-рекреационных ресурсов и Алтая, и Хакасии, и Тувы (и, возможно, Бурятии) при общей заинтересованности может способствовать зарождению на Алтае туристского кластера. Регионы-соседи, поставляющие туристов, также могут «встроиться» в создание такого крупного туристского центра. Один из субъектов – соседей выделит инвестиции (например, Тюменская область, которая могла бы

стать донором такой программы развития), другие – снабдят продовольствием (Алтайский край, Омская обл.), третьи – предложат инновации (Новосибирская, Томская области), снабдят строительными материалами (Кемеровская область) и т.д. Все это может дать хороший результат, решить многие проблемы.

Специфика современной региональной политики в России в том, что решение все большего числа проблем перекладывается на регионы. Поскольку республике Алтай не освоить значимую туристскую программу в одиночку, следует, отталкиваясь от совместной заинтересованности, решать ее, как говорят в России, «всем миром», тем более, что никто здесь не проиграет, а выиграют все – и Республика Алтай, и ее соседи, и вся Россия.

Но какие бы программы по использованию туристско-рекреационного потенциала Республики Алтай не были приняты, они должны максимально учитывать уникальную специфику этой территории, базироваться на условиях устойчивого неистощительного природопользования и необходимости сохранения культурно-исторических традиций ее жителей, уникального духовного наследия с учетом той роли, которую играет Алтай как ноосферная территория.

ТУРИСТИЧЕСКИЙ КОМПЛЕКС АЛТАЙСКОГО КРАЯ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Андреева И.В., Ротанова И.Н., *лаборатория эколого-географического картографирования ИВЭП СО РАН, andreeva@iwep.asu.ru*

Туристический комплекс, объединяющий спрос и предложение на рынке туристических услуг и представляющий собой особый природно-социально-экономический феномен, в Алтайском крае находится на стадии формирования. К отличительным чертам среды формируемого комплекса относятся режим особого правового и экономического благоприятствования, высокая обеспеченность базовыми природными и социально-экономическими условиями и ресурсами, повышенный интерес к природно-культурным ценностям региона со стороны потенциальных потребителей. Все это определяет высокие темпы развития отрасли, значительно превышающие среднероссийские.

Процесс выбора региона потенциальными отдыхающими осложняется трудностями дифференциации Алтайского края и Республики Алтай – ранее единого субъекта Российской Федерации и по настоящее время потенциально рассматриваемого в природном отношении как неделимый регион со специфическим набором туристических ресурсов. Ныне обособленность экономик и необходимость их стимулирования заставляют выстраивать конкурентные, но взаимодополняющие отношения между ними. При этом территория Алтайского края в современных границах и с существующим уровнем туристско-рекреационного сервиса вряд ли создает серьезную конкуренцию более интересному в плане экстремального отдыха соседу, где туризм планомерно развивается с 30-х годов XX века.

Однако наличие уникальных ландшафтно-климатических и геолого-минералогических условий, сформировавших на территории Алтайского края ценные курортно-санаторные ресурсы и условия для разнопланового спортивно-оздоровительного отдыха, позволяет стабильно наращивать поток отдыхающих путем создания и развития рекреационно-туристической инфраструктуры.

Сегодня рекреационная инфраструктура, отстающая по уровню сервиса не только от регионов европейской России, но от ближайшего соседа, сконцентрирована, преимущественно, в горной юго-восточной части края. Среди рекреационных центров выделяется

курорт Белокуриха, объединяющий 13 разнопрофильных санаториев и многочисленные предприятия отдыха. Курорт является самым крупным от Урала до Дальнего Востока и имеет российский статус. Большинство санаториев базируется на использовании радоновых источников Белокурихинского гранитного массива, лечебные свойства которых применяются с XVIII века. Лечебные и гостиничные корпуса, отдельные из которых имеют категорию 4* («Беловодье»), осуществляют прием посетителей с лечебно-оздоровительными, деловыми и развлекательными целями. Показаниями для лечения в санаториях служат заболевания сердечно-сосудистой, нервной и эндокринной систем, органов движения и дыхания, гинекологические и кожные заболевания. Местоположение в переходной зоне «горы-равнина» придает уникальный природно-эстетический колорит курорту и создает условия для активного отдыха, реализуемого на горно-лыжных трассах Белокурихи – одних из самых значимых в Сибири.

В равнинной части края наибольшим рекреационным потенциалом обладает озеро Большое Яровое. На базе его лечебных грязей более трех десятилетий развивается лечебно-оздоровительный отдых. Круглогодичный санаторий-профилакторий «Химик» и более мелкие базы отдыха принимают больных терапевтического, хирургического, неврологического, гинекологического, урологического и дерматологического профилей. Вода и грязи озера сравнимы с таковыми Мертвого моря, а само оно является претендентом на первое место среди подобных озер России. Существующая санаторно-рекреационная инфраструктура не в состоянии обеспечить потребности желающих отдохнуть и оздоровиться, поэтому на побережье активно развит «дикий» отдых, а в географии отдыхающих представлены все регионы России, многие страны ближнего и дальнего зарубежья. Привозные озерные грязи используются так же в санаториях г. Барнаула – еще одного центра лечебного отдыха в крае.

Помимо бальнеологического направления значительное место в рекреационном комплексе занимает активный отдых. По данным Алтайского краевого комитета статистики и Главного управления экономики и инвестиций Алтайского края в 1-м полугодии 2007 г. оказано рекреационных услуг 418,2 тыс. потребителям. Первое место в рейтинге занимает г. Белокуриха – 113,6 тыс. потребителей или 27% от их общего числа. Второе место принадлежит Алтайскому району, принявшему 92,5 тыс. человек, 95% из которых предпочли размещение на турбазах, кемпингах, стоянках и в «зеленых домах».

Алтайский район располагается в низкогорьях и среднегорьях Северного Алтая на левобережье реки Катунь и является приоритетной территорией туристско-рекреационного развития в крае. В его границах размещена одна из особых экономических зон региона – «Бирюзовая Катунь», ориентированная на семейный и молодежный отдых и территориально близкая к туристическим объектам Чемальского и Майминского районов Республики Алтай – подобным особым экономическим зонам.

Внутригодовое распределение потока потребителей турпродукта имеет некоторые особенности. Так, в связи с круглогодичным режимом функционирования курортов Белокурихи, отмечается стабильная высокая численность отдыхающих во все сезоны. Некоторые пики наблюдаются зимой за счет притока рекреантов на горно-лыжные трассы. Однако на общей картине распределения отдыхающих по территории края Белокуриха выглядит явным доминантом лишь в зимний период. Летом максимальная плотность отдыхающих отмечается в Алтайском районе, где функционируют многочисленные сезонные базы отдыха и находятся основные места «дикого» отдыха.

По экспертным оценкам каждый турист в Алтайском районе израсходовал в среднем 10 тыс. рублей. Из них оплата пребывания составила 4,1 тыс. рублей (41%), общественного питания – 1,6 тыс. рублей (16%), экскурсионного обслуживания и сплавов – 0,6 тыс. рублей (6%) и 0,5 тыс. рублей (5%) соответственно. Туристское потребление формирует значительные объемы товарооборота, транспортных услуг, услуг оздоровления

и лечения, а также значительную часть оборота недвижимости и земельного рынка в районах туристско-рекреационного освоения.

Туристические услуги предоставляют более 500 субъектов, большинство из которых располагаются в «сером» секторе экономики. В единый федеральный реестр туроператоров на конец 2007 г. внесено лишь 13 из них. Это наглядно демонстрирует проблемы статистики сектора туризма в крае, влекущие кризис планирования отрасли.

Существуют и проблемы нехватки кадров в отрасли. Подготовка специалистов для сферы туризма ведется в 9 вузах, в колледжах, лицеях и на специализированных курсах. Ежегодный выпуск нескольких сотен готовых специалистов не решает дефицита профессиональных кадров на рынке туристических вакансий, особо остро стоящего по специалистам среднего и начального звена.

В 2006 г. в крае функционировали 202 коллективных средств размещения различной категории комфортности. Большая часть их относится к категории 1* и 2*. Это определяет возможности выбора для широкого круга отдыхающих разного уровня достатка и возраста. Основные потребители проживают в южных регионах Западной Сибири. Перспективный рынок отдыхающих – Ханты-Мансийский АО, Ямало-Ненецкий АО, Тюменская, Свердловская, Ленинградская области и Республика Казахстан. Среди отдыхающих преобладают экономически независимые люди в возрасте от 20 до 40 лет.

Возможности туристических агентов в плане организации приема отдыхающих и экскурсионного обслуживания велики: в регионе огромное количество природных и культурно-исторических достопримечательностей, высокая ценность которых оценена специалистами и подтверждается стабильно высоким рекреационным спросом. Иная ситуация со специально созданными как часть туристской инфраструктуры объектами – базами, кемпингами, комплексами и объектами показа. Их уровень достаточно низок и требует приоритетного преобразования и развития с целью улучшения туристско-рекреационного предложения. Добавив к сказанному неравномерность размещения турпредприятий по территории края и нерациональное использование туристско-рекреационного потенциала, можно утверждать об отсутствии какой-либо организованной структуры внутри туристической отрасли региона, а также об отсутствии планирования ее устойчивого роста и развития.

В этой связи будущее отрасли в Алтайском крае видится нами в формировании некой туристической системы, предлагающей потенциальному потребителю целостный высококачественный туристический продукт. Туристическая система представляется как совокупность туристических субъектов, осуществляющих прием, размещение, перемещение, обслуживание, развлечение и информирование туристов и отдыхающих, построенной с учетом особенностей туристско-рекреационных ресурсов региона и современных отраслевых технологий; принимающих во внимание экологическую значимость территории и природоохранные требования законодательства; управляемых единым центром и на основе единой стратегии развития. Стратегическая перспектива развития туризма на Алтае должна базироваться на новых современных форматах туризма, отдыха и оздоровления на основе местных уникальных ресурсов и технологий, при сохранении ландшафтного и биоразнообразия в рамках идеологии устойчивого развития региона.

Развитие туристической отрасли региона потребует создания дополнительной инфраструктуры: как универсальной (энергетической, водоснабжающей, дорожно-и авиатранспортной, общественного питания и гостиничного обслуживания и др.), так и специфической (обустроенные линии туристско-рекреационных маршрутов, подготовленные объекты показа и т.д.). Направления и территориальная привязка инфраструктурных элементов должна учитывать спрос на туристический продукт Алтайского края, базу которого составляют стационарный отдых на туристических базах и курортах (около 70% рекреантов), конные и пешие маршруты (до 15-20%), сплавы по горным рекам (10-

15%), горнолыжные туры, рыбалка и охота (до 5%). Кроме того, для предотвращения возможного снижения спроса на турпродукт края, провоцируемого снижением качества окружающей среды в результате значительных рекреационно-антропогенных нагрузок, потребуется создание отраслевых природных охраняемых территорий, которые позволят осуществлять рекреационные виды хозяйственной деятельности. В настоящее время в крае существует одно подобное учреждение – природный парк «Ая» в Алтайском районе, инфраструктура и элементы управления которого находятся в стадии формирования. В этой связи его функционирование его не достаточно эффективно и далеко до достижения какого-либо стандарта.

В сравнении с европейской частью России слабо развитым и требующим скорейшей активизации видится мотивационное направление деятельности туристических агентов – возможности приема посетителей с различными целями поездок. Для создания условий массового привлечения лиц, путешествующих по мотивам культурного характера, например, следует сосредоточиться на разработке и проведении традиционных этнокультурных, фестивальных и событийных мероприятий, создании их постоянно действующих центров. В связи с пропагандой здорового образа жизни, семейных ценностей и патриотизма следует развивать спортивное направление рекреационной деятельности, осуществлять поддержку организации спортивных соревнований в зонах рекреации.

Непременным направлением деятельности, обеспечивающим привлечение отдыхающих, должно стать создание типичной архитектуры и принятие архитектурно-планировочных решений, учитывающих ландшафтные особенности территории. Для этого застройка должна осуществляться с созданием панорам на наиболее значимые пейзажные виды и в соответствии с местными архитектурными традициями, территория использоваться максимально эффективно и с сохранением существующего ландшафта, в благоустройстве применяться новые архитектурные приемы и тенденции, для строительства использоваться высококачественные натуральные местные и безопасные материалы.

Одним из важнейших этапов создания туристско-рекреационной инфраструктуры и стратегии развития отрасли в целом должно стать научное обоснование размещения, масштабов и режимов функционирования рекреационных центров и прочих системных элементов. Особенности геолого-геоморфологического строения территорий рекреационного предпочтения, их ландшафтное устройство и экологическое состояние определяют ограничения к строительству рекреационных объектов. В числе природных рисков – высокие сейсмическая активность и лавинная опасность, карстовые, склоновые и эрозионные процессы, природные очаговые инфекции. Риски антропогенного характера относительно невелики по причине агрохозяйственной специализации региона, низкой плотности населения, отсутствия крупных промышленных центров в рекреационно значимых районах края. Однако сохраняющееся до настоящего времени ограниченное количество центров рекреации способствует значительному превышению допустимых рекреационных нагрузок на их природные комплексы. Поэтому дальнейшее развитие отрасли должно учитывать требования, определяющие максимальную возможность строительства отраслевых сооружений, приема посетителей и непременно опираться на положения ландшафтного планирования и функциональное зонирование территории.

Вместе с тем положения стратегии развития сферы туризма и отдыха должны носить динамический характер и учитывать как информацию о клиентуре, так и авангардные тенденции туристического рынка. В этой связи необходимо создание детальной информационной базы при участии специализированных институтов, продвижение регионального туристического продукта на внутреннем и международном уровне посредством участия в специализированных мероприятиях, обмен и изучение опыта регионов подобной специализации.

Поскольку туристско-рекреационное направление развития экономики Алтайского края признано приоритетным, а существующее положение дел требует незамедлительного вмешательства, то изложенные предложения должны быть включены в программу повышения эффективности отрасли, являющейся не только и не столько отдельным направлением экономики, сколько стимулятором развития других ее сфер: сельского хозяйства, промышленности, финансов, услуг и сервиса.

Литература

1. В статье использованы материалы НИР «Маркетинговые исследования туристского рынка и разработка стратегии продвижения туристского продукта Алтайского края» (Барнаул, 2007 г.).

ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННЫЙ ПОТЕНЦИАЛ ЧУЙСКОГО ТРАКТА И ВОЗМОЖНОСТИ ЕГО ИСПОЛЬЗОВАНИЯ

Танкова М.В., *кафедра рекреационной географии, туризма и регионального маркетинга, Алтайский государственный университет, m_tankova@mail.ru*

На юге Западной Сибири раскинулась прекрасная и древняя страна Алтай, красочные пейзажи и культурно-историческое наследие, которого ежегодно привлекают большое количество туристов. Одним из наиболее ярких и запоминающихся мест Алтая является Чуйский тракт, самая знаменитая дорога, дающая выход России в Монголию. Чуйский тракт считают воротами в туристический мир Горного Алтая, который позволяет без труда добраться за сотни километров к исходным пунктам многочисленных маршрутов, ведущих в самые заповедные районы, тем самым, являясь обязательной автомобильной составляющей почти всех путешествий.

Официально Чуйский тракт берет свое начало в старинном сибирском городе Бийске и на всем протяжении более 600 км проходит по территории Алтайского края, большей частью по Республике Алтай (540 км) и далее по Монголии (рис.).

Протянувшись на сотни километров по горам и перевалам, долинам и полупустыням, по Чуйскому тракту можно наблюдать не только смену ландшафтного разнообразия, но и уникальные культурно-исторические памятники Горного Алтая.

Природно-ресурсный потенциал. Рассмотрим природно-рекреационный потенциал по принадлежности к определенным компонентам природной среды.

Геологическое строение и рельеф. Сложная геологическая история Алтая предопределила его сложный и неоднородный современный облик. По характеру рельефа вся территория Алтая делится на равнинную, предгорную и горную. Преобладающим рельефом, по которому проходит Чуйский тракт, является предгорный и горный. Примерно на 52°с.ш. степная часть Алтая (Предалтайская равнина) по тектоническому уступу граничит с Горным Алтаем. Гора Бабырган, которую хорошо видно с трассы является самой высокой его точкой (1008,6 м). Затем тракт пересекает Чергинский, Семинский и отро-



Рис. Схема Чуйского тракта

ги других хребтов Алтая (Теректинского, Сальджар), которые достигают 1900 – 2000 м над уровнем моря, а также крупные межгорные котловины Урсульскую (800-900 м), Курайскую и Чуйскую (1500-1900 м). Причем на всем протяжении от Бийска до границы с Монголией, исключая спуски с перевалов,трасса идет на подъем. Самые высокие точки тракта: перевал Семинский (1894 м), перевал Чике-Таман (1460 м), Чуйская степь расположенная на абсолютных высотах 1750-1900 м и перевал Дурбэт-Даба (2481 м) на границе с Монголией [1].

Проехав по Чуйскому тракту можно увидеть уникальную контрастность рельефа, от равнинных территорий, до высоких горных хребтов с узкими и глубокими речными долинами и крупными межгорными котловинами. Особенность такого рельефа определяет разнообразие пейзажа, его живописность и экзотичность, что позволяет разрабатывать самые разнообразные рекреационные занятия.

Климат. Особенности климата играют важную роль в рекреационной ценности территории. Внутриконтинентальное положение Алтая, его сложный рельеф и господство зонального переноса воздуха определяют большую пестроту местных климатов и их чрезвычайную контрастность. Климатические условия по протяжению Чуйского тракта также не постоянны. По климатическим условиям районов, по которым проходит Чуйский тракт, можно выделить несколько наиболее отличительных зон.

Первая зона – предгорный участок от начала дороги и примерно на протяжении 200 км. Предгорная часть и северные отроги хребтов Иолго, Чергинского, Семинского характеризуются менее суровыми климатическими условиями, средняя температура января здесь колеблется от -13° до -17°, июля от 16° до 19°. В этой зоне выпадает значительное количество осадков, доходящее до 550-750 мм.

Вторая зона – горная зона Семинского перевала отличается резкими колебаниями температуры и имеет довольно суровый климат.

Третья зона – участок дороги за Семинским перевалом, примерно 250 км от него. Климат этой зоны отличается значительной сухостью.

Четвертая зона – район высокогорного плоскогорья с засушливым климатом, зона недостаточного увлажнения и резко континентального климата. Курайская и Чуйская котловины известны своей нестерпимой жарой летом, а зимой – полюс холода. Столбик термометра иногда опускается до -62° мороза.

Таким образом, климатические условия характеризуются большим разнообразием от комфортных в предгорье до суровых в высокогорных межгорных котловинах.

Водоемы. Большое значение для развития туризма имеет наличие водных объектов. Среди них в районе Чуйского тракта находятся озера, реки и подземные источники, в основном это объекты сезонного и стационарного отдыха.

Главной водной артерией Чуйского тракта, как и всего Горного Алтая, является р. Катунь. И действительно по длине (688 км) и площади бассейна ей нет равных рек на Алтае. В начале, до 498 км Чуйский тракт проходит по правому берегу р. Катунь, а затем пересекает ее и поднимаясь на перевалы уходит от реки. После 703 км дорога снова пересекает Катунь и затем почти до конца идет вдоль правого притока р. Катуни – р. Чуи, вначале по правому берегу, а потом, после 893 км по левому берегу.

К сожалению, горные реки мало пригодны для летнего купания и используются в основном для отдыха у воды. Реки Катунь и Чуя, наиболее пригодны для сплава и являются самыми популярными сплавными реками не только на Алтае, но и в России.

Рядом с Чуйским трактом можно наблюдать озера, различные по происхождению, морфологии озерных котловин и водному режиму. Благоприятны для купания и отдыха, лишь озера Ая и Манжерокское, это самые теплые озера Горного Алтая (средняя температура воды в летнее время + 22°). Вокруг озера Ая в настоящее время сформировался крупный рекреационный центр.

Вдоль тракта находится также многочисленное количество подземных источников, которые привлекают большое количество туристов не только из-за целебной минеральной воды, но и как историко-культовые объекты.

Природные ландшафты. Непосредственное соседство Алтая с районами Западной Сибири, Казахстана, Центральной Азией обусловили разнообразие и контрастность природных ландшафтов. На всем протяжении Чуйского тракта отчетливо выделяется широкий спектр ландшафтов: равнинные, низкогорные, среднегорные, высокогорные и межгорно-котловинные.

Равнинные ландшафты, сначала низменные, а затем возвышенные (150-350 м) начинаются с первых километров тракта. Степные и лесостепные ландшафты чередуются сосновыми, березово-сосновыми и березовыми лесами с разнотравно-злаковыми остепненными лугами.

Низкогорные ландшафты степные и лесные расположены по периферии Алтайских гор на высотах 350–1200 м (район после с. Суртайка и до с. Усть-Сема). Относительно пологие склоны покрыты осиново-пихтовыми высокотравными, сосново-березовыми и лиственничными лесами, луговыми степями и остепненными лугами. Оптимальные климатические условия, красочность ландшафтов, озера Ая и Манжерокское, наличие туристской инфраструктуры позволяют отнести эту территорию к категории наиболее освоенных в туристическом отношении.

Среднегорные ландшафты занимают большую часть Чуйского тракта и распространены с высоты 1200–1300 м до 1800–1900 м. Наиболее характерны лесные среднегорья с преобладанием березово-лиственничных, кедрово-лиственничных и лиственничных лесов паркового типа с участками высокотравных лугов. Необыкновенная красочность, хорошая обзорность последних позволяют отнести их к категории наиболее перспективных для развития массового туризма.

Высокогорные ландшафты распространены, главным образом, с высоты 1900-2000 м (конкретно не примыкают к Чуйскому тракту, но хорошо видны). К ним относятся альпийские, субальпийские, тундровые и гляциально-нивальные ландшафты. Их формирование нередко связано с современным оледенением. Глубокое расчленение (более 700 м), крутые склоны с большим количеством каменистых россыпей, ледниками, фрагментами моренных отложений. Среди положительных факторов, стимулирующих здесь развитие туризма, следует назвать красочность ландшафта, обилие многоплановых панорам, а также обилие ультрафиолетовой радиации [1].

Межгорные котловины, главным образом Курайская и Чуйская отличаются минимальной контрастностью ландшафтов, но выделяются своими полупустынными ландшафтами с уникальными панорамами Северо-Чуйского, Курайского и Южно-Чуйского хребтов, вызывающих у путешественников большой восторг и интерес. Большая удаленность от туристских рынков, суровость климатических условий сдерживает туристское развитие этих мест.

Таким образом, по Чуйскому тракту можно наблюдать и сверкающие вершины гор, покрытые вечными снегами, и пустынные ландшафты монгольских нагорий, которые сменяются горной тайгой, постепенно сливающейся на севере с таежной зоной и лесостепью. Взаимное проникновение этих видов ландшафтов, создающие неповторимые и контрастные сочетания привлекают большое количество туристов.

Непременным компонентом природного рекреационного потенциала являются интересные, уникальные объекты природы, вызывающие большой интерес у туристов. Вдоль Чуйского тракта сконцентрировано значительное множество таких объектов, большая часть, из которых в настоящее время имеет статус – памятники природы. Это уникальные природные объекты, ценные в научном, историко-культурном, эстетическом, экологическом, эколого-просветительском отношении. Здесь выявлены геологические (об-

нажения, вершины, эпигенетические долины и др.), водные (озера, реки, водопады и источники), комплексные (ландшафтные) объекты. Свойства природного комплекса в значительной мере определяют качество рекреационных ресурсов и перспективы их использования. Благодаря только исключительным природным особенностям, Чуйский тракт обладает высокой рекреационной ценностью.

Культурно-исторические особенности. Географические исследования привели к парадоксальному выводу – природно-эстетические и познавательные ресурсы тесно связаны территориально и часто находятся по соседству. С древних времен человек предпочитал селиться в самых благоприятных природно-климатических условиях. Люди выбирали места не только удобные, но и по возможности живописные.

1. Чуйский тракт – это уникальный историко-географический памятник, который сконцентрировал в себе не только красоту и мощь природы Алтая, но и богатейшее историческое наследие. Его культурно-исторические особенности лучше всего рассмотреть в двух аспектах, прежде всего это история возникновения и строительства самого тракта, как единственного торгового пути из Западной Сибири в Центральную Азию и второе – богатство историческими и археологическими памятниками.

С историей Чуйского тракта связано прошлое, настоящее и будущее алтайского народа. Этапы освоения и строительства Чуйского тракта – это этапы развития и становления хозяйственной, культурной и политической жизни Горного Алтая. Проследим хотя бы в основных чертах этапы освоения Чуйского тракта:

а) Древний торговый путь из России в Монголию и Китай, упоминания о котором содержатся в китайских хрониках тысячелетней давности, но настоящее освоение Чуйской вьючной тропы относится ко 2-ой половине XVIII в. Уже тогда предприимчивые русские переселенцы совершали поездки в глубь Алтая и завязывали торговые отношения с коренными жителями – алтайскими племенами, вошедшими в 1756 г. в состав Российской империи. Постепенно продвигаясь на юг, русские торговцы вступили в контакты с подданными Китайской империи. В первой половине XIX в. контакты между русскими и китайскими подданными становятся регулярными. Выгоды от этой торговли были огромны.

Чуйский торговый путь представлял собой вьючную тропу, передвигаться по которой можно было только верхом. Узкая тропа состояла из сложных подъемов и спусков, опасных переправ, отвесных бомов р. Катуни и р. Чуи. Несмотря на все трудности, Чуйский торговый путь занимает видное место в русско-монгольской и русско-китайской торговле, который и сыграл большую роль в развитии торгово-экономических и культурных отношениях между Россией, Монголией и Китаем. Это и послужило в будущем о необходимости прокладывания удобной дороги в Чуйскую долину.

б) В течении 60-90-х годов XIX века было предложено несколько проектов, начиная с некоторых исправлений существующей вьючной тропы и заканчивая коренной реконструкцией. Но все они оставались на бумаге, так как средства на строительство так и не было выделено. Только XX век внес изменения в неторопливое устройство Чуйского тракта. Перемены были связаны с тем, что после обсуждения многочисленных проектов, долгих дебатов летом 1901 г. началось строительство Чуйского тракта на средства Кабинета и пожертвования купцов под руководством инженера И.И. Биля. В 1902-1903 гг. вьючная тропа переделывается в колесную дорогу, пригодную для небольших тарантаек.

Существовало множество вариантов древнего Чуйского тракта. В настоящее время колесная дорога начала XX в. сохранилась на некоторых участках тракта и легко доступна для осмотра. Все эти места можно прекрасно использовать в познавательных целях.

в) В 1913 г. в Горном Алтае появляется изыскательская экспедиция под руководством инженера-дорожника, ныне известного русского писателя В.Я. Шишкова. В задачу ее входило отыскание лучшего варианта для проложения кратчайшего пути в Монголию.

Партией Шишкова была проделана огромная работа по трассировке будущего тракта, составлена карта как левобережного (г. Бийск – с. Верх-Катунское – с. Белокуриха – с. Алтайское – с. Черга – с. Шебалино – с. Онгудай – с. Кош-Агач), так и правобережного варианта тракта вдоль р. Катуни (г. Бийск – с. Майма – с. Усть-Сема – с. Эдиган с выходом на левобережное направление в Кор-Кечу), но события революции, гражданской войны надолго отодвинули проблему строительства Чуйского тракта и ее решение было осуществлено уже при Советской власти.

В годы гражданской войны Чуйский тракт явился местом героических схваток красных партизан с отрядами белогвардейцев. Как те, так и другие стремились овладеть главными населенными пунктами тракта. В настоящее время в этих местах установлены памятники и братские могилы, особенно впечатляющим является обелиск в районе Белого Бома.

г) Начиная, с 20-х годов тракт постепенно улучшается. 1923 год является годом начала торговой связи между СССР и Монголией. Тогда впервые по Чуйскому тракту пошли советские караваны с грузом в Монголию. А чуть позже в 1925 году уже двигались колонны первых автомобилей по Чуйскому тракту.

д) Особенный размах строительство приобретает в 1933-1934 годах. Основной рабочей силой в эти годы являлись заключенные 7-го отделения Сибирских лагерей. Работы проводились в труднейших условиях. Дорогу выравнивали, покрывали гравием, вместо паромных переправ наводили мосты, устраняли опасные участки пути у бомов, на перевалах. В 1936 году через реку Катунь у с. Иня был завершен первый в мире двухкабельный висячий мост, спроектированный инженером С.А. Цаплиным. Сейчас это памятник архитектуры, памятник мостостроения сталинской эпохи – один из интересных экскурсионных объектов тракта.

Чуйский тракт в современном виде – итог многолетней работы нескольких поколений изыскателей и дорожных строителей. Было перебрано много вариантов, пока в результате сложных изыскательских работ и экономических просчетов пришли к современному его маршруту. История создания Чуйского тракта – это ценный материал для туристско-экскурсионного использования, прежде всего в познавательных целях.

2. Чуйский тракт – кладезь археологических и исторических памятников Алтая. Степень насыщенности древностей Алтая позволяют считать именно Чуйский тракт главной магистралью, по которой осуществлялась миграция населения с эпохи палеолита. Наиболее ранние археологические памятники Чуйского тракта относятся к древнекаменному веку, самые поздние – к эпохе средневековья, т.е. хронологический диапазон их широк настолько, что может позволить проследить всю историю Алтая на протяжении многих тысячелетий.

В настоящее время среди археологических памятников тракта известны различные типы: поселения и городища, курганы и могильники, наскальные изображения и каменные изваяния, остатки древних оросительных систем и дороги др. Вдоль тракта находится большое количество памятников и памятных мест, связанных с историческими событиями и именами замечательных людей.

Курганы и могильники. Это самая многочисленная категория памятников на Алтае, содержащая погребения от энеолитической эпохи до этнографического времени. Курганы встречаются вдоль всего Чуйского тракта, правда, в северной части они почти полностью уничтожены распашкой при освоении сельхозугодий, либо мало заметны, особенно не специалисту. Одни из самых крупных курганных комплексов на Чуйском тракте находятся в долине р. Урсул, между с. Туэкта и с. Каракол (только археологический памятник у с. Туекта включает в себя уже 197 курганов), в местечке Балык-Соок (около 50 разнообразных по конструкции каменных погребально-поминальных сооружений), в местечке Кор-Кечу. (более 60 объектов).

Одно из интереснейших мест Чуйского тракта – Яломанский археологический комплекс, который находится неподалеку от впадения р. Большой Яломан в р. Катунь. Здесь было зафиксировано 183 сооружения шести погребально-поминальных комплексов. Также по Чуйскому тракту небольшие курганы встречаются в окрестностях с. Иня и далее по всей долине р. Чуя. Крупные же местонахождения сосредоточены в Курайской и Чуйской степях [2].

Каменные изваяния. В настоящее время по Чуйскому тракту можно наблюдать лишь часть сохранившихся каменных изваяний из многих, увы, уничтоженных бесследно. Наиболее интересные из них можно наблюдать в долине р. Урсул между селами Курата и Шашикман, в окрестностях сел Онгудай, Купчегень, Иня, Иодро, в местечке Кор-Кечу, в Курайской и Чуйской степях. Наиболее посещаемые туристами каменные изваяния – Чуйский оленный камень близ с. Иодро и три менгирообразные стелы у с. Иня [2].

Наскальные рисунки. Особую известность на Алтае приобрели памятники древнего искусства – наскальные рисунки (петроглифы). Рисунки встречаются во многих местах Горного Алтая. Большое количество их находится и вдоль Чуйского тракта. Один из самых крупных пунктов сосредоточения петроглифов – Калбак-Таш, расположенный по Чуйскому тракту у с. Иодро, насчитывающий более 5 тыс. рисунков. Многочисленные скопления петроглифов известны также у с. Бичикту-Бом, Ялбак-Таш (недалеко от слияния рек Чуи и Катуни), Адыр-Хан, на Белом Боме, недалеко от с. Ташанта. Немногочисленные наскальные рисунки встречаются вдоль Чуйского тракта, начиная от Каракольской долины и вплоть до Монгольской границы.

Наскальные рисунки представлены эпохами неолита, энеолита, бронзового века, скифского периода, гунно-сарматской и тюркской эпох. Для каждого хронологического пласта характерно определенные сюжеты, особенности стиля и техники нанесения рисунков на скалы. Именно местонахождения наскальных рисунков в последнее время наиболее посещаются туристами, чаще используются в экскурсионных целях, особенно те, которые находятся в непосредственной близости к Чуйскому тракту (Калбак-Таш, Белый Бом, Ялбак-Таш). Остальные, в связи с малоизвестностью практически не используются.

Помимо рассмотренных древних памятников истории по Чуйскому тракту встречаются еще такие памятники, как древние оросительные системы, строительство которых ученые относят к V–VI векам н.э. Их можно наблюдать в районе сел Каракол, Курата и Шашикман, а также Хабаровка, Купчегень, Малый Яломан и в Курайской степи.

В местечке Куэхтонар в обрыве правого берега р. Чуя находится еще один из уникальных древних памятников – железоплавильные печи, относящихся к эпохе средневековья (I–II вв. н. э.).

Вдоль Чуйского тракта находится большое количество объектов культурно-просветительского значения, прежде всего музеи, памятники и памятные места, связанные с выдающимися событиями и именами замечательных людей. Это прежде всего Всероссийский историко-мемориальный музей-заповедник В.М. Шукшина в с. Сростки; мемориал В.Я. Шишкову на Чуйского тракта перед с. Манжерок; памятник, посвященный 200-летию добровольного вхождения Горного Алтая в состав России на Семинском перевале; обелиски и братские могилы солдатам погибшим в годы гражданской войны на Алтае (Белый Бом и др.).

Таким образом, Чуйский тракт хранит в себе не только богатый природный и культурно-исторический потенциал, но и является неотъемлемой частью, перспективного в туристском отношении Алтайского региона как главной транспортной артерией. Это одна из основных дорог, соединяющих Западную Сибирь с Центральной Азией, вдоль которой сейчас формируется основная туристско-рекреационная зона Алтайского региона, которая будет играть не маловажную роль в развитии как внутреннего, так и международного туризма.

Литература

1. Алтай. Путешествие по Чуйскому тракту / сост. М.В. Танкова и др. – Барнаул: Пять Плюс, 2006. – 238 с.
2. Бородовский А.П., Ойношев В.П., Соёнов В.И., Суразаков А.С., Танкова М.В. Древности Чуйского тракта. – Горно-Алтайск, 2005. – 102 с.

ОПЫТ РАЗВИТИЯ СЕВЕРНОГО ТУРИЗМА НА ПРИМЕРЕ АВТОНОМНОГО РЕГИОНА НУНАВИК КАНАДСКОЙ ПРОВИНЦИИ КВЕБЕК

Тотонова Е.Е., *кафедра международных экономических отношений Якутский госуниверситет, elena.totonova@mail.ru*

В современной мировой экономике туризм является одним из высокодоходных и динамично развивающихся отраслей, который все больше вовлекает новые регионы. Канада – одно из высокоразвитых государств, привлекающих к себе все большее внимание не только наращиванием экономического потенциала, но и усиленным освоением новых районов, с интенсивным развитием туризма. По данным 2007 г. доходы от поступления туризма составляют примерно 70,2 млн. долл., доля туризма в ВВП страны – 2 %, что доказывает туризм в стране является крупнейшей экспортной статьей[6].

Как и Россия, Канада является северным государством, которой принадлежат более двух третей северных и арктических территорий, имеет многонациональное население, федеральную форму государственного устройства. В мировой туристкой специализации Канада выделяется, как страна, позиционирующая природные виды туризма (экологический, приключенческий и др.), к чему способствуют огромная территория страны (9970 тыс. кв. км., часть которой, кроме узкой южной полосы, где живет 90% населения страны, малоосвоена) и имеет разнообразные природно – рекреационные ресурсы. Канада проводит целенаправленную политику для привлечения иностранных туристов, с усиленным развитием транспортных, гостиничных, ресторанных цепей, культурно-развлекательных комплексов, систем безопасности, бронирования и информирования связи.

В свою очередь, на развитие туризма воздействуют многие факторы: социальные, экологические, культурные, экономические и другие. Например, привлечению массового потока туристов в Канаде влияет четко выраженная сезонность, которая обусловлена климатическими условиями северной страны. Пик посещаемости туристов приходится на самые теплые месяцы июль – август (в месяц 3 млн. туристов), уменьшается зимой (в январе 0,7 млн. туристов). Канада занимает 8 место в мире по туристским расходам (18,4 млн. долл. – 2005 г.) и имеет стабильное отрицательное туристские сальдо, то есть чем высокоразвита страна, тем выше доля населения формирующего туристские потоки. В последнее время увеличивается число канадцев (70%), предпочитающих путешествовать по своей стране на машине, что показывает рост внутреннего туризма в стране. По данным 2007 г. доходы от внутреннего туризма Канады составляют – 53 млн. долл., что на 6% больше чем в 2006 г. [6]. Преобладание доли внутреннего туризма в стране, в свою очередь, связано с увеличением интереса канадцев к новым неизведанным туристским направлениям, предложением канадских авиакомпаний новых направлений авиамаршрутов, которые ранее были малодоступны (северные территории страны).

Франкоязычная провинция Канады Квебек является одним из наиболее посещаемых районов страны, который привлекает туристов разнообразными природными ресурсами, развитой туристской инфраструктурой (территория провинции разделена на 21 ту-

ристских районов). По данным 2005 г. доходы от туризма провинции Квебек составляли 10 млн. долл. (2,7% ВВП провинции), туризм занимает 5 место в экспорте провинции. По итогам 2005 г. доходы от въездного туризма в Квебеке составляет 2,4 млн. долл., выездного – 3,2 млн. долл. Индустрия туризма Квебека состоит из 29,6 различных предприятий, из них 2,9% приходится на турфирмы, 48,7 – рестораны, 25,8% – отели и гостиницы, 6,7% – транспорт, в секторе туризма занято 388 тыс. служащих.

В северных районах Канады (70% территории страны) живет менее 1,5% ее жителей, называемой первой нацией (инуиты, индейцы). Антропологи считают, что инуиты являются монголоидами арктического типа (самоназвание «инуиты» – эскимосы). В середине 3 тыс. до н.э. инуиты через «Берингийский мост» начали заселение Аляски и Канадского Севера и вынуждены были осваивать арктические и субарктические территории Северной Америки, так как в более южных районах расселились индейцы [2].

Нунавик – северный автономный регион Квебека (пл. 507 тыс. кв.км.), который расположен на севере 55° параллели полуострова Лабрадор, омывается с запада Гудзоновым заливом, на севере – Гудзоновым проливом, на востоке заливом – Унгава (является 21 туристским районом Квебека). Северная часть провинции Квебек – Нунавик относительно мало освоена из-за сурового климата (зима длится почти 9 месяцев). Лето, здесь короткое, холодное, температура самого жаркого месяца – июля в Нунавике от +6°С до + 10°С. По данным 2007 г. в Нунавике проживает свыше 11 тыс. инуитов, а 14 поселков, которые разбросаны по всему региону, сильно удалены не только от остальных центральных регионов провинции Квебек, но и между собой (150 км.) [6].

За многие тысячелетия инуиты приспособились к экстремальным условиям севера и основным традиционным занятием является охота на морского зверя, карибу, рыбная ловля и промыслы. Как правило, населенные пункты инуитов имеют прибрежное расположение на берегу устья северных рек, что связано с образом жизни. Инуиты всегда жили в гармонии с окружающим миром и природой, а бережное отношение к природе является образом жизни этого северного народа. В суровых условиях севера инуиты образовали самобытную культуру, выработали надежные способы добычи пищи, изготовления одежды и постройки жилищ [2].

До 50-х годов инуиты занимались в основном, как и прежде, охотой, рыбной ловлей и промыслами. Иногда работали по найму, но многие не проживали в постоянных поселениях и могли пользоваться услугами систем здравоохранения и образования. Большинство мест расселения инуитов слабо заселены, и найти работу было очень сложно. За последние четыре десятилетия на Канадском Севере произошли большие изменения в самых разных областях (социальная сфера, культура, экономика). Если раньше основным источником существования коренных народов Канады были традиционные виды хозяйствования, которые зависели от времени года и наличия ресурсов, то в настоящее время интенсивное освоение и вытекающее экономическое развитие севера вносят серьезные изменения в укладе жизни. В результате традиционное природопользование не в состоянии удовлетворять возросшие материальные и культурные потребности коренных народов.

Идея создания отдельного территориального образования инуитов была выдвинута Ассоциацией инуитов Канады в середине 70-х годов, с требования инувиалитов (инуитов западных полярных областей) предоставить им право владеть собственными землями [1]. Инуиты провинции Квебек (полуостров Лабрадор) начали создание своей автономии с 1975 г. (с началом строительства каскада ГЭС на реках залива Джеймс), подписав Соглашение о заливе Джеймс в Северном Квебеке, а после референдума 1986 г. (ноябрь) автономный округ называют Нунавик. Начиная, с конца 90-х годов инуиты Канады добились своей государственности (в 1999 г. – территория Нунавут, автономные округа Инувиалуит – 1984 г., Нунациавут – 2005 г.). Образования автономий на Севере Канады

является результатом действия ряда факторов, среди которых не только расширяющееся освоение природных ресурсов Канадского Севера, но и растущее понимание того факта, что расширение автономии будут способствовать улучшению жизни коренных народов Севера Канады [1].

По данным 2003 г. ВВП Нунавик составляет 290,5 млн. долл. CAD и за 1998–2003 гг. вырос на 49,9% (провинции Квебек – 250 млрд. долл. CAD, прирост ВВП за эти годы 24%). Среди всех предприятий (106), расположенных на территории Нунавик (2006 г.) 85% заняты в сфере услуг (17% – в первичном секторе, 1% – в строительстве и обрабатывающей промышленности) и в этом секторе работает 82% ЭАН. Так, 21% экономически активного населения занято в торговле, в гостиничном бизнесе, 55% – в образовании и здравоохранении, 6% – в государственной службе. Доход сектора услуг Нунавик (2003 г.) составляет 192 млн. долл. CAD, или 76% от ВВП. По данным 2005 г. ВВП на душу населения района составляет 13498 долл., по сравнению с 2002 г. вырос на 11,6% (ВВП на душу населения провинции Квебек – 22123 долл. (2005 г.), прирост за 2002 2005 гг. – 2,9%). Причем, только 49% источника доходов населения Нунавика состоит из заработной платы, а 51% состоит из различных видов дотаций, для сравнения 85% источника доходов населения провинции Квебек состоит из заработной платы, 15% – дотации [6]. По душевой доход населения Нунавик почти в 1,6 раза меньше чем аналогичные показатели провинции, а основной доход населения составляют государственные дотации.

Одним из направлений повышения конкурентоспособности региона является развитие северного туризма, с уникальными природно-рекреационными ресурсами. Развитие туризма на севере не только обеспечивает работой, а также является развитием частного предпринимательства (народные промыслы, обслуживание туристов). Правительство Канады заинтересовано расширению сферы занятий местного населения, способствуя появлению новых предприятий, развитию сектора обслуживания и транспорта.

В последнее время в Нунавике быстрыми темпами развивается северный туризм. Рост интереса к северному туризму, в последнее время, по всему циркумполярному северу связан тем что, на фоне других территорий имеет не только большой сырьевой потенциал, но и обладает экологически чистой, нетронутой человеком природой. Основными привлекальными факторами для развития северного туризма являются:

– уникальные по красоте и притягательности северные ландшафты, которые не доступны в повседневной жизни, а человеку свойственно стремиться к неизвестности, приключениям;

– развитие техники, транспорта, инфраструктуры, который способствует быстрым и безопасным путешествиям;

– знакомство с культурой и бытом коренных жителей севера;

– охота, рыбалка, занятия экстремальными видами туризма.

Таблица 1

Природно-рекреационные ресурсы Нунавик

№	Населенные пункты	Население, всего (2007 г.)	Природно-рекреационные ресурсы
1	Акуливик	536	О-в Смит, где можно наблюдать за миграциями птиц
2	Инукжуак	1456	Этнографический музей, о-в Хопуэлл, где можно наблюдать за миграциями птиц
3	Ивудживик	327	О-в Диг, место первой встречи европейцев (Генри Гудзон) и инуитов в 1610 г., место первой меховой фактории компании Гудзонова залива

4	Кангиксужиак	591	Национальный парк Пингалуит, о-в Каярталик, где найдены древние наскальные рисунки (начало 1 тыс. до н.э.) культуры дорсет
5	Канжирсук	463	Река Арно, о-в Памиок, где найдены стоянки древних викингов (11 в.)
6	Кууджуапарик	1408	Водопад Амитапануш, старая католическая церковь (1890 г.), выставка художников-косторезов инуитов,
7	Куактак	330	Бухта Диана, археологические достопримечательности
8	Саллук	1249	Бухта Десепсион, удобные для охоты, рыбалки, фьорды Саллук
9	Умиджак	382	Озеро О-Клер одно из крупнейших озер Квебека, река Настапока
10	Повирнитук	1476	Фестиваль ледовых скульптур, этнографический музей, древние стоянки предков инуит – тулу
11	Кангиксуалуджак	856	Гора Торнгат (1646 м.), реки Корос, Джорс с водопадом Элен, фьорды
12	Кууджуак, адм. центр Нунавик	2250	Древний поселок инуитов Вье-Шимо
13	Тасуджак	277	Река и залив Фей, где высота прилива составляет 15 м.
14	Аупалук	177	Первый арктический поселок инуитов, расположенный недалеко от мест массовой миграции карибу
Всего		11778	Уникальные по своей красоте северные ландшафты, возможность занятий охотой, рыбалкой, приключенческим и спортивным туризмом, знакомство с историей и культурой древнего народа – инуиты.

Ист. [5; 7]

С середины 80-х годов Нунавик проводит активную работу по усилению своих позиций на туристском рынке. Среди видов туристкой деятельности по которым проводится активное позиционирование Туристской Ассоциацией Нунавик (создан 1996 г.), можно перечислить морские круизы, туры на собачьих упряжках, сафари на снегоходах, охота, рыбалка, наблюдение за животным миром севера, экологические туры, катание на лыжах, походы по горным районам тундры, сплавы по рекам. Хотя, новый северный туристский район Нунавик уступает центральным туристским районам Квебека по количеству посещаемых туристов, но привлекает экологически чистой, нетронутой человеком природой, разнообразными природно – рекреационными ресурсами [таблица 1]. Поэтому среди туристов востребованы, в основном, 5 видов туризма: охота, рыбалка, приключенческий, экологический, этнографический туризм и полярные круизы.

Туристские агентства предлагают интересные маршруты, где можно познакомиться с первозданной природой севера, с древней культурой и искусством инуитов, но из-за сурового климата, удаленности от центральных регионов Нунавик не является местом массового туризма. Единственно доступным видом транспорта является самолет и 2 полярные авиакомпании Air Inuit и First Air (филиал Air Canada) обеспечивают круглый год Нунавик регулярными авиарейсами и в настоящее время все населенные пункты автономного района имеют аэропорты.

Фактор неравномерности размещения населения, социальной и транспортной инфраструктуры Нунавик имеет и положительное, так и отрицательное значение. Малосовоенность значительной части территории района является условием для развития природных видов туризма, а с другой стороны локальный характер развития социальной и транспортной инфраструктуры ограничивает возможности организации туристской деятельности на огромных территориях Нунавик.

Начиная, с 1994 г. в Нунавике выделяют 6 перспективных природно-рекреационных зон, которые наиболее привлекательны для туристов:

– река Корос и гора Торнгат (Кангиксуалуджак);
– район Кууджуак;
– бассейн реки Фей (Тасуджак);
– кратер Пингалиут (Кангиксужиак);
– Район озера О- Клер (Умиджак);
– Залив Гудзон (Саллук, Ивудживик) [7].

Наибольшее значение для развития природных видов туризма имеют национальные парки. Первые национальные парки в Канаде возникли еще в конце 19 века (Банф – 1885 г.). Сначала национальные парки создавались для развития туризма, затем стало возрастать значение их природоохранной функции. Канадские национальные парки (41) являются типичными образцами экосистем страны и являются основной базой для развития познавательного туризма и обеспечения природоохранных мероприятий. Экологический туризм не наносят ущерба природным национальным паркам, содействуют охране природы и улучшению благосостояния местного населения и уже становится серьезным фактором в экономике. На территории Нунавик на разных этапах создания находятся 3 национальных парка (2000 г. для этих целей было выделено 2,5 млн. долл.): Пингалуит (кратер Пингалуит), Тасуджак (озера О – Клер и Гийом – Делиль) и Торнгат (гора Торнгат). Создание национальных парков способствует развитию туризма в регионе, также облегчает доступ туристов к красивым, экологически чистым местам Нунавика и предлагают природные, приключенческие виды туризма (пеший туризм, альпинизм, сплавы по рекам, экологические туры, наблюдение за флорой и фауной севера).

В 2003 г. в Нунавике было начато создание государственного парка Пингалуит, а с ноября 2007 г. первые туристы посетили национальный парк с кратером Пингалуит (на инуктитуте «там где земля поднимается»), который находится в 88 км. на юге-западе поселка Канжирсук. Кратер (диаметр 3,4 км., глубина 400 м.) на полуострове Унгава образовался в результате падения метеорита 1,4 млн. лет назад [7].

Сафари на снегоходах является популярным видом туризма на севере, маршруты проходят по самым красивым местам Нунавика. Туристов сопровождают гиды профессиональные из местного населения, которые знакомят с историей, легендами местности. Катание на собачьих упряжках – традиционный вид северного туризма, который является визитной карточкой туризма Нунавика. Издавна собачьи упряжки являются основным видам транспорта в тундре. Во время такого сафари туристов учат управлять упряжкой и нартами, которое и является основным привлекательным турпродуктом. Многие туристы предпочитают посещение Нунавика зимой, когда можно любоваться уникальным по красоте и редкости явлением природы – северным сиянием. По легенде инуитов, полярное сияние является факелом, который освящает путь души умерших, поднимающихся с земли на небо по длинному, шаткому мосту, протянутому над бездонной пропастью. Летней достопримечательности северного туризма является незаходящее летом солнце – полярный день.

Культура инуитов исторически основана на традициях, связанных с охотой и рыболовством, местный гид расскажет истории и легенды, связанные с охотой на китов. Народное творчество инуитов – художественная резьба по кости, представлено изготовлением маленьких, хрупких изделий. Косторезы изготовляют свои скульптуры из доступного для них сырья (бивни моржа, стеатит), украшают разными геометрическими орнаментами или сценами охоты на морского зверя, а виртуозная техника исполнения изделий способствовали к тому, что в настоящее время произведения косторезов являются очень востребованными и воспринимаются как предмет роскоши.

В Нунавике можно наблюдать, фотографировать обитающих здесь диких животных таких как, овцебык, киты, атлантические моржи, белуга, северный олень – карибу, изучать уникальные северные природные ландшафты. К услугам туристов предлагается провести ночь в ледяном доме – иглу, который дает знакомство не только с бытом северного народа, но сильно отличается от привычных условий комфортности.

Огромное количество больших и маленьких, северных рек и озер, просто красивых мест на берегах делают рыбалку в Нунавике привлекательной (зона тайги и тундры между 56є и 59є с.ш.). Любителей рыбалки привлекает богатство рыбных ресурсов, которое проявляется не только в количестве, но и в разнообразии видов рыбы, таких как голец, атлантический лосось, семга, американский голец, форель, щука и другие. Дополнительную привлекательность рыбалке придает экзотика северной природы: чистый воздух, первозданная красота рек и озер. Способ рыбалки – спиннинг и удочки. Размещение туристов – в комфортных охотничьих домиках и палатках. Среди туристов также очень популярна охота на карибу (северный олень), огромные стада которых мигрируют (пересекают примерно 6000 км.) ежегодно по долинам рек Фей и Георг. В 1950 г. богатые американцы в поисках экзотики, остановили свой выбор на охоте карибу Нунавике и с тех пор востребованы туристские маршруты для охоты и рыбалки.

Почти все 17 туроператоров, являющихся членами Туристской Ассоциации Нунавик предлагают туристам рыболовные туры (голец атлантический, форель, лосось) и охоту на северного оленя – карибу, бурого медведя, куропаток, в основном все они расположены в городах Квебек, Монреаль и 2 в США [5; 7.] Крупнейшими туроператорами предлагающими туристам приключенческий туризм в Нунавике являются: Aventures Alummi (Монреаль), Aventures polaire (Кууджуак), Aventures Ungava (Квебек) Centre de formation en survie arctique du Nunavik, Cruise North Expeditions (Торонто), Diana Lake Lodge (США), Pourvoirie de Lac Rapide (Квебек)., которые кроме традиционной северной охоты и рыбалки, предлагают туристам сплавы по рекам, полярные круизы, походы по горным районам, экологический туризм [таблица 2]

Таблица 2

Туроператоры, члены туристской ассоциации Нунавик

№	Название турфирм	Виды туризма	Адрес	Время года
1	Aventures Alummi	Охота, рыбалка, знакомство с культурой, бытом инуитов	Монреаль	Весь год
2	Aventures polaire	Экскурсии на суднах, наблюдение с животным миром Арктики	Кууджуак	Лето
3	Aventures Ungava	Сплавы по рекам, наблюдение природы	Квебек)	Лето
4	Centre de formation en survie arctique du Nunavik	Знакомство с культурой инуитов, экстремальные экскурсии	Павирнутук	Весь год
5	Cruise North Expeditions	Полярные круизы, наблюдение за флорой и фауной Арктики	Торонто	Лето
6	Diana Lake Lodge	Пешеходный туризм, сплавы по рекам, наблюдение за природой	США	Лето
7	Pourvoirie de Lac Rapide	Приключенческий туризм, ралли на гидросамолетах	Квебек	Весь год

Ист.:[7]

Несмотря на разные условия, которые имеют туристские маршруты Нунавик, туристские фирмы повсюду обеспечивают путешественников комфортабельными гостиницами, кемпингами, мотелями, предлагают удобные транспортные средства и разные виды ту-

ристских услуг. Все населенные пункты Нунавик (14) предоставляют к услугам туристов рестораны с национальной, европейской кухней, 15 гостиниц (среди них преобладают 2* и в основном 3-х звездные гостиницы, со средней стоимостью проживания для 2 человек от 195 до 295 долл.), магазины, сувенирную продукцию, обслуживание в банках [7].

Развитию северного туризма в автономном регионе Нунавик провинции Квебек способствует и административно-политическая автономия, уровень которого постоянно растет. Министерство по делам индейцев и Севера Канады (AINC) активно сотрудничает с правительством Канады, с организациями автономных правительств и с федеральными министерствами. Основной целью этого сотрудничества является принятие специальных инвестиционных проектов по каждой автономной территории Канады. В основе проводимой политики в отношении коренных народов лежит стремление снизить бедность, особенно бедность, связанную с этническими различиями [1].

В частности, принятые соглашения о инвеститировании для развития экономики Севера Канады между Министерством по делам индейцев и Севера Канады (AINC) и Правительством Канады должны действовать до 31 марта 2009 г. В результате данного проекта, Северу Канады выделяют более 12 миллионов долларов, а 900000 долларов Фонда будет выделено для развития образования и инновационных технологий (инвестируется развитие образования, инфраструктуры, экономики). Финансовых проекты направлены на следующие виды работ: на изучение климата севера, на подготовку специалистов в области туризма, для развития предпринимательства, туризма, участие в образовательных процессах на использовании Интернет, рыболовства и предпринимательства [5]. Федеральное правительство Канады отдает часть полномочий территориям, на которых проживают коренные народы, тем самым, развивая их экономическую самостоятельность. То есть стратегия развития Канадского Севера основана на укреплении управленческих структур на местах, финансирования экономических проектов развития Севера, усиления самоуправления коренных народов и осуществление мероприятий по защите природной среды [3]. В результате, большей части Канадского севера, в отличие от северных районов России, движутся в сторону большой автономии от федерального правительства, правительства провинций и территорий. Автономия Нунавика посредством «вложенного» федерализма дает дополнительную возможность участия в решении большого числа политических, экономических и культурных вопросов. Эти преобразования свидетельствуют об изменении отношений внутри уже существующих [3].

Развитие туристского рынка на севере является катализатором социально-экономического развития, способствует рациональному использованию природных ресурсов, получению доходов, ускорению инвестиционного процесса, повышению занятости и др. Таким образом, туризм и территория, на которой он развивается, взаимовлияют друг на друга и на основе развития региональной политики туризма Нунавика учитывается специфика северного региона, состояние местного самоуправления, охраны и восстановления, природных туристско-рекреационных ресурсов.

Литература

1. Абеле Ф. Канадский опыт изучения положения коренных народов на рынке труда// Регион: экономика и социология, 2004, №4.

2. Кулышев Ю.А. Канада. М., 1989.

3. Саратовская Т.С. Кооперативное управление на территориях проживания коренных малочисленных народов севера// Регион: экономика и социология. 2005, №5.

4. Уилсон Г. Автономные образования в северных регионах России и Канады: сравнительный анализ// Регион: экономика и социология. 2006. №3.

5. www.ainc-inac.gc.ca

6. www.statcan.ca

7. www.nunavik-tourisme.com.

ФОРМИРОВАНИЕ БРЕНДА «ИСТОКИ» В РАМКАХ ИСТОРИКО-КУЛЬТУРНОГО КАРКАСА ГУБЕРНСКОГО КОЛЬЦА ПОДМОСКОВЬЯ

Кравцов В.В., *к.т.н., директор инновационно-образовательного центра при ОАО«Росгипролес»*

Туристский продукт «Губернское кольцо Подмосковья» рассматривается сегодня как один из кластерных проектов, отрабатывающих механизм и инновационные технологии создания трансграничного кластера. Для этого Московская область обладает уникальным интеллектуальным потенциалом, здесь расположено около половины всех наукоградов России – признанных локомотивов инновационного развития страны. Одновременно область представлена в этом проекте как хранительница и созидательница исконно русских традиций, памятников «старины глубокой» и народных промыслов. Это подчеркивает самобытность русской культуры и по праву считается одной из визитных карточек России. Именно на эти особенности обращают особое внимание внутренние и внешние инвесторы. Таким образом, культурная составляющая проекта обладает определенной целостностью, направленной на интеллектуальное и технологическое развитие с опорой на глубинные исторические корни, что создает особую привлекательность проекту, формирует его имидж и неповторимый бренд.

Основой этого турпродукта является эксклюзивный туристский маршрут по старинным городам Подмосковья, к западному сектору которого в качестве опорных относятся Волоколамск и Можайск. Генеральным планом развития области до 2020г. здесь намечено сформировать крупный Волоколамско-Можайский туристско-рекреационный комплекс международного уровня.

Туристское пространство Волоколамско-Можайского кластера характеризуется разнообразием экологически чистых природных комплексов и рекреационных зон, богатством и уникальностью историко-культурного наследия. Главной задачей развития туристской инфраструктуры кластера является комплексное и полноценное использование имеющегося потенциала и исключение (или минимизация) ущерба окружающей среде. Сравнительно развитая дорожно-транспортная сеть позволяет планировать создание в наиболее привлекательных туристских местностях локальных туристских центров и объектов обслуживающей инфраструктуры.

Кластер направлен на создание особого инновационного сочетания исторического, этнокультурного (фольклор, народные промыслы и пр.), экологического, оздоровительного, сельского и познавательного (образовательного) турпродукта. Структурообразующей основой кластера являются территории истоков рек, происхождение названий которых неразрывно связано с древней долетописной историей Руси (Москва и ее притоки: Иночь, Лусось (ныне – Лусянка), Искона, Колочь и др.; Лама, Руза, Протва). Люди издавна заселяли эти места (начиная с эпохи неолита 5 тыс. лет до н.э.), о чем свидетельствуют многочисленные археологические памятники: стоянки, селища, городища, курганы. В настоящее время здесь раскинулось Можайское водохранилище длиной 30 км – излюбленное место отдыха и туризма москвичей. По его берегам расположены древние селища и хорошо изученные археологами знаменитые городища: Тушков городок (основан около 10 века как один из общинных центров славян, до сих пор сохранился крепостной вал высотой 6 м), Троицкое (основано в конце 1-го тысячелетия до н.э., археологический памятник дьяковской культуры и последующих эпох) и Бородинское (того же возраста). Ниже Можайска по р. Москве на ее правом живописном лесном берегу возле сел Тесово и Красный Стан располагаются древнерусские курганы. По данным археологов раньше курганов было больше шестидесяти – это одна из самых крупных курганных групп на Москве-реке.

Сегодня поставлена задача восстановления и сохранения этих особо ценных в природном и историко-культурном отношении территорий. Решить эту непростую задачу можно только на основе инновационных технологий устойчивого развития (создания системы особо охраняемых природных территорий и сохранения объектов историко-культурного наследия, их комплексного мониторинга; ландшафтного планирования неистощительного земле-, водо- и лесопользования; энерго- и ресурсосбережения, комплексной утилизации и переработки твердых бытовых отходов и др.). Очевидно, что пилотные проекты такого рода должны опираться на бассейновый подход, предполагающий их реализацию, начиная с верховьев речного бассейна. Иными словами, смысл бренда «ИСТОКИ» объединяет в себе с одной стороны географическое, историческое и этнокультурное содержание понятия «Русь Изначальная» и понятие истоков инновационно-технологического развития – с другой, символизируя связь прошлого и будущего, синтез духовных заветов предков и новейших достижений современной цивилизации.

Создание кластера должны предварять разработка стратегии и плана его развития, аналитические исследования его структуры, сильных и слабых сторон. Важно просчитать туристскую емкость муниципальных образований, потенциал развития инженерной, социальной и экологической инфраструктуры в зоне размещения кластера, определить поляризационные точки развития туриндустрии. Необходимо создание в кластере центров по обмену знаниями и установлению контактов, привлечение заинтересованных организаций к совместным действиям в рамках кластера. Потребуется совместная с ВУЗами реализация программ подготовки и повышения квалификации кадров и стажировок в соответствии с потребностями кластера, а также содействие коммерциализации результатов исследовательской деятельности.

Для организации такой работы кроме внешнего управления принципиально важно создание местных информационно-консалтинговых центров («точек роста»), занятых сбором и анализом информации о территории и разработкой на ее основе туристских маршрутов, обеспечением их безопасности, проектированием сетей взаимодействия внутри кластера, инвентаризацией и оценкой состояния объектов туристской и рекреационной привлекательности, их эколого-краеведческим мониторингом, научными и маркетинговыми исследованиями, а также соответствующей рекламой турпродуктов.

Подобный центр предлагается создать в с. Поречье (с. Поречье расположено на хордовой автотрассе Р-90, соединяющей Минское и Ново-Рижское шоссе, посередине между городами Волоколамск и Можайск). Выбор туркомплекса «Поречье» в качестве пилотного проекта объясняется необходимостью отработки модели поэтапного связывания опорных городов в единое туристское пространство, наличием здесь ряда инновационных предпосылок и возможностей для проектирования сетей взаимодействия внутри Волоколамско-Можайского кластера.

Организацию туристского центра и новых направлений развития кластера предлагается осуществить на базе общественной организации «Центр инновационных технологий устойчивого развития «Ноосистема», созданной недавно в с. Поречье при поддержке администрации Можайского района и ряда местных организаций для формирования модельных территорий устойчивого развития и инновационной политики местного самоуправления. Одним из главных соучредителей центра «Ноосистема» выступил Союз развития наукоградов России. Поэтому среди первых разрабатываемых здесь проектов:

– организация нового филиала губернаторского университета «Дубна»;

– создание демонстрационной зоны устойчивого управления лесами «Тюрмеровский модельный лес» и центра экологической сертификации лесопользователей.

Туркомплекс «Поречье» представлен уникальными историко-архитектурными, природно-экологическими и этнокультурными объектами:

1. Дворянской усадьбой графов Уваровых с ландшафтным парком и воинским мемориалом;

2. Особо охраняемыми природными территориями (ООПТ) областного значения: природным заказником «Тюрмеровский лес» и памятником природы «Леса Стеблевского лесничества»;

3. Фольклорно-этнической деревней и музеем «Русская изба».

Совокупный потенциал туркомплекса «Поречье» позволяет выделить здесь историко- и эколого-образовательный турпродукт. Экологическая чистота местности и необходимость ее сохранения может дать толчок продвижению инновационных технологий в сельском и лесном хозяйстве (биоэкологическое лесовосстановление и земледелие по Тюрмеру, ресурсо- и энергосбережение на основе возобновляемых источников, производство биотоплива из отходов лесопиления, энергоэффективное, экологически чистое и дешевое домостроение и др.). При достаточном организационно-финансовом обеспечении имеющийся потенциал позволяет рассчитывать на создание в перспективе демонстрационной зоны устойчивого развития типа ноополиса. Одновременно с формированием последнего становится весьма перспективной организация здесь гостевого сельского туризма с размещением туристов в передовых домохозяйствах и потреблением ими экологически чистых продуктов питания.

Еще одной «изюминкой» туркомплекса «Поречье» и его потенциала является этнокультурное направление, получившее в последние годы развитие на базе фольклорно-этнической деревни, расположенной по соседству с природным заказником «Тюрмеровский лес». Более 10 лет назад силами членов двух фермерских хозяйств и энтузиастов из Москвы здесь был создан этнический центр «СУРЯНИЦА» для возрождения, сохранения и поддержания традиций славянской культуры. За это время собрано много этнографических и архивных материалов, что позволило воссоздать круглогодичный цикл древнеславянских праздников. Это праздники «Коляда», «Святки», «Влесова Среча», «Ладодение», «Ляльник», «Ярило», «Русалья неделя», «Купала», «Перунов День», «Спожинки», «Овсень», «Сварожки» и др. Все праздники проводятся в исконно славянских традициях. На реконструированном древнем Капище у Чуров возжигаются костры, водятся хороводы, проводятся обряды и поются древние руны. За время проведения праздников, пользующихся все возрастающей популярностью, тысячи туристов из Москвы смогли поучаствовать в красочных представлениях, скоморошьих забавах и конкурсах, открывающих перед зрителем богатый и малоизвестный мир древнерусской традиции.

Коллектив уже достаточно известен в Москве, Московской области и за ее пределами. В 2004г. центр «СУРЯНИЦА» получил постоянную сцену в московском ДК «На Петровских линиях». С тех пор центром проведено более 100 мероприятий и организована работа ряда подразделений: лекторий о древнеславянских традициях и обрядах, мужская вокальная группа «Суроварг», клуб народных промыслов «Берегиня», молодежный этно-экологический клуб «Живая Земля», патриотический клуб «Отчизна», центр гармоничного развития и воспитания личности и др. Таким образом, центром «СУРЯНИЦА» уже сформирована собственная московская аудитория, которая и представляет основной контингент туристов, регулярно участвующих в праздниках. За творческую инициативу и высокое мастерство центр награжден многочисленными грамотами и дипломами, в том числе общероссийских и международных фестивалей и конкурсов. Его мероприятия неоднократно освещались в СМИ: телеканалами «НТВ», «Россия», «Культура», «Подмосковье» «ТВЦентр», «Столица», «ТНТ», «М1», «Ren-TV» и др.; на радио «Россия» и «Московия»; в газетах и журналах «Националь», «Ваш досуг», «Русский курьер», «FHM» и др.

Именно культурная основа незыблема и уникальна для каждого уголка Подмосковья. Поэтому один из важных и интересных сегментов развития культурно-познава-

тельного туризма видится в формировании и развитии событийного туризма на основе проводимых праздников. Яркое тематическое событие – это всегда повод для привлечения внимания широкой зрительской аудитории и укрепления имиджа туристского центра. Например, детский праздник «Стойкий оловянный солдатик» и военно-исторический праздник-реконструкция «День Бородино» на Бородинском поле являются одними из лучших аналогов масштабных культурно-значимых событий, которые, кроме туристской привлекательности, имеют и воспитательное значение для подрастающего поколения.

С учетом имеющегося опыта на территориях кластера представляется перспективной разработка и реализация на постоянной основе проектов масштабных праздничных шоу в духе исконно русской традиции с ярмарками народных ремесел и промыслов, экологически чистых продуктов сельхозпроизводства, скоморохами и т.п. Организация крупных мероприятий событийного характера, распространяющихся на весь регион, дает ощущение неугасающего присутствия праздничного духа, что способно значительно обогатить имидж губернского кольца Подмосковья.

Весьма перспективным представляется организация на базе фольклорно-этнической деревни и фермерских хозяйств эксклюзивного туризма для иностранцев. Для этого необходимы целевые инвестиции под приобретение земли, проектирование, строительство и оборудование гостевого дома и приусадебного участка (целесообразно использовать технологии экологического и энергоэффективного домостроения), соответствующих западным стандартам жилища такого типа.

Проекты развития научно-познавательного (образовательного) туризма целесообразно реализовывать, опираясь на опыт авторитетных организаций, например, РМАТ, МГУ им. М.В. Ломоносова и международного университета «Дубна». Одним из ключевых проектов этого направления должен стать проект создания геоинформационной системы (ГИС) «Природный и историко-культурный потенциал губернского кольца Подмосковья». Внутри этой ГИС должна быть развернута подсистема паспортизации по муниципальным образованиям демонстрационных зон устойчивого туризма Подмосковья.

Кластерный подход является новым и перспективным для России модельным инструментом. Поэтому в ходе его продвижения в рамках губернского кольца Подмосковья важен регулярный обмен опытом, организация и проведение с этой целью региональных семинаров и конференций.

ОРГАНИЗАЦИЯ СИСТЕМЫ МАРКЕТИНГА ДЕСТИНАЦИИ. ФОРМИРОВАНИЕ БРЕНДА ДЕСТИНАЦИИ НА ПРИМЕРЕ «ГУБЕРНСКОГО КОЛЬЦА ПОДМОСКОВЬЯ»

Рассохина Т.В., *к.г.н., зав. кафедрой Менеджмента туризма, Российская международная академия туризма, rassohina@gmail.com*

Раскрываются аспекты выбора маркетнговой стратегии туристской дестинации. Рассматриваются пути создания устойчивого долгосрочного предпочтения к региональному турпродукту, основанному на совместном усиленном действии на потребителя товарного знака, рекламных обращений, материалов сейлз промоушн и других элементов рекламы, объединенных определенной идеей и однотипным оформлением, выделяющих «Губернское кольцо Подмосковья» среди конкурентов и создающих его образ (brand image). В основе брэндинга обоснованная маркетинговыми исследованиями совместная творческая работа туристских центров, управляющей компании и рекламного агентства по созданию и широкомасштабному внедрению в сознание потребителя персонализированного брэнд-имиджа.

РЕКРЕАЦИОННЫЕ ПОТРЕБНОСТИ НАСЕЛЕНИЯ КИРОВСКОЙ ОБЛАСТИ

Конышев Е.В., *к.г.н., зав. кафедрой социально-культурного сервиса и туризма ВятГГУ, konj@bk.ru*

Туризм как никакая другая сфера экономики подвержена колебаниям спроса. Во многом именно от потребностей и предпочтений туристов зависит развитие той или иной дестинации. Рекреационные потребности населения определяют уровень развития туристской индустрии, и территориальную организацию туризма в регионе. Знание рекреационных потребностей населения необходимо для организации более эффективного восстановления психофизических сил человека, что в конечном итоге будет способствовать повышению эффективности всего общественного производства. Основная сложность при этом заключается в самой сущности потребностей.

Рекреационные потребности населения категория динамичная, подверженная влиянию многих факторов. Они зависят от территории проживания, уровня благосостояния, степени развития туристской инфраструктуры, уровня информированности населения, образования и пр. Поэтому очень важно наладить мониторинг изучения рекреационных потребностей населения. Мониторинг заключается в проведении систематических опросов населения с периодичностью один раз в год, с последующей обработкой данных и сравнительным анализом с предыдущими результатами. В качестве операционно-территориальных единиц (ОТЕ) выбраны административные районы Кировской области. Уровень социально-экономического развития районов отличается территориальной диспропорцией и крайней неустойчивостью развития. Для многих территорий, особенно окраинных маргинальных районов, туризм может стать одной из отраслей, способных решить ряд социальных и экономических проблем. Однако для организации данной сферы и привлечению в регион инвестиций необходимо провести предварительные научные изыскания для конкретизации рекреационных предпочтений населения и выявлению совокупного потребительского спроса.

Надежность и достоверность результатов исследования обеспечена применением проверенных практикой теоретико-методологических принципов; научно-обоснованной методикой сбора социологической информации и ее интерпретацией; репрезентативностью данных социологических исследований; логикой построения выводов и т.д. Цель исследования заключалась в определении рекреационных потребностей населения Кировской области, проживающего в различных по уровню развития административных районах.

Для достижения цели исследования использовалась комплексная методика, включающая:

1. теоретико-методологический анализ литературных источников по данной проблематике; изучение и обобщение опыта проведения подобных исследований;
2. эмпирические методы (раздаточное анкетирование);
3. статистические методы обработки данных (при обработке данных используется пакет программного обеспечения SPSS 14 for Windows и Microsoft Office Excel).

Базовым эмпирическим методом является раздаточное анкетирование с использованием квотной выборки, репрезентативность которой определяется с учетом половозрастной структуры населения Кировской области (табл. 1)

Таблица 1.

Структура выборки

Возраст, лет	Мужчины	Женщины	ИТОГО
До 21 года	10	10	20
22-31 год	10	10	20
32-51 год	10	10	20
52-61 год	10	10	20
старше 62 лет	10	10	20
ИТОГО	50	50	100

С учетом размеров генеральной совокупности (≈ 1456 тыс. чел.), с учетом ошибки выборки 5% с доверительным интервалом в 99,7%, p=0,5, объем выборочной совокупности должен быть примерно 900 чел. В ходе проведенного исследования было опрошено 946 чел.

В целом распределение респондентов по полу, возрасту, роду занятий и материальному положению соответствует в долевом значении абсолютном показателям по Кировской области. Соотношение по полу составило 56,1% женщин, 43,9% мужчин.

Возрастная категория до 21 года – 21%, 22-31 год – 20,7%, 32-51 год – 25,7%, 52-61 год – 17,8%, старше 62 лет – 14,8%.

По роду занятий доля студентов составила 19,7%, рабочих предприятий – 14,8%, работников сельскохозяйственной сферы – 2,6%, военнослужащих и работников правоохранительных органов – 2,4%, работников сфер образования, науки и культуры – 16,0%, государственных и муниципальных служащих – 5,3%, безработных – 1,7%, другое – 3,2%. По материальному достатку 2,8% респондентов отнесли себя к группе с высоким уровнем достатка, 58,5 – к группе со средним уровнем, 33,4% – к группе с низким уровнем.

Таким образом, результаты, полученные в ходе исследования, можно считать репрезентативными. Опрос проводился в следующих ОТЕ:

– г. Киров, областной центр, где проживает около 500 тыс. жителей. Характеризуется высоким уровнем развития промышленности и самым высоким по области уровнем жизни населения области.

– Уржумский район, в 2006 году занял 3 место по уровню социально-экономического развития.

– Мурашинский район – 30 место по уровню социально-экономического развития.

– Куменский район – 8 место по уровню социально-экономического развития.

Студенты как сегменты потребительского рынка характеризуются повышенной подвижностью в летний период, не требовательностью к уровню комфорта, предпочтением активных форм рекреации и низкой покупательной способностью (рис. 1). Самой популярной формой рекреации является отдых у водоема, на пляже. В выходные и праздничные дни они предпочитают отдыхать на базах отдыха и дачах. А повседневной формой рекреации являются занятия спортом. Менее популярными являются сбор дикоросов и познавательные экскурсии.

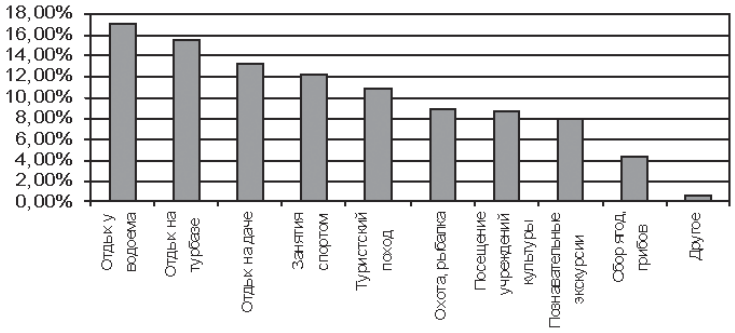


Рис. 1. Структура видов краткосрочной рекреации у студентов

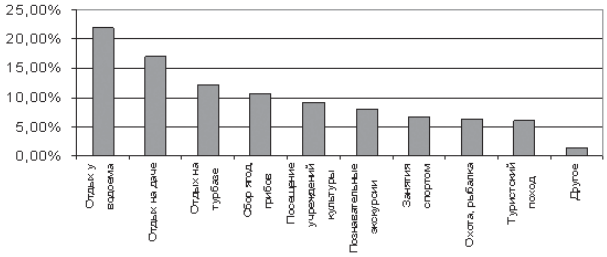


Рис. 2 Структура видов краткосрочной рекреации у работников сферы обслуживания

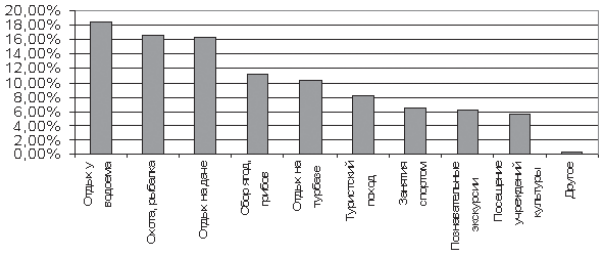


Рис. 3. Структура видов краткосрочной рекреации у рабочих предприятий

Самыми популярными видами рекреации у работников сферы обслуживания являются отдых у водоема и отдых на даче (рис. 2). Это обусловлено доступностью данных видов отдыха, не высокой покупательской способностью данной группы и тем, что основу группы составляют женщины. Менее популярными видами рекреации для них являются туристский поход, охота и рыбалка, а также занятия спортом.

Группа рабочих предприятий характеризуется стабильным доходом, регламентированными сроками отдыха и преобладанием в группе мужчин среднего возраста, имеющих семью с детьми (рис. 3). Поэтому для них популярной формой отдыха является, помимо отдыха у водоема, охота и рыбалка, а также отдых с семьей на даче.

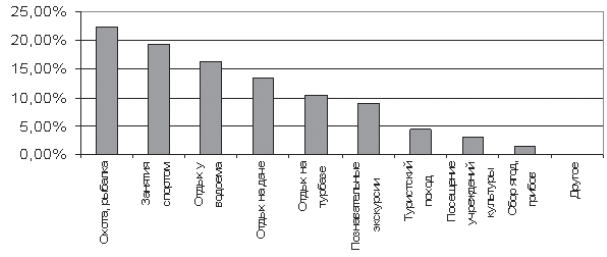


Рис. 4. Структура видов краткосрочной рекреации у военнослужащих и работников правоохранительных органов

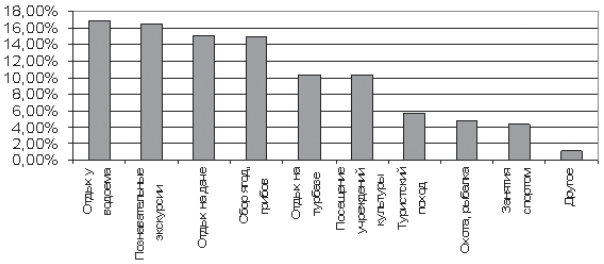


Рис. 5. Структура видов краткосрочной рекреации у работников образования, науки, культуры

Группа военнослужащих и работников правоохранительных органов характеризуется повышенным интересом к активным формам рекреации в виде регулярных занятий спортом и периодическими выездами на охоту и рыбалку (рис. 4).

Среди популярных видов рекреации, характерных и для других групп, у работников образования, науки, культуры пользуются спросом познавательные экскурсии (рис. 5). Это обусловлено высоким уровнем образованности группы и преобладанием женщин. Не популярными видами рекреации являются занятия спортом, охота и рыбалка и туристский поход.

Жители сельской местности характеризуются низким уровнем дохода, низкой подвижностью и традиционностью в организации отдыха. Сами распространенными видами рекреации являются сбор грибов и ягод, отдых у водоемов, охота и рыбалка (рис. 6). Не популярными являются туристский поход, занятия спортом и познавательные экскурсии.

Группа характеризуется высокой покупательской способностью, высокой подвижностью, но недостатком свободного времени. Среди видов краткосрочной рекреации популярными являются отдых на даче, охота и рыбалка, отдых у водоема (рис. 7).

К группе государственных и муниципальных служащих относятся, в основном люди среднего возраста со стабильным достатком, регламентированным рабочим днем и продолжительным отпускным периодом. Популярными для них видами рекреации являются отдых на даче, сбор грибов и ягод, отдых у водоемов (рис. 8).

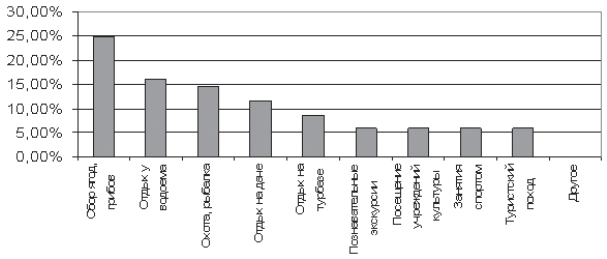


Рис. 6. Структура видов краткосрочной рекреации у работников сельскохозяйственной сферы

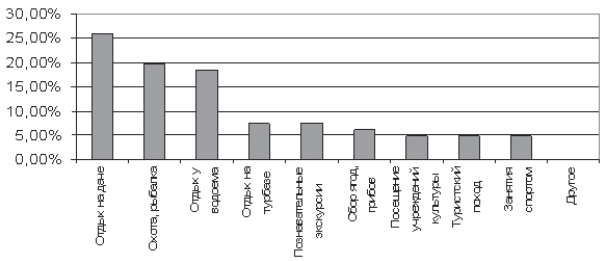


Рис. 7. Структура видов краткосрочной рекреации у работников предпринимательской сферы

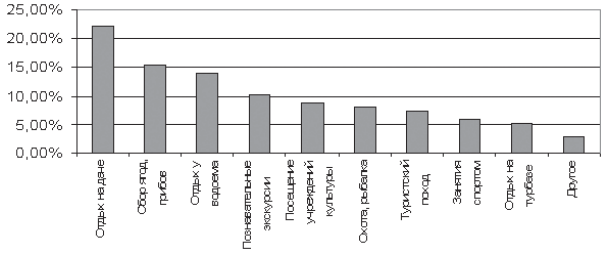


Рис. 8. Структура видов краткосрочной рекреации у государственных и муниципальных служащих

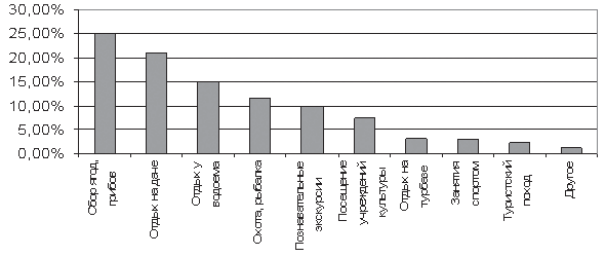


Рис. 9. Структура видов краткосрочной рекреации у людей пенсионного возраста

Сегмент характеризуется дифференциацией по уровню дохода внутри группы, большим объемом свободного времени, которое они тратят на отдых на даче и сбор грибов и ягод. Менее популярными среди данной группы являются активные формы рекреации: туристский поход, занятия спортом и отдых на турбазе (рис. 9).

Большую долю безработных в исследовании составляют состоящие на группе по инвалидности или не имеющие работу жители сельской местности. Для них самыми доступными являются отдых у водоема, на даче или сбор дикоросов (рис. 10).

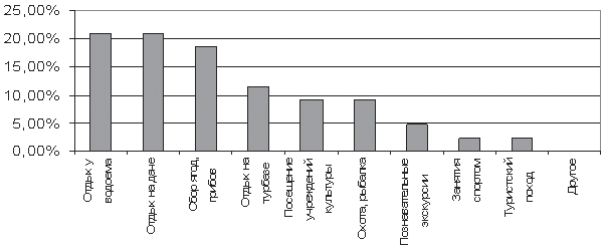


Рис. 10 Структура видов краткосрочной рекреации у безработных

Кировчане в своих ответах отметили ряд достоинств отдыха в Кировской области (рис. 11). Во-первых, это обилие лесов и рек, что ассоциируется с возможностью организации сплавов по рекам области, купанием в водоемах и сбором дикоросов.

Наиболее посещаемые зоны отдыха расположены в пределах часов доступности от крупных населенных пунктов. Это, прежде всего озера-старицы в пригородной части Кирова, река Вятка, река Немда в пределах Советского района. Лесные массивы Белохолуницкого, Афанасьевского, Сунского, Нолинского районов. Также были отмечены такие факторы как наличие минеральных источников, хорошее экологическое состояние и безопасность отдыха.

Среди недостатков отдыха в Кировской области большинство жителей отметили плохие дороги (рис. 12). Плохое качество дорожного покрытия значительно снижает транспортную доступность многих привлекательных туристских объектов. В частности Чимбулатского ботанико-геологического комплекса, озера Шайтан, Лежнинского озера, участка реки Вятки в районе Атарской луки и т.д. Снижают привлекательность отдыха в Кировской области отсутствие большого количества уникальных туристских объек-

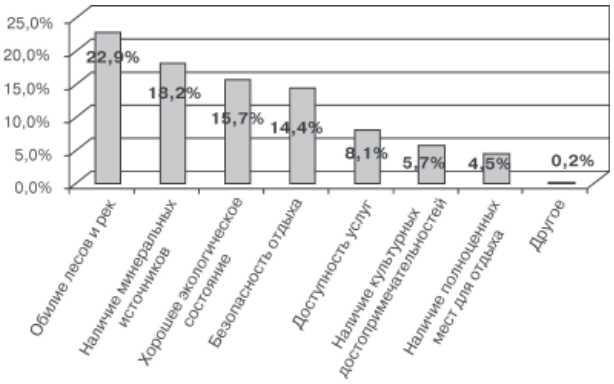


Рис. 11. Достоинства отдыха в Кировской области

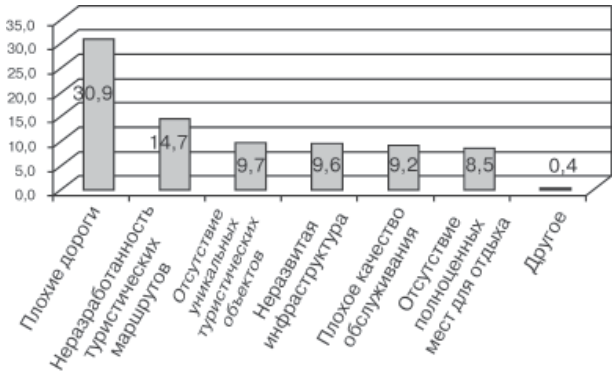


Рис. 12. Недостатки отдыха в Кировской области

тов, не разработанность туристских маршрутов и неразвитая инфраструктура отдыха. Данные проблемы, наряду с не сформированным туристским брендом области препятствуют развитию въездного туризма. Решение проблем не возможно без вмешательства Правительства Кировской области и привлечения дополнительных источников инвестирования.

КЛИМАТИЧЕСКИЕ РЕКРЕАЦИОННЫЕ РЕСУРСЫ ХАНТЫ-МАНСИЙСКОГО АВТОНОМНОГО ОКРУГА – ЮГРЫ КАК ОСНОВНОЙ ЛИМИТИРУЮЩИЙ ФАКТОР РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА И РЕКРЕАЦИИ В РЕГИОНЕ

Третьяков А.В., Вавер О.Ю., *Нижневартовский государственный гуманитарный университет, glinkin_05@mail.ru*

Актуальность исследования связана с возросшим в последнее время процентом рекреантов, предпочитающих отдых, не выезжая за пределы территории проживания (аграрекреационный вид деятельности в котором рекреация сочетается с производством дополнительных сельхозпродуктов – «дачный» отдых), а также интересом к посещению Ханты-Мансийского автономного округа – Югры рекреантами из других регионов. Кроме того, политика правительства ХМАО – Югры определяет развитие туристской отрасли как второй по прибыльности после нефтедобычи.

Климат, в отличие от некоторых других природных компонентов рекреационных ресурсов (например, почвы и рельефа), имеющих в основном косвенное экологическое значение, влияет на человека как прямой экологический фактор, определяя его теплоощущение, непосредственно воздействуя на здоровье, создавая условия труда, отдыха и лечения на открытом воздухе и т.д. Степень комфортности или дискомфортности природной среды, в основном, зависит от климата, он играет роль важнейшего лимитирующего экологического фактора, ограничивая возможности освоения территории и создавая экстремальные условия для проживания людей. Климат определяет многие другие свойства ландшафтов (гидрологические, биогеохимические, биотические) как элемент жизненной среды. Климатические рекреационные ресурсы являются решающими в организации рекреационной деятельности в районе, так как самочувствие рекреантов в первую очередь зависит от погодных условий [1].

Положение округа в центральной части Западной Сибири определяет общий характер циркуляции – западно-восточный перенос воздушных масс и их интенсивную транс-

формацию, особенно в теплое время года. Равнинность территории округа – открытость ее с севера и юга способствуют межширотному обмену воздушных масс.

Циркуляция атмосферы в округе формируется преимущественно под влиянием умеренных и арктических воздушных масс. Арктические воздушные массы, приходящие сюда с Северного Ледовитого океана, отличаются большой сухостью и низкими температурами, умеренные воздушные массы с Атлантики поступают уже сильно трансформированными. Уральские горы часто являются границей между барическими системами и воздушными массами. Они препятствуют продвижению арктических воздушных масс, вместе с тем способствуя их глубокому проникновению в юго-западном направлении. Под влиянием Средне-Сибирского плоскогорья циклоны смещаются к северо-востоку, либо происходит их регенерация на арктическом фронте.

В холодное время года большую роль в циркуляции атмосферы играет обширная ложбина от Исландской депрессии, которая охватывает Баренцево и Карское моря и всю северную часть Западной Сибири. Над центральными районами Азии формируется обширная область высокого давления – Азиатский антициклон, отрог которого распространяется на юг Западной Сибири и Казахстан. Взаимодействие депрессии над северными районами Западной Сибири с Азиатским антициклоном обусловливает преобладание западного, юго-западного переноса сухих и холодных воздушных масс в средней тропосфере. В результате в округе устанавливается ясная и морозная погода. Резкие похолодания связаны также с выносом арктических и умеренных континентальных воздушных масс из Восточной Сибири.

К концу зимы Азиатский антициклон ослабевает, снижается активность Исландской депрессии, вследствие чего циклоническая деятельность на севере Западной Сибири также становится менее интенсивной. Межширотные термические градиенты увеличиваются и усиливается меридиональный перенос воздушных масс.

В летнее время года над Северным Ледовитым океаном и его морями формируется антициклональное поле, а над Азиатским континентом давление падает и округ попадает под влияние северо-западной и западной периферии Южного Азиатского минимума [2].

Термические условия среды обитания определяются, главным образом, поступлением лучистой энергии Солнца. Годовой приток суммарной солнечной радиации в пределах территории ХМАО – Югры составляет 3100-3600 МДж/м2 в год при общем увеличении с севера на юг.

Радиационный баланс в сумме за год увеличивается от 1000 до 1200 МДж/м2 , что составляет 30-32 % годового количества суммарной радиации. В годовом ходе максимальное значение радиационного баланса отмечается в июне (Октябрьское – 326,8 МДж/м2, Сытомино – 339,4 МДж/м2), минимальные – в декабре-январе (-41,9...-50,3 МДж/м2). С апреля по сентябрь радиационный баланс положителен. Значения радиационного баланса резко увеличиваются весной, от апреля к маю (в 3,3 раза), и уменьшаются осенью, от сентября к октябрю (в 2,5 раза).

Для оценки общей теплообеспеченности широко используется сумма активных температур, т.е. сумма градусо-дней за период со средними суточными температурами воздуха выше 10 єС. На территории ХМАО – Югры этот показатель составляет от 75 суток на севере округа (Нумто) до 108 на юге (Леуши).

С точки зрения рекреационной деятельности особое значение имеет сезонная изменчивость температуры воздуха. Исследуемый регион по классификации климатов А.А. Григорьева и М.И. Будыко относится к области II 3 Д – климат влажный с умеренно тёплым летом и умеренно суровой снежной зимой. В общих чертах климат округа континентальный. Он характеризуется продолжительной зимой (25-26 недель), длительным залеганием снежного покрова (180-210 и более дней), короткими переходными сезонами (7-9 недель), поздними весенними и ранними осенними заморозками, коротким безмо-

розным периодом (80-110 дней), коротким летом (10-14 недель). Средняя температура воздуха самого холодного месяца года – января – варьирует от -24,0є С на севере округа (Юильск) до -18,2є С на юге округа (Леуши); средняя температура самого тёплого месяца – июля – изменяется соответственно от 15,7є С (Юильск) до 18,4є С (Шаим). Таким образом средняя годовая амплитуда температур изменяется на территории округа от 36 до 39є С; в отдельные годы полный размах амплитуды может достигать 85-90є С.

В медицине, курортологии, рекреационной географии используются понятия о температурном комфорте и дискомфорте. В качестве критерия комфортности летних температурных условий можно принять суточные температуры воздуха в интервале от 15 до 20°С (этот интервал часто принимается в рекреационной географии в качестве оптимума для летних видов отдыха) [3]. Продолжительность летнего комфортного периода составляет на севере около одного месяца (Нумто, Сартынья 28 дней), на юге округа до двух месяцев (Леуши 63 дня).

Определенная степень экологического (экономического) дискомфорта обусловлена, в частности, необходимостью отапливать жилые и служебные помещения в течение значительной части года. Продолжительность отопительного периода является одним из репрезентативных эколого-географических показателей и на территории ХМАО – Югры составляет от 240 на юге до 270 и более суток на севере.

Холодной частью года обычно считается период со средними температурами воздуха ниже 0 єС. В нашем регионе этот период достаточно продолжительный и составляет от 230 на юге до 245 дней на севере. Относительно комфортной частью зимы можно считать период с умеренными морозами, за условные рубежи которого можно принять переходы средней температуры воздуха через -5 єС, наиболее благоприятный для зимнего отдыха.

Влажность воздуха имеет определенное рекреационное значение наряду с другими элементами климата. Оптимальной для человека является относительная влажность воздуха в пределах 40-60 %, но некоторые специалисты поднимают верхний предел до 70 и даже до 80 %. В холодный период года средняя суточная величина относительной влажности на территории ХМАО – Югры составляет 80 и более %, продолжительность этого периода от 100 до140 дней; средняя относительная влажность воздуха наиболее сухого периода в мае-июне – 30 % и менее, его продолжительность 3-5 дней на большей части территории округа, 8-10 дней – в районах, прилегающих к Уралу.

Для оценки атмосферных осадков важно не только их количество, но также форма, интенсивность и частота выпадения. Частое выпадение осадков создает определенные ограничения для рекреации, климатотерапии и труда вне помещений. Наиболее обобщенным показателем может служить число дней с осадками. В исследуемом районе среднее годовое количество атмосферных осадков изменяется от 514 мм (Березово) до 685 мм (Угут), а число дней с осадками 180 и более дней в восточных районах (Ларьяк – 189, Сургут – 185), 170 и менее дней в западных (Саранпауль – 154, Сосьва – 169). В годовом ходе наибольшее число дней с осадками наблюдается во второй половине осени – в начале зимы, наименьшее – в апреле.

Снежный покров можно рассматривать как особый фактор рекреации. Продолжительность залегания снежного покрова и его высота – важнейшие предпосылки для организации зимних видов отдыха и туризма. Число дней со снежным покровом на территории ХМАО – Югры увеличивается с юга на север от 180 до 210 (Леуши – 175, Варьёган – 211, Нумто – 214). В северной части округа даты выпадения снега практически совпадают с датами перехода температуры воздуха через 0є С, на остальной территории, включая Предуралье, снег выпадает в среднем на 4–7 дней раньше.

Наиболее интенсивный рост высоты снежного покрова происходит в период со второй половины ноября и до начала января, когда количество выпадающих осадков увеличивается за счёт наибольшей повторяемости циклональной погоды. Среднее из наиболь-

ших декадных высот снежного покрова (по снегосъёмкам в поле) изменяется от 60–70 см на западе округа до 80 см на востоке. В малоснежные зимы высота снежного покрова может быть ниже 20 см, в многоснежные – выше 100 см. Поскольку оптимальные условия для зимних рекреационных занятий требуют, чтобы образовался устойчивый снежный покров высотой не менее 10–20 см, реальные сроки для этих занятий на территории ХМАО – Югры уменьшаются на 30–45 дней и составляют от 135 до 190 дней (с учетом дней с температурами ниже -20°С).

Облачность также имеет определенное значение: от степени закрытости неба облаками зависит продолжительность солнечного сияния – существенный лечебно-оздоровительный фактор. Высокой влажности воздуха и частым осадкам сопутствует сплошная облачность, особенно в холодное время года. В летние месяцы на территории ХМАО – Югры продолжительность дня составляет 16-20 часов, в зимние – уменьшается до 5–8 часов. Продолжительность солнечного сияния с севера на юг увеличивается от 1600 до 1900 часов. В горах Северного и Приполярного Урала она уменьшается из-за закрытого горизонта и составляет 1300–1400 часов. Некоторое уменьшение её наблюдается из-за большого загрязнения воздуха в промышленных городах округа (Сургут, Нижневартовск) и в районах интенсивной нефтегазодобычи при сжигании попутного нефтяного газа в факелах.

Наибольшее число часов солнечного сияния отмечается в июле (275–309), наименьшее – в декабре (0–27). Весной число часов солнечного сияния в 2,5–3,5 раза больше, чем осенью, что связано с годовым ходом облачности. Отношение фактической продолжительности солнечного сияния к максимально возможной колеблется от 10–15 % осенью и в начале зимы до 40–60 % летом и весной. В среднем за год облачность снижает число часов солнечного сияния на 57–60 %. В отдельные годы число часов солнечного сияния может значительно отличаться от средних значений. Например, в Ханты-Мансийске в 1986 году продолжительность солнечного сияния составила 1459,8 ч (на 14 % ниже многолетней), а в 1989 году – 2090,4 ч (на 23 % выше многолетней).

Косвенной характеристикой условий освещённости служит число дней без солнца, когда солнечные лучи не достигают поверхности земли из-за облачности или тумана. Наибольшее число дней без солнца наблюдается на северо-западе округа (Саранпауль – 123 дня), наименьшее – на юге (Леуши – 83). В годовом ходе минимум дней без солнца (0–3) приходится на июль, максимум – на декабрь (18–30). Такие показатели свидетельствуют о невозможности гелиотерапии [4].

Ветер является экологически значимым элементом климата, влияющим, в частности, на процессы терморегуляции в организме человека. Оптимальная скорость ветра не должна превышать 2–3 м/с. В нашем регионе средние скорости ветра составляют 2–4 м/с, в Приполярном Урале – 5–7 м/с, в Северном Урале они снижаются до 3–5 м/с. Небольшие скорости ветра отмечаются в глубоко таёжных районах округа (Таурово – 1,8 м/с, Корлики – 2,0 м/с, Ермакове – 2,4 м/с) и в районах, примыкающих к Уралу (ветровая «тень») – Няксимволь – 2,3 м/с, Сосьва – 2,4 м/с, Саранпауль – 2,6 м/с. Значительными скоростями ветра отличаются речные долины (Сургут – 4,9 м/с, Ханты-Мансийск – 5,1 м/с, Берёзово – 3,7 м/с). Для годового хода скорости ветра характерно уменьшение её летом и в середине зимы (декабрь-февраль). Наиболее ветреный месяц – май, наименее – август.

Среднее число дней с сильным ветром (15 м/с и более) по территории округа изменяется от 5 до 10, в глубоко таёжных районах округа и в районах, примыкающих к Уралу, число дней уменьшается до 4-х, а в долине Оби увеличивается до 15-25. Основной причиной изменчивости числа дней с сильным ветром являются ежегодные изменения интенсивности атмосферной циркуляции [5].

Туманы, метели, грозы как неблагоприятные климатические явления могут играть роль известных экологических ограничений при их частой повторяемости. Подобные

ситуации на территории округа встречаются регулярно, но пока не достаточно исследованы.

Таким образом, суммарная оценка климатических рекреационных ресурсов ХМАО – Югры показывает, что регион не пригоден для придания ему статуса климатического курорта. Более того, региональные климатические условия создают предпосылки для специфической зональной патологии, которая на территории ХМАО – Югры проявляется в виде частых респираторных и вирусных заболеваний вследствие длительности периода с низкими температурами, обострением заболеваний метеочувствительных пациентов при резкой смене атмосферного давления, патологией новорожденный в связи со спецификой усвоения кислорода, и др. [6].

Однако в современных условиях бурно развивающейся рекреации и туризма существует достаточное количество видов отдыха, реализации которых не будут препятствовать климатические особенности округа. К ним относится кратковременный отдых и оздоровление жителей округа в пределах своих или близлежащих населенных пунктов, активное развитие зимних видов туризма и отдыха, экстремальный и природоориентированный туризм.

Литература

1. Белюченко И.С. Территориальная организация г. Геленджика // Экологические проблемы Кубани, 2002. – № 17. – 270 с.

2. Климат // Атлас Ханты-Мансийского автономного округа – Югры. Т. II. Природа и экология / Отв. ред. Дикунец В.А., Котова Т.В., Макеев В.Н., Тикунов В.С. – Х.-Мансийск-М.: ООО НПФ «ТАЛКА-ТДВ», 2004. – С. 37-50.

3. Вавер О.Ю. Рекреационные ресурсы: проблемы выделения и эксплуатации // Эколого-географические проблемы природопользования нефтегазовых регионов: теория, методы, практика: Материалы II Международной научно-практической конференции (Нижневартовск, 22-24 октября 2003 г.) / Отв. ред. Ф.Н. Рянский, С.Н. Соколов. – Нижневартовск: Изд-во Нижневартовского гос. пед. ин-та, 2003. – С. 20-24.

4. Климат // Атлас Ханты-Мансийского автономного округа – Югры. Т. II. Природа и экология / Отв. ред. Дикунец В.А., Котова Т.В., Макеев В.Н., Тикунов В.С. – Х.-Мансийск-М.: ООО НПФ «ТАЛКА-ТДВ», 2004. – С. 37-50.

Там же.

5. Вавер О.Ю. К вопросу о формировании территориальной рекреационной системы Нижневартовского района // География и экология: Сб. научных трудов. Вып. 2 / Отв. ред. Ф.Н. Рянский. – Нижневартовск: Изд-во НГГУ, 2007. – С. 34-43.

РЕГИОНАЛЬНЫЕ ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННОГО ПОТЕНЦИАЛА ПРИМОРСКОГО КРАЯ

Мартышенко Н.С., *к.э.н., доцент Владивостокский государственный университет экономики и сервиса, natalya.martyshenko@vvsu.ru*
Старков А.С., *аспирант Владивостокский государственный университет экономики и сервиса*

Современная мировая экономическая система характеризуется рядом специфических черт обуславливающих особенности функционирования всех ее субъектов. Главной проблемой современного Дальнего Востока и Приморского края является демографическая проблема вследствие низкого качества жизни. Поэтому так важно знать, что сегодня больше всего заботит население, ныне проживающее на территории края. Для всего региона характерно крайне неравномерное территориальное развитие. Так в столице

Приморского края в г. Владивостоке проживает более 30 % населения края и вдоль федеральной трассы проживает еще более 30% населения. Основные города расположены в пределах 200 километровой зоны от краевого центра.

Для разработки программ развития индустрии морского отдыха необходимо обладать информацией о потребностях, мотивации и предпочтениях потребителей туристских услуг, связанных с этим видом отдыха. На кафедре маркетинга и коммерции в течение последних пяти лет осуществляется мониторинг потребительского рынка туристских услуг Приморского края, с помощью которого можно оценить такие его характеристики, как разновидности потребностей и расходы туристов в местах пребывания, а также степень удовлетворенности потребляемыми услугами. Для экономики края наиболее выгоден въездной иностранный туризм. Но анализ современного состояния туризма в Приморском крае позволяет проследить следующие основные тенденции: преобладание выездного туризма, существующая туристская материальная база не соответствует международным стандартам, сохраняется тенденция убыточности гостиничного хозяйства, поток иностранных туристов сокращается.

Мониторинг показал, что основные тенденции спроса на рынке туризма в крае заключается в сохранении приоритетов на пляжно-купальный вид отдыха в летние месяцы на побережье и поездки в течение года в Китай. Поток россиян в эту страну за 2003 – 2006гг. увеличился почти на 200 тысяч человек. Въездной поток иностранных туристов в край за эти годы уменьшился на 62 тысячи туристов. В этих условиях приоритетным является развитие внутреннего рынка туристских услуг.

Пляжно-купальный отдых вообще мало изучен в нашей стране, тем более, в Приморском крае, так как он находится в стадии становления. Но даже на этом этапе резкий рост притока туристов в прибрежные зоны края выявил ряд проблем и полную неготовность к их разрешению. Чтобы решать проблемы качества рекреации, а тем более разрабатывать долгосрочные программы развития необходимо наладить сбор и систематизацию информации по этому виду отдыха [1 – 3].

В данной работе мы рассмотрим некоторые результаты маркетинговых исследований, фокусирующих внимание на особенностях развития туристско-рекреационного потенциала. Масштаб исследований характеризуется количеством собранных анкетных данных за последние 4 года по одной из анкетных форм, представленный на рис.1.

Изучение предпочтений потребителей производилось на основании анкетного опроса жителей края и по большей части жителей г. Владивостока (77% опрошенных). Жители краевого центра тоже составляют заметный процент от численности населения края (30%), а городское население в крае составляет более 76% от общей численности. Сельские жители в сезон пляжно-купального отдыха более всего заняты в производственной деятельности и пляжный отдых используют гораздо меньше городских, за исключением жителей прибрежных поселений, активно участвующих в обслуживании туристов и отдыхающих [1].

В анкетном опросе исследовались два вида пляжно-купального отдыха, практикуемого жителями края, – без ночевок и с ночевками. Изучались временные характеристики отдыха, транспортная составляющая, средства размещения и другие факторы на фоне социально-демографического портрета респондентов. Ряд характеристик потребления туристского продукта представлен на рис. 2 – 11.

По мнению потребителей, количество отдыхающих в прибрежных зонах в течение исследуемого периода увеличивается (рис. 2 – 3). Оценки давались респондентами по всем посещаемым зонам отдыха. В последние годы существенно увеличился поток туристов, прибывающих из соседних регионов. Это связано, с одной стороны, с эффектом распространения мнений людей, посетивших наш край, с другой стороны, постоянным ростом количества мест.

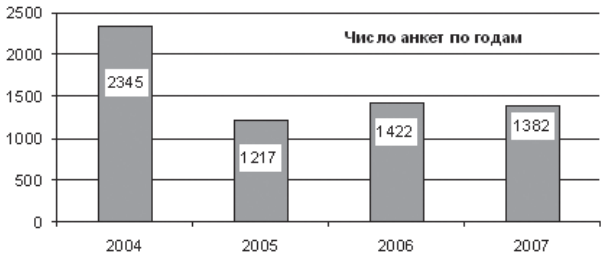


Рис. 1. Количество респондентов, опрошенных при изучении пляжно-купального отдыха в Приморском крае



Рис. 2. Оценки посещаемости, даваемые респондентами



Рис. 3. Частотные ряды собственных посещений пляжей

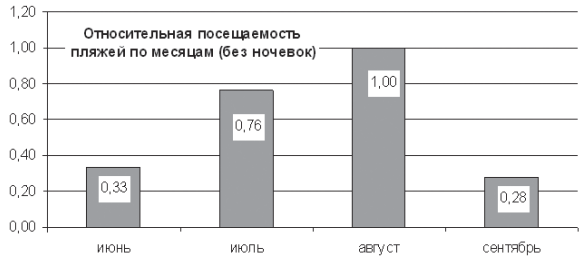


Рис. 4. Относительная посещаемость пляжей по месяцам

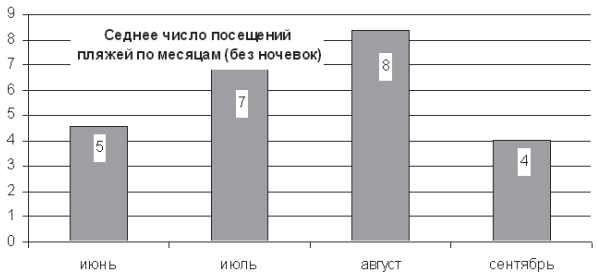


Рис. 5. Частотный ряд количества посещений пляжа

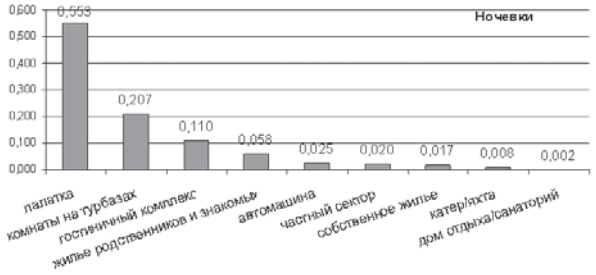


Рис. 6. Использование средств размещения при посещении пляжных зон с ночевками

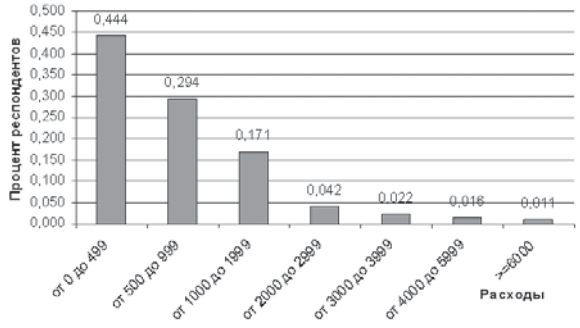


Рис. 7. Частотный ряд распределения расходов в день во время посещений пляжных зон

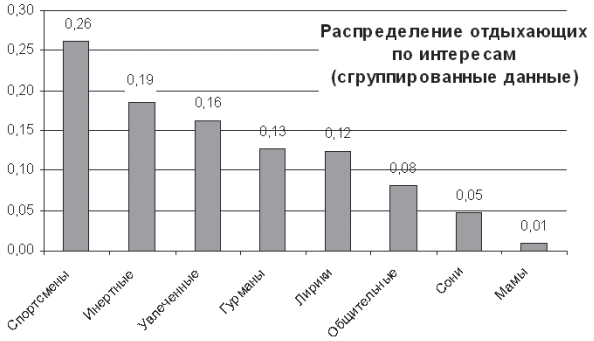


Рис. 9. Частотный ряд распределения потребителей по интересам

В последние годы складывается мода на молодежный образ жизни. Поэтому даже пожилые люди часто не отказываются от использования пляжно-купального отдыха.

Потребление пляжно-купального туристского продукта приходится, в основном, на два летних месяца: июль, август (рис. 4). Это связано с температурой морской воды. Хотя температурный режим в сентябре в Приморском крае достаточно комфортный, этот месяц пользуется не столь высокой популярностью.

Среднее количество посещений пляжей в период с начала июля и по конец августа тоже самое высокое (рис. 5).

Однако, в связи с обострением экологической обстановки в пригородной прибрежной зоне краевого центра, все большее количество жителей края вынуждено осваивать новые зоны морского отдыха, часто испытывая дополнительные неудобства и неся при этом, в основном, временные и транспортные расходы.

Необходимо отметить тот факт, что большинство людей не пользуется услугами средств размещения и для ночевок использует палатки (рис. 6).

Кроме того, следует отметить, что большинство потребителей добирается до места рекреации на личном автотранспорте. Конечно для Приморского края, где самый большой парк личного транспорта, это вполне объяснимо. На 2 миллиона жителей Приморского края приходится более 600 тысяч единиц транспортных средств и более 400 тысяч легковых автомобилей.

Одной из ключевых характеристик пляжного отдыха является частотный ряд распределения расходов, которые несут потребители на один день отдыха. При этом расходы на отдых не включают расходы на проживание и транспортную составляющую (рис. 7). Интересно, что расходы, связанные с отдыхом, не зависят от того, к какой возрастной категории относится потребитель.

По данным опросов были выделены 8 типов потребителей по предпочтению к увлечениям и любимым занятиям во время отдыха и 9 типов – по отрицательной реакции, полученной во время отдыха (рис. 9 – 10). При этом присущие практически всем отдыхающим цели – купание и загорание, были исключены. Из частотного ряда типов потребителей (рис. 8 – 9) по основной рекреационной деятельности, или любимому занятию во время отдыха, видно, что больше всего потребителей, 42% , предпочитают подвижный образ жизни и спортивные игры (“спортсмены” и “увлеченные”), т.е. предпочитают активный отдых пассивному, около 13% – на первое место ставят гастрономические интересы (“гурманы”).

Необходимо отметить, что названия групп потребителей с определенными поведенческими характеристиками являются логическим следствием содержания предпочтения или любимого занятия во время их отдыха, а также содержания предпочтительной рекреационной деятельности.

Группировка потребителей по негативным высказываниям об отдыхе приведена на рис. 10.

Варианты ответов потребителей о любимых занятиях в пляжной зоне были положены в основу группировки по этому признаку (рис. 8.) Как следствие влияния личностных факторов, можно ожидать и различий в поведении разных типов потребителей, что и было установлено в результате анализа первичных данных.

Анализ ответов респондентов, отнесенных к установленной типологии по негативным отзывам о пребывании в прибрежных зонах, показал, что у 53% опрошенных, в первую очередь, вызывает негативную реакцию экологическое состояние пляжей и морской акватории (рис.11).

На сегодняшний туристский продукт на внутреннем рынке является не конкурентоспособным. Туризм на региональном рынке развивается очень не динамично. Мировая практика показывает, что одной из наиболее эффективных форм национального и регионального экономического роста является теория кластерного механизма, в которой кластеры выступают в качестве средства обеспечения конкурентоспособности территорий посредством повышения производительности входящих в них фирм и отраслей, повышения способности к инновациям, стимулирования новых бизнесов, поддерживающих инновации и комплексное использование потенциала развития территории. Формирование перспективных туристских кластеров и планирование их развития является основой устойчивого региональ-

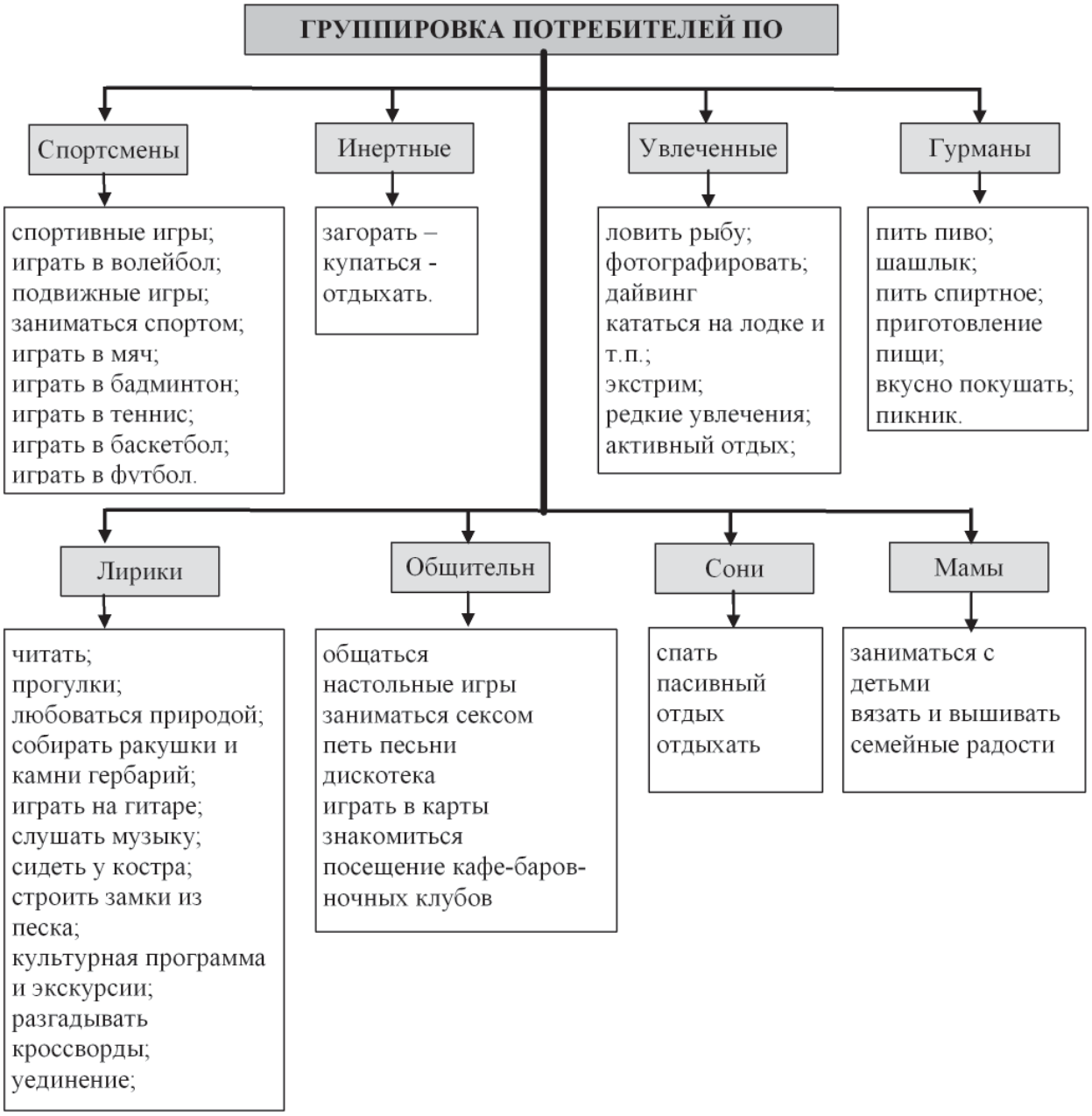


Рис. 8. Группировка потребителей по интересам

ного развития. Сегодня в Приморском крае есть потребность в разработке методического обеспечения формирования высокоэффективных конкурентоспособных территориально-производственных кластеров и, в частности, туристско-рекреационного кластера, обеспечивающего максимальные синергетические эффекты в региональном развитии. Отсутствие конкурентоспособного туристско-рекреационного кластера на территории Приморского края обуславливает удовлетворение спроса в туристско-рекреационных услугах в основном в Китае и вывоз большого количества денег в эту страну. Туризм в Приморье является выездным и расходным для краевого бюджета. Необходима целевая программа развития туризма на базе конкурентоспособного внешне ориентированного туристско-рекреационного кластера, в которой будут учтены интересы всех групп и реализовано партнерство властей, населения и бизнеса. С целью картографирования туристского кластера нами выявлены гео-



Рис. 10. Группировка потребителей по негативным высказываниям

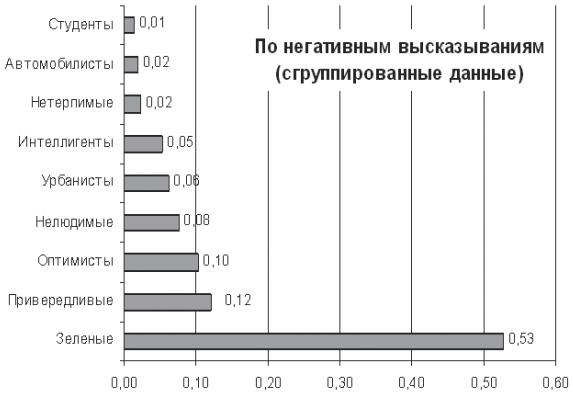


Рис. 11. Частотный ряд распределения потребителей по негативным высказываниям

графические типологии потребителей пляжно-купального отдыха. Всего в опросе было названо около 80 различных мест пляжного отдыха в Приморском крае. В трех зонах отдыха Приморского края (пригород г. Владивостока; острова Русский, Попова, Рейнеке, Рикарда, Путятин; Партизанский район края – вблизи г. Находки) отдыхает 79% жителей края. Следующие 8 зон отдыха указали 10% опрошенных и все остальные зоны – используют для отдыха 11% жителей. В пригородной зоне столицы края самыми популярными для отдыха в выходные дни являются б. Лазурная и с. Санаторная, где восстанавливают свое физическое и психологическое здоровье 59% краевого населения (рисунки 12 – 14). Распределение туристских баз по районам Приморского края представлено в таблице 1. Считается, что отличительные черты природного ландшафта или его компонентов имеют эмоциональное воздействие на человека. Среди методов психолого-эстетической оценки природных комплексов в последнее время разрабатываются такие, как меры экзотичности и уникальности. Экзотичность определяется как степень контрастности места отдыха по отношению к постоянному месту жительства, а уникальность – как степень встречаемости и неповторимости объектов и явлений. Водные объекты обладают выраженным притягательным эффектом и, безусловно, доминируют в пейзаже. Выделяются площадные (озера, моря) и линейные (реки) водные объекты. Пло-

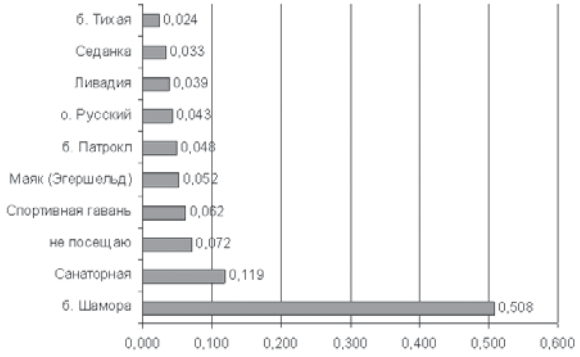


Рис. 12. Типология пляжей для отдыха без ночевок (количество отдыхающих – 13% от всех потребителей туристских услуг, А) – первые 10 пляжей, где отдыхает 69%; Б) – следующие 20 пляжей, где отдыхает 31%)

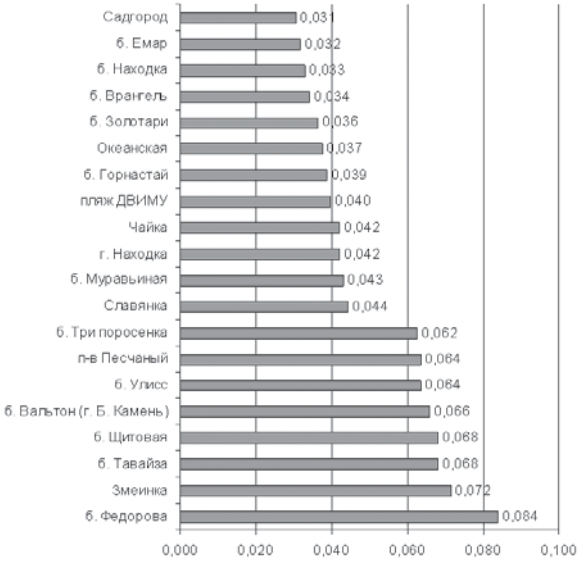


Рис. 13. Типология зон отдыха с ночевками (количество отдыхающих – 86% от всех потребителей туристских услуг, А) – первые 10 зон, где отдыхает 73%; Б) – следующие 20 пляжей, где отдыхает 27%)

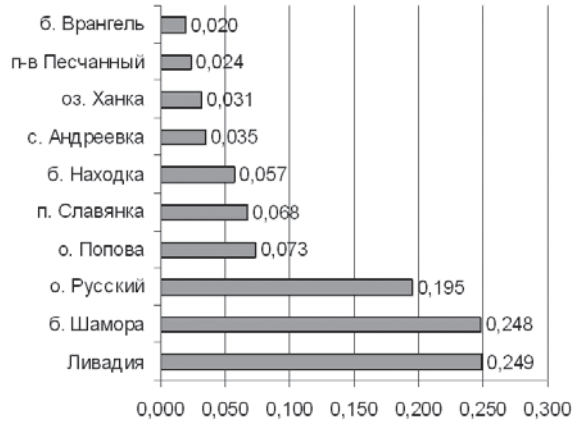


Рис. 14. Типология районов отдыха с ночевками (количество отдыхающих – 73% от всех потребителей туристских услуг, количество самых популярных районов отдыха – 11)

щадные более значимы в формировании пейзажного облика территории в силу своей экзотичности и уникальности. При оценке озер и морей первостепенное значение придается их «масштабности», т.е. площади зеркала, а также прозрачности и чистоте воды. Фактор качества окружающей среды присутствует в огромном многообразии проблем, и его масштабы меняются. Актуальность проблемы влияния туризма на природную среду растет с каждым годом, тем более сейчас, когда рекреация относится к такому избирательному виду деятельности, который становится средством компенсации напряжения, средством восстановления работоспособности и условием продолжения самого производства.

Поток туристов на внутренний рынок Приморского края сильно ограничен недостаточным развитием туристкой инфраструктуры – а именно – недостаточным количеством мест временного проживания. Имеющаяся база гостиниц, санаториев и домов отдыха края, находящихся в прибрежной зоне, явно недостаточна и к тому же имеет доступ к пляжам, которые нельзя назвать удовлетворительными по экологической обстановке. Экологически чистые морские пляжи не обеспечены туристской инфраструктурой.

Таблица 1

Распределение туристских баз отдыха на территории Приморского края

Район	Ко-во баз	Район	Ко-во баз	Район	Ко-во баз
Владивосток	76	Кавалеровский район	6	Тернейский район	2
Хасанский район	42	Черниговский район	5	Партизанск	2

Находка	37	Большой камень ЗАТО	5	Надежденский район	2
Владивосток (острова)	22	Ольгинский район	4	Лазовский район	2
Партизанский район	20	Анучинский район	4	Красноармейский район	2
Артем	19	Чугуевский район	3	Яковлевский район	1
Шкотовский район	16	Спасский район	3	Пажарский район	1
Арсеньев	12	Спаск-Дальний	3	Октябрьский район	1
Дальнегорск	11	Лесозаводск	3	Михайловский район	1
Уссурийск	8	Хорольский район	2	Дальнереченск	1
Кировский район	7	Ханкайский район	2		

Выявленные типологии дают основание сделать вывод, что человек весьма избирателен в характере своей деятельности в свободное время и, в зависимости от собственных интересов и существующих возможностей, выбирает тот или иной вид отдыха по его содержанию и географическому месту. Следуя данной точке зрения, можно выделить следующие виды деятельности человека во время отдыха:

– деятельность, связанная с определенной физической нагрузкой (занятия физической культурой, прогулки, туризм и альпинизм);

– любительские занятия – охота, рыбная ловля, сбор грибов и ягод и др.;

– приобщение к миру искусства, а также творчество в сфере искусства;

– интеллектуальная деятельность (чтение, самообразование);

– общение по интересу и свободному выбору;

– развлечения, носящие либо активный, либо пассивный характер (игры, танцы, зрелища);

Выявленные географические типологии потребителей пляжно-купального отдыха и типологии по основной рекреационной деятельности на наш взгляд способствуют определению географических границ намечаемому к формированию туристского кластера и именно в этих границах следует совершенствовать туристскую и рыночную инфраструктуру посредством ввода новых предприятий и объектов, обладающих отличительными компетенциями и создающих высокую ценность туристского продукта для потребителей. Такими центрами пляжно-купального отдыха для Приморского края являются: пригород г. Владивостока; острова Русский, Попова, Рейнеке, Рикарда, Путятин; Партизанский район края – вблизи г. Находки [2]. Таким образом, этот рынок сконцентрирован географически на побережье вблизи краевого центра и г. Находки.

Результаты исследования поведения потребителей пляжно-купального отдыха используются для разработки долгосрочных программ развития туристского комплекса Приморского края. В результате проведения маркетинговых исследований была определена емкость пляжно-купального сегмента рынка туристских услуг. Потенциально возможный объем этого сегмента составляет 228800 туристов только из числа жителей Приморского края. Таким образом, рынок пляжно-купального отдыха – это перспективный рынок и может определить приоритеты в развитии туризма в крае [3]. В крае существуют предпосылки разработки целевой программы развития пляжно-купального отдыха с учетом потребностей рынка.

Литература

1. Мартышенко Н.С., Мартышенко С.Н., Власенко А.А. Разработка стратегий развития туристской отрасли региона на основе изучения мнений потребителей // Экономический вестник Ростовского государственного университета. – 2007. – том 5 – №3. С. 219 – 228.

2. Мартышенко Н.С., Власенко А.А. Проблемы социально-оздоровительного туризма в Приморском крае // Стратегия развития индустрии гостеприимства и туризма: Сборник материалов второй международной научно-практической конференции 17-18 апреля 2007. – Орел, 2007. – С. 231-232.

3. Мартышенко Н.С., Старков А.С. Анализ структуры потребительского регионального туристского рынка // Территория науки. – 2007. – №4(5). С. 468–478.

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ЭКОТУРИСТИЧЕСКОЙ БАЗЫ В ПРИМОРСКОМ КРАЕ

Федорова С.Ю., *Восточный институт ДВГТУ, г. Владивосток, fedlana@yandex.ru*

Туризм по праву считается одним из крупнейших, высокодоходных и наиболее динамично развивающихся отраслей экономики, являясь активным источником поступлений иностранной валюты и оказывающий влияние на платежный баланс страны.

Для России развитие туризма особенно важно, т.к. данная отрасль является благоприятной средой для функционирования предприятий малого бизнеса, способных развиваться без значительных бюджетных ассигнований, и перспективна для привлечения иностранных инвестиций в широких масштабах и в короткие сроки. Туристический бизнес стимулирует развитие других отраслей хозяйства: строительства, торговли, сельского хозяйства, производства товаров народного потребления, связи и т.д.

В последнее время возрос интерес к экологическому туризму. Побудительная причина роста интереса к экологическому туризму – это устойчивое ухудшение качества окружающей среды. И поскольку в будущем тенденция урбанизации и загрязнения естественных территорий будет возрастать, рост интереса к экологическому туризму будет усиливаться.

К одному из уникальных регионов России относится Приморский край. На сегодняшний день геополитическое положение этого района делает его чрезвычайно привлекательным для дальнейшего ускоренного развития туристской инфраструктуры, в том числе для развития экологического туризма в этом регионе.

Территория Приморского края отличается особым видовым многообразием флоры и фауны и не имеет равных в России. Это обусловлено географическим расположением края, который обладает обширными территориями с нетронутой природой. Этот край имеет очень хорошую природную базу для развития экотуризма. Неповторимый ландшафт, растительный и животный мир, удобное месторасположение, близость к транспортным артериям (авиа, морским, автомобильным) дает преимущество перед другими регионами России. Например, рассмотрим заповедники Приморского края.

Сихотэ-Алинский заповедник образовался в 1935 году, расположен в Тернейском районе, является самым северным и крупным в Приморье. Богатство и разнообразие экосистем заповедника обусловлены тем, что его территория включает оба склона хребта Сихотэ-Алинь, различные по природным условиям и перепадам высот.

На территории заповедника сильно «охотское» флористическое и фаунистическое влияние: сообщества темнохвойной тайги представлены так широко и полно, как ни в одном другом заповеднике Приморья. Здесь обитают краснокнижные виды животных: амурский тигр, горал, пятнистый олень, гималайский медведь.

Самая обширная и самая богатая часть заповедника занята кедрово-широколиственными лесами. Основная лесообразующая природа здесь – кедр корейский, ель аянская, пихта белокорая, дуб, береза даурская, липа амурская. Есть в заповеднике и редкие травянистые растения: абелия корейская, первоцвет иезский и т.д. Повсюду поражает обилие и разнообразие мхов, лишайников. Обилие и разнообразие форм живого в заповеднике таково, что, несмотря на его давние изучение, еще не составлен полный список растений и не исключено открытие новых видов.

Лазовский государственный природный заповедник имени Л.Г. Капланова образовался в 1939 году в междуречье рек Киевка и Черная.

Сложный горный рельеф, значительные перепады высот, близость моря, своеобразные условия развития флоры создали на этой территории неповторимое разнообразие растительного мира. На этой сравнительно небольшой территории встречаются растения характерные для широколиственных лесов, тайги, тундры, степи и даже субтропиков. В заповеднике произрастают редкие и исчезающие виды растений – дуб зубчатый, женьшень настоящий, горянка крупночашечковая и др. Здесь обитают млекопитающие, которые занесены в Красную книгу. Основные из них: амурский тигр, горал, пятнистый олень.

Уссурийский государственный природный заповедник имени академика В.Л. Комарова образовался в 1932 году. Расположен в южной части Приморского края на территории двух районов Уссурийского и Шкотовского. Богатство этого заповедника – сравнительно крупный массив девственных лиановых хвойно-широколиственных лесов, почти не сохранившихся на территории российского Дальнего Востока и сопредельных стран. На территории этого заповедника встречаются рысь, кабан, леопард, выдра, харза, барсук, енот.

Расположенный в Хасанском районе Приморского края и основанный в 1916 году заповедник Кедровая Падь находится недалеко от западного берега Амурского залива. Своеобразие и близость заповедника к густонаселенным пунктам Приморского края сделали его одним из популярнейшим. Здесь встречаются белогрудый медведь, кабан, косуля, леопард, енотовидная собака, барсук, пятнистый олень. В заповеднике произрастают железная береза, корейская кедровая сосна, дальневосточная лиана, элеутерококк, восемь видов клена.

Дальневосточный государственный морской заповедник учрежден в 1978 году в заливе Петра Великого неподалеку от Владивостока. Специалисты насчитывают в заливе Петра Великого 2 тысячи видов беспозвоночных животных. На больших островах встречаются рощи и отдельные деревья тиса, пихты, сосны могильной, липы амурской, бархата, ясеня и др. В травянистом покрове островов преобладают папоротник, черемша, лилии, полынь, осоки и др. На морском дне вблизи берегов много водорослей – ламинарии, костарии, дихлории, цистозиры, встречаются брюхоногии и двустворчатые моллюски, многощетинковые черви и разноногие раки. Здесь обитают трепанги, морские ежи и звезды. Глубже 20 метров можно встретить осьминога.

Ханкайский государственный природный заповедник основан в 1990 году с целью восстановления и сохранения экологической системы бассейна озера Ханка.

Все заповедники Приморского края уникальны и неповторимы. Их флора и фауна отличается своеобразием, редким богатством целебных ресурсов. Большие лесные массивы, горные вулканы, водоемы, запасы лечебных грязей, источники минеральных вод создают самые благоприятные возможности для развития экотуризма.

Растительный и животный мир края имеет исключительную научно-познавательную ценность. В целом флора Приморья включает 1720 видов высших (сосудистых) растений, из которых 250 видов – деревья, кустарники и деревянистые лианы. При этом на долю эндемичных (встречающихся только на данной территории) приходится 3,4%. Не менее уникальна флора Приморья и с позиции собирательского (потребительского) туризма. Так, 1/3 видов растений являются лекарственными; более 100 видов можно использовать как дикие овощи; более чем у 50 видов деревьев, кустарников и лиан плоды ягоды съедобны. Здесь знатоки различают более 200 видов съедобных грибов.

Животный мир края так же уникален по своему видовому составу и сочетанию северных и южных форм. В Приморье обитают большой ряд животных: тигр, леопард, горал, пятнистый олень, изюбрь, косуля, кабарга, соболь, енотовидная собака, уссурий-

ский кот, лисица, колонок, выдра, росомаха, белка, заяц, бурундук и многие другие. Разнообразие животного мира позволяет развивать в Приморье научно-познавательный туризм.

Весьма богат и разнообразен растительный и животный мир Японского моря. По видовому многообразию рыб Японское море занимает первое место среди морей России. Их здесь насчитывается 872 вида, из которых 179 видов промысловые. В озерах и в реках насчитывается до 100 видов рыб.

Все это свидетельствует о наличии благоприятных природно-ресурсных предпосылок для организации любительского подводного промысла и фотоохоты.

На территории края насчитывается несколько десятков гор и сопок, представляющих интерес для массового туризма. Из них наиболее посещаемыми являются: Пидан, Ольховая, Облачная, Высокая. Неизменный интерес у самодеятельных туристов и ученых краеведов вызывают древние потухшие вулканы. Наиболее известен у местных туристов вулканы Барановский (р.Раздольная), вулканы, расположенные на мысе Поворотный и на мысе Олимпиады.

В Приморском крае как наиболее перспективные туристские направления могут развиваться те, которые являются экзотичными для наших соседей – рафтинг, рыболовный, охотничий туризм. Также может представлять интерес познавательный туризм, так как для жителей Азии Россия – ближайшая страна с европейской культурой. Но познавательные туры в наших условиях лишь тогда привлекут туристов, когда будут насыщены русской национальной атрибутикой (кухня, одежда, традиционные праздники). Привлекательными в качестве туристских объектов оказываются военно-исторические и археологические памятники на территории Приморья. В сочетании с некоторыми природными особенностями они могут стать основой для развития научного туризма. Географическое положение Приморья удобно для развития событийного (проведения конгрессов, выставок, фестивалей, спортивных и прочих мероприятий) и круизного туризма.

Культура, искусство, история и этнография Приморского края представляют привлекательный с точки зрения туризма ресурс. На территории Приморского края известно более двух тысяч археологических и исторических памятников, имеющих большое культурное значение. Их них 875 относятся к эпохе первобытнообщинного строя (поселения палеолита, мезолита и неолита) и к средневековью (первые государст-венные образования – государство Бохай, государство Чжурчжэней и др.).

При анализе распределения памятников истории и древней культуры по краю определены территории с наивысшей их концентрацией, которые выделены в качестве культурно-исторических зон. К таким территориям относятся бассейн залива Посьета (около 120 памятников), окрестности пос. Черниговки (около 180 памятников), а также долина р. Раздольной, верховья Уссури, бассейн р. Илистой, отдельные участки побережья Японского моря, ряд других участков. Включение культурно-исторических зон в состав познавательных территориальных рекреационных систем в сочетании с их охраной будет способствовать распространению знаний и утверждению нравственных ценностей.

Из всего вышеизложенного становится очевидно, какими значительными ресурсами в форме природных достопримечательностей обладает Приморский край. И весь этот потенциал можно использовать для расширения международного и внутреннего туризма, так как это дает дополнительных стимул для содержания тех же заповедников.

Ресурсы Приморья позволяют сделать вывод в пользу возможности организации мощной экотуристической базы в Приморье.

Во-первых, это уникальность и неповторимость природы.

Во-вторых, это наличие научной базы в лице Дальневосточного отделения Российской Академии наук РФ, которое разрабатывает и оценивает природные ресурсы и воз-

можности их использования при соблюдении основных принципов экотуризма.

В-третьих, это наличие программы создания системы национальных парков на территории Приморья, отвечающей всем международным нормам.

В целом, Приморский край можно назвать перспективным регионом для становления и развития экотуризма.

В Приморском крае на настоящий момент 6 заповедников, 205 памятников природы, 12 заказников, 1 природный парк, 1 ботанический сад, 1 дендрарий, 1 курорт и 1 лечебно-оздоровительная местность. Это те особо охраняемые природные территории, которые имеют соответствующий статус с их охранными зонами и, соответственно, имеют, хотя бы формальную юридическую защиту со стороны государства. Кроме этого существуют и другие природоохранные зоны, такие как вводно-болотные, орехово-промысловые, водоохранные, зеленые зоны вокруг населенных пунктов, зоны покоя.

Развитие экологического туризма в Приморском крае может сыграть свою роль в разрешении современного социально-экологического кризиса. С недавнего времени в Приморском крае началось коммерческое освоение особо охраняемых природных территорий.

Приморский край обладает обширными территориями с нетронутой природой и ресурсы края позволяют сделать вывод в пользу возможности организации мощной экотуристической базы даже при минимальных затратах, сохраняя природную ценность особо охраняемых территорий.

ПРОВЕДЕНИЕ ЭКОЛОГО-ГЕОМОРФОЛОГИЧЕСКИХ ИССЛЕДОВАНИЙ ПРИ ПЛАНИРОВАНИИ ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННЫХ ЗОН МОСКОВСКОГО РЕГИОНА

Крюков Г.А., *аспирант географического факультета МГУ им. М.В. Ломоносова*

Территория Московского региона исторически обладает значительным рекреационным потенциалом. Его уникальность заключается в том, что, являясь одним из самых густо заселенных и промышленно развитых регионов России, он одновременно считается одной из крупнейших туристско-рекреационных зон Российской федерации, предоставляющий рекреационные услуги всем категориям российских и иностранных граждан. Регион привлекателен малой удаленностью от Москвы (основной потребитель рекреационных услуг), разнообразием культурно-исторических и природных объектов рекреации, развитой туристской инфраструктурой. В Подмосковье действует примерно 500 санаториев, пансионатов и домов отдыха, а также более 300 турбаз, кемпингов и мотелей, ведомственных баз отдыха. В последние годы туристская отрасль региона начала интенсивно развиваться, при этом ей приходиться решать целый ряд проблем, часто связанных с неблагоприятным экологическим состоянием территории региона.

Проведение различного рода экологических экспертиз необходимо как при планировании новых туристско-рекреационных зон, так и при эксплуатации уже существующих. Возможность проведения рекреационного районирования основана на том, что под влиянием специфических условий и факторов развития туризма как сферы человеческой деятельности формируются рекреационные районы. Под условиями рекреационного районообразования следует понимать природную и социально-экономическую среду, в которой происходит формирование и функционирование рекреационных районов [1]. При этом особое место занимает оценка их экологического состояния. Это позволяет выявлять опасные для здоровья человека территории, и оперативно принимать решения по уменьшению или ликвидации их негативного влияния. Кроме того, наличие у владельца

туристического объекта благоприятных результатов подобных исследований позволяет ему уверено позиционировать свой объект как экологически чистый, привлекая этим дополнительный поток туристов.

Рельеф Московской области, сформированный под воздействием, прежде всего, экзогенных процессов, обычно определяется как денудационно-аккумулятивный, эрозионный, эрозионно-аккумулятивный. В системе «рельеф-рекреация» рельеф занимает особое положение. Во-первых, он входит в качестве базисного элемента в состав ее природных компонентов, выступая как природный и информационный ресурс, направленный на удовлетворение рекреационных потребностей. Во-вторых, рельеф выступает внешним по отношению к рекреационной системе элементом, обуславливающим функционирование и определяющим ее функциональный тип [2]. При изучении экологического состояния территории особый интерес представляют те свойства рельефа, которые участвуют в перераспределении загрязняющих веществ.

В последние годы появляется все больше научных работ, посвященных изучению взаимодействия рельефа и рельефообразующих процессов с экологическим загрязнением территорий [3,4,5], некоторые из них посвящены изучению городских территорий [6,7]. В Москве и Московской области существует ряд служб и организаций, государственных и коммерческих, проводящих регулярный мониторинг загрязнения воздуха, водоемов, почв. При проведении экологических исследований достоверность получаемых данных зависит в первую очередь от правильной пространственно-временной организации мониторинга. Как правило, это дорогостоящий процесс, связанный со значительными финансовыми затратами. Эти факторы часто искусственно ограничивают объемы проводимых экологических исследований. Одним из способов, позволяющих быстро и относительно недорого получить данные об экологическом состоянии территории, является организация эколого-геоморфологической экспертизы на основе бассейного подхода. В ее основе лежит анализ загрязнения территорий, дренируемых речными бассейнами, через изучение их структуры.

Речной бассейн – это сложная геоморфологическая система, ограниченная водораздельными линиями, которую можно рассматривать и в качестве сложной формы рельефа денудационного происхождения. Как и любая форма рельефа, речной бассейн может и должен быть охарактеризован его морфологией, возрастом, историей развития и спектром современных рельефообразующих процессов. Речной бассейн является целостной структурной единицей территории земной поверхности. Он имеет четкие границы, и включает в себя зоны сброса, транзита и аккумуляции водных – и литопотоков, включающих в себя и загрязняющие вещества. Основная часть загрязняющих веществ либо поступает непосредственно на поверхность, либо в виде твердых частиц и аэрозолей вместе с осадками выпадает из атмосферы. С помощью различных морфометрических показателей можно оценить степень воздействия структуры речного бассейна на распределение загрязняющих веществ по территориям, обладающим различной рекреационной ценностью. Совместный анализ структуры площадей, длин и уклонов водотоков и количества разнопорядковых водотоков позволяет выявить пространственную дифференциацию в функционировании бассейнов, отличающихся по способностям к накоплению, транзиту или выносу загрязняющих веществ.

В бассейнах в основном взаимодействуют три группы процессов: 1) выветривание; 2) склоновые процессы; и 3) русловые процессы. Экзогенные процессы, которые присутствуют на водосборах, создают индивидуальные особенности функционирования бассейнов. Они могут усиливать или ослаблять течение названных процессов, и, в отдельных случаях, сильно маскировать их деятельность. К ним относятся эоловые, карстовые, нивальные и ледниковые процессы.

Речные бассейны, являясь объектом геоморфологических исследований, определенным образом реагирует на все разнообразие экологических обстановок, связанных с за-

грязнением окружающей среды. Накопление и концентрация загрязнений происходит внутри бассейна в зависимости от их строения и зависит от количества в нем водотоков, их длинны и уклона, угла наклона дренируемых водотоками разных порядков склонов, и площади их водосборных бассейнов. Чем больше притоков в бассейне, тем больше вероятность аккумуляции в нем вредных веществ. В узлах слияния рек конуса выноса являются своеобразными геоморфологическими “ловушками”, задерживающими загрязняющие вещества.

Все бассейны можно условно разделить на три категории: бассейны-накопители (в которых объем поступающих загрязняющих веществ больше объема, выносимого за пределы бассейна), транзитные бассейны (где это соотношение примерно одинаково), и бассейны – сбрасыватели (поступающие в них загрязняющие вещества интенсивно выносятся за пределы бассейна).

Изучение территории Московского региона проводилось с помощью морфометрических методов с использованием ГИС (геоинформационных систем) пакетов Arcview и Mapinfo. За картографическую основу исследования была взята созданная автором на основе данных радарной топографической съемки (Shuttle radar topographic mission (SRTM)) цифровая модель рельефа территории Московского региона.

На полученной модели с учетом гипсометрии были выделены тальвеги постоянных и временных водотоков разных порядков. Классификация порядков водотоков проводилась по дихотомической системе Страллера-Философова, которая наиболее удобна для проведения геоморфологических исследований. Для улучшения качества визуализации и удобства при последующей печати полученных картографических материалов, дальнейшие исследования проводились в масштабе 1:1 000 000. Нужно отметить, что цифровая модель позволяет проводить исследование региона и в более крупном масштабе, однако значения порядков водотоков при этом будут изменяться, т.к. при переходе из масштаба в более крупный масштаб порядковость водотоков увеличивается на порядок. Особо стоит отметить, что многие из выделенных на модели водотоки фактически не существуют в качестве постоянных, однако их водосборные бассейны активно участвуют в перераспределении загрязняющих веществ, что обязательно необходимо учитывать при оценке распространения загрязняющих веществ по территории, и, следовательно, благоприятности размещения объектов рекреации.

Затем с помощью ГИС были рассчитаны количественные данные по ряду других характеристик структуры водосборных бассейнов, использующихся в дальнейшем исследовании. Структура бассейнов описывается в виде индекса, показывающего соотношение водосборных площадей, длин и уклонов разнопорядковых водотоков, образующих бассейн. Из всех выделенных на территории бассейнов наибольший интерес в масштабе данного исследования представляют бассейны третьего порядка, так как они занимают значительную (около 70%) площадь Московского региона. В данном исследовании любое целое разбивается на части, принимая его за 100%. Структура же описывается с помощью индекса, раскрывающего оценку той доли, которую занимает в «целом» ее часть. При исследовании бассейнов третьего порядка индексы состоят из трех цифр. Так, цифры в индексе площадей расположены так, что первая цифра соответствует проценту площади, которую занимают водосборы первого порядка в бассейне третьего порядка. На втором месте – сумма площадей водосборов второго порядка, на последнем – третьего. Например, площадь водосборного бассейна третьего порядка равна 200 кмI (или 100%). Из них суммарная площадь склонов, дренируемых водотоками первого порядка равна 100 кмI (или 50% от совокупной площади склонов), второго – 60 (30%), третьего – 40 кмI (20%). Результат расчета записывается в виде индекса 532.

Похожим образом получены индексы структуры длин и уклонов водотоков. Сначала было необходимо вычислить средние величины длин и уклонов водотоков всех поряд-

ков, принять их сумму за 100%, и лишь затем вычислить значения индексов их структуры [8]. Следует отметить, что все предложенные индексы безразмерны, поэтому с их помощью можно анализировать лишь те особенности функционирования, которые не связаны с абсолютными значениями протекающих в бассейне процессов.

На основании собственных статистических исследований Симоновым Ю.Г. и Симоновой Т.Ю. были выделены характеристики бассейнов, названные эталонными [8]. Для бассейнов третьего порядка в качестве эталона приняты следующие наборы индексов: индекс структуры площадей равен 532 (50 процентов площади всего бассейна дренируется водотоками первого порядка, 30 процентов – второго, 20 – третьего порядка), длин водотоков – 136, уклонов – 631. Данные, полученные в результате исследования, сравнивались с этими эталонными величинами.

При изучении индексов структуры длин и уклонов водотоков в бассейнах третьего порядка, и их водосборных площадей, может быть несколько вариантов, отличающихся от нормы: 1) увеличена или уменьшена первая цифра; 2) увеличена или уменьшена вторая цифра; 3) увеличена или уменьшена третья цифра. Все изменения структуры бассейнов сопряжены друг с другом. Поскольку сумма цифр, образующих индекс, величина постоянная, то увеличение одной из них обязательно влечет уменьшение какой-либо другой из оставшихся или изменение их обеих. Чем больше отклонение от эталона, тем заметнее это будет проявляться в функционировании всего бассейна и его загрязнении. Бассейны, которые по своим структурным индексам близки к эталонным, можно отнести к группе нормальных (или транзитных) бассейнов.

Анализ соотношения площадей разнопорядковых водосборов позволяет видеть соотношение масс воды и грунтовых потоков, содержащих загрязняющие вещества, которые перемещаются в различных звеньях бассейнов. Чем большую площадь занимает водосборный бассейн определенного порядка, тем больший объем материала поступает в дренирующие его водотоки. За основу исследования бассейнов по структуре их площадей были взяты следующие положения: если в структуре бассейна резко увеличена доля площадей, дренируемых водотоками первого порядка, этот бассейн способен к быстрому выносу загрязняющих веществ в нижние звенья гидросети, за пределы изучаемой территории. А при увеличении доли площадей, дренируемых водотоками второго и третьего порядка, уменьшается скорость выноса загрязняющих веществ, и увеличивается способность бассейна к их накоплению [8].

Анализ структуры длин разнопорядковых водотоков позволяет рассмотреть соотношение скоростей перемещения загрязняющих веществ в разнопорядковых звеньях изучаемого бассейна. В случае увеличения в индексе доли длин водотоков первого порядка, способность бассейна к самоочищению увеличивается. А при увеличении доли длин водотоков второго и третьего порядка возможность выноса загрязняющих веществ за его пределы уменьшается.

Анализ структуры длин может дать искаженную информацию по способности бассейна к накоплению загрязняющих веществ, если одновременно не получить данные по уклонам изучаемых водотоков. Приведем пример – рассмотрим бассейн, который по индексу структуры длин мы отнесли к бассейнам-накопителям. В нем относительная длинна водотока третьего порядка значительно выше 60% от суммарной длинны всех водотоков в бассейне. Но при наличии существенного уклона водоток способствует интенсивному самоочищению бассейна. И хотя эта ситуация в меньшей степени характерна для равнинных территорий, к которым относится Московский регион, провести подобный анализ было необходимо.

Все выделенные бассейны водотоков третьего порядка на изучаемой территории были разделены по каждому критерию на три группы – нормальные бассейны (в которых индексы близки к эталонным значениям); бассейны – сбрасыватели (структурные особенности которых способствуют к быстрому выносу загрязняющих веществ за преде-

лы бассейна); и бассейны – накопители (в которых особенности речной сети способствует к аккумулированию в нем загрязняющих веществ). В группу сбрасывателей были включены те бассейны, в которых в индексе структуры площадей и уклонов была увеличена первая цифра (721, 811 и др.), в индексе структуры длин – вторая и третья (316, 451, 334 и др.). С включением рассматриваемых бассейнов в группу накопителей ситуация обратная – в индексе структуры площадей и уклонов в этих бассейнах была увеличена вторая или третья цифры (244, 235, 325 и др.), а в индексе структуры длин первая цифра (721, 712, 811 и др.).

Заключительным этапом работы был анализ всех полученных данных и выделение бассейнов, в разной степени предрасположенных к накоплению загрязняющих веществ по всем трем критериям. В результате было выделено пять групп бассейнов третьего порядка по их способности к выносу загрязняющих веществ за пределы своей территории: бассейны – накопители, бассейны сбрасыватели, и транзитные бассейны, а так же две промежуточные группы – бассейны преимущественно накопители и бассейны преимущественно сбрасыватели. По результатам проведенных морфометрических исследований были получены данные по речным бассейнам Московского региона, условия в которых наиболее благоприятны к накоплению загрязняющих веществ. В основном они сконцентрированы в юго-восточной и западной частях Московского региона. Использование полученных результатов позволило оценить благоприятность расположения как уже существующих рекреационных объектов (в первую очередь находящихся в пределах выделенных бассейнов домов отдыха, туристических баз и др.), но и дает возможность применить их при планировании новых туристско-рекреационных зон Московского региона.

Литература

1. Кружалин К.В. Оценка рекреационного потенциала России для развития международного туризма. Рекреационные функции рельефа // Туризм и рекреация: фундаментальные и прикладные исследования. – М., 2006.

2. Бредихин А.В. Рекреационные функции рельефа // Туризм и рекреация: фундаментальные и прикладные исследования. – М., 2006.

3. Симонов Ю.Г. Эколого-геоморфологический анализ. Концепция и главные задачи // Эколого-геоморфологические исследования. – М. 1995.

4. Лукашев А.А., Рычагов Г.И., Симонов Ю.Г., Болысов С.И., Кружалин В.И. Мысливец В.И. Экологическая геоморфология. Содержание и основные проблемы. // Экологические аспекты теоретической и прикладной геоморфологии. – М. 1995.

5. Кружалин В.И. Экологическая геоморфология суши (на примере России). – М. 2001.

6. Лихачева Э.А., Тимофеев Д.А., Локшин Г.П., Просунцева Н.С. Эколого-геоморфологические критерии оценки городской территории // Геоморфология. – 1999.- №3

7. Рельеф Среды жизни человека. – М. 2002.

8. Симонов Ю.Г., Симонова Т.Ю. Речной бассейн и бассейновая организация географической оболочки. // Эрозия почв и русловые процессы. – М. 2003, вып.14.

МЕТОДИКА РАЗМЕЩЕНИЯ ИНЖЕНЕРНЫХ СООРУЖЕНИЙ РЕКРЕАЦИОННО-ТУРИСТСКОГО НАЗНАЧЕНИЯ НА ОСНОВЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ИНЖЕНЕРНО-ГЕОМОРФОЛОГИЧЕСКИХ МЕТОДОВ

Конин И.В., *аспирант географического факультета МГУ им. М.В. Ломоносова*

В настоящее время в современном мире все больше возникает потребность в инженерно-геоморфологических исследованиях, особенно в тех сферах жизни, которые связаны непосредственно с обеспечением жизнедеятельности людей.

Население все больше обращается к таким наукам как география в целом и геоморфология в частности для решения ряда задач, связанных с:

1. Экологическим состоянием территории для выявления лучшего местообитания;
2. Инженерным состоянием территории для наиболее оптимального размещения инженерных сооружений;
3. Развитием и проектированием туристско-рекреационных зон и созданием объектов туристского назначения.

В геоморфологии решением этих проблем занимаются экологическая и инженерная геоморфология. Что касается оценки рекреационного потенциала и размещения объектов – то здесь рекреационно-геоморфологические исследования только начинают набирать силу. Хотя на важность изучения рельефа и его использование в рекреационных целях указывали как отечественные, так и зарубежные ученые в 70-80-х годах прошлого века [1;2]. Однако, в 90-е годы, был утрачен интерес к изучению территориальных рекреационных систем и в геоморфологии такого рода исследования практически не проводились. К сожалению, в этот период затихли исследования по инженерной геоморфологии, зато эколого-геоморфологические исследования набирают темпы, свидетельством чему являются проведение конференций в гг. Москве, Иркутске, Белгороде, Воронеже и др. и издание научных трудов [3;4;5].

Современный этап развития индустрии туризма (начиная с 2000 года) ориентированный на развитие въездного и внутреннего туризма активизировал научные исследования как фундаментального, так и прикладного характера, в том числе и в геоморфологии. За последние годы появились публикации, в которых анализируется роль рельефа и методы его изучения с целью наиболее эффективного изучения и использования рекреационных ресурсов регионов Российской Федерации.

Этому во многом способствовали изменения в законодательстве, связанные с развитием особых экономических зон (ОЭЗ) туристско-рекреационного типа. Туристско-рекреационные ОЭЗ создаются на основании постановления Правительства РФ сроком на 20 лет на одном или нескольких участках территории России, находящихся в государственной или муниципальной собственности. При этом ОЭЗ может находиться на территории нескольких муниципальных образований или включать в себя полностью территорию какого-либо административно-территориального образования [6].

Не каждая территория способна обеспечить высокую эффективность использования бюджетных инвестиций. Ключевыми критериями при выборе территории для создания туристско-рекреационной зоны являются, с одной стороны, потенциал роста туристического сектора и его влияние на экономику региона в целом, а с другой, – реализуемость планируемых мер, способность территории успешно реализовать этот потенциал, рационально распорядившись уникальными природно-рекреационными ресурсами.

Во многих странах мира туризм является значительной статьей дохода в бюджете государства. Однако, в нашей стране это не так. В связи с этим было принято решение о выделении в составе РФ особых туристско-рекреационных зон, где и планируется активно развивать туристическое направление. Таких зон было выделено семь; они получили определенный статус и значительные льготы. Эти зоны должны способствовать развитию туризма и соответствовать все более возрастающим требованиям отдыхающих, для того, чтобы на должном уровне конкурировать с зарубежными зонами отдыха. Одной из таких зон стал и Краснодарский край.

Под туристско-рекреационной деятельностью понимается:

– деятельность юридических лиц, индивидуальных предпринимателей по строительству, реконструкции, эксплуатации объектов туристской индустрии, объектов, предназначенных для санаторно-курортного лечения, медицинской реабилитации и отдыха

граждан;

– туристская деятельность и деятельность по разработке месторождений минеральных вод, лечебных грязей и других природных лечебных ресурсов, их добыче и использованию, в том числе деятельность по санаторно-курортному лечению и профилактике заболеваний, медицинской реабилитации, организации отдыха граждан, промышленному розливу минеральных вод.

В нашем случае интересным аспектом деятельности выступает именно возможность размещения инженерных сооружений в пределах туристско-рекреационной особой экономической зоны Российской Федерации.

Черноморское побережье Кавказа обладает чрезвычайно высоким рекреационным потенциалом. Район богат природными рекреационными ресурсами (теплое море, горы, покрытые богатой лесной растительностью, разнообразные минеральные воды и иловые сульфидные грязи). Климатические условия имеют некоторые ограничения в виде термического (перегрев) и гидротермического (духота) дискомфорта в летний период.

Краснодарский край – это уникальное место в составе РФ. Здесь сочетаются различные климатические, геоморфологические, геологические, эстетические и прочие рекреационные условия, которые привлекают отдыхающих уже много десятков лет.

Здесь существует своя давно сложившаяся инфраструктура. В советские времена она вполне устраивала отдыхающих. Но со временем, после распада СССР, у людей появилась возможность достаточно свободно выезжать за рубеж и видеть различия в качестве и уровне сервиса. В конце 90-х годов 20 века – начале 21 века люди все больше стали предпочитать уезжать отдыхать за границу, где при тех же финансовых затратах качество сервиса было на гораздо более высоком уровне. В настоящее время по стране сохраняется та же тенденция, хотя приток туристов на черноморское побережье Краснодарского края ежегодно увеличивается

Инфраструктура рекреации играет важную роль при выборе места отдыха. В настоящее время инфраструктура рекреационных зон в Краснодарском крае устарела и требует существенного обновления. Размещение и последовательность строительства рекреационных объектов внутри самих зон требует научного обоснования, и во многом зависит от устойчивости рельефа и литогенной основы. Таким образом, анализ рельефа – является ключевым при выборе мест размещения туристско-рекреационных объектов.

Учитывая, что территория Краснодарского края стала одной из 7 особых экономических зон территориально-рекреационного типа, а также местом проведения Зимних олимпийских игр 2014 года актуальность и применение таких эффективных методов исследования становится еще более очевидной. И требует проведения разносторонних исследований для последующего их практического использования на территории.

Наиболее быстрым и достаточно качественным анализом оценки устойчивости рельефа является инженерно-геоморфологический анализ территории. Результатом такого анализа является выделение зон, в различной степени благоприятных для размещения инженерных объектов, и как следствие, создание качественной и безопасной инфраструктуры в зоне отдыха, отвечающей современным мировым требованиям.

Инженерно-геоморфологическая характеристика проводится на основе комплексного анализа свойств рельефа, влияющих на размещение, строительство и эксплуатацию инженерных объектов. Оценка степени влияния рассматриваемых параметров на инженерно-геоморфологические свойства территории основана на нормативных документах (СНиП) и официальных рекомендациях по учету природных условий в проектировании и строительстве, т.е. с использованием двух подходов – функционально-технологического (нормативного) и индикационного. Суть нормативного

подхода заключается в том, что рельеф рассматривается с позиций строительства и эксплуатации инженерных сооружений в соответствии с их функционально-технологическими свойствами. Также важное место занимает индикационный подход к инженерной оценке рельефа. Индикация понимается нами как выявление некоторого набора признаков, указывающих на пространственную дифференциацию инженерных свойств рельефа и литогенной основы. На основе этих двух подходов можно провести разделение территорий на благоприятные, ограниченно-благоприятные и неблагоприятные. Размещение инженерных объектов в пределах территорий, признанных неблагоприятными по какому-либо параметру, сопряжено со значительными трудностями и в целом нежелательно. Размещение сооружений в пределах ограниченно-благоприятных территорий возможно, но требует повышенных затрат на проведение защитных мероприятий и дополнительных исследований. Благоприятные территории позволяют размещать и эксплуатировать инженерные сооружения без дополнительных затрат и ограничений.

В качестве критериев для такой оценки необходимо рассматривать морфометрические характеристики рельефа, характеристики литологического состава подстилающих пород, современные процессы, идущие на изучаемой территории, а также морфоструктурные особенности. На завершающем этапе с помощью сравнительно-картографического метода мы можем получить зонирование исследуемой территории по степени благоприятности для размещения инженерных сооружений.

Морфометрическими характеристиками рельефа, наиболее важными для инженерно-геоморфологического анализа, являются гипсометрия, углы наклона (рис.1), степень расчленения. Исходя из требований нормативного подхода, именно эти морфометрические характеристики являются базисными при анализе территории с точки зрения его инженерно-хозяйственного использования.

В качестве примера, рассмотрим такую морфометрическую характеристику как угол наклона земной поверхности.

Угол наклона земной поверхности – весьма “многосторонний” морфометрический показатель, влияющий на интенсивность экзогенных процессов, характер формирующихся отложений, микроклиматические особенности местности. В данном разделе рассматривается, каким образом углы наклона склонов учитываются в нормативных показателях, принятых на сегодняшний день в строительстве различных инженерных объектов на территориях.

Наиболее значимыми инженерными сооружениями на любой территории, безусловно, являются площадные объекты как промышленного, так и гражданского назначения – жилые дома, производственные корпуса, склады и т.д. Угол наклона территории строительной площадки влияет на величину затрат, необходимых для устройства фундаментов зданий.

Современная практика строительства основана на использовании стандартных архитектурно-планировочных решений, и свободное размещение зданий на уклонах ограничивается условиями привязки действующих типовых проектов. В нормативных документах, регламентирующих строительство инженерных объектов, угол наклона территории (α) принято представлять через его тангенс ($tg\alpha*100\%$).

В результате анализа допустимых уклонов для размещения зданий [7], площадных объектов промышленного назначения [8] и линейных инженерных объектов [9;10] мы получаем 4 градации, т.е. выделяются 4 типа территорий, в различной степени пригодных для освоения инженерными объектами (табл.1). Для удобства построения инженерно-геоморфологической карты зонирования территории по крутизне склонов для строительства инженерных объектов можно округлить величину уклонов до целых градусов, кроме показателя, лимитирующего сооружение канализации. В этом случае шкала бу-

дет выглядеть следующим образом: 0-0,3°, 0,3-5°, 5-12° и более 12°. Наиболее благоприятным для строительства инженерных сооружений следует принять интервал, в котором углы наклона изменяются от 0,3 до 5°, ограниченно- благоприятными углами наклона являются 0-0,3° и 5-12°, неблагоприятными – более 12°. Строительство на территориях с углами наклона склонов свыше 12° становится так как анализ проводится для территории Краснодарского края в целом, то первый и второй интервалы можно объединить в одну группу – благоприятные, как для простоты, так и в результате мелкомасштабности изучения.

Таблица 1

Оценка благоприятности территорий для градостроительного освоения в зависимости от уклонов рельефа

Уклон, °	Условия освоения
0-0,3°	Ограниченно-благоприятные: возможно строительство без предварительного выравнивания территории, неблагоприятны по условиям сооружения канализации
0,3-5°	Благоприятные: возможно промышленное строительство и типовое строительство многоквартирных жилых домов без предварительного выравнивания территории
5-12°	Ограниченно-благоприятные: возможно типовое строительство многоквартирных жилых домов при проведении предварительной вертикальной планировки территории
> 12°	Типовое строительство невозможно – необходимо применение особых архитектурно-пространственных приемов застройки

Результатом реализации морфометрического подхода является синтетическая морфометрическая карта, учитывающая нормативные требования по степени благоприятности гипсометрии, углов наклона склонов и расчлененности рельефа.

Морфолитологические характеристики рельефа используются в инженерно-геоморфологическом анализе для уточнения инженерно-геологических свойств грунтов, необходимых для определения устойчивости фундаментов, подпорных стенок, откосов и оползневых склонов. Применение геоморфологического подхода дает возможность более точного оконтуривания участков, однородных по инженерно-геологическим характеристикам.

Устойчивость фундаментов в инженерной геологии определяется из расчетов по предельным состояниям естественных оснований. *Предельным* называется такое состояние массива грунта, когда малейшее увеличение нагрузки может сделать возведенное сооружение непригодным для дальнейшей эксплуатации [11]. Различают два предельных состояния: первое – по прочности или устойчивости и второе – по деформациям. Эти характеристики заметно различаются для пород разного происхождения.

В работе используются представления о дифференциации несущих свойств различных пород. Так, с точки зрения устойчивости, наиболее благоприятными являются коренные скальные породы. Построенные на них инженерные сооружения испытывают минимальную деформацию. Наименее устойчивыми являются рыхлые отложения. Их можно разделить на две группы – ограниченно-благоприятные (пески, супеси) и неблагоприятные (глины, суглинки). Эти породы в разной степени деформируются под воздействием инженерных сооружений и при взаимодействии с водой. Поэтому строительство инженерных сооружений сопряжено с определенными сложностями, связанными с устойчивостью этих грунтов.

Морфодинамическая оценка рельефа в инженерно-геоморфологических исследованиях нацелена на выявление участков проявления экзогенных процессов, препятствующих нормальному функционированию инженерных сооружений. Опасность проявления процессов оценивается по СНиП 22-01-95 [12]. В этом случае учитывается

скорость проявления процессов или площадь, которая им подвержена. К опасным процессам относятся оползни, суффозия, карст, подтопление территории, эрозия, пучение и другие.

При изучении опасных экзогенных процессов важно не столько выделить все их проявления, сколько определить их парагенетические ассоциации [13]. В СНиПах также содержатся указания на необходимость изучать весь комплекс взаимодействий опасных процессов. Поэтому зоны активного совместного проявления множества экзогенных процессов следует определять как опасные с точки зрения их перспективного использования, в том числе в целях рекреационного освоения. На основе анализа карты опасных экзогенных процессов на территории Краснодарского края можно выделить неблагоприятные зоны, ограниченно-благоприятные и благоприятные.

Важным элементом в комплексе этих исследований является морфоструктурный анализ, направленный на изучение блокового строения земной коры, системы разломов и выделение наиболее сейсмоактивных участков территории. В настоящее время существует несколько методик выделения блоковых структур, отличающихся только деталями [14;15]. Суть их сводится к выделению блоков от крупных до мелких на основе морфоструктурного анализа рельефа. Эти блоки характеризуются субгоризонтальными и субвертикальными разнонаправленными подвижками, наличием зон сжатия и раздвига и разделяются разломами разной мощности, часто имеющими морфологическую выраженность в рельефе.

Инженерно-геоморфологическое зонирование основывается на синтезе морфометрических, морфолитологических, морфодинамических и морфоструктурных характеристик территории с использованием сравнительно-картографического метода. Результатом его является выделение зон, в различной степени благоприятных для рекреационного строительства. При этом различают масштабы исследований. Так, в некоторых случаях, требуются более детальные исследования ограниченно-благоприятных и неблагоприятных зон в более крупном масштабе. Мелкомасштабные рекреационно-геоморфологические исследования проводятся для зонирования территорий по степени благоприятности на региональном уровне. При реализации конкретных проектов размещения туристско-рекреационных комплексов и зон следует проводить крупномасштабные рекреационно-геоморфологические исследования. Они позволяют определить границы и конкретизировать размещение инженерных объектов линейного, площадного и точечного типа. Проведенные исследования показали, что ОЭЗ – Новая Анапа размещается благоприятной рекреационной зоне, а ее внутреннее содержание требует дополнительных более детальных инженерно-геоморфологических исследований.

Таким образом, использование данной методики размещения инженерных сооружений на основе инженерно-геоморфологических методов возможно на ранней стадии подготовки проекта, т.е. на предпроектном этапе, что в значительной мере позволит уменьшить финансовые расходы.

Литература

1. Преображенский В.Р., Веденин Ю.А. География и отдых. М., 1971, 48 с.

2. Тишков Х. Методы на анализ и оценка на рекреационите ресурси. София, 1984.

3. Симонов Ю.Г. Эколого-геоморфологический анализ. Концепция и главные задачи // Эколого-геоморфологические исследования. – М. 1995.

4. Кружалин В.И. Экологическая геоморфология суши. М.: Научный мир, 2001, 176 с.

5. Лихачева Э.А., Тимофеев Д.А., «Город-экосистема», М.: Медиа-Пресс, 1997, 336 с.

6. Закон №76-ФЗ. дополнение положения Федерального закона от 22.07.2005 N 116-ФЗ “Об особых экономических зонах в Российской Федерации”

7. Давидович В.Г. Планировка городов. Инженерно-экономические основы, М.-Л.: Изд-во Мин-ва коммун. хоз-ва. РСФСР, – 1947.

8. Справочник проектировщика. Градостроительство. – М.: Стройиздат, 1978.
9. Звонкова Т.В. Прикладная геоморфология. – М.: Высшая школа, – 1970.
10. Симонов Ю.Г. Геоморфологическое картографирование с целью инженерной оценки территории // Геоморфологическое картографирование для народнохозяйственных целей. – М.: Изд-во МГУ, – 1987. – С. 115 – 124.
11. Справочник по инженерной геологии. – 3-е изд., перераб. и доп. / Под ред. М.В. Чуринова. – М.: Недра, – 1981. – 325 с.
12. СНиП 22-01-95. Геофизика опасных природных воздействий. Минстрой РФ, 1996.
13. Теоретические основы инженерной геологии. Геологические основы / Под ред. акад. Сергеева Е.М. – М.: Недра, – 1985. – 332 с., ил.
14. Орлова А.В. Блоковые структуры и рельеф. – М.: Недра, – 1975 – 228 с.
15. Симонов Ю.Г. Морфометрический анализ рельефа. Москва – Смоленск: Изд-во СГУ, 1998. 272 с.

ВЛИЯНИЕ СНЕЖНЫХ ЛАВИН НА РЕКРЕАЦИОННОЕ ОСВОЕНИЕ ВЫСОКОГОРНЫХ РАЙОНОВ ЗАПАДНОГО КАВКАЗА

Вивчар А.Н., *кафедра криолитологии и гляциологии Географический факультет МГУ им. М.В. Ломоносова, anton_vivchar@mail.ru*

Снежные лавины являются важнейшим лимитирующим фактором развития зимней рекреации в горных районах. В процессе освоения горных районов и перехода рекреационной деятельности на более высокие высотные уровни возникает все больше проблем, связанных с развитием экзогенных процессов, в том числе лавинной деятельности.

Ошибки в проектировании строящихся сооружений, неоднозначность в методиках оценки лавинной опасности и отсутствие научной базы для организации мониторинга приводят к массовой гибели людей и огромным финансовым потерям.

Теоретическая разработка проблемы защиты от лавин, правильно поставленные предварительные исследования территории могут свести к минимуму опасность разрушения построек и дорог.

По мере хозяйственного освоения высокогорных районов количество зарегистрированных случаев падения лавин увеличивается. Вполне справедливо связать это с тем, что лавины появляются там, где появился человек, так как осваиваемые вновь горные районы и до прихода людей были подвержены падению лавин, но только после первых катастроф широко начинают говорить об этом явлении. Лавинная опасность увеличивается по мере увеличения населения в горах. Массы людей, неорганизованно растекающиеся по заснеженным склонам, могут стать причиной и жертвой лавин. Таким образом, наряду с объективной опасностью, возникающей при определённом соотношение мощности снежного покрова, крутизне и экспозиции склона и морфологических условий, следует говорить о наличии субъективной опасности, вызываемой антропогенной нагрузкой.

Долина реки Мзымта выше поселка Красная Поляна – весьма перспективный район для рекреационного освоения, в том числе строительства горнолыжных комплексов. При этом территория является лавиноопасной – степень лавинной опасности на территории Западного Кавказа (в том числе прилегающей непосредственно к горнолыжному комплексу в Красной Поляне), большинством специалистов, в том числе и в Атласе снежно-ледовых ресурсов мира, оценивается как высокая. При этом большая часть лавиноопасных местностей относится к территории высокогорья. Большинство лавинных очагов располагаются в пределах верхних ландшафтных поясов, свободных от лесной растительности и частично ею занятых.

В последние десять лет различными инвесторами в пределах долины реки Мзымта были построены несколько канатно-кресельных дорог. За счет выведения их в альпийскую высотную зону горнолыжный сезон уже продлен до пяти месяцев. Однако места прохождения горнолыжных трасс и канатных дорог, расположенные выше границы леса, находятся в лавиноопасной зоне. Многие объекты инфраструктуры горнолыжного комплекса и строительные площадки также находятся в зонах активного воздействия снежных лавин.

Между тем, снеголавинный режим долины реки Мзымта мало изучен. В декабре 1999 году фирма "Альпика-Сервис" предприняла попытку организовать снеголавинную станцию на хребте Аибга (2228 м) в непосредственной близости от принадлежащих ей рекреационных объектов. Горнолыжные трассы, проложенные по залесённому северному склону хребта Аибга вдоль оси первых трех очередей канатно-кресельной дороги практически не лавиноопасны, за исключением участка трассы третьей очереди длиной 300–400 м. Проблемы возникли при вводе в строй четвертой очереди канатно-кресельной дороги и эксплуатации новых горнолыжных трасс. Так, трассы пролегли в трех лавинных очагах, из которых регулярно сходят снежные лавины. Первый и второй лавинные очаги представляют собой деформированные кары, а третий – денудационную воронку. Лавиноактивные площади по данным Краснополянского лавинного отряда составляют около 28, 75 и 50 га соответственно. В верхних частях и бортах всех очагов множество эрозионных врезов и денудационных воронок, представляющих собой места формирования отдельных мелких лавин. Рассматриваемые лавинные очаги имеют северную экспозицию и располагаются на подветренных склонах. Это способствует большому снегонакоплению (от 3 до 8 м даже в среднеснежную зиму) и длительному залеганию снега. Последние факторы благоприятны для образования лавин больших размеров и более продолжительного (по сравнению со склонами других экспозиций) периода лавинной опасности. Ориентировочно максимальный объем возможных лавин для первого лавинного очага равен 300–400 тыс. м^3, для второго – 600–1000 тыс. м^3 и для третьего – 400–700 тыс. м^3, а максимальная дальность их выброса (судя по лавинным прочесам) – до 2 км и более.

Границы зоны зарождения лавин и зоны их транзита в рельефе четко не выражены, поэтому обрушение лавин значительных объемов (более 50–70 тыс. м^3) возможно как из верхних, так и средних частей лавинных очагов. При этом неканализированность очагов приводит к сходу лавин больших размеров широким фронтом, который ограничен только бортами лавинных очагов. Начальное обрушение таких лавин возможно как с пригребневых участков, так и с многочисленных резких поперечных перегибов склонов на дне лавинных очагов.

Катастрофические лавины могут формироваться как из смешанного снега (старого и свежевыпавшего) при наличии в снежной толще горизонтов разрыхления, так и из свежевыпавшего. Возникновение таких лавин обычно связано с интенсивными длительными снегопадами, которые сопровождаются ветром. Весной не исключена возможность схода грунтовых лавин значительных размеров, когда в лавинный процесс вовлекается вся толща снега, и лавина движется по грунту. Именно лавины этих трех типов образовали и "сохраняют" лавинный прочес, пересекающий 300-метровый участок горнолыжной трассы в районе третьей очереди канатной дороги.

Наряду с лавинами значительных и катастрофических объемов, которые сходят относительно редко, представляют угрозу многочисленные средние (до 5 тыс. м3) и малые (от первых десяткой до нескольких сотен м^3) лавины. Они возникают не только в многочисленных камерах лавинных очагов, но и в местах продольных и поперечных перегибом склонов. Частота их схода довольно велика; это может произойти либо по окончании очередной непродолжительной метели, либо несколько раз из одного и того же места

в течение продолжительной метели или снегопада, главным образом на подветренных склонах. В основном это лавины из мягкой снежной доски, сформировавшейся из снега текущей метели или снегопада.

Весной из пригребневых камер возможен сход, как грунтовых лавин, так и лавин из снежных досок (из старого и смешанного снега) по водоупорному слою. Объемы таких лавин достигают нескольких тысяч кубометров. Водоупорными слоями могут служить мощные ледяные корки в снежной толще, сформировавшиеся в течение зимы либо после выпадения жидких осадков на снежный покров, либо вследствие интенсивных потеплений и длительной инсоляции (на склонах южной экспозиции).

Южные склоны хребта Аибга в силу своего слабо расчлененного рельефа, кажущегося отсутствия лавинной опасности и освещенности солнцем практически в течение всего светового дня очень привлекательны для освоения. Однако не следует торопиться с проектированием и строительством горнолыжных трасс и подъемников, предварительно не изучив (хотя бы в течение двух лет) возможные негативные факторы.

Склоны южной экспозиции, как и северные, лавиноопасны, но в меньшей степени. Кратковременные наблюдения показали, что здесь сходят лавины из мягкой и смешанной снежных досок (малых и средних объемов) во время и по окончании метелей. Продолжительность залегания устойчивого снежного покрова на этих склонах естественно, меньше, чем на северных.

Влияние сильных южных ветров на южных склонах более ощутимо, чем на северных. Южные склоны наветренные по отношению к ним, поэтому снег здесь сильно уплотняется и формируется жесткий ветровой наст, неблагоприятный для катания. В результате интенсивной длительной инсоляции возможно частое образование на поверхности снежного покрова твердых радиационных и ледяных корок, что значительно ухудшает условия катания.

В настоящее время не существует ни одной методики оценки влияния снежных лавин и вообще стихийно-разрушительных процессов на развитие рекреационной деятельности. Разработка такой методики при этом является актуальной в современных условиях активного развития туризма в горных районах мира, в том числе в России.

Проводя изучение снежных лавин на территории Западного Кавказа, автором была предложена методика экспертной оценки влияния лавин на рекреационное освоение на основе проведения натурных наблюдений за снежными лавинами, их распространением и развитием во временных рамках, изменения качественных характеристик снежных лавин, развития сопутствующих явлений и процессов, изучения характеристик снежного покрова, характера рельефа лавиноопасных участков и др.

За основу предлагаемой методики предлагается взять различные параметры лавинных процессов, которые могут потенциально оказывать влияние в той или иной степени на развитие рекреации. Речь идет как о пространственных, так и временных параметрах снежных лавин. Перечень их неокончателен и может быть дополнен другими параметрами. Среди параметров выделяется:

- морфологические типы лавин;
- генетические типы лавин;
- продолжительность лавиноопасного периода;
- средние объемы лавин;
- объемы катастрофических лавин;
- толщина снежного покрова;
- особенности изменений стратиграфии снежной толщи;
- дальность выброса лавин;
- скорость движения лавин;

– повторяемость лавинных процессов;

– формирование специфических форм лавинного рельефа (конусов выноса, ям выбивания, лавинных валов и др.;

– крутизна лавиноопасных склонов;

– относительная высота лавиноопасного участка.

Каждый из предлагаемых параметров имеет различные количественные значения и качественное выражение в различных ландшафтных условиях. В связи с этим видится возможным рассматривать их относительно различных типов ландшафтов на заданной территории. Выбор дробления ландшафтов зависит от необходимого масштаба изучения территории. Безусловно, имеет смысл для рассмотрения выбирать только те ландшафты, которые располагаются в высокогорной и среднегорной зоне.

Проведение непосредственно оценки предлагается проводить матричным методом. При этом экспертную оценку проводить в баллах не видится возможным, так как параметры лавин имеют неравнозначное влияние на рекреационную деятельность. В связи с этим предлагается проводить не выставление баллов, а, аналогично оценки степени лавинной опасности [Лавиноопасные районы СССР, 1970], отнесение к той или иной группе по степени потенциального воздействия:

– Наиболее заметное воздействие(I);

– Среднее степень воздействия (II);

– Незначительная степень воздействия (III);

– Воздействие отсутствует (IV).

Наиболее заметное потенциальное воздействие лавин на рекреацию характеризуется интенсивной лавинной активностью. На участках с наиболее заметным воздействием действуют все морфологические и генетические типы лавин, характерные для данных климатических и геоморфологических условий. Продолжительность лавиноопасного периода, как правило, наибольшая, средние объемы лавин максимальны и составляют 100–200 тыс. м^3. Часто в многоснежные зимы сходят катастрофические лавины с объемами более 500 тыс. м^3. Толщина снежного покрова составляет от 70 до 100 см, наиболее интенсивно протекают процессы метаморфизма в снежной толще (в том числе образование глубинной изморози на больших высотах), характерно формирование корок. Дальность выброса лавин и их скорости в этих условиях максимальны. Повторяемость лавин не менее одно раза в год из одного лавинного очага. Характерна интенсивная рельефообразующая деятельность лавин с образованием всех форм рельефа лавинного генезиса. Крутизна и относительная высота лавиноопасных склонов также максимальна. Крутизна не должна быть меньше 15о, а относительная высота – более 500 м.

Средняя степень потенциального воздействия лавин на рекреацию характеризуется ослаблением всех лавинных процессов. Для этой зоны характерны воздействия одного-двух морфологических и двух-трех генетических типов лавин. Продолжительность лавиноопасного периоды уменьшается и составляет менее полугода. Средние объемы лавин колеблются от 50 до 100 тыс. м^3., а максимальные объемы в многоснежные зимы не достигают больше 500 тыс. м^3. Толщина снежного покрова в таких зонах, как правило, составляет 30–70 см, процессы метаморфизма в снежной толще менее активны и не формируют горизонтов разрыхления. Дальность выброса и скорость лавин в таких условиях ограничивается незначительными уклонами поверхности (10–15°) и сравнительно малыми относительными высотами (200–500 м). Повторяемость лавин в таких зонах не более одного раза в 2 года.

Незначительная степень потенциального воздействия лавин на рекреацию определяется малой степенью лавинной активности. Характеризуется распространением одного морфологического и генетического типа лавин (как правило, осовы преобладают в мор-

фологии лавин). Продолжительность лавиноопасного периода составляет не более 4 месяцев. Средние объемы лавин не превышают 50 тыс. м^3, а максимальные объемы редко составляют более 100 тыс. м^3. Толщина снежного покрова менее 30 см, процессы метаморфизма весьма неактивны. Скорость движения лавин минимальна (снежные оползни), уклон поверхности лавинных склонов не превышает 10о.

В долине реки Мзымта выделяется целый комплекс высокогорных и среднегорных ландшафтов:

– Высокогорные приледниковые области, абсолютная высота более 2000 м, отдельные виды растений, толщина снежного покрова более 100 см, продолжительность залегания снежного покрова 6–7 месяцев;

– Платообразные поверхности в высокогорье, абсолютная высота 2000–2500 м, толщина снежного покрова 70–100 см, продолжительность залегания снежного покрова не более 5 месяцев, обильный метелевый перенос;

– Гребни и пригребневые участки хребтов, без растительности, абсолютная высота более 2500 м;

– Высокогорные альпийские луга на склонах, абсолютная высота 2000–2500 м, толщина снежного покрова 70–100 см, продолжительность залегания снежного покрова 6-7 месяцев;

– Высокогорные альпийские луга в днищах долин, абсолютная высота 2000–2500 м, толщина снежного покрова 70–100 см, продолжительность залегания снежного покрова 6–7 месяцев, распространение снежниковых систем большой площади;

– Высокогорные субальпийские луга с распространением березового и букового криволесья на склонах, абсолютная высота 1500–2000 м, толщина снежного покрова 50–70 см, продолжительность залегания снежного покрова не более 5 месяцев;

– Высокогорные субальпийские луга с распространением березового и букового криволесья в днищах долин, абсолютная высота 1500–2000 м, толщина снежного покрова 50–70 см, продолжительность залегания снежного покрова не более 5 месяцев, массовое распространение снежниковых систем;

– Пихтовые редколесья и леса на верхнем пределе распространения с кустарниковыми ассоциациями и буковым и березовым криволесьем на склонах, абсолютная высота 1000–1500 м, толщина снежного покрова 30–70 см, продолжительность залегания снежного покрова не более 5 месяцев;

– Пихтовые редколесья и леса на верхнем пределе распространения с кустарниковыми ассоциациями и буковым и березовым криволесьем в днищах долин, абсолютная высота 1000–1500 м, толщина снежного покрова 30–70 см, продолжительность залегания снежного покрова не более 5 месяцев; незначительное распространение снежниковых систем.

Анализ предлагаемой матрицы (табл.1) дает возможность оценить степень потенциального воздействия лавин на рекреационную деятельность на территории Западного Кавказа в различных ландшафтных условиях. Каждый из предлагаемых к рассмотрению ландшафтов по большей части параметров характеризуется то или иной степенью воздействия.

Таблица 1.

Оценка степени влияния снежных лавин в различных ландшафтных условиях на развитие рекреации на территории Западного Кавказа.

	Параметры снежных лавин												
Тип ландшафта	**морфологические типы лавин**	**генетические типы лавин**	**продолжительность лавиноопасного периода**	**средние объемы лавин**	**объемы катастрофических лавин**	**толщина снежного покрова**	**особенности изменений стратиграфии снежной толщи**	**дальность выброса лавин**	**скорость движения лавин**	**повторяемость лавинных процессов**	**формирование специфических форм лавинного рельефа**	**крутизна лавиноопасных склонов**	**относительная высота лавиноопасных участков**
Ландшафт 1	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I
Ландшафт 2	IV	IV	IV	IV	IV	I	I	IV	IV	IV	IV	IV	IV
Ландшафт 3	II	II	I	II	II	III	III	I	I	I	III	I	I
Ландшафт 4	I	I	I	I	I	II	II	I	I	I	II	I	I
Ландшафт 5	II	II	I	II	II	II	I	II	II	II	III	III	III
Ландшафт 6	I	I	II	II	II	III	III	II	II	I	II	II	II
Ландшафт 7	II	II	II	III	III	III	II	III	III	II	III	III	III
Ландшафт 8	III	III	III	II	II	III	III	II	II	III	III	II	II
Ландшафт 9	III	III	III	III	III	III	III	III	III	III	III	III	III

Так для ландшафтов 1, 3 и 4 характерно преобладание первого типа воздействия. Для ландшафтов 5 и 6 – второго, для ландшафтов 7, 8 и 9 – третьего и для ландшафта 2 – четвертого типа, то есть отсутствия воздействия. При этом необходимо отметить, что наибольшее воздействие лавин на рекреацию характерно для наиболее возвышенных и многоснежных ландшафтов нивально-гляциального пояса. Этот пояс на Западном Кавказе в настоящее время практически не охвачен рекреационной деятельностью, но темпы строительства позволяют утверждать о скором приходе человека в эту зону. Дальнейшее развитие инфраструктуры в этих ландшафтных условиях потребуют значительного вмешательства человека в области строительства защитных сооружений.

Минимально воздействие лавин в нижней зоне их распространения в условиях небольших уклонов. Возникновению интенсивного воздействия лавин на рекреацию здесь активно препятствует также обильная растительность, незначительное расчленение рельефа, минимальная рельефообразующая роль лавин. Надо отметить, что значительные изменения растительных сообществ такой зоны, в частности вырубка лесов и т.п., могут расширить степень воздействия лавин на рекреационную инфраструктуру и привести к гибели людей.

Таким образом, при увеличении масштаба анализа территории можно получить более подробный анализ потенциального воздействия лавин на рекреации, в том числе на территории конкретных участков или большого региона (горной области). На основе анализа таких

воздействий есть возможность создания среднемасштабной карты или серии крупномасштабных карт по степени потенциального воздействия лавин на рекреацию, которые при объединении информации по непосредственным сходам лавин будут давать исчерпывающую информацию для проектировщиков сооружений и рекреационной инфраструктуры.

ПРОБЛЕМЫ ПОИСКА НОВЫХ РАЙОНОВ СПОРТИВНОГО ТУРИЗМА НА ТЕРРИТОРИЯХ ЗАРУБЕЖНЫХ СТРАН

Королев А.Ю., *кафедра туризма географического факультета Пермского государственного университета, korolev@psu.ru*

В настоящее время, в связи с возникшими возможностями у российских спортивных туристов путешествовать за рубежом, появилась задача поиска новых районов пригодных для организации разнообразных по сложности и полноценных по впечатлениям туристских спортивных путешествий. Из-за того, что в советское время было практически запрещено выезжать за границу, то туристы довольно подробно, даже досконально, изучили все районы бывшего Советского Союза, и здесь почти не осталось не освоенных, с точки зрения спортивного туризма, районов. Особенно эта проблема касается путешествий высоких категорий сложности.

На Земном шаре в целом, не так много районов, пригодных для организации спортивных туристских путешествий высоких категорий сложности, как это может показаться на первый взгляд.

Рассмотрим подробно основные возможности открытия новых туристских районов. Наиболее пригодная территория для этого расположена в Северном Полушарии, это Евразия, и наименее заселенная ее северная и восточная часть – СНГ. Районы пригодные для организации спортивных туристских путешествий должны быть без какой-либо, или с незначительно развитой антропогенной инфраструктурой.

Таких территорий намного больше в Северном полушарии Земли. Кроме СНГ, такие места есть и в Северной Америке – на Аляске и в Канаде. Большинство этих районов наиболее всего подходят для пешеходного туризма в – летнее время и лыжного туризма – в зимнее. Отдельные локальные районы – в местах, окружающих высшие точки хребтов, где имеется значительной оледенение, и которые расположены в северных частях материков – летом можно осуществлять логичные и полноценные горные спортивные путешествия. К примеру, такие районы находятся в непосредственной близости от высшей точки Северной Америки – горы Мак-Кинли, высотой 6193 м, венчающей Аляскинский хребет, и в районе горы Логан, 6050 м, находящийся в северной части Берегового хребта.

На таких высоких широтах для образования мощного оледенения необязательно наличие таких больших высот. Например, в Якутии, в хребте Черского, тоже имеется значительное оледенение, особенно в районе его высшей точки горы Победа, высотой 3147 м. В этом районе, как и в более низких, но расположенных в высоких широтах, тоже логично осуществлять горные путешествия, даже высоких категорий сложности. К таким районам можно отнести Верхоянский хребет, с высшей точкой, горой высотой 2389 м, хребет Кодар, с высшей точкой пик БАМ, высотой 3083 м, где самым мощным оледенением обладает район Буордах, а также хребет Сунтар-Хаята, расположенный в непосредственной близости от полюса холода Северного полушария – якутского поселка Оймякон, с высшей точкой, горой, высотой 2959 м.

Кроме этого, горные походы логично осуществлять в еще более высоких широтах – в горных районах арктических архипелагов, расположенных в Северном Ледовитом океане. Сюда в первую очередь можно отнести Северный остров архипелага Новая Земля, где

есть мощное оледенение и вершины высотой до 1600 м, а также самый большой остров на Земле – Гренландию, почти целиком покрытый шельфовым ледником.

К сожалению, организация путешествий в этих чрезвычайно интересных районах затруднено не только финансовыми трудностями, большой удаленностью и отсутствием регулярного сообщения с материком, но и тем, что например, на Новую Землю запрещен доступ гражданских лиц. В результате, на этом архипелаге было осуществлено всего два туристских путешествия – впервые там путешествовали туристы из Перми, под руководством Ю. Федорова, в 1999 году, и после него туристы из Екатеринбурга, под руководством Д. Тиунова, в 2000 году. К сожалению, они смогли получить разрешение только на посещение Южного острова, где намного более плоский рельеф, незначительное оледенение, и встречаются следы антропогенного воздействия.

Что касается Гренландии, то туда русским самодеятельным туристам тоже попасть очень непросто, ввиду наличия закрытых территорий. А поскольку спортивный туризм – это русский национальный вид спорта, то и спортивных туристских путешествий на этом острове практически не осуществлялось. Туда можно поехать только в путешествие организованное какой-либо зарубежной туристской фирмой, а путешествовать самостоятельно практически невозможно.

Спортивные походы высоких категорий сложности осуществлять на территориях Северной Америки расположенных южнее, особенно на территории США, невозможно из-за сильного развития антропогенной инфраструктуры и большого количества населенных пунктов. Тоже самое можно сказать и о территории Мексики. Здесь более логично и удобно заниматься альпинизмом, из-за того, что имеются очень удобные подъезды к началу маршрута восхождения, хорошо развита инфраструктура, позволяющая ночевать в комфортных условиях, и рассчитывать на своевременную помощь спасательной службы при возникновении чрезвычайного происшествия.

В Восточном полушарии южные части Евразии имеют очень высокую плотность населения, и соответственно, крайне мало мест пригодных для организации туристских спортивных путешествий. Исключение составляют высокогорные районы, где крайне сложные условия для жизни, и как правило очень низкая плотность населения. Это такие горные районы, как Каракорум, Гиндукуш, Гималаи, Нань-Шань, китайский Тянь-Шань и Памир, где есть все предпосылки, для развития горного туризма. В горных районах с более плоским рельефом – на Кунь-Луне и Тибете, наиболее удобно развивать туризм пешеходный и велосипедный. Причем в зимнее время в этом районе невозможно осуществлять лыжные путешествия, хотя там очень низкие температуры (до -50єС), из-за крайне незначительного снежного покрова по причине невысокой влажности воздуха.

За пределами горных районов Евразии спортивных туристских путешествий осуществлять практически невозможно, ввиду перенаселенности территории. Исключение составляют районы джунглей в Юго-Восточной Азии. Но в тех районах, очень высокая специфика обеспечения безопасности в отношении растительного и животного мира, что для российских путешественников не привычных к таким условиям очень сложно, и в настоящее время для большинства туристских команд, невозможно. Должно пройти немалое количество времени, прежде чем российские туристы наберутся достаточного опыта для путешествий в таких условиях, а самое главное осознают возможность такого путешествия. Несомненно, в будущем они начнут осваивать такие чрезвычайно сложные и опасные для путешествий районы, как джунгли в Юго-Восточной Азии, на островах Океании, в бассейне реки Конго и Амазонки. Поэтому в настоящее время, мы такие районы, не будем рассматривать в качестве пригодных для организации самодеятельных спортивных туристских путешествий.

В Северном полушарии Земли остается еще один континент, где есть районы пригодные для организации спортивных походов – это Африка. Здесь есть все предпосылки для

осуществления велосипедных путешествий максимальных категорий сложности, в Северной Африке, в пустыне Сахара. Здесь имеется необходимая автономность во время путешествия, сложный для передвижения рельеф местности и дорожное покрытие, а также суровые климатические условия. Можно организовывать и не очень сложные пешеходные путешествия в Атласских горах. В целом в Африке не так много районов пригодных для спортивного туризма. В центральной части этого континента, в саваннах, в принципе возможны велосипедные путешествия, но наличие здесь огромного количества хищных животных, препятствует этому. Для пешеходного туризма здесь нет особо подходящих районов, из-за довольно плоского рельефа, высокой плотности населения и сложной геополитической обстановки в большинстве африканских стран. Районов для горного туризма, здесь тоже практически нет. В будущем возможна организация пешеходных спортивных путешествий в джунглях бассейна реки Конго, но после того, как нормализуется геополитическая обстановка в странах Центральной Африки. Самая благополучная политическая ситуация в Южно-Африканской республике, но там сильно развита антропогенная инфраструктура, высокая плотность населения и рельеф не самый подходящий для туристских походов. Поэтому там нет особых перспектив для развития спортивного туризма.

В этом регионе сложились благоприятные условия для организации спортивных туристских путешествий на Мадагаскаре. Это третий по величине остров на Земле интересный тем, что большинство населяющих его видов животных и растений являются эндемиками. Там нет ядовитых пресмыкающихся и насекомых, безопасная политическая обстановка и отсутствуют крупные наземные хищники. Из опасных животных там можно выделить только крокодилов, количество которых за последние годы сильно уменьшилось, в связи с уничтожением большей части лесов на этом острове, что связано с тави (подсечно-огневое земледелие). Тем не менее на острове осталось еще несколько очень благоприятных районов для организации пешеходных спортивных путешествий. Особенно интересна северная часть Мадагаскара, район высшей вершины, высотой 2876 м (массив Царатанана). Места там очень труднодоступные и редко посещаемые. Местные племена до сих пор не видели представителей европеоидной расы. Здесь возможны путешествия высоких категорий сложности. Кроме этого очень перспективными районами будут районы наиболее высоких гор на Мадагаскаре: район пика Буби, 2656 м, (горы Андрингитра) расположенный в центральной части острова и самый юго-восток острова, где есть целая система горных хребтов высотой достигающих около 2000 м (горы Брампингаритра). Также на Мадагаскаре возможны интересные велосипедные маршруты. Причем, первый спортивный велосипедный поход был осуществлен на этом острове в 2006 году.

На Земле в районе экватора остается еще один район пригодный для организации горных и пешеходных спортивных путешествий по всем показателям: соответствующий рельеф местности, отсутствие антропогенной инфраструктуры, большие размеры территории и небольшое распространение джунглей. Это район высшей точки Океании – горы Джая, высотой 5029 м, находящейся на острове Новая Гвинея, на территории Индонезии, и район высшей точки государства Папуа – Новая Гвинея, расположенной на том же острове, но восточнее. Здесь мощные горные хребты, начинаются почти прямо от побережья и круто набирают высоту, оставляя джунглям лишь узкую полоску берега около океана. Вершины этих гор расположенные почти прямо на экваторе имеют даже небольшое оледенение, и здесь иногда выпадает снег. Поскольку эти территории находятся в экваториальном климатическом поясе, то здесь очень плохая погода, с частыми сильными дождями, ветрами и туманами. Тем не менее, на этом острове еще ни разу не было осуществлено ни одного спортивного похода, и он ждет своих первооткрывателей в этом плане.

Другие острова Океании – тоже очень крупные, с отсутствием антропогенной инфраструктуры, в настоящее время мало пригодны для развития спортивного туризма, пото-

му что они почти полностью поросшие влажными экваториальными лесами, горы на них незначительной высоты и они почти не поднимаются выше зоны леса.

Что касается Южного полушария Земли, то здесь намного меньше территорий вообще, и территорий в частности пригодных для организации спортивных туристских путешествий. Рассмотрим Южную Америку. Амазонская сельва – на первый взгляд самое интересное место на этом континенте. Здесь очень слабо развита антропогенная инфраструктура, очень малонаселенные, сложные для передвижения огромные пространства, занимающие более 30 % территории всего материка. Но ввиду того, что там очень опасные для жизни путешественников джунгли, то этот район мы не будем рассматривать, как пригодный для осуществления спортивных х походов. Районы расположенные южнее Амазонской сельвы, находятся на территории довольно высоко развитых государств: Аргентины, Чили и Уругвая. Здесь уже нет таких опасных джунглей, но места сильно обжитые, с развитой инфраструктурой, и довольно плоским рельефом, за исключением самого запада Аргентины и востока Чили. Здесь нет районов подходящих для организации спортивных туристских путешествий.

В Южной Америке наиболее подходящими для этого местами будут горные районы Анд, расположенные на территории Перу, Боливии, Чили и запада Аргентины. Эти места подходят для организации как горных, так и пешеходных путешествий высоких категорий сложности. Здесь незначительно развита дорожная сеть, низкая плотность населения, и имеются огромные безлюдные пространства. Именно в этих местах мы и совершили первую спортивную туристскую экспедицию в январе – марте 2006 года. Маршруты путешествий в этих местах проходят на большой абсолютной высоте – более 4000 м и выше. Причем есть местности, как платообразные – на центральной и южной части территории Перу, в Боливии и в Аргентине, более пригодные для осуществления пешеходных путешествий, так и местности с резко пересеченным рельефом, например на севере Перу и в центральной части западной границы Аргентины, более пригодные для горного туризма. Интересным местом для развития спортивного туризма, несомненно, являются районы Патагонских Анд и острова Огненная Земля, с довольно суровым климатом.

Кроме этого в Южном Полушарии остается еще незначительная территория подходящая для развития спортивного туризма, как горного, так и пешеходного. Это, конечно, острова Новой Зеландии, где на Южном острове, в районе высшей точки этого архипелага, горы Кука, высотой 3754 м, находятся огромные, для такой широты и такой относительно небольшой абсолютной высоты, ледники, длиной достигающие почти 30 км, и шириной до 3 км. Здесь довольно сложный горный рельеф, пригодный для осуществления горных походов максимальной шестой категории сложности. В этом районе до 2007 года не было осуществлено ни одного официального спортивного похода. Наша команда в феврале – марте 2007 года побывала в Новой Зеландии и исследовала несколько горных районов, расположенных на северном и южном островах. Действительно, они оказались подходящими для осуществления спортивных горных и пешеходных путешествий. Кроме этого на территории Новой Зеландии, особенно на западе Южного острова, сохранились еще малонарушенные антропогенным влиянием леса, что тоже очень благоприятно для развития спортивного туризма.

Австралия – это целый континент, подходящий именно для велосипедного, автомобильного и мотоциклетного туризма высоких категорий сложности. Для пешеходного или горного туризма, здесь нет подходящих районов, из-за слишком плоского рельефа местности. Для осуществления велосипедных путешествий, здесь есть все предпосылки – довольно ровный рельеф, большие пространства с низкой плотностью населения, небольшое количество осадков, выпадающее в определенные сезоны. Качество дорожного покрытия на этом континенте разнообразное – подходит и для осуществления слож-

ных велосипедных путешествий и более простых.

Кроме этого на нашей планете существует отдельный континент наиболее подходящий для осуществления лыжных туристских спортивных путешествий. Это Антарктида. Она как бы компенсирует то обстоятельство, что кроме нее в Южном полушарии нет ни одного района, пригодного для лыжных походов. В отличие от Южного Полушария, в Северном имеется много районов, пригодных для лыжных путешествий в холодное время. На Антарктиде эти путешествия можно осуществлять в любое время года, кроме зимы, когда там стоит полярная ночь, но лучше в светлое время – с октября по апрель, когда стоит более теплая погода и светло.

В результате можно сделать вывод, что на нашей планете не так много районов пригодных для осуществления спортивных туристских путешествий. Больше их в Северном Полушарии, особенно на севере Евразии и Северной Америки, и меньше в Южном Полушарии – в районе цепи Анд в Южной Америке, в Новой Зеландии, Океании, Австралии и на Мадагаскаре. Причем, если одни районы пригодны для осуществления путешествий по одним видам туризма, то другие районы – по другим видам. Из всех перечисленных районов, спортивными туристами освоена только северная часть Евразии. Все остальные территории для спортивных туристов являются новыми и неосвоенными. Официальные спортивные путешествия в единичных случаях были осуществлены в последние годы в Южной Америке (пешеходный), Новой Зеландии (пешеходный) и на Мадагаскаре (велосипедный). Начиная с 2000 года проводятся горные, пешеходные и велосипедные спортивные путешествия на территории Китая и других стран Азии (китайский Памир и Тянь-Шань, Кунь-Лунь, Тибет, Каракорум, Гималаи).

ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ СПЕЛЕОТУРИЗМА НА БАЙКАЛЕ

Осинцев А.В., *клуб спелеологов «Арабика», г.Иркутск, arabika@hotmail.com*

Исследование пещер в байкальском регионе началось с конца 19в. Первые описания и результаты наблюдений опубликованы в работах Чекановского А.[1], Кропокина П.А. [2]. Основоположником спелеологических исследований, безусловно, надо назвать Черского И.А. [3,4]. С тех пор на территории Иркутской области зафиксировано около 200 пещер. Из них 49 имеют длину более 100метров, 7 пещер длиннее 1000меторов. Последние 19 лет клуб спелеологов «Арабка» последовательно занимается поиском новых пещер в байкальском регионе, их картированием и всесторонним исследованием. Выдающимся результатом является многолетние первопроходческие работы в пещере Ботовская. На сегодняшний день уже сделана топографическая съемка 60817метров пещерных ходов. Пещера Ботовская является первой в списке длиннейших пещер России. Спелеологи–исследователи, понимая, как никто другой, всю неповторимость и чрезвычайную уязвимость «подземного мира», очень трепетно относятся к пещерам. Добровольно принимая для себя различные правила и ограничения при проведении исследований под землей. Хотя и здесь есть проблемы сохранения среды, так как любое проникновение человека в пещеру не остается бесследным.

Но в последнее время пещеры стали активно посещаться спелеотуристами, всевозможными туристами-экстремалами, использоваться как объекты коммерческих экскурсий. И при этом остро встает проблема сохранения этих уникальных природных объектов. Многие из пещер пока еще защищены своим удаленным расположением – труднодоступные места, отсутствие автодорог; либо морфологией – слишком узкие ходы непривлекательны для спелеотуристов; либо сложностью проникновения – наличие глубоких колодцев на входе. Но многие пещеры совершенно беззащитны перед вандалами.

В настоящее время на западном побережье Байкала известно более 50 пещер. Среди них выделяются такие крупные, как Охотничья (длина 5500м., глубина 77м.), Ая (длинна 1350м., глубина70м.), Мечта (830м.,52м.), Загадай (длина 600м., глубина20м.), Политехническая (длина 535м.,глубина50м.). Все они находятся на территории Прибайкальского национального парка. Всего две из них имеют статус памятника природы, это пещера Мечта и Часовня. Законодательные решения об этом приняты еще в 1981 и 1985 годах. Но ни статус, ни нахождение на природоохранной территории не решает проблемы охраны пещер, ситуация с каждым годом только ухудшается. Спелеотуризм начал развиваться на Байкале с 70годов прошлого столетия. Активно эксплуатировалась пещера Мечта и находящиеся рядом Байдинские пещеры. Здесь действовал плановый всесоюзный маршрут, а Областной совет по туризму и экскурсиям был назван охраняющей организацией. За годы эксплуатации был нанесен колоссальный ущерб не только пещерам, но и окружающему ландшафту. На входе в пещеру Мечта было построено уродливое бетонно-арматурное сооружение, символизирующее «оборудованный экскурсионный объект». Пещера славилась своими вторичными отложениями. В первую очередь кристаллами белоснежного кальцита, причудливыми кораллитами, покрывающими стены галерей. Что мы видим сейчас? Многочисленные сколы и разрушения целых участков стен с кристаллами. На уровне роста человека стены затерты глиной и грязью и потеряли свое эстетическое значение. По устным сообщениям первооткрывателей (пещера была открыта в 1964г.) в пещере существовала большая колония рукокрылых, теперь же встречаются только единичные экземпляры. В Большой Байдинской пещере археологические исследования начались еще в 1913 году [5]. Здесь были обнаружены стоянка-убежище, погребение, многочисленные артефакты, датируемые периодом от бронзового века до этнографической современности[6]. Пещера была местом поклонения духам-покровителям местности у бурятского населения. Что сейчас? На полу мусор, обгоревши самодельные факелы из полиэтилена(!). В последние годы происходит деградация многолетних льдов во входном гроте. Отступая, льды обнажают находящийся под ним культурный слой с археологическим материалом, который варварски растаптывается многочисленными туристами. Возле пещеры свалки мусора и стоянки туристов.

В настоящее время с появлением большого количества туристических баз на Байкале возникла проблема экскурсионного обслуживания туристов. И началась эпоха «вандального» коммерческого спелеотуризма. Количество эксплуатируемых пещер возрастает. Особенно страдают пещеры в Тажеранской степи. Так как они легкодоступны и можно добраться к ним на любом транспорте. Еще пять лет назад на мраморном плато возле пещеры Ая можно было встретить только спелеологов клуба «Арабика» [7], проводящих здесь очередную исследовательскую экспедицию. Сегодня это популярный туристический объект и не только спелеологический. Плато имеет площадь около 1 км2, это реликтовый карстовый ландшафт с разнообразной эндемичной фауной, археологическими памятниками, петроглифами. Сейчас здесь паутина беспорядочных накатанных дорог. А ведь это уникальные байкальские степи! Даже единичная автомобильная колея отается видимой на протяжении нескольких лет. Количество туристов, доставляемых на плато и посещающих, в том числе, и пещеру, ограничивается только количеством мест в автобусах. В пещере Ая в пестроцветных глинистых отложениях зафиксировано уникальное местонахождение миоценовых млекопитающих [8], во входном коридоре археологами обнаружено временное убежище, датируемое поздним железным веком [6]. Сейчас пещеру Ая и три рядом расположенные пещеры меньших размеров, очевидно, ожидает судьба пещеры Мечта.

Пещера Тонтинская, единственная с подземным водоемом значительных размеров. Озеро имеет сложную конфигурацию и обследовано на протяжении 32м., при максимальной глубине 2,5м. Воды озера относятся к сульфатно-гидрокарбонатно-кальциевой фации и в этом отношении являются уникальными среди подземных вод Байкальского

побережья [9]. Археологами в пещере обнаружены многочисленные артефакты, датируемые периодом от неолита до этнографической современности [10]. По устным рассказам местного жителя Хагдаева В.В., пещера долгое время была местом совершения культовых обрядов. И старики запрещали ее посещение. Сейчас пещера Тонтинская представляет собой печальное зрелище. Обгоревшие факелы, закопченные стены, гнилостный запах от разлагающегося органического материала, мусор в озере. Все это следы неконтролируемого посещения туристов и местных жителей.

Сегодня вопрос сохранения байкальских пещер стоит как никогда остро.

Мировой опыт в решении вопроса сохранения пещер известен. Необходимые меры и пути реализации неоднократно обсуждались и отечественными спелеологам. Во-первых, это принятие законодательных актов по охране природных территорий, пещер. Для примера, в Иркутской области до сих пор не принят региональный закон «Об особо охраняемых и резервных природных территориях Иркутской области». Создание кадастра пещер, определение охранного статуса и законодательного его закрепления. В настоящее время всего 7 пещер в Иркутской области имеют статус «Памятник природы», все постановления приняты в 80-е годы прошлого столетия. Но только закрепление охранного статуса показывает свою полную неэффективность. Требуется продуманный выбор организации-гаранта. И здесь большая роль принадлежит общественным спелеологическим организациям. Требуется официальное закрепление патронажа исследовательских спелеологических клубов над пещерами, которые они открывают и исследуют. А также активное участие спелеологов в контроле за соблюдением охранного режима.

По уровню необходимой охраны пещеры могут быть разделены на: 1. Пещеры абсолютно заповедного режима. Уникальные пещеры со строго регламентируемым порядком посещения научно-исследовательскими группами. 2.Пещеры заповедного режима. Особо ценные пещеры, открытые для исследовательских групп. 3.Пещеры охранного режима, которые после соответствующего оборудования могут быть использованы, как экскурсионные объекты. [11]

Оборудование экскурсионных пещер является наиболее эффективным способом сохранения при массовом туристическом посещении. Это позволяет сделать процесс подконтрольным и наносящим ограниченный ущерб. Но при этом надо понимать, что это является вмешательством в сложноустроенную пещерную среду и требует продуманного проектирования, тщательной экологической экспертизы, расчета и соблюдения рекреационной нагрузки, контроля природоохранными организациями на стадии строительства, постоянного контроля на стадии эксплуатации.

Если не принять в ближайшее время срочных мер по охране байкальских пещер, это приведет к значительному ущербу для пещер, к гибели отдельных невосполняемых элементов подземного ландшафта. А в итоге и к потере рекреационной привлекательности.

И не надо забывать, что все это происходит на территории Участка Всемирного природного наследия «Озеро Байкал» и пещеры являются его неотъемлемой частью, хотя и скрыты под земной поверхностью.

Литература

1. Чекановский А. Геологические исследования в Иркутской губернии // Зап. Сиб. отд. РГО. Т. XI. Иркутск, 1874.

2. Кропоткин П.А. Поездка кн. Кропоткина к Байкалу для осмотра пещер на Кадильном мысу // Отчёт Сибирского отдела Русского геогр. о-ва за 1865 г. – СПб, 1866.

3. Черский И.Д. Краткий очерк об исследовании Нижнеудинской пещеры (с геологической картой и планом пещеры) // Известия ВСОРГО. Иркутск, 1876. Т. VII. №2-3. С. 78 -112.

4. Черский И.Д. Нижнеудинская пещера, её окрестности и фауна // Землеведение Азии. – СПб., 1894. Ч. 1.

5. Петри Б.Э. Отчёт о командировке на Байкал для археологической разведки // Отчёт о де-

ятельности Имперской Академии Наук по отделениям физико-математических наук, истории и филологии за 1916 г. СПб, 1916. С. 142-143.

6. Горюнова О.И., Филиппов А.Г., Ветров В.М., Бердникова Н.Е. Пещеры Прибайкальского национального парка (материалы к своду археологических памятников Иркутской области) // Археологическое наследие Байкальской Сибири: изучение, охрана и использование. – Иркутск, 1996. – Вып. 1. – С. 101-109.

7. Левашов С.И., Осинцев А.В. Пещеры бухты Ая – крупнейшая карстовая система на побережье Байкала // Актуальные вопросы геологии и географии Сибири: Материалы науч. конфер., посвящ. 120-летию Томского гос. ун-та. Томск, 1998. Т.4. С. 57-59.

8. Филиппов А.Г., Ербаева М.А., Сычевская Е.К. Миоценовые отложения в пещере Ая на Байкале // Геология и геофизика. – 2000. – Т. 41. – № 5. – С. 755-764.

9. Филиппов А.Г. Воды пещер побережья озера Байкал // Вопросы физической спелеологии – М.: МФТИ, 1994. – С. 167-191

10Горюнова О.И., Черемисин С.А. Пещра Тонта – разновременный памятник Приольхонья (озеро Байкал) // Байкальская Сибирь в древности. Вып. 2. Ч. 2. Иркутск: Изд-во Иркутского Педагогического Университета. С. 146-165.

11Илюхин В.В., Дублянский В.Н. Путешествия под землей//М., Физкультура и спорт, 1968. С-142

СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ЭТНОГРАФИЧЕСКОГО ТУРИЗМА В ПРИВОЛЖСКОМ ФО

Бутузов А.Г., *к.г.н., доцент, Московская Академия туристского и гостинично-ресторанного бизнеса при правительстве Москвы, sarmatant@inbox.ru*

Согласно принятой классификации, под этнографическим туризмом подразумевают путешествия с целью изучения этнографического наследия – форм природопользования, укладов, обычаев, языка, кухни, поселений, народного творчества и прочих элементов традиционной (докапиталистической) культуры. В первой половине XXI в. в мире прогнозируется бурное увеличение абсолютных и относительных величин туризма «образа жизни», включая путешествия с целью приобщения к этнографическому наследию собственного или других народов. Полагаем, указанная тенденция в обозримом будущем проявится и в России. Но к настоящему времени отечественный этнографический туризм не получил уровня развития, соответствующего его богатейшему ресурсному потенциалу. О весьма скромном вкладе указанного вида туризма в отечественную индустрию путешествий красноречиво свидетельствует факт отсутствия на национальном туристском рынке профессиональных организаторов, специализирующихся, прежде всего, на этнографических турах. Более того, в последние годы многие эксперты отмечают даже некоторое снижение интереса к внутреннему этнографическому туризму, прежде всего, к «стихийным», не связанным с деятельностью профессиональных организаторов, путешествиям. На этом фоне впечатляют довольно высокие темпы увеличения въездного этнографического туризма во многих регионах Европейского Севера, Дальнего Востока, Восточной Сибири. Так или иначе, но доля этого вида путешествий в структуре национального туризма по-прежнему не превышает нескольких процентов.

Столь плачевная ситуация сложилась не только из-за длительного отсутствия «политического заказа» за соответствующие этнографические проекты. Сдерживающее влияние на развитие этнографического туризма оказала идеология урбанизации в советский период, когда у элиты отсутствовало понимание необходимости сохранения культурной преемственности между выходцами из сельской среды и их потомками.

На первый взгляд, исследуемый регион сильно уступает многим другим регионам страны по возможностям развития этнографического туризма. Тем не менее обращение

к проблематике этнографического туризма в Приволжском ФО обусловлено комплексом веских причин, среди которых особо выделим следующие:

1) высокая степень этнического разнообразия населения, проявляющаяся не только в масштабах обширного историко-культурного региона, или отдельных субъектов, но также – на уровне низовых административных единиц (районов, муниципалитетов, сельских поселений);

2) уникальное сочетание восточнославянского, тюркского и финно-угорского этнокультурных комплексов, сформировавшееся в процессе длительной межэтнической интеграции и далеко зашедших процессов аккультурации и ассимиляции;

3) необходимость активной пропаганды идей межэтнической толерантности с учетом напряженных, а в некоторых регионах – серьезно осложнившихся за последние десятилетия – межэтнических отношений;

4) возможность применения в отношении исследуемой территории определения «социокультурный регион», под которым понимается исторически сложившаяся территориальная общность с неповторимым социокультурным кодом;

5) низкая и сравнительно невысокая степени территориальной консолидации большинства тюркских и финно-угорских народов региона в пределах национальных республик региона и, как следствие – присутствие довольно многочисленных этнических общин в большинстве российских регионов, в десятках стран ближнего и дальнего зарубежья.

6) деструктивное влияние урбанизации на традиционную культуру не только финно-угорских, но также – русских и тюркских групп;

7) необходимость более эффективного продвижения на зарубежных туристских рынках Поволжья и Урала, большинство территорий которых «замыкают» рейтинг туристских предпочтений иностранных туристов.

2. Изученность проблематики в научной и профессиональной (туристской) литературе

Возможность своевременного получения, корректировки профессиональными организаторами исчерпывающих и точных сведений об этнографических ресурсах – непременное условие успешного развития этнографического туризма. В этой связи необходимо указать на очевидный прогресс за последнее десятилетие в уровне и качестве обеспечения заинтересованных сторон соответствующей базой данных, в первую очередь, ресурсами Интернета.

Поиском и комплектованием информационных источников по этнографической тематике занимаются многие научные институты России и Приволжского ФО. Но ключевую роль в подготовке и координации усилий в этой сфере играют Государственные университеты Санкт-Петербурга и Нижнего Новгорода, Нижегородский Центр поддержки и развития музеев, Центра стратегических исследований Приволжского федерального округа. Одними из первых, еще на рубеже второго-третьего тысячелетий, на призывы к партнерству в деле изучения богатейшего этнографического материала откликнулись научные институты и центры Нижегородской области, Чувашии, Марий-Эл, Удмуртии, Татарстана и Мордовии.

Наряду с научными институтами, центрами, форумами, определенное участие в формировании популяризации этнографических материалов принимают также культурные организации различных этнических групп Приволжья. Особая роль в этом процессе принадлежит отдельным СМИ, освещающих вопросы этнокультурного развития. С начала 90-х гг. XX в. практически во всех регионах Приволжского ФО наблюдается существенное увеличение списка соответствующих этнических печатных изданий. Классический пример тому – высокий динамизм выхода в свет новых газет и журналов на татарском

языке в Татарстане. Примечательно, что эта тенденция характерна и для регионов компактного проживания представителей финно-угорских чувашей, ранее не проявлявших столь выраженного интереса к сохранению традиционного этнокультурного наследия.

Другая позитивная тенденция последних лет – расширение списка периодических печатных изданий этнических групп, к настоящему времени не имеющих столь глубоких исторических корней в Приволжском ФО. В частности, с 2003 г. в Оренбурге выходит в свет единственное в стране периодическое издание для ассирийцев на русском языке «Бара» («Свет»).

3. Анализ предпосылок к развитию этнографического туризма в Приволжском ФО.

Как уже отмечалось, на первый взгляд, исследуемый макрорегион по своему потенциалу заметно уступает таким более известным дестинациям отечественного этнографического туризма, как Русский Север, Алтай, Прибайкалье. Действительно, в отличие, например, от Центральной России, Урало-Поволжский регион не воспринимается, как совокупность ландшафтов месторазвития русского народа. Однако не приходится сомневаться в особой значимости данной территории для осознания русскими собственного исторического пути, становления понятия «русское пространство». Для наиболее многочисленных народов страны, каждый из которых насчитывает свыше 1 млн. чел., – татар, чувашей, башкир – Урало-Поволжье, и вовсе, является этнической колыбелью. Невозможно представить этническую мозаику современной России и без таких исконных для исследуемого макрорегиона этнических групп, как мордва, марийцы, удмурты, бесермяне, казахи. Подобно русским, представители многих других этнических групп, осевших на этой территории за минувшее столетия, оказались неразрывно связаны с Урало-Поволжьем. Украинцам и, в особенности – немцам, в степных районах удалось создать неповторимые образцы региональной и локальной этнографической культуры.

Преобладание среди населения Урало-Поволжья, начиная с эпохи мезолита, уральского антропологического типа является веским аргументом в пользу этногенетической близости различных народов, включая и русских, населяющих этот обширный регион. Стало быть, не только интенсивными многовековыми межэтническими контактами, но и наличием единой субстратной основы, во многом объясняется столь высокая частота параллелей в материальной и духовной культуре тамошних этнических групп.

Одна из причин сравнительно низкой притягательности Приволжского ФО для любителей культурно-познавательного туризма, как в России, так и за рубежом, – отсутствие четких ассоциаций с глубокими историческими «пластами». Едва ли не уникальный пример приобретения историческим объектом общенациональной и даже мировой известности – древнее городище Аркаим (Челябинская область). Но при этом широкая общественность имеет довольно смутное представление об истинной ценности многих других исторических, этнографических памятников в пределах указанного ФО.

Не в пример Турции, Венгрии и Финляндии, традиционно позиционирующих себя, как ведущие центры изучения и сохранения тюркского и финно-угорского этнокультурного наследия, Россия и, в частности, Приволжский ФО, до сих пор не заявили о своих претензиях на лидерство в подобных проектах. Серьезным препятствием при осуществлении указанной идеи на практике может стать весьма низкий интерес к традиционной культуре тюркских народов у подавляющей массы, как иностранных, так и российских туристов. В свою очередь, это затрудняет «продвижение» специфической этнографической традиции тамошнего русского населения.

Полагаем, поиск Приволжским ФО своего неповторимого образа на туристском рынке будет более успешным, если активнее пропагандировать идею тысячелетнего этно-

культурного единства и многообразия тамошних жителей, перманентного процесса этнического смешения, ассимиляции и аккультурации.

Большинству населения России, к сожалению, не свойственен глубокий интерес к традиционной культуре иных, зачастую столетиями живущих по соседству, этнических и субэтнических групп. В немалой степени этому способствует сонм этногенетических мифов, многие из которых используются партиями и общественными движениями для достижения собственных политическими целей. С одной стороны, популяризация большого числа фактов, приоткрывающих завесу тайны о происхождении и дальнейшей истории народов Урало-Поволжья, может нанести непоправимый вред межэтническим отношениям. Популяризация более или менее объективных теорий о происхождении народов зачастую сталкивается с крайне настороженной позицией элит, или противоречит официальной идеологи ряда субъектов Приволжского ФО по столь щекотливому вопросу.

Но, с другой стороны, информирование широких слоев населения позволяет многократно расширить, хотя бы в отдаленной перспективе, круг потенциальных клиентов соответствующих турфирм. В этой связи необходимо остановиться на проблемах, наиболее интересных для решения указанной задачи. Критическая переоценка ранее устоявшихся концепций о становлении и развитии татарского, мордовского, чувашского и других народов, может стать весьма эффективным способом «продвижения» соответствующего этнокультурного наследия. Так, впервые этноним «татары» для обозначения идентичности широких слоев сельского и городского населения стал употребляться в начале XIX столетия в среде мишарей Нижегородской губернии. Популяризация подобного рода фактов позволит подвергнуть ревизии господствующую в официальной идеологии Татарстана точку зрения об изначальном лидерстве Казани в сложном, противоречивом процессе консолидации татар, вернув Нижнему Новгороду статус важного культурно-исторического центра татарского народа. Даже в 30-е гг. XX в., т.е. спустя десятилетие после национально-территориального размежевания, лишь для трети татарского населения России было характерно общетатарское самосознание. Подавляющее большинство татар лишь к середине XX столетия идентифицировали себя в качестве татар, а не казанских, астраханских, сибирских татар и мишарей, как ранее.

Не менее принципиально для понимания истории всего макрорегиона выяснить истинную роль волжских булгар в этногенезе татарского народа. Современные казанские татары традиционно рассматриваются историками, как самые достойные претенденты на право именоваться прямыми потомками этого средневекового народа. Это подтверждается многочисленными параллелями в материальной и духовной культуре современных татар (казанских татар) и их средневековых предшественников. Но антропологические данные указывают на еще большую степень генетического родства между волжскими булгарами и анатри (низовыми чувашами). В свою очередь, это открывает широкие возможности для совместного «продвижения» туроператорами туров, ориентированных на интерес клиентуры к славному прошлому булгар.

Другое направление научно-популярной деятельности – выяснение реального соотнесения этнических и субэтнических общностей. Так, с начала 90-х гг. прошлого столетия некоторая часть эрзянской интеллигенции стала активно пропагандировать на научных форумах, в СМИ идею эрзянской этнической самобытности, тогда как в отечественной этнологии по-прежнему господствует взгляд на мордву, как на единый этнос с выраженным субэтническим делением. В мокшанском и эрзянском языках для обозначения мордовской идентичности используются термины – соответственно «мокшаэрзэнь» и «эрзэмокшань».

Усиление интереса широкой общественности к этнической и этнографической проблематике в значительной степени катализируется политическими институтами

и СМИ. Урало-Поволжье (в определенной мере) можно считать эталонной территорией, где государственные структуры федерального и регионального уровней активно и более или менее успешно влияют на ход продвижения этнографических турпродуктов. Так, Координационный совет по туризму Приволжского федерального округа на протяжении последних лет способствовал развитию экскурсионной деятельности, реализации ряда проектов создания этнографических деревень в целом ряде регионов округа.

Яркий пример теснейшего сотрудничества властных национальных структур с региональными администрациями в деле поддержания и развития традиционной этнической культуры – Мордовия. С 2006 г. Саранск позиционируется как общероссийский центр изучения финно-угорских этносов. Тамошний Поволжский центр культур финно-угорских народов включает Межрегиональный научный центр финно-угроведения.

Но излишнее внимание официальных лиц к этнографической тематике имеет и оборотную сторону. Этнографические деревни зачастую не располагают необходимым штатом научных сотрудников, соответствующей информационной базой, не имеют благоприятного транспортно-географического положения. В частности, серьезным барьером к развитию стихийного туризма в Республике Мордовия выступает отсутствие удобного регулярного транспортного сообщения между региональными центрами и этнографическими деревнями.

На декларативность утверждений о приоритетности этнографического туризма косвенно указывает отсутствие в национальных республиках (в Мордовии – полное отсутствие) широкой сети ресторанов, специализирующихся, или включающих в меню блюда и напитки соответствующей кухни, предлагающих посетителям «живую» этническую музыку.

Но, несмотря на высокую степень этнической ассимиляции у представителей многих, особенно финно-угорских, народов, практически повсеместно в Приволжском ФО, начиная с 90-х гг. прошлого столетия, наблюдается заметный рост интереса к собственным этническим «корням», изучению этнического языка. Большой притягательностью этнографическая тематика пользуются у представителей соответствующих этнических групп, проживающих вне соответствующих национально-территориальных образований. Так, в этнографические деревни Мордовии львиная доля туристов с этнографическим мотивом прибывает из Нижегородской, Самарской, Пензенской, Ульяновской областей. Практический интерес для развития этнографического туризма представляют и прочие регионы, удаленные от традиционного ареала расселения той или иной этнической (и субэтнической) группы, где у соответствующих групп отмечается наивысшая в России степень утраты традиционного этнокультурного комплекса.

Важный фактор развития этнографического туризма в Урало-Поволжье – наличие за пределами России, как в Ближнем, так и в Дальнем зарубежье, сколько-нибудь заметных татарской, мордовской, чувашской других диаспор. Провозглашенная и культивируемая в массовом сознании российских и зарубежных татар властями Татарстана идея о непререкаемом лидерстве Казани в деле сохранения татарской идентичности, несомненно, заметно повышает статус этнографических туров в этот российский регион.

Важный фактор развития этнографического туризма – наличие широкой, в основном сформировавшейся в советский период, сети музеев (этнографических, краеведческих, исторических, историко-краеведческих и прочих), прямо или косвенно связанных с указанной тематикой. К примеру, ныне на территории Мордовия насчитывается четыре краеведческих (Ардатовский, Дубенский, Ковылкинский, Рузаевский) и три историко-краеведческих (Инсарский, Темниковский, Чамзинский) музея. Только в республиканской столице располагаются шесть музеев с экспозицией (полностью или частично) по этнографической тематике, в частности, такие известные за пределами региона, как

Республиканский краеведческий музей, Мордовский республиканский музей изобразительных искусств им. С.Д. Эрьзи Музей мордовской народной культуры. Изобилуют музеями с этнографической тематикой Нижегородская область, Татарстан, Чувашия, Марий Эл, Удмуртия и другие регионы.

Являясь собранием богатейшего этнографического материала, в нынешних условиях эти музеи приобретают еще большую ценность. В отличие от этнографических деревень, эта категория социокультурных ресурсов наиболее репрезентативно отражает суть той или иной народной культуры. В качестве примера можно привести Мордовский Республиканский объединенный краеведческий музей им И.Д. Воронина (г. Саранск) – уникальное в масштабах всей России собрание этнографического наследия мордовского народа, трепетно хранимое и приумножаемое коллективом высококвалифицированных специалистов своего дела. Но обращает на себя внимание отсутствие в столь обширной экспозиции этого музея небольшого собрания этнографических материалов, посвященным другим народам, прежде всего, русским и татарам, искони населявшим территорию нынешней Республики Мордовия. Особую роль в сохранении и продолжении национальных традиций быта и культуры призваны сыграть два музея-деревни мокшанского и эрзянского быта – Старая Теризморга и Подлесная Тавла.

Примечательно, что только за последние годы сеть этнографических музеев в Приволжском ФО существенно расширилась. Одним из наиболее ярких событий в этой сфере стало открытие этнографического музея под открытым небом «Лудорвай», в Удмуртии. В качестве примера можно привести открытие новых музейных собраний в Чувашии, Оренбургской области.

Другая форма сохранения и продвижения этнокультурного наследия – этнографические деревни – получила в последнее десятилетие особенно динамичное развитие. Инвестиции в сельское строительство следует рассматривать в качестве важнейшего стимула к развитию этнографического туризма. Создание в начале XXI в. в Умете (Республика Мордовия) этнографической деревни «Зубова поляна» убеждает в правильности такого рода оценок.

Думается, высокие шансы на успех в обозримом будущем имеются и у трех вновь построенных этнографических национальных деревень в Марий Эл (русской – в Кульшите Куженерского района, марийской – в Шоруньже, татарской – в Татчодраяле Моркинского района). Все поселения расположены не более чем в 20 километрах друг от друга. Уже разработаны связывающие их конные и туристские маршруты.

Вторым проектом станет создание национального ресторана марийской кухни в столице республики. Оба проекта основаны и на марийской культуре, и на культуре народностей, населяющих Марий Эл.

Из всех регионов Приволжского ФО лишь Татарстан, с полным основанием, можно назвать регионом, более или менее полно реализовавшим установку на преумножение культурных и экономических контактов с зарубежными татарскими общинами. Справедливости ради, другим республикам ПФО, за исключением Башкортостана, достичь столь же впечатляющих (подобных) успехов в налаживании (развитии) связей с диаспорами во многом препятствует их финансовое положение, а именно – статус региона-реципиента помощи из федерального центра.

Поддержка развитию традиционной этнической культуры оказывается не только в соответствующих национально-территориальных образованиях, но и в других республиках. Так, в Татарстане регулярно проводятся этнические фестивали, праздники марийской, удмуртской, мордовской культуры.

Растущую роль в развитии путешествий с этнографическими целями призваны сыграть особо охраняемые природные территории. Полагаем, наиболее перспективны для развития этнографического туризма в ПФО лишь два национальных парка («Чаваш

Вармане» в Чувашии, «Самарская Лука» в одноименной области) и пять заповедников («Большая Кокшага» в Марий Эл, «Керженский» в Нижегородской, «Приволжская лесостепь» в Пензенской областях, «Вишерский» в Пермском крае.

При этом стоит особо выделить заповедник «Большая Кокшага» и национальный парк «Чаваш Вармане», где с опорой на собственные кадры к настоящему времени уже подготовлены альтернативные и развернутые этнографические программы, специальные маршруты. Отметим, что в случае с «Чаваш Вармане» и «Приволжской лесостепью» предполагается сочетание этнографического туризма с агротуризмом.

По своей мотивации участники этнографических туров весьма схожи с эко- и агротуристами. Неслучайно, по оценкам экспертов, именно экотуристы с низким уровнем притязаний к уровню комфорта составляют ведущий сегмент на рынке этнографического туризма. Во многом это и объясняет лидирующую роль организаторов экотуризма в формировании эколого-этнографических программ на внутреннем рынке.

Растущая популярность туров на Русский Север, Алтай, в Прибайкалье, в которых удачно совмещены элементы экологического, этнографического и агротуризма, свидетельствует о больших шансах на успех подобного рода программ и в Приволжском ФО. Так, показателен опыт Чувашии в организации эколого-этнографических туров.

Всем нарастающее влияние на ход развития этнографического туризма оказывают информационные ресурсы. Развитие информационной базы следует рассматривать как закономерный итог инвентаризации ресурсов этнографического туризма. Без преувеличения, за последние 7-8 лет в этой сфере произошла подлинная революция. О чем красноречиво свидетельствует появление и развитие многих региональных, макрорегионых и национальных проектов. Достаточно вспомнить о Нижегородской области, выступающей флагманом межрегиональной интеграции информационных систем Поволжского ФО.

Литература

1. Народы и религии мира. Энциклопедия.Гл. ред. В.А. Тишков. «Большая Российская энциклопедия». М 2003.

2. Сапожникова Е.Н. Страноведение. Теория и методика туристского изучения стран. М «ACADEMA». 2004.

3. Государственные и титульные языки России. Глобализаци.ред. Нерознак. М «Academia» 2002.

4. Национальный парк Марий Чодра. Информационно-справочное издание. Йошкар-Ола, 2004.

ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННЫЙ ПОТЕНЦИАЛ ЯРОСЛАВСКОЙ ОБЛАСТИ И ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ РЕГИОНАЛЬНОГО ТУРИСТСКОГО ПРОДУКТА

Морозова В.В., *кафедра туризма Ярославский государственный педагогический университет им. К.Д.Ушинского*

Знание туристско-рекреационного потенциала территории одно из главных условий при формировании туристского продукта. В преддверии празднования 1000-летнего юбилея г. Ярославля актуальная задача развития туризма в Ярославской области – создание новых интересных туристских программ и маршрутов – важнейшей составной части комплексного регионального туристского продукта (РТП), который и является предметом нашего исследования. Объемы статьи не позволяют детально рассмотреть все аспекты формирования РТП, поэтому основная цель – проанализировать факторы формирования комплексного туристского продукта Ярославской области.

Известно, что создание туристского продукта требует одновременного наличия трех составляющих: факторов, средств и технологий. Исследование этих трех составляющих, определение их оптимального сочетания при производстве РТП должно стать объектом и предметами исследований как государственных структур муниципального управления, ответственных за развитие туризма, так и образовательных учреждений, занимающихся подготовкой кадров для сферы туризма.

Факторы производства РТП

Факторами производства туристского продукта являются рекреационные ресурсы, туристские ресурсы, которые в свою очередь состоят из природных, культурно-исторических, трудовых, материальных ресурсов и финансовые ресурсы. Наличие их в достаточном количестве на территории региона, создает необходимые условия для производства качественного туристского продукта.

Ниже приводится краткая характеристика основных факторов производства РТП Ярославской области.

Рекреационные ресурсы

Согласно рекреационному районированию России Ярославская область расположена в Европейской рекреационной зоне в Центральном рекреационном районе. Климат района благоприятен для развития разных видов отдыха. Зима в Ярославской области умеренно-холодная с устойчивым снежным покровом, что позволяет активно развиваться зимним видам отдыха: катание на лыжах, санях. В области на сегодняшний день создано пять спортивных парков, специализирующихся в основном на зимних видах отдыха и спорта. Это горнолыжные парки: «Шакша», «Изгиб», «Николина гора», парк семейного отдыха «Забава», где предоставляется возможность покататься на пневмосанях с гор, поиграть в подвижные игры на свежем воздухе. В области успешно развивается и становится все более популярным центр лыжного спорта и отдыха «Демино». Все спортивные парки расположены в долинах малых рек – притоках Волги первого и второго порядка, рельеф которых позволил создать горнолыжные и саночные трассы.

Летние виды отдыха в области связаны, прежде всего, с гидрографической сетью. Водные ресурсы Ярославской области значительны. Речная сеть развита достаточно хорошо, средний коэффициент густоты речной сети – 0,36. Главная водная артерия р. Волга, имеющая протяженность на территории области 340 км. В области протекает 4327 рек общей протяженностью 19340 км, из них 3969 рек длиной до 10 км и площадью водосбора около 6 км2. На территории Ярославского Поволжья насчитывается 83 озера. Самые крупные – Плещеево и Неро с суммарным объемом воды 636,5 млн. м3

На берегах рек и озер сосредоточено основное количество учреждений рекреации, которых в области насчитывается около 150. Большая часть расположена в 6 из 17 имеющихся в области муниципальных районах. Это районы, по территории которых протекает р. Волга (Ярославский, Рыбинский, Тутаевский), Переславский район в пределах которого находится озерная жемчужина области озеро Плещеево и в двух района – Некрасовском и Гаврилов-Ямском базы отдыха и санатории расположены на крупных реках –притоках Волги первого порядка. В Некрасовском районе это р. Солоница с уникальным для нашей области минералогическим составом воды, именно здесь находятся три крупных бальнеологических санатория области. В Гаврилов-Ямском районе протекает р. Которосль, на берегах которой расположено 11 учреждений организованной рекреации.

Необходимо отметить, что неравномерное распределение учреждений рекреации по области создает рекреационную перегрузку в ряде рекреационных зон и деградацию ландшафтов в их пределах. Она усилилась в последние три года в связи с активными

градостроительными процессами в сельской местности. Маломасштабное дачное строительство 70-90 гг. XX века сменилось активным строительством крупных коттеджей горожан, которые возводятся в основном в пределах речных долин и, как правило, без соответствующих ландшафтно-планировочных проектов. Все это приводит к утрате рекреационной привлекательности красивых долинных ландшафтов, обезображенных «новорусскими» архитектурными самоделками.

Рекреационную привлекательность лесных ресурсов области можно оценить как хорошую. Ярославское Поволжье принадлежит к лесным территориям Российской Федерации. Лесистость области составляет 45 %. В лесном фонде основными лесообразующими породами являются береза, осина, ель, сосна. Наиболее ценными в рекреационном отношении в области являются сосновые леса. Однако площадь их не велика и не превышается 15 %. от общей лесной площади. Расположены они в основном по зандровым равнинам, в долинах малых рек и р. Волги. Ценность в сосновых лесах представляют ягодники (черничники и брусничники), которые являются объектами деятельных рекреационных занятий местного и приезжего населения.

Краткий обзор рекреационных ресурсов области позволяет сделать вывод о их достаточности для проведения основных форм рекреационной и туристской деятельности жителей средней полосы как в зимнее, так и в летнее время года (пассивный и активный отдых у воды и на воде, пассивно-активный отдых, связанный с «тихой охотой» в лесных ландшафтах в летнее время, активный отдых в зимнее время в лесных и пограничных ландшафтах – катание на лыжах, санях, оздоровительный отдых на базе рекреационных учреждений, различные виды тематических и комбинированных туров).

Туристские ресурсы состоят из природных, культурно-исторических и материальных ресурсов. Туристские ресурсы базовая основа для создания туристского продукта. Их разнообразие и богатство позволяет создавать интересный туристский продукт. Однако ограниченность в регионе тех или иных туристских ресурсов не может служить препятствием для создания туристского продукта, поскольку современные технологии и творческая инициативность человека позволяют создавать туристские программы, казалось бы, в местах совершенно не привлекательных для туриста. Поэтому знание, учет, анализ туристских ресурсов и постоянное их «наращивание» является одной из важнейших задач при формировании регионального туристского продукта.

Культурно-исторические ресурсы. В Ярославской области насчитывается около 6000 памятников истории и культуры. Значительная часть из них это шедевры русского зодчества XII–XVII вв. Более 85%. памятников истории и культуры входит в зону туристского маршрута «Золотое Кольцо России». В области работает более 250 музеев, посещаемость которых стабильно растет. Все это позволяет развивать в области познавательный и экскурсионный туризм. Туристские программы по основному маршруту «Золотое Кольцо России» в различных модификациях предлагаются активно как на туристском рынке Ярославской области, так и на всероссийском рынке. Туристский поток в Ярославскую область стабильно растет. В 2007 г. ее посетило 1015 тыс. человек из них 779 тыс. российских и 236 тыс. иностранных граждан. В 2006 г. данные показатели составляли 908 тыс. общий показатель туристского потока в область из них 678 тыс. российских и 230 тыс. иностранных туристов.

Однако показатели роста туристского потока в область не должны успокаивать. Не все так гладко на туристском рынке региона. Туризм вещь капризная, поскольку в значительной степени определяется потребностями туристов, а они достаточно специфичны. На первом месте среди факторов формирования туристских потребностей стоят природные условия места отдыха, и далее следуют все остальные: культурные, социальные условия, материальная база и т.д. Ярославская область не обладает теми ресурсами, которые привлекают массу туристов на побережье Черного моря Краснодарского края,

Турции, Египта. Поэтому основной источник туристского интереса к региону это привлекательный туристский продукт, созданный на базе тех природных и культурно-исторических достопримечательностей, которые имеются в области.

Трудовые ресурсы. Создание туристского продукта процесс творческий. Здесь важна инициатива, умение, желание, знание молодого поколения. Известно, что одним из самых важных потребительских свойств турпродукта является гостеприимство – умение дать гостям почувствовать, что им рады. И не строительство красивых комфортабельных гостиниц, ни огромных торгово-развлекательных центров, которых за последние три года в Ярославле построено больше чем в соседних областях не сможет заменить отсутствие этого свойства. Научить этому сложно, поскольку это должно идти от души, хотя определенные технологические приемы гостеприимства существуют и их изучают студенты профильных специальностей в вузах. В Ярославской области на сегодняшний день в пяти вузах идет подготовка специалистов по сервису и туризму. Это около 150-200 выпускников ежегодно. Кроме того, около 100 специалистов для индустрии туризма выпускают училища и градостроительный колледж в Ярославской области. Однако нехватка кадров на предприятиях индустрии туризма в области весьма ощутима. В первую очередь это недостаток квалифицированного обслуживающего персонала в гостиницах, ресторанах Ярославля. Сетуют и туристские фирмы на то, что мало выпускников остается работать на туристских предприятиях. Причин много, одна из них невысокие заработные платы. Поэтому вопрос трудовых ресурсов стоит достаточно остро в регионе.

Финансовые ресурсы. Средства на развитие туризма, туристской инфраструктуры в области есть. Из областного бюджета на основные программные мероприятия «Областной целевой программы государственной поддержки развития въездного и внутреннего туризма в Ярославской области на 2007-2008 годы» выделено около 50 млн. рублей. В области активно осваиваются финансовые средства, выделяемые Правительством Москвы и администрацией Ярославской области на реализацию проекта по строительству малых гостиниц в городах области.

Уже введены в эксплуатацию гостиницы в Ростове и Угличе, в ближайшее время откроются гостиницы в Ярославле, в последующем – в Переславле-Залесском и Угличе. В целом по области ведутся работы в различной стадии проектирования, реконструкции и строительства гостиниц более чем на 30 площадках, в том числе в г. Ярославле на 14 площадках. В свою очередь в 2007 году турфирмами и гостиницами области предоставлено услуг на сумму более 858 млн. руб. (рост за год – на 26 %). Общие поступления от туристов, въезжающих в Ярославскую область, составляют более 1,8 млрд. руб. При этом поступления от туристской отрасли в бюджеты всех уровней составляют в Ярославской области не менее 120 млн. руб. Капитал как фактор производства туристского продукта постоянно обращается, прирастая в процессе создания последнего. Таким образом, мультипликативность туризма здесь проявляется наиболее полно. Чем больше качественного туристского продукта в регионе, тем больше его доходы от туризма.

Краткий обзор факторов производства РТП позволяет сделать вывод, о достаточном наличии их в регионе. Однако, несмотря на это, в области и в Ярославле в частности остро стоит проблема наличия новых интересных туристских программ и предложений – главных составляющих туристского продукта региона. Главными производителями туристских программ, туристского продукта являются туристские фирмы туроператоры.

В 2007 г. в области работало 19 операторских туристских фирм, внесенных в единый федеральный реестр туроператоров по внутреннему и международному туризму. Количество турфирм операторов после принятия поправок в Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в РФ» в области сократилось в два раза, что отнюдь не способствует активизации деятельности по созданию новых туристских маршрутов и программ.

Анализ туристских программ и предложений туроператоров Ярославской области, проведенный нами в 2007 г. показал следующее:

– большинство туров, предлагаемых туроператорами области, являются однодневными экскурсионными или же турами выходного дня;

– многодневные туры – это в основном туры по городам маршрута «Золотое Кольцо России» и рассчитаны они в основном на гостей Ярославской области;

– мало представлено в области интересных туристических маршрутов, сочетающих в себе познавательную (пассивную) часть тура с активной развлекательной.

– недостаточное количество отмечено и тематических туров.

Пути оптимизации регионального туристского продукта

Для определения путей оптимизации развития туристско-рекреационной сферы в регионе важно определить специфику собственного туристско-рекреационного продукта, которая определяется своеобразием туристско-рекреационного потенциала территории. В этом процессе важен учет практически всех составляющих потенциал компонентов и деталей, которые на данный момент кажутся незначительными или ненужными и зачастую уничтожаются, разбираются, перестраиваются. В области достаточно много утрачено раритетов культурного и исторического наследия. Был разобран местным населением на «хозяйственные нужды», оставшийся без присмотра дом помещика Сорокина, в Тутаевском районе стоявший на берегу Волги, в плачевном состоянии находится уникальный промышленно-жилой комплекс предпринимателей XIX века Понизовкиных в Красном Профинтерне. Распилены на металлолом после прекращения их использования фермы старого железнодорожного моста через Волгу, которые также могли бы служить объектом туристского показа. Этот мост приезжал открывать последний царь России. И таких примеров нерадивого использования туристского потенциала достаточно много.

Одним из наиболее оптимальных путей оптимизации РТП с нашей точки зрения является использование при его составлении элементарных рекреационных занятий туриста или рекреанта. Составляющие туристско-рекреационный потенциал компоненты являются основой для развития элементарных рекреационных занятий отдыхающих или путешествующих гостей и жителей области. Это могут быть различные вариации отдыха как активного, так и пассивного: пешеходные прогулки, летний отдых у водоемов, сплав по рекам на байдарках, катание на велосипедах, лыжные прогулки зимой, посещение музеев и осмотр культурно-исторических достопримечательностей и т.д. И это не полный перечень элементарных рекреационных занятий отдыхающего и путешествующего по области туриста. Сочетание различных, но привязанных к одному месту рекреационных занятий составляет рекреационно-туристский модуль. Он занимает определенный отрезок времени. Однодневный велотур по пригородным лесам г. Ярославля – это рекреационный модуль, который может включать в зависимости от потребностей туристов различный набор элементарных рекреационных занятий. Основным занятием в этом туре является езда на велосипеде, которая может сочетаться с отдыхом у водоемов, на лесных полянах, с экскурсионными показами и рассказами о жизни обитателей леса и луга.

Рекреационный модуль может строиться вокруг незначительных объектов, которые на первый взгляд и не имеют рекреационной или туристской привлекательности. [1] Однако умело составленный рассказ экскурсовода, в определенной степени мифологизация объекта показа, события и вот появляются новые объекты туристского внимания, которые могут при умелой маркетинговой политике привести к появлению туристской дестинации.

Набор периодически (как правило – ежедневно) повторяющихся или сочетающихся модулей, территориально объединенных вокруг смежных элементов туристско- рекреационной системы (зон рекреационного тяготения, ядер, узлов и осей туризма и рекреа-

ции) образует цикл. Отдыхающие на базе отдыха, расположенной на берегу лесной речки являются вольными или невольными потребителями нескольких взаимодополняющих модулей: отдыха у реки (купание катание на лодках), отдыха в лесу (собирание грибов и ягод, просто прогулки), лечебно-оздоровительных мероприятий, ежевечерних танцев, просмотров кинофильмов в холле и т.д.

Нужно отметить, что в качестве туристско-рекреационного продукта туристские фирмы, занимающиеся его разработкой, могут предлагать как элементарные занятия, так и сложившиеся модули и циклы.

Рекреационные циклы могут изменяться в результате появления новых выигрышных (привлекательных с точки зрения потенциальных потребителей) рекреационных занятий. Так включение в туристский продукт верховых прогулок на лошадях, безусловно, обогатит рекреационный цикл любой базы отдыха. То же можно сказать о специально подготовленной полосе препятствий для наработки туристско-экспедиционных навыков, хорошей волейбольной площадке, футбольном поле и т.д.

Однако при разработке туристского продукта важно понимать, что он связан с потенциалом территории, причем не территории вообще, а с элементами ее культурного ландшафта, которые так или иначе были созданы или возникли в ходе реализации других видов хозяйственной деятельности или природопользования. При создании ТРП могут возникать ограничения в использовании территории, связанные с ее рекреационной емкостью и это важно учитывать при организации туристских маршрутов.

Рассмотренные пути оптимизации регионального турпродукта не являются исключительными. Качественное туристское предложение не может быть без соответствующей инфраструктуры, поэтому вопросы, связанные с ее совершенствованием и развитием в регионе должны рассматриваться в контексте с созданием новых туристских программ и предложений. Однако с нашей точки зрения создание интересного туристского продукта базируется на хорошем знании особенностей туристско-рекреационного потенциала территории и задача всех структур, работающих в области туризма не только выявить и оценить все составляющие этого потенциала, но и сохранить и по возможности приумножить. Все остальные инфраструктурные составляющие комплексного туристского продукта региона, по сути дела являются его красивым и комфортным оформлением.

Литература

1. Колбовский Е.Ю., Морозова В.В., Кулаков А.В. Региональная специфика турпродукта// Туризм в Ярославском крае: история, проблемы, перспективы: Сборник статей. Ярославль: Изд-во ЯГПУ, 2004, С.32-41

РЕГИОНАЛЬНЫЕ ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В ЮЖНОЙ АРМЕНИИ

Минасян Р.Е., *к.п.н., ректор АИТ (РМАТ)*
Саркисян Т.А., *кафедра соц.-эк. геогр. ЕГУ, sargsyan.t@gmail.com*
Алексанян К.Б., *к.г.н., ЕГУ*

С географической точки зрения Южная Армения включает в себя 2 марза (региона) Армении-Вайоц Дзор и Сюник., с общей площадью 6800км^2.

В Южной Армении представлены все 3 группы факторов, способствующих развитию туризма.

1. Природные факторы. 1.1 Ландшафтное разнообразие. В связи с большой амплитудой абсолютных высот (375м-3904м), в регионе представлены все ландшафтные по-

яса, что способствует развитию экотуризма, научно-познавательного, спортивно-оздоровительного видов туризма.

1.2 Для экотуризма важно биоразнообразие региона, его эндемичность. В Южной Армении основан 1 заповедник (Шикаохский), 8 заказников (Сев Лич, Джермукский, Ехегнадзорский, и.т.д).

1.3 Для развития лечебно-оздоровительного туризма важны всемирно известные источники менеральных вод в Джермуке. На территориях бывших Горисского, Ехегнадзорского, Мегринского районов также имеются источники минеральных вод.

1.4 Живописные долины горных рек. Важны с точки зрения экотуризма, научно-познавательного туризма, спортивного туризма, массового отдыха населения. Известны долины рек Мегри, Арпа (Джермукский участок), Воротан (участок "Сатани Камурдж"), Ехегис, Вохчи.

1.5 Разнообразие рельефа. С туристической точки зрения интересны пещеры, с характерными элементами карстового рельефа (Арчери, Мозров, Магил), пирамидальные скалы Гориса, отдельные вулканические горы (Вайоцсар), красные скалы палеозойской эпохи (Нораванк), базальтовые формации, природные мосты, и.т.д.

1.6 Водные обьекты. В туристических целях (массовый отдых, спортивный туризм, экотуризм) могут быть использованы высокогорные озера (Сев, Ал, Газана, Капутан) и водохранилища (Спандарянский, Кечутский, Шамбский, и.т.д.).

2.Историко-архитектурное наследие. Особо выделяются крепости Мегри, Багаберд, Воротнаберд, Прошаберд, средневековые мосты Агаракадзора и Шатина, монастырские комплексы Нораванк, Татев, и.т.д.

3. Этнокультурные особенности. Для развития агротуризма и культурного туризма большое значение имеют особенности быта и хозяйственной деятельности (виноделие, пчеловодьство, сушение фруктов, ковроткачество, и.т.д.), традиции, обычаи, фольклер.

Таким образом, в Южной Армении туризм имеет большой потенциал развития, может стать важным фактором регионального развития. Для этого необходимо решение таких важных задач, как модернизация туристической инфраструктуры, обьектов размещения, автодорог.

ТУРИСТКО-РЕКРЕАЦИОННЫЙ ПОТЕНЦИАЛ СЕВЕРА СИБИРИ

Шарбатян А.А., *к.физ.-мат.н., главный специалист криосферно-биосферного блока комплексных программ природопользования Института Росгипролес, sharbatyan@yahoo.com*

По многочисленным историческим документам и разнообразным материальным памятникам легко прослеживается субширотное направление миграции первых российских землепроходцев через Северный и Полярный Урал по притокам Оби и Енисея, формирующим удобные водораздельные понижения в обширных бассейнах двух главных водных артерий Сибири.

Это направление предопределило возникновение ареалов расселения русских завоевателей и ассимиляции ими финно-угорских, самодийских и тюркских племен в систему княжеств и уездов России. По этому же направлению шло развитие грандиозных преобразований Сибири со времен подавления антибольшевистских восстаний, создание коридора первых спецпоселений и трудовых лагерей для раскулаченных оленеводов. Здесь же находятся живописные остатки «мертвой» железной дороги Чум-Игарка в створе знаменитой салехардской плотины. Эта плотина была предназначена для обеспечения самоизлива сибирских вод через южный водораздел в республики средней Азии.

Первые же серьезные находки нефти способствовали отказу от этого проекта и привели к новой цепочке экологических проблем.

Такое сочетание естественноисторических, геотехнических и социально-экономических проблем вдоль указанного направления позволяет считать его наиболее удачным местом реализации туристко-рекреационного потенциала севера Сибири. Этот вывод можно усилить сравнительной простотой транспортных сообщений этого региона с центром России.

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ РЕКРЕАЦИОННОГО ПРИРОДОПОЛЬЗОВАНИЯ РЕГИОНА КАВКАЗСКИЕ МИНЕРАЛЬНЫЕ ВОДЫ (В ГРАНИЦАХ СТАВРОПОЛЬСКОГО КРАЯ)

Репко М.А., *Географический факультет МГУ им. М.В. Ломоносова, maria_repko@yahoo.com*

Регион Кавказские Минеральные Воды (КМВ) расположен на юге европейской части России, в пределах северных куэстовых гряд Большого Кавказа, входящих в систему Скалистого и Пастбищного хребтов, и предгорий Кавказа, представленных Минераловодской наклонной равниной. Большая часть региона – 3031,5 км2 (57,8% площади) – расположена на территории Ставропольского края и включает города-курорты Пятигорск, Кисловодск, Ессентуки, Железноводск, города Лермонтов, Минеральные воды, Георгиевск, а также три административных района края.

Широкую известность эколого-курортный регион КМВ получил благодаря уникальному сочетанию природных бальнеологических, ландшафтных и климатических лечебно-оздоровительных факторов. Датой основания курортного региона принято считать 1803 год, когда было признано государственное значение Кавказских Минеральных Вод (Указ императора Александра I от 24 апреля 1803 года) и началось изучение их лечебных свойств.

В настоящее время бальнеологический курорт страны (регион КМВ) представляет собой многофункциональную агломерацию, в которой наряду с лечебной деятельностью широкое распространение получили промышленность, сельское хозяйство, интенсивно расширяются селитебные территории.

Наличие и использование многообразных типов высокоценных минеральных вод в регионе КМВ предопределили организационную и экономическую специфику его развития, определив ее как приоритетно-курортную, связанную с функционированием санаториев и других лечебно-оздоровительных комплексов. По состоянию на 1 января 2007 года здесь работает 121 санаторий и пансионат на 32,5 тысячи мест, 26 гостиниц и туристских комплексов на 2,5 тысячи мест, которые в течение года могут принять до 1 млн. человек. В объеме услуг российского санаторно-курортного комплекса доля региона КМВ составляет около 10%, в то время как доля региона в общем объеме рынка внутреннего туризма России значительно меньше и составляет примерно 2,2% [1]. Таким образом, за исключением санаторно-курортной сферы рекреационный потенциал региона КМВ должным образом не востребован.

В регионе существует ряд факторов, которые сдерживают развитие не только рекреационного природопользования, но и региона в целом. Наиболее актуальны следующие проблемы:

- деградация эколого-ресурсного потенциала
- деградация санаторно-курортного комплекса
- слабая развитость транспортной и инженерной инфраструктуры
- проблемы социально-экономической сферы

– проблемы общего управления и территориального развития.

Все более возрастающий антропогенный прессинг на природную среду неизбежно приводит к обострению экологической ситуации и способствует ухудшению экологических условий жизни населения. Среди актуальных проблем региона КМВ наиболее важной является загрязнение различных компонентов природной среды, что влечет за собой ухудшение качества и истощение запасов природных ресурсов, прежде всего, бальнеоресурсов. Факты загрязнения грунтовых вод продуктами жизнедеятельности на отдельных участках месторождений минеральных вод были известны еще в советский период. Это привело к закрытию ряда источников в виду несоответствия санитарно-гигиеническим нормам. Требуют ликвидации порядка 30 скважин нераспределенного фонда недр. 29 питьевых бюветов и галерей, а также пять общекурортных грязелечебниц КМВ нуждаются в капитальном ремонте и реконструкции. Имеются факты нарушения природоохранного режима на территории зон горно-санитарной охраны курорта, что связано с продолжающимся хозяйственным освоением территории (жилищное и промышленное строительство, в том числе строительство автозаправочных станций, технических баз предприятий и др.), интенсивным использованием свободных от застройки земель для сельскохозяйственных целей. А это в свою очередь, неизбежно приведет к тому, что все водозаборы необходимо будет перевести только на техническое водоснабжение территории.

Сложной задачей остается проблема воспроизводства, рационального использования и защиты от антропогенного воздействия месторождений лечебной грязи озера Большой Тамбукан. По данным геохимического обследования, в золе водорослей, озерной воде и лечебной грязи обнаружено повышенное содержание тяжелых металлов (свинца – 0,0003%, кадмия – 0,0001% и других токсических элементов). По данным фондовых материалов Администрации КМВ (Гидроминеральные ресурсы региона КМВ, 2003), минерализация рапы упала до критического минимума (ниже 30 г/л), угрожая сложившемуся биоценозу озера и процессам грязеобразования, бактерицидные свойства грязи при дальнейшем падении минерализации могут снизиться. Кроме того, началось распреснение внутригрязевых растворов, угрожающее лечебным свойствам грязи. Наблюдается также загрязнение поверхностных вод (р.Подкумок, р.Кума, р.Юца и др.). В реки сбрасываются недостаточно очищенные промышленные и хозяйственно-бытовые сточные воды. Ливневые и талые воды городов и населенных пунктов сбрасываются, как правило, без очистки и обеззараживания. Изменения и нарушения геологической среды территории КМВ под влиянием техногенных воздействий проявляются на локальных участках в виде активации экзогенных геологических процессов, изменения состава минеральных вод и дебита отдельных скважин и источников, расширения площади карьеров, загрязнения пресных и минеральных вод.

Весьма серьезна проблема сбора и утилизации отходов, негативно сказывающаяся на курортно-рекреационном потенциале региона. В регионе КМВ ежегодно образуется около 500 тыс. тонн твердых бытовых отходов (ТБО). ТБО отличаются стабильно высоким содержанием органического вещества (до 78% сухого вещества) с незначительными сезонными колебаниями. На сегодняшний день в регионе КМВ имеется лишь 2 специализированных предприятия, имеющих лицензию и резервы для утилизации ТБО: государственное предприятие «Пятигорский теплоэнергетический комплекс» и полигон ТБО частной фирмы «Арго». Закрыты и требуют рекультивации еще 8 свалок, исчерпавших свои резервы. Под свалками ТБО находится более 130 га территории КМВ.

В последнее десятилетие наблюдается увеличение степени загрязнения атмосферного воздуха. На основе данных об уровнях загрязнения атмосферного воздуха в регионе КМВ различными токсичными компонентами установлено, что основным загрязнителем атмосферного воздуха в городах КМВ является автомобильный транспорт, на долю которо-

го приходится более 90% общей массы всех выбросов. Приоритетными загрязнителями в городах региона являются цинк (0,004–0,024 мкг/м^3) и свинец (0,006–0,051 мкг/м^3).

За период интенсивного хозяйственного развития на территории КМВ состояние растительного покрова претерпело существенные изменения. К настоящему моменту времени изменения видового и качественного состава растительных сообществ затронули более 60% территории. Освоенность земель в регионе КМВ составляет около 90%, малонарушенные ландшафты занимают лишь около 10%. Антропогенное воздействие проявляется, прежде всего, в сельскохозяйственных угодьях (65,5%), менее значительное – в селитебной (6,33%) и промышленной (0,14%) зонах.

В санаторно-курортной сфере также наметился ряд проблем. Из наиболее важных следует отметить значительное отставание региона по уровню развития курортно-туристской инфраструктуры (материально-техническая база и культурно-досуговые заведения), физическую и моральную изношенность инфраструктуры курортного региона, несоответствующий мировым стандартам качества уровень сервиса в подавляющем большинстве санаториев и других лечебно-профилактических объектах. Имеются существенные недостатки в уровне профессиональной подготовки и переподготовки кадров для санаторно-курортного комплекса, возникла неотложная потребность в разработке новых технологий и методик санаторно-курортного лечения и оздоровления пациентов с различными сроками пребывания на курорте, программ оценки их эффективности и качества. В последнее десятилетие значительно сократилось проведение научно-исследовательских и производственных работ в области разведки и использования природных лечебных ресурсов, разработки и внедрения в практику современного технологического оборудования в регионе КМВ. Ввиду высокого уровня урбанизации и перенаселенности городов-курортов и близлежащих поселков, недостаточного контроля за соблюдением охранных требований наблюдаются случаи самопроизвольного захвата участков территорий курортных местностей под незаконное частное строительство и нецелевое использование курортных земель.

Довольно серьезными являются проблемы транспортной и инженерной инфраструктуры региона. Срок амортизации основных объектов инженерной инфраструктуры, включая системы водоснабжения и водоотведения, тепло-, электро- и газоснабжения, уже давно превышает установленные нормативы. Физический износ сетей и оборудования ограничивает возможности полноценного обеспечения потребителей. Нуждаются в реконструкции, а зачастую, и полной замене водонесущие коммуникации, необходимо строительство новых водоводов, коллекторов, увеличение производительности водопроводных и канализационных сооружений. Требуется реконструкция изношенных теплосетей и замена котельного оборудования, а также продолжение газификации жилищного фонда, промышленных и коммунально-бытовых объектов исследуемого региона.

На сегодняшний день транспортная доступность региона КМВ обеспечивается наличием электрифицированной железной дороги «Москва – Баку» с ответвлениями на Кисловодск и Железноводск, федеральной трассы «Кавказ». Аэропорт г. Минеральные Воды связывает регион КМВ прямыми авиалиниями со всеми крупными центрами Российской Федерации, ближнего зарубежья, а также выполняет рейсы в страны дальнего зарубежья. Тем не менее, транспортная инфраструктура не соответствует общеевропейским стандартам. Прежде всего, модернизации требует аэропорт «Минеральные Воды». Существующая взлетно-посадочная полоса находится в аварийном состоянии. Применяемые меры по поддержанию ее в эксплуатационном состоянии дают только кратковременный результат. Требует реконструкции аэровокзальный комплекс. Более чем на 30% своей протяженности параметры федеральных дорог не соответствуют достигнутому уровню интенсивности движения. Аналогичная ситуация с региональными и муниципальными автодорогами. Несмотря на высокую транспортную доступность, изношен-

ность и несоответствие уровню загруженности транспортной инфраструктуры негативно влияют на развитие в регионе рекреационного природопользования.

Нельзя не сказать и о проблемах социально-экономической сферы. Регион КМВ, как и Ставропольский край в целом, относится к числу низкодоходных. В регионе наблюдается относительно низкий уровень и качество жизни населения. Доля населения с денежными доходами ниже прожиточного минимума в Ставропольском крае, однако, сократилась с 43,6 процента в 2000 году до 24,6 процента в 2005 году, а по прогнозной оценке к 2009 году снизится до 13,2 процента. Кроме того, для региона характерна депопуляция населения (естественная убыль в 2005 г. составила 4,6 промилле). Общая численность населения региона КМВ составляет порядка 875 тыс. человек, которая поддерживается на относительно постоянном уровне за счет миграции. За последние 15 лет в регионе КМВ миграционный приток составил 200 тыс. человек. Однако миграционные потоки из менее обеспеченных районов обостряют социальные проблемы (повышается уровень бедности, увеличивается число безработных, возрастает количество нуждающихся в обеспечении жильем и социальной инфраструктурой) [1].

Исторически сложилось, что КМВ являются дотационным регионом. Собственные бюджетные возможности курортных городов региона КМВ весьма ограничены, при этом очень велика их зависимость от дотаций из краевого бюджета, которые составляют от 20 до 50% доходной части бюджетов городов. Финансовая поддержка курортных городов из вышестоящих бюджетов осуществляется по общей методологии, в то время как развитие федеральных курортов является расходным обязательством Российской Федерации. На сегодняшний день в регионе велика доля теневой экономики, что сдерживает рост налоговых поступлений. Компаниями проводится стратегия трансфертного ценообразования по «выводу» прибыли за пределы региона и минимизации налоговых платежей, уплачиваемых в региональный и муниципальные бюджеты. Для решения ряда проблем, как-то: развития индустрии развлечений, развития сферы общественного питания и коммунального обслуживания – необходимы значительные инвестиции. В то же время в регионе недостаточно привлекательных объектов для инвестирования (предприятий, обладающих высоким потенциалом роста, собственники которых заинтересованы в привлечении инвесторов), низка активность стратегических инвесторов вследствие недостаточной информированности об инвестиционных возможностях региона, ограничен доступ к кредитным ресурсам и другим инструментам долгосрочного финансирования. По результатам анкетирования представителей администрации КМВ и городов КМВ, а также представителей бизнеса и общественности, в число препятствий развития региона входят дефицит финансовых средств (59% респондентов), бюрократизм в органах власти (45%), низкий уровень активности предприятий и инвесторов (38%). Тем не менее, по оценкам российского рейтингового агентства «Эксперт РА», позиции Ставропольского края по инвестиционному потенциалу выросли с 46 места в 1996 году до 26 места в 2005 году.

Развитие региона КМВ в целом и рекреации в частности сдерживают проблемы управления региона. Регион КМВ имеет собственный орган управления – администрацию. Однако значительная часть полномочий администрации КМВ законодательно не подкреплена механизмами исполнения. Многочисленные трудности в организации рекреационной сферы КМВ создает, с одной стороны, раздробленность механизма управления (туристскую отрасль курирует Ростуризм, а санаторно-курортную – Минздравсоцразвития РФ), а с другой стороны, – несовершенство нормативно-правового регулирования. В связи с неупорядоченностью имущественных отношений по объектам санаторно-курортного комплекса, в КМВ заметно снизились как доступность, так и качество санаторно-курортных услуг, имеются случаи бесхозяйственного и неэффективного использования рекреационных объектов, требуют реставрации многие объекты культурного и природно-культурного наследия. Ввиду отсутствия схемы территориального планирова-

ния региона КМВ не обеспечивается целостное развитие территории особо охраняемого эколого-курортного региона РФ Кавказские Минеральные Воды, рациональное использование земельных ресурсов, транспортное и инженерное обеспечение, благоустройство, отсутствуют четко определенные основные направления градостроительной политики. Безусловно, многие из перечисленных проблем необходимо решать на высшем уровне управления.

Несмотря на весь комплекс проблем, существующих в регионе, Кавказские Минеральные Воды обладают высоким туристско-рекреационным потенциалом, грамотная реализация которого будет способствовать устойчивому развитию региона в целом. В стратегии развития региона основной упор, на наш взгляд, следует делать на диверсификацию рекреационного природопользования, а также уменьшение и ликвидацию промышленных предприятий, не связанных с обеспечением туристско-рекреационной и курортно-лечебной деятельности. В то же время, одной из главных задач управления рекреационной деятельностью должна стать минимизация негативного воздействия на природные и историко-культурные комплексы. В связи с этим основными направлениями в сфере управления рекреационной деятельностью должны стать экологизация рекреационной деятельности и регулирование рекреационных потоков в местах концентрации природных, историко-культурных и архитектурных объектов. Важной задачей развития рекреационного природопользования является определение допустимых нагрузок на природные среду, прежде всего, основанное на изучении воздействия рекреантов на различные природные комплексы. В целях оптимизации рекреационного использования следует провести маркировку и оборудование трасс маршрутного туризма (пешего, конного, велосипедного), устройство стоянок дневного отдыха, мест для ночлега, информационных центров и пунктов, смотровых площадок, необходима проработка учебных и природных троп, оборудование мест для купания и отдыха на воде, расчистка водоемов в рекреационных целях в специально выделенных местах [5]. Кроме того, необходимо создание комплексной базы данных о природно-ресурсном и историко-культурно потенциале территории.

Базисом для формирования различных направлений рекреационной деятельности на территории КМВ, наряду с природным достоянием, является богатое культурное наследие региона. Здесь сосредоточено свыше тысячи памятников истории, архитектуры, искусства, порядка 650 археологических объектов.

Следует отметить, что с целью формирования благоприятной среды для активного развития туристской отрасли, усовершенствования лечебно-оздоровительных технологий, повышения уровня сервиса в Ставропольском крае в феврале 2007 года была создана особая экономическая зона (ОЭЗ) туристско-рекреационного типа. Фактически эта зона располагается на территории особо охраняемого эколого-курортного региона Кавказские Минеральные Воды и занимает менее 1% площади региона (843 га) [2].

На сегодняшний день уже заключен контракт на 55 миллионов рублей с институтом «Гипрогор», согласно которому московские проектировщики должны представить схему территориального планирования ОЭЗ на КМВ. Одним из первых объектов, который появится в кавминводской ОЭЗ, по словам Заместителя руководителя Федерального агентства по управлению ОЭЗ, станет административно-деловой комплекс площадью в 18 тыс. кв. м. Помимо офисных помещений, он будет включать в себя гостиничный комплекс, фитнес-центр и различные туристические объекты.

Безусловно, территория региона КМВ характеризуется высокой степенью рекреационной пригодности. Помимо оздоровительно-курортного лечения, в регионе имеется значительный потенциал для расширения сферы туристско-рекреационной деятельности: развитие познавательного, спортивного, пешего, конного, археологического, делового и ряда других видов туризма.

Важнейшими геоэкологическими предпосылками диверсификации рекреационного природопользования региона, по мнению автора, являются:

– рельеф и особенности геологического строения
– бальнеологические ресурсы
– биоклиматические особенности
– ландшафтные особенности региона.

Рельеф в пределах исследуемого региона отличается разнообразием и оказывается ведущим ландшафтообразующим компонентом. Одна из главных природных достопримечательностей – возвышающиеся среди открытой плоской степной Минераловодской равнины, обособленные друг от друга островные горы типа лакколитов [3]. Общее количество останцовых магматических гор достигает семнадцати: Бештау (1441 м), Джуца (1190 м), Машук (993 м) и др. На территории исследуемого региона представлены 4 типа ландшафтов:

Пятигорский низкогорный интрузивный ландшафт (с квазилакколитами) на предгорной наклонной аллювиальной террасированной равнине со степями, лесостепями, широколиственными лесами, ксерофитизированными горными лугами на черноземных, горно-лесных и горно-луговых почвах, где над равниной возвышаются 17 живописных островных куполовидных гор, представляющих собой близповерхностные миоцен-плиоценовые интрузивные массивы; он занимает почти половину территории Кавказских Минеральных Вод;

Кисловодский горно-котловинный ландшафт в межкуэстовой расчлененной эрозионно-тектонической депрессии с лугостепями на горных черноземах и аллювиальных почвах речных пойм;

Боргустанский структурно-денудационный среднегорный карстовый ландшафт на меловых моноклинальных структурах с горными лугами, степями и лугостепями на горно-луговых черноземовидных почвах и на выщелоченных и горных черноземах; он охватывает западную часть территории Кавказских Минеральных Вод;

Джинальский моноклинальный ландшафт на территорию КМВ заходит своей северо-западной частью. Юго-западные склоны Джинальского хребта крутые со структурными террасами, северо-восточные – пологие, разрезаны долинами рек и балками. Верхние части ландшафта заняты субальпийскими разнотравными лугами, по балкам на склонах растут дубовые, грабовые и ясеневые леса с лещиной. Учитывая сказанное выше, высокий уровень ландшафтного разнообразия можно рассматривать как основу для развития экологического и конного туризма в регионе.

Концентрация на данной территории объектов, имеющих высокую историко-культурную ценность, способствует развитию познавательного и археологического туризма. В частности, в границах особо охраняемого эколого-курортного региона располагается 441 официально утвержденный памятник истории и культуры, из них 50 федерального значения. В создании и благоустройстве городов-курортов принимали участие выдающиеся архитекторы и скульпторы: братья Джузеппе и Джованни Бернардацци, С.И. Уптон, П.Ю. Сюзор, А.Н. Кузнецов, А.М. Опекушин и др. Ими созданы шедевры градостроительства и дизайна, гармонично вписывающиеся и украшающие природный ландшафт. Это ставшие классическими здания ванн, санаториев и грязелечебниц, павильоны, галереи, бюветы и курортные парки со скульптурными композициями. Кроме того, по территории Кавказских Минеральных Вод в прошлом проходили разные транспортные пути, одним из них является Великий шелковый путь, который шел по долине р. Кумы до впадения в нее р. Подкумок в районе современного Георгиевска. Укрепительными пунктами Азово-Моздокской линии на территории региона КВМ были города Пятигорск и Георгиевск. Через эти же укрепительные пункты проходил и бывший главный почтовый тракт Санкт-Петербург – Тифлис [4].

Также в качестве объектов познавательного туризма можно выделить окрестности г. Кисловодска. Например, скала «Замок коварства и любви», расположенная в ущелье реки Аликоновки, в 4 км юго-восточнее Кисловодска. Гора Кольцо – денудационный останец, находящийся в левом борту долины р. Подкумок, на склоне хр. Боргустан севернее Кисловодска. С наветренной западной стороны гребня в неравномерно сцементированных желтовато-серых песчаниках наблюдается более десятка ниш разных размеров, которые придают обрыву вид пещерного города. В конце гребня в скальной системе имеется сквозное отверстие размером 80 на 12 м эолового происхождения, напоминающее кольцо.

Как известно, окрестности горы Юца признаны одним из лучших дельтапарадромов. В то же время, высоким потенциалом для развития спортивных видов рекреации обладают горы-лакколиты Джуца и Золотой Курган. Они могут быть привлекательны в качестве центров дельтапланеризма, парапланеризма, полетов на дирижаблях, парашютного вида туризма. Однако необходимо сооружение соответствующей инфраструктуры (специально оборудованные наблюдательные пункты, места стоянок), а также проработка и налаживание системы вывоза мусора.

Скалы Броненосец и Миноносец, возвышающиеся над днищем долины р. Аликоновки, находятся в полукилометре ниже скалы «Замок коварства и любви». Благодаря плитчатой отдельности валанженских известняков эти скалы в процессе эрозии и выветривания приобретают облик, напоминающий остовы боевых кораблей. Скалы достигают высоты 20-30 м и играют важную роль в развитии скалолазания как одного из видов рекреации. Перспективным видом рекреационного природопользования в данном регионе можно считать велоспорт. В частности, создание специализированных трасс и объектов на горе Горячая будет способствовать развитию здесь маунтинбайка. Различные по протяженности и сложности велокроссы возможны благодаря проектированию и оборудованию дополнительной полосы дорожного движения на автотрассе Минеральные Воды – Кисловодск.

Внедрение делового туризма возможно на базе существующей системы санаториев, пансионатов, домов отдыха (санаторий «Заря» г. Кисловодск, санаторий «Минеральные Воды» г. Железноводск). Однако для организации международных конференций, проведения бизнес-семинаров и тренингов необходима реконструкция и перепрофилирование санаторных учреждений или строительство современных, соответствующих мировым стандартам качества конгресс-отелей.

Развитие лечебно-оздоровительного и санаторно-курортного видов рекреации целесообразно стимулировать внедрением новейших методов лечения и модернизации лечебно-оздоровительных технологий. При этом следует учитывать биоклиматические особенности региона, которые используются для повышения эффективности комплексного курортного лечения и оздоровительного эффекта при активных видах отдыха. Исследования биоклиматологов Пятигорского ГНИИ курортологии показывают, что воздух курортов отличается повышенной прозрачностью, условиями умеренной естественной гипоксии, высокой естественной ионизации при низком коэффициенте униполярности ионов, что при благоприятном режиме солнечного излучения позволяет проводить здесь все виды климатолечения.

В заключение следует сказать, что в регионе Кавказские Минеральные Воды, обладающем высоким туристско-рекреационным потенциалом, развитие индустрии туризма возможно лишь при рациональном, устойчивом использовании природных ресурсов. Ухудшение состояния окружающей среды создает угрозу для жизнеспособности рекреационного природопользования.

Литература

1. Стратегия социально-экономического развития особо охраняемого эколого-курортного региона Российской Федерации – Кавказских Минеральных Вод до 2020 года // Часть 1. Доктрина развития региона Кавказских Минеральных Вод до 2020 года. – Ессентуки, 2006. – 48 с.
2. Особая экономическая зона туристско-рекреационного типа на территории Ставропольского края «Гранд Спа Юца» – http://stavropol.rosoez.ru
3. Гвоздецкий Н.А. Кавказ. Очерки природы – М.: Географгиз, 1963. – 126 с.
4. Савельева В.В., Годзевич Б.Л. Природное и природно-культурное наследие Ставрополья. – Ставрополь: Ставропольсервисшкола, 2001. – 112 с.
5. Чижова В.П., Прыгунова И.Л. Рекреация и заповедное дело: итоги и перспективы взаимодействия: Учебное пособие. – Минск: «ДОЛ-Принт», 2004. – 145 с.

ЭКОЛОГО-ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ОБОСНОВАНИЕ ВОССТАНОВЛЕНИЯ ЛЕСОПАРКОВОГО ЗАЩИТНОГО ПОЯСА МОСКВЫ

Боровикова Н.В., *аспирантка Российской академии государственной службы (РАГС) при Президенте Российской Федерации, nadin2006@pisem.net*

Перспективы развития туризма в Московской области, в большой степени, определяются ее ресурсами и грамотным природопользованием, которое может сделать туристскую деятельность устойчивой и перспективной. Область характеризуется богатым историко-культурным потенциалом и наличием природных ресурсов, развитой социокультурной инфраструктурой, транспортной обеспеченностью, наличием косвенной и прямой поддержки со стороны органов государственной власти, что способствует развитию различных направлений туризма.

Однако оптимистичные прогнозы быстрого развития туризма в Московской области не спешат осуществляться, что связанно со многими факторами, в том числе, с недооценкой экологической составляющей. Несмотря на приоритетность сохранения природно-экологического баланса, территория Московской области с каждым годом все в большей степени вовлекается в хозяйственную деятельность.

Постоянно в Московской области проживают 6627 тыс. человек (по данным на 01.01.2000 г. – 6464,5 тыс. человек.). В городах проживает 5251 тыс. человек (около 80% населения), в сельской местности – 1286,1 тыс. (около 20% населения). Большая часть населения области (4180,6 тыс. или 64,7%) расселена в центральных районах области. На территории столичного мегаполиса, по статистическим данным, постоянно проживает свыше 8000 тыс. человек, не включая 2000-2500 тыс. человек приезжих.

Высокая степень урбанизации, масштабность промышленного производства, транспортного и коммунального хозяйства в Московской области определяют концентрацию производительных сил и ведут к деградации природной среды. В области насчитывается 3524,2 тыс. единиц автотранспорта, более 4,8 тысяч предприятий различных отраслей, осуществляющих выброс загрязняющих веществ в атмосферный воздух, подземные воды, почву [1].

Во многих городах загрязнение воздуха вызвано, в основном, выбросами автомобильного транспорта, которые составляют 53–74% от общих выбросов в городах области[2].

В сложившейся тяжелой экологической ситуации актуальным становится сохранение зеленых насаждений, в том числе лесопаркового защитного пояса Москвы. Сохранение и преумножение зеленых насаждений окажет благоприятное воздействие на экологическую ситуацию региона, поможет сдержать непрерывную застройку городских округов Московской области и самого мегаполиса.

Впервые лесопарковый защитный пояс (ЛПЗП) Москвы был обозначен постановлением СНК СССР и ЦК ВКП (б) в 1935 г. Пояс включал не только леса, но и застроенные

территории в радиусе 10-20 км от Москвы за пределами ее городской черты. Территория пояса на тот период насчитывала 168,6 тыс. га. На территории ЛПЗП проживало около 270,0 тысяч человек. Плотность населения не превышала 1,6 человека на гектар. Основной ролью ЛПЗП было ограничение роста столицы и улучшение качества жизни населения с экологической точки зрения.

Площадь территорий, занятых лесами менялась со временем. В 1949 году она увеличилась на 35,6% от первоначального размера.

В 1960 г. Совет Министров СССР Постановлением «О расширении границ города Москвы и подчинении Мосгорисполкому лесопаркового защитного пояса» установил новые границы ЛПЗП и увеличил его территорию до 172,5 тысяч га. В новые границы вошел северный комплекс водохранилищ – Клязьминского, Учинского, Пяловского, Пестовского – в системе канала им. Москвы, территории вдоль Москвы-реки и р. Пехорки. Более чем 40% этой территории занимали лесопарки.

В 1960-1970 гг. в Лесопарковый защитный пояс вошли 11 промышленных городов, в которых проживали уже более 1,0 млн. человек, а предприятия городов относились к важнейшим отраслям народного хозяйства. В настоящее время в семи районах, непосредственно примыкающих к г. Москве, проживает 1747,8 тыс. человек (27% общей численности населения области).

Спрос на земли, расположенные в непосредственной близости от Москвы, привел к повсеместной, плотной застройке центральной территории области, что повлияло на сокращение площади лесов. В настоящее время тенденция «срастания» городов области, расположенных в непосредственной близости от МКАД (Балашиха, Долгопрудный, Королев, Мытищи, Люберцы, Химки и т.д.) с Москвой сохраняется.

Процесс сокращения лесных территорий области, расположенных в непосредственной близости от Москвы, ведет к ухудшению экологической ситуации, как в столице, так и регионе в целом.

Придание землям, где сохранились фрагменты ЛПЗП, статуса особо охраняемых природных территорий – природного парка вдоль Московской кольцевой дороги, а также создание рекреационных зон на территориях крупных торговых центров, расположенных вблизи от МКАД со стороны области, может рассматриваться как один из вариантов снижения экологической напряженности территории.

С экономической точки зрения для муниципальных районов Московской области это менее выгодное использование земель, чем строительство жилого фонда, но создание природного парка позволило бы решить следующие актуальные задачи:

а) сохранение природной среды, природных ландшафтов;

б) создание условий для отдыха (в том числе массового);

в) разработки и внедрения эффективных методов охраны природы и поддержание экологического баланса в условиях рекреационного использования территорий природных парков.

Создание особо охраняемых природных территорий – одна из наиболее эффективных форм охраны природы и поддержания благоприятной экологической обстановки, так как ограничение хозяйственной деятельности снижает антропогенное воздействие на ценные природные комплексы и отдельные природные объекты и, таким образом, обеспечивает наилучшую их сохранность.

Отношения в области организации, охраны и использования особо охраняемых природных территорий регулирует Федеральный закон «Об особо охраняемых территориях» (принят Государственной Думой 15 февраля 1995 года). На основании этого закона особо охраняемыми природными территориями считаются – участки земли, водной поверхности и воздушного пространства над ними, где располагаются природные комплексы и объекты, которые имеют особое природоохранное, научное, культурное, эстетическое,

рекреационное и оздоровительное значение, которые изъяты решениями органов государственной власти полностью или частично из хозяйственного использования и для которых установлен режим особой охраны.

В статье 20 Федерального Закона регламентируются особенности правового положения природных парков. Так, природные парки являются юридическими лицами, для которых извлечение прибыли не является основной целью деятельности, то есть парки являются некоммерческими организациями и создаются в форме финансируемого за счет средств бюджета субъекта Российской Федерации природоохранного учреждения.

В законе указано, что средствами природных парков, которыми они распоряжаются в установленном порядке, являются:

а) доход в счет возмещения ущерба, причиненного в результате деятельности физических и юридических лиц;

б) средства от рекреационной, рекламно-издательской и иной деятельности, не противоречащей задачам природных парков;

в) безвозмездная материальная помощь от физических и юридических лиц, в том числе иностранных граждан и международных организаций[3].

Для того, чтобы облегчить затраты областного и федерального бюджетов на содержание природного парка возможно проведение на его территории экологического туризма, а так же открытие тематических парков.

Благоприятными для развития тематических исторических парков являются территории, на которых сохранились исторические усадьбы, памятники садово-паркового искусства и т.д., часть из них сконцентрирована вокруг Москвы. Как правило, дворцово-парковые и усадебные ансамбли находятся в рекреационных зонах, расположенных вблизи рек и водоемов. Введение сохранившихся историко-природных объектов в туристскую практику даст целый ряд преимуществ:

во-первых – это позволит реставрировать и сохранить существующие здания и сооружения, являющиеся объектами культурного наследия;

во-вторых – сдержит прилегающие к ним территории от вовлечения в жилищную застройку, либо в иную хозяйственную деятельность;

в-третьих – позволит регламентировать антропогенную нагрузку территории, тем самым сохранить ландшафт.

Создание тематических парков широко используется во всем мире. Такие парки являются продолжением парков развлечения. В тематических парках предоставляется возможность не только развлекать туристов на аттракционах, но и проводить просветительскую, научную деятельность.

Каждый парк соответствует потребительским запросам, одинаковых парков нет, но все они укомплектованы закусочными, аттракционами, торговыми точками, отелями. Не смотря на то, что на территории парков есть коллективные средства размещения, считается, что потенциальные посетители не должны тратить на проезд до парка более двух часов. В этом отношении территория Лесопаркового защитного пояса Москвы идеально подходит к поставленному условию.

Очень важным в создании парка является концепция. Самый первый тематический парк «Диснейленд» был открыт в 1955 году, с тех пор его концепция не менялась: он был и остается гигантской территорией развлечений, населенной популярными (или некогда популярными) персонажами мультфильмов.

Тематический парк «Балленберг» представляет более 90 домов со всей Швейцарии (возрастом более 100 лет), “исторические” сады и поля, в том числе здесь можно увидеть 250 сельскохозяйственных животных, на территории парка проводится демонстрация типичных ремесел и множество специальных мероприятий, дающих представление о сельской жизни прошедших дней.[4]

Барселонский Аквариум – один из крупнейших аквапарков мира (площадь – 13 тыс. кв. м.) и прекрасное образовательное заведение. Самая интересная его часть – океанариум диаметром 36 м и глубиной 5 м, вмещающий 5 млн. л воды и 4 тыс. видов рыб. Парк располагает двумя подводными тоннелями (общей длиной 86 м) с движущимися дорожками, большим выставочным залом, обзорной террасой, многочисленными аудиториями и магазином, устроенным прямо в старинном корабле, а также зимним садом и своим театром.[5]

Тематический парк "Магический остров" в испанском городе Севилья – столице провинции Андалусия, это первый в мире тематический развлекательный парк, расположенный непосредственно в городе, в его исторической части. Помимо аттракционов посетителям предоставляется возможность познакомиться с историей, культурой и искусством различных времен и народов, насладиться водным спектаклем, прокатиться на скоростных горках, а во время обеда или ужина послушать экзотические песни в исполнении многочисленных музыкальных групп. В парке открыт сверхсовременный планетарий, фуникулер, монорельсовая дорога, большой концертный зал, проводятся различные зрелищные мероприятия – от лазерных шоу до концертов фламенко и рока[5].

Тематический парк «Терра Натура» представляет собой комбинацию аквапарка и зоопарка, где животные находятся в близкой к естественной среде обитания. Парк разделен на пять зон (Pangea, America, Asia, Mare Nostrum, Europe), которые соответствуют трем мировым континентам: Америке, Европе и Азии. Каждой зоне соответствует свой животный мир, своя растительность, традиции, архитектура, культура, местное население, народное творчество, ремесло, национальная кухня. В парке собраны около 1,5 тыс. экземпляров двухсот видов животных, пятьдесят из которых находятся на грани уничтожения в естественной природе. Перемещаться по парку можно пешком, на поезде, автобусе или на электромобиле[6].

Корейский тематический парк «Лотте Уолд» (г. Сеул) является местом для развлечений и экскурсий в центре города. Парк полон захватывающих аттракционов, среди которых: ледовый каток, различные виды шоу, фольклорный музей, прогулочные тропинки у озера и многое другое. Ежегодно сюда приходят около 6 млн. посетителей, 10% из них составляют иностранцы. Туристы могут получить удовольствие от фантастических парадов, многочисленных фильмов, лазерных шоу и блюд разных национальностей. На Волшебном острове, расположенном снаружи, находятся волшебный замок, захватывающие высотные аттракционы, которые имеются только на открытом воздухе, и тропинки для приятных прогулок вокруг озера. Всемирное карнавальное шоу, в котором участвуют 200 исполнителей с музыкой, пением, танцами добавляет тематическому парку всеобщего оживления. Фольклорный музей является самым популярным местом для иностранных туристов. Здесь имеются фольклорные культурные дисплеи, демонстрирующие фрагменты древней истории Кореи, миниатюрные деревни и игровые площадки[7].

В ОАЭ, на острове Яс в ноябре 2007 года началось строительство тематического парка «Ferrari». Парк, посвященный знаменитой итальянской автомобильной марке, будет включать в себя не только выставочные павильоны, аттракционы и прочие объекты индустрии развлечения, но гоночную трассу для проведения соревнований "Форумула-1". Площадь тематического парка «Ferrari» составит 250 тысяч квадратных метров. Планируется, что строительство, затраты на которое оцениваются как минимум в 150 миллионов долларов, будет полностью завершено в 2009 году и на гоночной трассе пройдет один из этапов Гран-При "Формулы-1"[8].

Израильское министерство туризма намерено создать в Израиле христианский тематический парк "Земля, по которой ходил Иисус" [9].

И это лишь небольшая часть парков, функционирующих в мире.

Как правило, тематические парки требуют колоссальных вложений: стоимость одного аттракциона может достигать миллиона долларов.

Однако, некоторые парки не стали популярными и не оправдали надежд инвесторов (например, «Купол тысячелетия»), что связано с просчетами на различных уровнях. Если серьезная ошибка допущена при разработке концепции парка, то ситуация непоправима, парк разоряется. В целом стратегия строительства тематических парков меняется: формируется тенденция не строить новые грандиозные «ленды», а создавать минипарки и другие места для отдыха по всему миру. Самый маленький в настоящее время парк развлечения имеет площадь всего 1 га.

Тематические парки могут являться источниками средств для функционирования природного парка на территории лесопаркового защитного пояса Москвы.

В качестве примера может быть рассмотрен ряд подмосковных усадеб, ведущих различную хозяйственную деятельность.

Усадьба Горенки (г. Балашиха, Горьковское шоссе) – одна из самых больших по масштабу подмосковных усадеб. Она располагается на обоих берегах речки Горенки, до её впадения в р. Пехорку. В разные времена усадьбой владели Плещеевы, Долгорукие, Разумовские, Юсуповы и другие видные российские фамилии[10]. В настоящее время на территории располагается туберкулезный санаторий «Красная роза», фирмы по продаже саженцев растений, баня. Несмотря на выделение средств из федерального бюджета на реконструкцию здания и частичный ремонт, здание усадьбы находится в плачевном состоянии и неудобно для размещения пациентов (нет удобств в палатах, лифтов и пр.).

В еще худшем состоянии в 90-х годах прошлого столетия была усадьба «Середниково» (Химкинский г.о. Ленинградское шоссе). Здесь тоже находился туберкулезный санаторий. На сайте http://www.serednikovo.ru состояние усадьбы описано так: «Крыши текли, стропила и цоколи разрушались, бельведеры прогнулись и покосились набок. Водостоки протекали или отсутствовали. Вода с крыш текла по стенам. На стенах зданий были многочисленные подтеки. Во многих местах отваливалась штукатурка, фундамент зданий не просыхал и терял свою прочность, белокаменная колоннада снизу покрылась плесенью. Южный балкон Главного дома был разрушен. В зданиях отсутствовали окна и двери. Часть проемов была заложена. Парк с его каскадными прудами пришел в запустение. Деревья истреблялись, заготавливались на дрова. Мусор не убирался. Мосты разрушались. От Нижнего пруда по Белокаменной лестнице-пандусу ездили на мотоциклах и машинах, разрушая уникальное строение»[11]. Сейчас памятник архитектуры восстановлен и принимает посетителей. На территории усадьбы проводятся экскурсии, концерты, свадьбы и другие торжества, разработаны различные маршруты и экскурсии. Данное предложение имеет спрос на туристическом рынке. Восстановление усадьбы «Середниково» является хорошим примером для создания малых тематических парков на территории многочисленных усадьб Московской области.

Государственный музей-усадьба “Архангельское” расположен в Красногорском районе Московской области (20 км от МКАД). Эта усадьба – уникальный памятник русской художественной культуры. Всемирную известность Архангельскому принесли и величественная красота самой усадьбы, и разнообразие уникальных музейных коллекций (собрания живописи XVII – XIX веков, гравюры, скульптуры и предметы декоративно-прикладного искусства). В музее хранится одна из крупнейших в России коллекций редких книг, составляющая около 16 тысяч томов. С 1998 года в музее-усадьбе Архангельское, возрождающей прежние традиции, проводятся концерты классической музыки “Осенний дивертисмент в Архангельском” и музыкальные вечера под открытым небом. В 2000 г. компания “Американ Экспресс” предоставила Архангельскому грант в размере 70 000 долл. на восстановление крыши в театре Гонзага. Второй грант “Американ Экс-

пресс" в размере 50 000 долл. был передан 19 ноября 2002 г. для финансирования реставрации окон в здании театра. По заказу дирекции усадьбы разработан реставрационный план восстановления бывшего музея и театра, с тем, чтобы они стали действовать как туристские достопримечательности для подкрепления ожидаемой впоследствии экономической самоокупаемости Архангельского[12].

Помимо сказанного выше, мировая практика доказала возможность получения прибыли на особо охраняемых территориях за счет развития экологического туризма, в том числе реабилитационного. Осуществление такого вида туризма направлено не только на сохранение, но и улучшение природных территорий, вовлеченных в рекреацию. К примеру, в результате программы «Посади свой лес ради жизни» в Лебяжинском лесхозе Алтайского края было посажен 271 га леса; посетителями туристского центра Кунг Крабаен на Сиамском заливе (Таиланд) восстановлено 160 га мангового леса, и др.[13].

Вторым направлением экотуризма на территории природного парка может стать этнографический туризм, ресурсом для которого, могут стать специализированные этнографические тематические парки.

Создание особо охраняемых природных территорий – одна из наиболее эффективных форм охраны природы и поддержания благоприятной экологической обстановки, так как ограничение хозяйственной деятельности снижает антропогенное воздействие на ценные природные комплексы и отдельные природные объекты и, таким образом, обеспечивает наилучшую их сохранность. Особо охраняемые природные территории не могут решить всех проблем сохранения биологического разнообразия в регионе. Главную роль в охране биоразнообразия должна играть рациональная система регулирования природопользования, в т. ч. лесопользования.

Территории Московской области в целях рекреации используется крайне неравномерно. Наиболее интенсивно посещаются лесные массивы около городов, в узкой полосе вдоль дорог, около дачных поселков, предприятий и мест отдыха. В этих местах нагрузка достигает 90 и более чел./га.[2]. В пиковое время летнего сезона в области отдыхает до 5 млн. чел. одновременно. Наиболее распространенные массовые виды отдыха связаны с лесами. Рекреационная нагрузка на лесные угодья в области довольно высока и составляет 6,7 чел./га.

Неравномерность использования лесных угодий привела к тому, что наиболее популярные и посещаемые леса, имеющие высокую рекреационную ценность, из-за своей привлекательности и близости к воде, оказались вытоптанными до крайних стадий дигрессии. Таких территорий немного (0,4% площади), но в силу высокой ценности лесов, их состояние должно находиться под постоянным контролем, а антропогенный прессинг на таких территориях должен быть существенно снижен.

Признание лесопаркового защитного пояса особо охраняемой территорией позволит приостановить ее урбанизацию и использовать территорию, как это было задумано первоначально – как «легкие» Москвы. Даже при существующих границах ЛПЗП возможно сделать территорию парка закольцованной за счет проведения рекреационной деятельности на территории усадеб, парков, восстанавливая лес, создавая рекреационные площадки на территориях крупных торгово-развлекательных центров. На мой взгляд, это послужит своего рода эколого-экономическим компромиссом: сохранение ЛПЗП Москвы и получение прибыли от использования территории в рекреационных целях.

Современное экологическое состояние Московского региона заставляет изменить стратегию поведения органов государственной и муниципальной власти, основной функцией которых, становится не увеличение финансовых поступлений в бюджет, а сохранение и восстановление естественных экосистем, стабилизация и улучшение качества окружающей среды.

Литература

1. Данные Департамента природных ресурсов по центральному региону МПР РОССИИ, 2000, 2004 гг.
2. Данные Государственного доклада “О состоянии окружающей природной среды Московской области в 2001 году”
3. Федеральный закон «Об особо охраняемых территориях» (принят Государственной Думой 15 февраля 1995 года)
4. http://www.dsbw.ru/web/type/present/id/160/sub/80/but/929/div/1577/index.php
5. http://archive.travel.ru/spain/sites/themeparks/
6. http://active.spain-obnovlenie.ru/to_tuse/cafe/1542.html
7. http://www.astravel.ru/663.3337.0.0.1.0.phtml
8. http://auto-rally.net/news/v_oa_nachalos_stroitelstvo_tematicheskogo_parka_ferrari
9. http://rsnews.net/index.phtml?show=article&id=1556&lang=RUS
10. http://russianpropert.cn/2007/07/28/usadba-gorenki/
11. http://www.serednikovo.ru/history/history1990/history1990.html
12. http://www.arkhangelskoe.ru/info/51.php
13. Сергеева Т.К. Экологический туризм. – М.: Финансы и статистика, 2004. – 356 с.

БЫСТРИНСКАЯ КУРОРТНАЯ ЗОНА КАМЧАТКИ

Хованов В.П., *Аэрокосмический факультет МГТУ им. Н.Э. Баумана, acsider@yandex.ru*

Быстринская курортная зона Камчатки расположена в Быстринском районе Камчатского края на территории природного парка, обозначенного серым контуром на прилагаемой карте (рисунок 1).

С ландшафтной точки зрения, Быстринский район, как и любой другой район Камчатки, выражено горная территория, покрытая таёжным лесом. Территорию пересекает множество малых рек, мелких, но полноводных. Специфической особенностью ландшафта района являются следы прежней вулканической деятельности. В связи с этим, среди топографических объектов района преобладают кольцевые образования с зазубренными хребтами, а также множество потухших вулканов.



Рисунок 1. Полуостров Камчатка.

Быстринский район расположен в самой глуби полуострова, что накладывает серьёзный отпечаток на его климат. Долина реки Быстрая – самое тёплое место на Камчатке. Летние температуры здесь достигают 26–28 градусов по Цельсию, что в сочетании с тихоокеанской влажностью, воспринимается, как 35-градусная жара в Центральной России. При этом зимние температуры редко опускаются ниже минус 5 – минус 10 градусов. Благодаря тёплому климату, долина реки Быстрая – единственное место на Камчатке, где растёт лиственница. Название административного центра района – села Эссо – происходит от эвенского слова «эссага», что означает «лиственница». Благодаря этому жителями Камчатки Быстринский район воспринимается, как местный курорт.

Ядром Быстринского района является природный парк и расположенные внутри него сёла Анавгай и Эссо. Природный парк основан в 1996 году и явля-

ется запретной зоной для горно-добывающей промышленности, составляющей важную часть экономики района. Хотя на территории нынешнего парка можно найти немало заброшенных шахт. Сёла Анавгай и Эссо имеют 1,5 и 2 тысячи человек местного населения соответственно. Других постоянных поселений на территории района нет, что сводит к минимуму антропогенную нагрузку на район.

Экотропы Быстринского природного парка разрабатывают школьники района под руководством старожилов сёл. Таким образом, каждая экотропа способна максимально показать удивительный ландшафт и природу парка.

Благодаря всему сказанному, Быстринский природный парк имеет колоссальный потенциал для экологического туризма. Уникальные горные образования, реки с чистейшей водой, неповторимая камчатская тайга с множеством эндемических видов растений, в том числе – плодово-ягодных, и ни одного населённого пункта на сотни километров вокруг. Более половины туристов прибывают в Эссо с рюкзаками и палатками.

При проведении пеших походов, необходимо соблюдать определённую осторожность, так как Камчатка – земля медведя. Камчатский медведь, как доказано зоологами – самый крупный из всех видов медведей. Считается, что медведь склонен избежать встречи с человеком, если вовремя его заметит. Важно, что у медведя хороший слух и плохое зрение. Поэтому, отправляясь в камчатский лес, необходимо иметь с собой источники шума и фальшфейеры или другие средства отпугивания. Проводники групп также, как правило, имеют при себе огнестрельное оружие.

Село Эссо – административный центр Быстринского района Камчатского края – расположено в кратере потухшего вулкана. Село окружено кольцевым горным хребтом, хотя само стоит на относительно ровной площадке. Благодаря такому расположению, село обладает огромным геотермальным ресурсом. В Эссо пробурено около десятка скважин, из которых поступает перегретая минерализованная вода температурой до 150 градусов по Цельсию. Практически каждая гостиница села Эссо имеет собственный бассейн с термальной водой. Кроме этого в селе имеется ещё пара бассейнов общего пользования. Термальная вода быстринских источников обладает лечебным действием. Всё это делает Эссо вторым по значимости курортом Камчатки после Паратунки.

Следует отметить, что термальная вода используется также в коммунально-инженерных сетях в качестве горячего водоснабжения. Благодаря этому в Эссо круглогодично имеется отопление и горячая вода.

Село Эссо органично сочетает в себе неповторимость камчатского горно-таёжного ландшафта и очарование русской деревни. Не смотря на большую долю представителей коренных народов полуострова среди местного населения, быт села построен на русский лад. На улицах села можно встретить одно- и двухэтажные деревянные дома, традиционные русские избы, дворы с резными деревянными оградами. Дороги в селе грунтовые, центральные улицы оборудованы деревянными мостовыми.

В целом, Эссо – идеальное место для семейного отдыха. Обеспечивая вполне приемлемый для городского жителя уровень комфорта, оно позволяет отдохнуть от шума и суеты города и насладиться покоем и умиротворённостью, соприкоснувшись с природой.

Это обстоятельство накладывает отпечаток и на гостиничный комплекс села. В селе на сегодняшний день шесть гостиниц размером от 30 до 100 мест, уровня 2–3 звезды. Отличительной чертой гостиниц Эссо является исключительно домашняя обстановка. Как правило, гостиница обладает достаточно большой территорией и располагается в нескольких одно- или двухэтажных корпусах. Обязательным атрибутом гостиницы является бассейн с термальной водой. Как правило, в стоимость номера входит трёхразовое питание, так как общепит в селе практически не развит, а в магазинах представлен достаточно ограниченный ассортимент продуктов по довольно высоким ценам. Большинство же гостиниц предпочитают налаживать индивидуальные поставки продуктов из краевого центра.

Важной составляющей туризма в Быстринском районе является этнографический туризм. На территории района проживает множество представителей одного из коренных народов Камчатки – коряков – и переселившихся из Восточной Сибири в XV веке нашей эры эвенов. Вообще, Быстринский район общепринято считается эвенской землёй. В Эссо проживает кочевая община эвенов, которая уходит в поход ранней весной и возвращается в село только поздней осенью на зимовку.

В селе Анавгай проживает множество мастеров традиционных промыслов. Многие местные жители занимаются торговлей сувенирами, большинство из которых – это предметы корякского и эвенского быта, которые с успехом можно использовать по назначению. Также у мастеров можно купить традиционную эвенскую одежду и обувь, которые, не смотря на необычный внешний вид и высокую стоимость, практически не снашиваются.

Также в Анавгае работает несколько творческих коллективов, которые занимаются реконструкцией древнеэвенских ритуальных танцев, песен, обрядов. Эти творческие коллективы проводят концерты, праздничные мероприятия и показательные выступления для туристов, как в самом Быстринском районе, так и выездные.

В Эссо расположен Быстринский этнографический музей. Экспозиция музея отражает культуру и быт коренных народов Камчатки, а также историю освоения долины реки Быстрой русскими. В качестве отдельной услуги в музее можно сфотографироваться в корякской одежде на фоне реконструированного корякского чума.

На территории музея расположено реконструированное корякское жилище, а рядом с ним – хранилище для припасов. Также при музее работает выставка-продажа изделий народного творчества. В том числе, изделий из оленьего меха.

В сельской библиотеке Эссо находится единственный в мире Музей Медведя.

Два других заметных туристических объекта Быстринского района – эвенское стойбище Мэдэнек и корякское Чау-Чив. В стойбище Мэдэнек можно получить представление о том, как обустраивается эвенское поселение в тайге, увидеть бытовые и ритуальные сооружения, характерные для типичного эвенского стойбища. Также в этом стойбище проводятся национальные эвенские праздники. В качестве дополнительной услуги можно сфотографироваться с оленем.

К сожалению, и Мэдэнек, и Чау-Чив, не смотря на то что они жилые, оба являются реконструированными объектами, построенными уже в 90-е годы XX века. Традиционных поселений эвенов в долине реки Быстрая в результате советской коллективизации 1930-х годов практически не сохранилось.

Говоря об Эссо и этнографическом туризме, нельзя не упомянуть об одном ежегодном событии. Каждый год в конце марта в Эссо стартует самая протяжённая в мире гонка на собачьих упряжках – Берингия. Она проходит по маршруту Эссо – Тигиль – Палана – Оссора и имеет протяжённость около тысячи километров. Следует отметить, что перечисленные населённые пункты официально не имеют наземного сообщения, то есть гонка проходит по дикой тайге.

За несколько дней до открытия гонки в село начинают съезжаться гости со всей Камчатки. По словам жителей Эссо, к дню открытия население села удваивается. По мнению некоторых жителей, именно Берингия обладает самым большим туристическим потенциалом среди всех объектов села.

Просуммировав всё сказанное, можно задать вопрос, что же мешает развитию туризма в Быстринской курортной зоне? Какие проблемы она может испытывать? Проблемы есть, и среди них можно выделить три основных.

Во-первых, транспортная.

От краевого центра село Эссо отделяет 530 километров автомобильной дороги, лишь небольшая часть которой асфальтирована. На деле это означает почти 9 часов пути с

остановкой в селе Мильково на обед. Причём, если для жителей Петропавловска-Камчатского и Елизово значение имеет только эта дорога, то для пребывающих на полуостров из других регионов, она добавляется к авиаперелёту, так как всё авиасообщение полуострова с большой землёй в любом случае идёт через аэропорт города Елизово. Немногие из московских гостей готовы, проведя 9 часов в самолёте, провести ещё 9 в автобусе.

Непосредственно из этой проблемы вытекает общая проблема для всего туризма на Камчатке – это проблема стоимости поездки. Авиабилет Москва – П.-Камчатский – Москва летом 2007 года стоил около 20 тысяч рублей. Билет Хабаровск – П.-Камчатский – Хабаровск – около 12 тысяч рублей. При этом альтернативы авиационному транспорту на сегодняшний день нет. В случае же Быстринской зоны, к стоимости авиабилета добавляется стоимость автоперевозки П.-Камчатский – Эссо – П.-Камчатский (летом 2007 года – 1700 рублей).

Возможная альтернатива – вертолётный маршрут. Некоторые туристы выбирают именно этот вид транспорта. В этом случае дорога до Эссо занимает около получаса, но её стоимость доходит до 4 тысяч рублей в один конец.

Из транспортной проблемы вытекает вторая проблема – ценовая. Высокие транспортные затраты повышают стоимость товаров, доставляемых в район. Это требует платить персоналу гостиниц, водителям и экскурсоводам более высокие зарплаты, что увеличивает стоимость услуг.

Здесь следует заострить внимание на одном вопросе, который крайне редко поднимается и в туристических проспектах, и в серьёзных исследованиях. Это соотношение уровня цен принимающего региона и уровня зарплат региона-донора. Причём, под уровнем зарплат следует понимать не мифическую «среднюю зарплату», учитывающую сверхдоходы депутатов, олигархов, банкиров и прочих, а зарплату производственных рабочих и рядовых работников сферы услуг, поскольку туризм – явление массовое.

Не буду приводить конкретных данных, чтобы не раздувать доклад, но отмечу, что основной контингент посещающих Эссо – жители Камчатки. В основном, из краевого центра. Отдых в Эссо оказывается вполне по деньгам гостям из Москвы, но они редко едут туда по причине длительной дороги автобусом. Помимо этого, в Эссо отдыхает немало жителей крупных сибирских городов – Омска, Новосибирска, Красноярска. Но практически невозможно встретить гостей с юга Дальнего Востока – из Приморья, Хабаровского края, Амурской области. Уровень зарплат в этих регионах существенно ниже камчатского, что не позволяет жителям юга Дальнего Востока отдыхать на Камчатке.

Наконец, третья проблема, вытекающая, опять же, из транспортной – проблема часовых поясов и расписаний. Эта проблема касается приёма гостей из других регионов России, в основном, из Москвы и из Западной Сибири.

С одной стороны, рейсы из Москвы, Новосибирска и Хабаровска прибывают на Камчатку около полудня. В то время как рейсовый автобус до Эссо выходит в 9.00 утра, а обратный приходит в краевой центр к 16.00. Таким образом, использование в качестве транспорта рейсовых автобусов предполагает ночёвку в Петропавловске-Камчатском.

С другой стороны, разница во времени между Москвой и П.-Камчатским – 9 часов. Между Новосибирском и П.-Камчатским – 5 часов. Таким образом, по своему времени гости из Москвы прилетают глубокой ночью. А переход на 9 часов вперёд без использования специальных методик занимает не менее недели.

Любопытное решение для обеих проблем нашла туристическая компания «Скара», специализирующаяся на приёме гостей из Москвы. Гостей «Скары» из аэропорта везут в одну из гостиниц краевого центра, где им дают выспаться. В Эссо гостей везёт собственный автобус «Скары», который отправляется в путь около полуночи по местному времени. В 5.00 утра по местному времени он делает остановку в селе Мильково на «обед». К

10.00 утра автобус добирается до Эссо и везёт гостей в гостиницу, где они снова ложатся спать. Вся культурная программа далее идёт в вечерне-ночное время. Обратный автобус из Эссо выходит также около полуночи и к 9.00 утра прибывает в аэропорт «Елизово», где гости дожидаются обратного самолёта.

РАЗВИТИЕ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО ТУРИЗМА НА ТЕРРИТОРИИ ПАМЯТНИКОВ ПРИРОДЫ КАМЧАТСКОГО КРАЯ

Завадская А.В., *аспирантка, МГУ им. М.В.Ломоносова, amto@inbox.ru*

Введение

В связи с ухудшением состояния окружающей среды во всех сферах мирового хозяйства происходит поиск альтернативных направлений использования природных ресурсов. В индустрии туризма таким направлением является экологический туризм – устойчивый и природно-ориентированный туризм и рекреация [18]. Основными объектами экотуризма в его классической, узкой трактовке (т.н. «австралийская модель») считаются особо охраняемые природные территории (ООПТ), относительно ненарушенные природные комплексы или отдельные их элементы.

Площадь ООПТ Камчатского края составляет 5,6 млн.га [3], или 12% территории региона. Одной из категорий ООПТ являются памятники природы – отдельные уникальные природные объекты и комплексы, ценные в экологическом, научном, историко-культурном, эстетическом и эколого-просветительском отношении и нуждающиеся в охране государством [11].

В настоящее время в Камчатском крае расположено 126 памятников природы регионального значения. Практически все они являются популярными туристскими объектами, многие из них доступны для посещения, а такие как Никольская сопка и скалы «Три Брата» находятся в пределах краевого центра, г.Петропавловска-Камчатского. Отсутствие комплексных аналитических работ, описывающих и оценивающих состояние данных ООПТ, затрудняет или делает невозможным разработку мер по управлению природными ресурсами полуострова на основе принципов устойчивого развития. В условиях стремительного увеличения потока отдыхающих такая ситуация может привести к катастрофическим последствиям, к деградации уникальной природной среды. Всё вышеперечисленное обуславливает актуальность и практическую значимость исследования развития экотуризма на территории памятников природы Камчатского края.

Методы

Для комплексной оценки эколого-туристского потенциала ООПТ была разработана методика, объединяющая физико-географический и социально-географический подходы и позволившая провести оценочные работы на основе соподчинённого физиологического, психолого-эстетического, технологического, социально-экономического и экологического анализа объектов. При этом использовались ландшафтно-индикационный, сравнительно-географический, картографический, статистико-математический, социологический и графоаналитический методы исследования, а также отдельные составляющие методик различных авторов [1, 2, 4-9, 12, 16, 17]. Оценка осуществлялась по 21 критерию и 107 оценочным показателям (Таблица 1). Для получения интегральной оценки эколого-туристского потенциала была разработана пятибалльная шкала оценок (от 0 до 4) и введены пять классов качества объектов.

Таблица 1.

Система критериев и оценочных показателей при рекреационной оценке памятников природы Камчатского края

Критерии	Оценочные показатели
1. Физиологическая оценка объектов	
1.1. Климатические условия	режим погоды; величина относительной влажности воздуха; число дней с температурами выше нижнего уровня комфортности; число пасмурных дней; ветровой режим; число дней с туманом и метелью; контрастная изменчивость погоды
1.2. Рельеф	высота местности над уровнем моря; степень расчленённости рельефа, характеризующаяся глубиной и густотой расчленения и крутизной склонов
1.3. Состояние растительного покрова	видовой состав лесной растительности; доля коренной растительности
1.4. Режимные и количественные характеристики водных объектов (при наличии)	вид водного объекта (море, река, озеро, термальный источник); температура вод; скорость течения; уровень воды; волнение (для морей и крупных озёр); ледовый режим; сезонные изменения данных показателей
1.5. Состояние почв	устойчивость почв к водной и ветровой эрозии
2. Психолого-эстетическая оценка объектов	
2.1. Внутреннее пейзажное разнообразие	выразительность рельефа; пространственное разнообразие растительности; характер размещения и величина водных объектов; красочность (цветность) пейзажа
2.2. Внешнее пейзажное разнообразие	степень панорамности пейзажа; горизонтальный угол восприятия внешних пейзажей; вертикальный угол восприятия внешних пейзажей; глубина перспективы; пересечённость линий горизонта, число перегибов на единицу горизонтального угла восприятия; количество мест, откуда открываются внешние пейзажи; отношение между площадями, закрытыми и открытыми для восприятия внешних пейзажей
2.3. Экзотичность пейзажа	степень контрастности места отдыха по отношению к месту постоянного жительства
2.4. Уникальность пейзажа	наличие уникальных объектов
2.5. Естественность пейзажа	степень и характер изменения пейзажей
3. Технологическая оценка объектов	
3.1. Свойства грунтов	плотность скелета; коэффициент фильтрации; показатель текучести; коэффициент водонасыщения; коэффициент пористости; удельные нагрузки на грунт; прочность грунтов на одноосное сжатие
3.2. Свойства рельефа	крутизна склонов; длина склонов; форма склона; развитие склоновых процессов; глубина расчленённости рельефа; густота расчленённости рельефа
3.3. Развитие опасных, неблагоприятных и катастрофических природных процессов и явлений	скорость развития овражной эрозии; подтопление и заболачивание; подверженность абразии; подверженность оползневым процессам; сейсмичность; цунамиопасность; лавиноопасность; селеопасность
4. Оценка социально-экономических условий развития экотуризма	
4.1. Транспортная доступность объектов	прямое расстояние до объекта; временные и денежные затраты на дорогу; степень комфортности дороги; близость объекта к существующим туристским маршрутам; проходимость территории

4.2. Характеристики средств размещения на объектах	тип средства размещения; пропускной потенциал; сезонность эксплуатации; уровень классности
4.3. Инженерно-строительные характеристики объектов туристской инфраструктуры	емкость сооружений; наличие системы водопровода и канализации; наличие санузлов; наличие пунктов проката снаряжения для осуществления рекреационных занятий; наличие смотровых площадок; наличие мостов; наличие причалов и пристаней; обеспеченность навесами, тентами на 100% единовременно отдыхающих; наличие указателей, аншлагов; наличие настилов на экологических тропах; наличие оборудованных костровищ; наличие оборудованных мест стоянок; наличие визит-центров и музеев природы
4.4. Эксплуатационные характеристики объектов туристской инфраструктуры	функциональная специализация сооружений; сезонность эксплуатации; комфортность сооружений
4.5. Эстетичность сооружений	планировочная организация инженерных сооружений; использование местных материалов; наличие архитектурных акцентов историко-культурного и эстетического назначения
5. Экологическая оценка объектов	
5.1. Степень охраняемости объектов	периодичность обходов; наличие стационарных наблюдательных пунктов; наличие решения об охране; наличие организации, ответственной за охрану; наличие паспорта памятника природы; наличие охранного свидетельства; наличие опознавательных знаков и указателей о статусе ООПТ
5.2. Оценка действия отрицательно влияющих факторов	застройка части территории; рубка леса; распашка территории; сбор дикоросов; воздействие автотранспорта (повреждение растительного покрова, шумовое воздействие); прокладка дорог, коммуникаций; загрязнение территории; браконьерство; разведение костров и разбивка лагерей в неустановленных местах; прокладка новых троп; отрицательное воздействие на устойчивость почв и растительный покров при строительстве объектов туристской инфраструктуры; сброс сточных вод в водоемы; фактор беспокойства животных (шумовое, визуальное)
5.3. Суммарная рекреационная емкость маршрутов на объекте	стадии рекреационной дигрессии растительного покрова; вид рекреационной деятельности на маршруте; продолжительность рекреационной деятельности на отдельном маршруте; возраст посетителей; психологическая комфортность маршрута; действие лимитирующих факторов (устойчивость почво-грунтов, наличие редких и особо ценных видов флоры и фауны, присутствие опасных для человека хищников и особо чувствительных к фактору беспокойства животных, вероятность развития неблагоприятных природных процессов)

Работа проводилась в три этапа: 1) сбор и анализ литературных и картографических материалов, инвентаризация памятников природы регионального значения; 2) полевые исследования; 3) камеральная обработка результатов. На первом этапе был осуществлен сбор, систематизация и анализ документов, картографических и литературных материалов; проведена инвентаризация памятников природы; на основе обобщённых данных составлена рабочая картосхема с выделением маршрутов полевых исследований. В ходе полевых исследований были получены фотоматериалы и качественные характеристики объектов, определены допустимые рекреационные нагрузки на природные комплексы. Для оценки психолого-эстетических свойств памятников природы нами с 2003 г. проводится выборочное социологическое исследование путем анкетного опроса экспертов и населения Камчатского края. К настоящему моменту в нем приняло участие 3200 респондентов. На третьем этапе камеральных работ был осуществлен анализ полученных материалов, что позволило получить комплексную оценку эколого-туристского потен-

циала памятников природы Камчатского края и дифференцировать их по условиям развития экологического туризма.

Результаты

На данном этапе работ проведена инвентаризация 68 утвержденных и 24 проектируемых памятников природы, расположенных в границах бывшей Камчатской области, т.е. в южной части полуострова Камчатка, и являющихся наиболее популярными туристскими объектами. Для 28 ООПТ осуществлены экспедиционные обследования (2003-2007 гг.), обобщены и проанализированы результаты полевых исследований и дана оценка эколого-туристского потенциала.

При проведении инвентаризации памятников природы регионального значения было проанализировано и систематизировано 155 документов, картографических и литературных материалов, относящихся к созданию и функционированию данных ООПТ.

В настоящее время в границах бывшей Камчатской области расположено 68 объектов, объявленных памятниками природы регионального значения [10, 13-15]. Документы на 24 памятника природы находятся в стадии подготовки. Общая площадь существующих и проектируемых памятников природы регионального значения составляет 79522,75 га, без учета площади 4-х ООПТ, на которые отсутствуют сведения (Кратер вулкана Мутновский, кальдера вулкана Горелый, бассейн реки Овражьей, остров Арий Камень).

Памятники природы Камчатского края зачастую представляют собой не точечные уникальные объекты неживой природы, а целые природные комплексы, имеющие размеры, превышающие площади заказников. Большинство существующих и проектируемых памятников природы имеют площадь от 0,1 до 4 га, а более половины общей площади ООПТ приходится на 6 охраняемых природных массивов, превышающих по размерам 5 тыс. га (Рис. 1). Из утвержденных памятников природы регионального значения наибольшую площадь (8 175 га) имеют «Озера вокруг вулкана Бакенинг»; из проектируемых к выделению ООПТ – «Вулкан Опала с кальдерой» (8 800 га). Охрана данных территорий фактически не осуществляется, что подтверждается результатами проведенной оценки степени охраняемости памятников природы Камчатского края (Рис. 2).

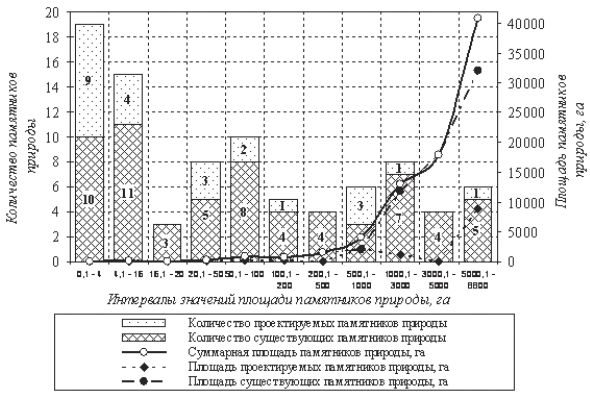


Рис. 1. Количественное распределение памятников природы Камчатки по площадям

По профилю памятники природы распределяются следующим образом: геологический профиль имеют 12 объектов, гидрологический – 4, зоологический – 8, ботанический – 5, комплексный (ландшафтный) – 35 объектов; профиль 4 памятников природы («Кратер вулкана Мутновский», «Кальдера вулкана Горелый», «Бассейн реки Овражьей», «Редкие ландшафты вулкана Вилючинский») не установлен.

Из существующих в настоящее время 68 памятников природы регионального значения 10 находятся в границах особо охраняемых природных территорий федерального статуса: 4 – в Командорском государственном биосферном заповеднике, 1 – в Кроноцком государственном биосферном заповеднике, 5 – в Южно-Камчатском федеральном заказнике; ещё 24 памятника природы расположены на территориях других ООПТ регионального статуса. По-

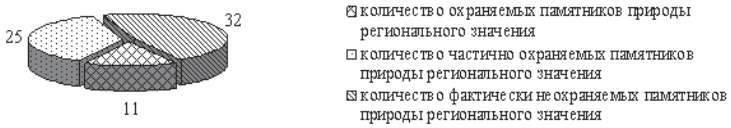


Рис. 2. Оценка степени охраняемости памятников природы Камчатского края

мимо этого, существует два памятника природы, на территории которых выделяются ООПТ той же категории. В Елизовском районе на территории памятника природы «Редкие ландшафты вулкана Вилючинский» существуют памятники природы «Озеро Тополовое» и «Озеро Зеленое». В Усть-Большерецком районе на проектируемой к созданию территории памятника природы «Вулкан Опала с кальдерой» имеется памятник природы «Нижне-Опальские минеральные источники. Существование ООПТ одной категории в пределах ООПТ другой категории порождает трудности во взаимодействии различных ведомств и организаций, при разграничении вопросов ведения природными ресурсами, усложняет учёт ООПТ.

В ходе полевых работ (2003-2007 гг.) нами был осуществлен сбор фотоматериалов, проведены выявление и оценка факторов, отрицательно влияющих на состояние памятников природы Камчатского края, получены усредненные значения допустимых рекреационных нагрузок на природные комплексы.

Проведенное исследование показало, что памятники природы Камчатского края обладают высоким эколого-туристским потенциалом и являются одними из немногих в России и мире очагов экологически чистой рекреации, спрос на которую объективно возрастает. Большинство исследованных ООПТ в целом соответствует критериям, предъявляемым к памятникам природы регионального значения. В то же время на территории многих объектов имеются отчетливо выраженные следы антропогенной трансформации природных комплексов (Таблица 2). Из 28 обследованных ООПТ не отмечено нарушений режима охраны и действия отрицательно влияющих факторов на 4 объектах; 7 ООПТ испытывают незначительное негативное воздействие отдельных факторов; на территории 12 памятников природы объекты охраны находятся в удовлетворительном состоянии; состояние 5 ООПТ является неудовлетворительным.

Таблица 2.

Факторы, отрицательно влияющие на состояние памятников природы Камчатского края

№ п/п	Отрицательно влияющие факторы	Число объектов охраны, испытывающих указанное воздействие					
		незначительное		существенное		угрожающее	
		непосредственно на ООПТ и в охранной зоне	на прилегающей территории	непосредственно на ООПТ и в охранной зоне	на прилегающей территории	непосредственно на ООПТ и в охранной зоне	на прилегающей территории
1	застройка части территории	8	4	3	5	2	10
2	рубка леса	12	12	2	2	-	-
3	распашка территории	-	2	-	-	-	-
4	сбор дикоросов	12	14	4	11	-	2
5	воздействие автотранспорта (повреждение растительного покрова, шумовое воздействие)	11	12	5	5	6	8
6	прокладка дорог, коммуникаций	4	4	7	9	4	5
7	загрязнение территории	12	10	5	2	4	8
8	браконьерство	5	5	3	5	2	2
9	разведение костров и разбивка лагерей в неустановленных местах	5	6	11	12	6	9
10	прокладка новых троп	8	7	13	16	2	3

11	отрицательное воздействие на устойчивость почв и растительный покров при строительстве объектов туристской инфраструктуры	7	11	6	7	3	4
12	сброс сточных вод в водоемы	7	9	3	8	4	9
13	фактор беспокойства животных (шумовое, визуальное)	13	14	8	8	2	4

Результаты оценки степени охраняемости памятников природы Камчатского края (Рис. 2) и исследований их экологического состояния (Таблица 2) свидетельствуют о весьма низкой эффективности действующих механизмов защиты данных ООПТ и необходимости их существенного совершенствования в организационном, правовом и научно-проектном отношении.

На основе полученных в процессе инвентаризации и полевых исследований данных проведена комплексная оценка эколого-туристского потенциала памятников природы Камчатского края, позволившая дифференцировать объекты по степени благоприятности для развития экологического туризма (Рис. 3).

К первому типу (благоприятные для развития экологического туризма) нами отнесены 10 объектов, обладающих оптимальными или хорошими условиями как для стационарного, так и для кратковременного отдыха. Высокий рекреационный потенциал данных памятников природы в настоящее время практически не используется. Сравнительно комфортные климатические условия, ценные психолого-эстетические свойства ландшафтов, уникальность и экзотичность природных комплексов, естественные пейзажи, сочетающиеся с высокой транспортной доступностью и относительно развитой туристской инфраструктурой, создают благоприятные условия для развития лечебно-оздоровительного, приключенческого, экстремального, спортивного, научно-познавательного туризма различной направленности и тематики (Таблица 3).

Таблица 3.

Виды и направления экологического туризма, перспективные для развития на территории памятников природы Камчатского края

№ п/п	Название памятника природы	Перспективные виды и направления экотуризма											
		лечебно-оздоровительный	спортивно-оздоровительный	экстремальный	приключенческий	направленность и тематика научно-познавательного туризма							
						орнитологический	зоологический	ботанический	гидрологический	геологический	археологический	исторический	этнографический
1	«Каменные поленницы» в системе конусов «Плотина»	-	-	+	-	-	-	-	-	+	-	-	-
2	Северный и Южный прорывы БТТИ 75-76 гг.	-	-	+	+	-	-	-	-	+	-	-	-
3	Урочище «Тумроки»	+	+	-	-	-	-	+	+	+	-	-	-
4	Яр «Генералка» на р.Камчатка	-	-	+	-	-	-	-	-	+	+	-	-
5	Вулкан Хангар	-	+	+	+	-	-	-	+	+	-	-	-
6	Кратерное озеро влк.Малый Семячик	-	-	+	-	-	-	-	-	+	-	-	-

Утвержденные и проектируемые памятники природы Камчатского края, для которых проведена комплексная рекреационная оценка

№ на карте	Название памятника природы	профиль
1	«Каменные поленницы» в системе конусов «Плотина»	геологический
2	Северный и Южный прорывы БТТИ 75-76 гг.	геологический
3	Урочище «Тумроки»	ботанический
4	Яр «Генералка» на реке Камчатка	геологический
5	Вулкан Хангар	ландшафтный
6	Кратерное озеро влк. Малый Семячик	ландшафтный
7	Озеро Карымское	геологический
8	Тимоновские ключи	ландшафтный
9	Урочище «Аквариум» на р. Левая Авача	ландшафтный
10	Урочище «Утюги» в долине р. Авача	ландшафтный
11	Налычевские горячие источники	ландшафтный
12	*Краеведческие источники*	-
13	Экструзия «Верблюд» в Авачинской группе вулканов	геологический
14	Голубые озёра	ландшафтный
15	Горный массив Вачкажец	геологический
16	Сопка Никольская	ландшафтный
17	Озеро Дальнее	ландшафтный
18	*Апачинские термальные источники*	-
19	Скалы «Три брата» в Авачинской губе	ландшафтный
20	Остров Старичков	зоологический
21	*Дачные источники*	-
22	Редкие ландшафты вулкана Вилючинский	не установлен
23	Толмачёвские водопады	гидрологический
24	*Войновские источники*	-
25	Кратер вулкана Мутновский	не установлен
26	Ходуткинские горячие источники	ландшафтный
27	Кальдера вулкана Ксудач	геологический
28	Озеро Курильское	ландшафтный

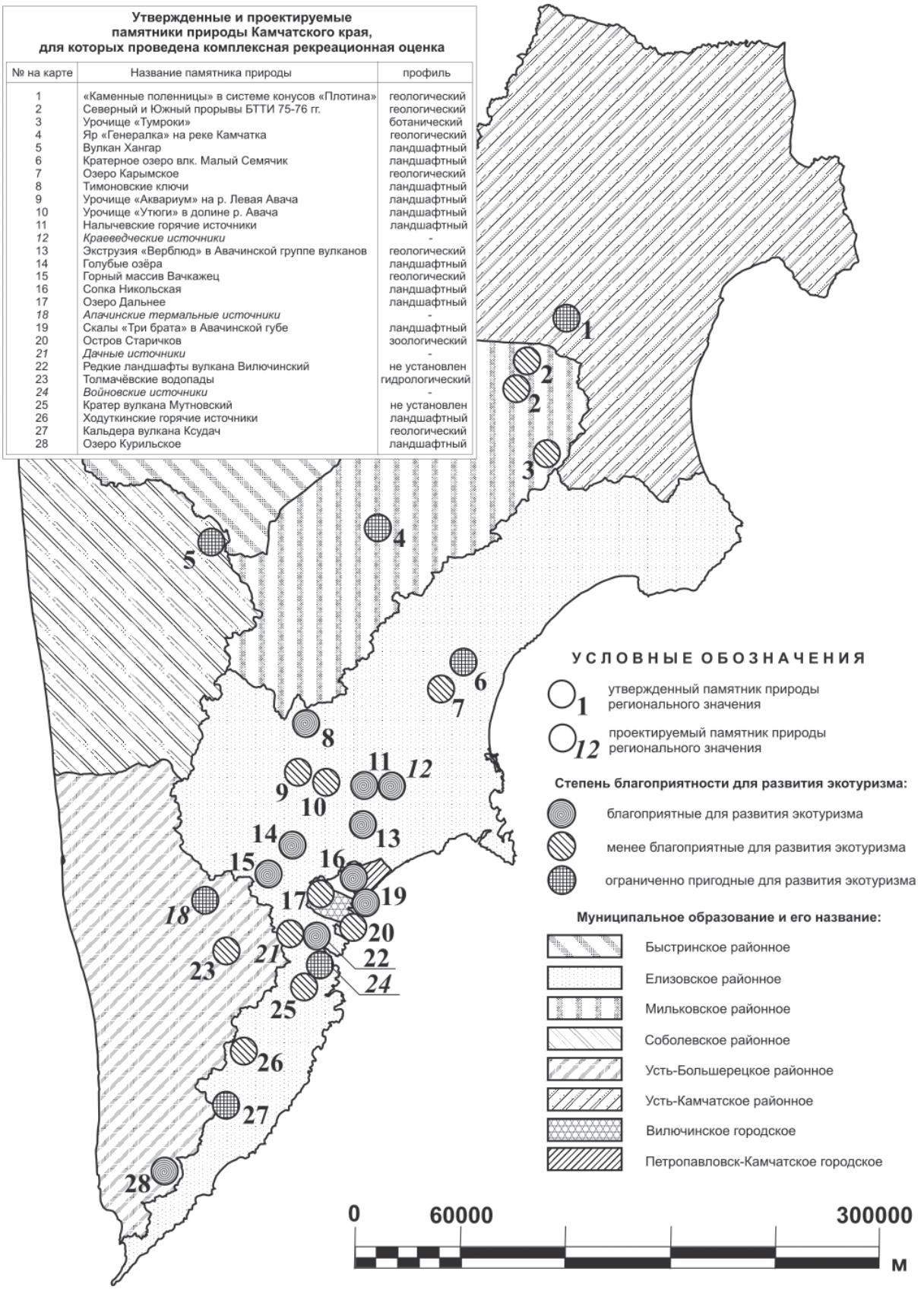


Рис. 3. Дифференциация памятников природы Камчатского края по степени благоприятности для развития экологического туризма

7	Озеро Карымское	-	-	+	+	-	-	-	+	+	-	-	-
8	Тимоновские ключи	+	+	+	+	-	-	-	+	+	-	-	+
9	Урочище «Аквариум» на р.Левая Авача	-	+	+	+	-	+	-	+	+	-	-	-
10	Урочище «Утюги» в долине р.Авача	-	+	-	+	-	-	+	+	-	-	-	-
11	Налычевские горячие источники	+	+	+	+	+	+	+	+	+	-	-	-
12	Краеведческие источники	+	-	-	-	-	-	-	+	+	-	-	-
13	Экструзия «Верблюд» в Авачинской группе вулканов	-	-	+	+	-	-	-	-	+	-	-	-
14	Голубые озера	-	+	+	+	-	+	+	+	+	-	-	-
15	Горный массив Вачкажец	-	+	+	+	-	-	+	-	+	+	-	-
16	Сопка Никольская	-	+	-	-	-	-	+	-	+	-	+	-
17	Озеро Дальнее	-	-	+	+	-	+	-	+	-	-	-	-
18	Апачинские термальные источники	+	+	-	-	-	-	-	+	+	-	-	-
19	Скалы «Три Брата» в Авачинской губе	-	-	+	+	+	+	-	+	+	-	+	-
20	Остров Старичков	-	-	+	+	+	+	-	+	+	-	-	-
21	Дачные источники	+	-	-	-	-	-	+	+	+	-	-	-
22	Редкие ландшафты вулкана Вилючинский	-	-	+	+	-	-	+	-	+	-	-	-
23	Толмачевские водопады	-	-	+	+	-	-	-	+	+	-	-	-
24	Войновские источники	+	+	-	-	-	-	-	+	+	-	-	-
25	Кратер вулкана Мутновский	-	-	+	+	-	-	-	+	+	-	-	-
26	Ходуткинские горячие источники	+	+	-	-	-	+	+	+	+	-	-	-
27	Кальдера вулкана Ксудач	-	-	+	-	-	-	-	+	+	-	-	-
28	Озеро Курильское	-	+	+	+	+	+	+	+	+	+	-	-

Группу объектов второго типа (менее благоприятные для развития экологического туризма) составляет большинство исследованных памятников природы. Данные объекты характеризуются относительно высоким, слабо задействованным в настоящее время, эколого-туристским потенциалом. ООПТ обладают оптимальными условиями для кратковременного отдыха, но, в виду суровости климата, антропогенной трансформированности ландшафтов и низкого уровня рекреационной освоенности, являются малопригодными для стационарных форм экологического туризма. Основными видами экотуризма для данных объектов являются спортивный, оздоровительный и познавательный туризм различной направленности и тематики.

К группе объектов третьего типа (ограниченно пригодные для развития экологического туризма) относится 7 памятников природы, получивших наименьшую оценку как по природной, так и по социально-экономической составляющей. Дискомфортные климатические условия, отсутствие туристской инфраструктуры и труднодоступность объектов обуславливают нецелесообразность использования данных ООПТ для массового отдыха. Актуальной может стать ориентация на развитие немассовых видов экотуризма (узко профессиональные научно-исследовательские и экстремальные туры) и привлечение небольших групп рекреантов, не требовательных к уровню материально-технической базы.

Изменение приоритетов в экономике региона, наряду с другими существующими проблемами (отсутствие охранных свидетельств на большинство памятников природы, неразвитость туристской инфраструктуры, низкий уровень экологической культуры населения), создает условия, при которых характеристики ООПТ (высокий уровень биоразнообразия, обширные территории дикой природы) могут быть утеряны. Для сохранения этих уникальных объектов необходимо организовать грамотное управление туристским

потоком на их территориях. Одной из обязательных и первоочередных мер должно стать проектирование системы экологических маршрутов по территории каждого памятника природы.

В результате систематизации данных, полученных из различных источников (литературные, фондовые, картографические материалы, собственные наблюдения), нами разработаны проекты маршрутов для 11 исследуемых объектов. На основании существующих методик определения допустимых нагрузок на ООПТ [17], по каждому маршруту были выявлены лимитирующие факторы и рассчитана туристская емкость. Основными факторами, лимитирующими нагрузку на памятники природы Камчатского края, являются устойчивость почво-грунтов, наличие редких и особо ценных видов флоры и фауны, присутствие опасных для человека хищников и особо чувствительных к фактору беспокойства животных, высокая вероятность развития неблагоприятных природных процессов и некоторые другие. Путем суммирования величин допустимых нагрузок по существующим и проектируемым маршрутам были получены значения итоговой рекреационной емкости каждого памятника природы (тыс. чел. за сезон), явившиеся опорными величинами при разработке практических рекомендаций по структуре рекреационного природопользования на данных ООПТ.

Помимо проектирования пешеходных экологических маршрутов, нами проведено обследование и разработаны предложения по организации водных маршрутов по акваториям памятников природы «Озеро Курильское», «Остров Старичков», «Скалы «Три Брата» в Авачинской губе». Основным средством передвижения при осуществлении таких путешествий являются парусные суда (яхты, экспедиционные катамараны) и морские каяки – современные варианты небольших промысловых лодок, в прошлом используемых коренным населением Камчатки для охоты на морского зверя и рыбалки. Использование нетрадиционных транспортных средств, основанных на вековых традициях местного населения, позволяет сочетать знакомство с природными объектами с эколого-культурными сюжетами, предусматривающими изучение аборигенных форм природопользования.

Для дальнейшего эффективного использования эколого-туристского потенциала памятников природы Камчатского края необходимо оформление экологических троп, благоустройство маршрутов и мест стоянок туристов, проведение регулярного мониторинга экологических последствий туризма на ООПТ. Учитывая особенности памятников природы Камчатского края, предпочтительно формирование сети туристских учреждений из небольших рекреационных комплексов (туристские базы и приюты, кемпинговые поселки), соподчиненных по масштабу природному окружению.

Решающим фактором социально-экономической эффективности развития экологического туризма в регионе является соблюдение экологических ограничений при проектировании и размещении туристской инфраструктуры. Особенно важным нам представляется нормирование рекреационных нагрузок на природные комплексы туристских объектов. Перспективным направлением может стать функциональное зонирование наиболее популярных объектов, в результате которого должны быть выделены зоны интенсивного использования для отдыха, зоны ограниченного использования и охранные зоны. Регламентация рекреационной деятельности на первых этапах развития туризма позволит в дальнейшем предотвратить многие негативные последствия для природы и экономики края.

Планомерное освоение эколого-туристского потенциала ООПТ региона предполагает, прежде всего, изучение, картирование, оценку и благоустройство данных объектов. И если практическое освоение ресурсов – достаточно длительный процесс, то первоначальное информационное обеспечение, объединение имеющихся данных в единый каталог

туристской информации посильны уже сейчас. Проведенное исследование явилось основой создания книги «Памятники природы Камчатской области», подготовленной нами совместно с Всемирным Фондом Дикой природы. Издание стало одной из первых работ, систематизирующих информацию о памятниках природы Камчатки. В книгу включены краткие описания всех утвержденных и проектируемых памятников природы в границах бывшей Камчатской области, фотографии и картографические материалы.

Для решения проблем, выявленных в процессе исследования, и совершенствования системы ООПТ правительству Камчатского края даны соответствующие рекомендации и оказана помощь в подготовке кадастра памятников природы Камчатского края.

Литература

1. Викторов С.В., Чикишев А.Г. Ландшафтная индикация и её практическое применение. – М.: Изд-во МГУ, 1990. – 184 с.

2. Временная методика определения рекреационных нагрузок на природные комплексы при организации туризма, экскурсий, массового повседневного отдыха и временные нормы этих нагрузок. – М.: ГК СССР по лесному хозяйству, 1987. – 56 с.

3. Государственный доклад «О состоянии и об охране окружающей среды Камчатской области и Корякского автономного округа в 2002 году». – Петропавловск-Камчатский, 2003.

4. Дроздов А.В. Основы экологического туризма. – М.: Гардарики, 2005. – 271 с.

5. Исаченко А.Г. Ресурсный потенциал ландшафта и природно-ресурсное районирование // Изв. РГО. Т. 124, Вып. 3., 1992. – С. 219-232.

6. Казанская Н.С. Изучение рекреационной дигрессии естественных группировок растительности // Изв. АН СССР. Серия геогр., №1, 1972. – С. 52-59.

7. Ледовских Е.Ю., Моралева Н.В., Дроздова А.В. Экотуризм на пути в Россию. Принципы, рекомендации, российский и зарубежный опыт. – Тула: Гриф и К, 2002. – 256 с.

8. Мироненко Н.С., Твердохлебов И.Т. Рекреационная география. – М.: Изд-во Моск. ун-та, 1981. – 207 с.

9. Поморов С.Б., Кантеев Д.В. Оценка привлекательности ландшафтов // Белокурихинская лечебно-оздоровительная местность. – Барнаул: НИИ ГП, 1997. – С. 205-268.

10. Постановление губернатора Камчатской области №170 от 12.05.1998 г.

11. Постатейный комментарий к Федеральному закону Российской Федерации «Об особо охраняемых природных территориях» / Степаницкий В.Б. – М.: Изд-во Центра охраны дикой природы, 2001. – 247 с.

12. Разумовский В.М. Природопользование. – СПб.: Изд-во С.-Петерб. ун-та, 2003. – 296 с.

13. Решение исполкома Камчатского областного Совета народных депутатов №235 от 29 апреля 1980 г.

14. Решение исполкома Камчатского областного Совета народных депутатов №562 от 28 декабря 1983 г.

15. Решение исполкома Камчатского областного Совета народных депутатов №61 от 11 марта 1990 г.

16. Тихомиров О.А. Подходы к оценке природно-ресурсного потенциала аквальных комплексов для целей рекреационного использования // Рекреационная география: идеи, методы, практика. – Тверь: Научная книга, 2006. – С. 98-111.

17. Чижова В.П. Допустимые рекреационные нагрузки в охраняемых природных территориях Камчатки // География и туризм: Сб. науч. трудов. – Пермь: Перм. ун-т, 2006. – С. 239-253.

18. Lindberg K., Hawkins D. Ecotourism: A Guide for Planners and Managers. Vol. 1. The Ecotourism Siciety, North Bennington (USA), 1993.

ТУРИЗМ КАК ИНСТРУМЕНТ ПОЗНАНИЯ МИРА (о III международной научной конференции «Туризм и рекреация»)

Третья международная конференция «Туризм и рекреация: фундаментальные и прикладные исследования» прошла 24-25 апреля на географическом факультете МГУ им. М.В.Ломоносова. Конференция была организована РАН, Национальной академией туризма (НАТ), МГУ им. М.В.Ломоносова, Российской международной академией туризма (РМАТ), Российским союзом туриндустрии (РСТ). Председателем конференции являлся академик, вице-президент РАН, Председатель Межведоственного Совета РАН по системным проблемам рекреации и туриндустрии А.Д.Некипелов. Сопредседателями выступили академик РАН, декан географического факультета МГУ Н.С.Касимов и вице-президент Национальной Академии туризма, директор Института Комплексных исследований образования МГУ, зав. кафедрой рекреационной географии и туризма географического факультета МГУ В.И.Кружалин. Кафедра рекреационной географии и туризма непосредственно проводила конференцию.

Эта уже третья за последние три года конференция стала важнейшим этапом консолидации специалистов, научных работников, преподавателей и представителей бизнеса, деятельность которых связана с туристической индустрией. В работе конференции приняли участие 150 российских и зарубежных российских и зарубежных участников. Особый интерес к ней проявили представители ведущих институтов, организаций и деловых структур – Федерального собрания РФ и Государственной Думы, Национальной Академии туризма, ведущих вузов России, Института Экономики и Института Географии РАН, СМИ, Комитета по туризму города Москвы, департаменты туризма администраций субъектов РФ, других ведущих российских и зарубежных туристических компаний.

Пленарное заседание конференции открыл академик РАН, декан географического факультета МГУ Н.С.Касимов. С приветственным словом к собравшимся обратился вице-президент РАН А.Д.Некипелов. Выступавший отметил, что наша страна уже почти 10 лет живет в состоянии экономического роста и это отражается в туристической активности наших сограждан. Так, в России насчитывается 10 тысяч различных мест размещения для туристов (гостиниц, кемпингов, баз). На них в 2007 году пришлось 27 миллионов только российских граждан.

Заведующий кафедрой рекреационной географии и туризма профессор МГУ В.И.Кружалин рассказал о принятой Правительством РФ Стратегии развития туризма в Российской Федерации на период до 2015 года. В ее реализации важное значение имеет понятие о территориально-рекреационных системах разного ранга, состоящих из подсистем природных и культурно-исторических комплексов, инженерных сооружений, обслуживающего персонала, отдыхающих (рекреантов) и органов управления. Примером элементарной туристско-рекреационной системы может служить рекреационное предприятие и объект туризма, ради которого предприятие и было создано. В части создания и функционирования территориально-рекреационных систем особое значение имеет процедура рекреационной экспертизы, предшествующей освоению туристско-рекреационных ресурсов. Туристско-рекреационная деятельность должна быть направлена на рост занятости населения, создание комфортных условий для развития турима и отдыха, а главное, на восстановление и укрепление здоровья нации. В.И.Кружалин продемонстрировал ГИС Сатинского полигона со схемой туристско-рекреационного районирования, которая может служить основой кадастр рекреационных ресурсов.

В очень ярком докладе ректора Российской Международной академии туризма (РМАТ) И.В.Зорина доказывалось, что туризм является величайшим мультиплика-

тором. Открытие 1 места в гостинице создает от 2 до 4 рабочих мест. Одна вложенная денежная единица в туризм вызывает от 2 до 4 денежных единиц инвестиций в смежных с туризмом отраслях. «Нет такой сферы, которая не была бы сопряжена с туризмом – отметил И.В.Зорин. Между тем, еще не появились ни экономика туризма, ни социология туризма. А ведь сколько есть наук, столько и должно быть взглядов на туризм».

Дальнейшее заседание конференции «Туризм и рекреация» шло по трем секциям:

– **Секция 1.** Теоретические и методологические основы исследований туризма и рекреации.

– **Секция 2.** Туристский рынок: текущие проблемы и прогноз развития.

– **Секция 3.** Туристско-рекреационный потенциал и региональные особенности развития туризма.

Среди представленных 100 секционных докладов значительное место занимали результаты исследований по анализу факторов, влияющих на динамику развития туризма и процессы диверсификации экономики, методам исследования туристско-рекреационного потенциала и его рационального использования, различным аспектам туристско-рекреационных особых экономических зон.

С большим интересом был встречен доклад зам. декана географического факультета МГУ по учебной работе А.В.Бредихина о рекреационно-геоморфологических рисках и рекреационно-геоморфологической аттрактивности территорий. А.В.Бредихин предложил классификационную матрицу геоморфологических памятников. Зав кафедрой биогеографии географического факультета МГУ С.М.Малхазова продемонстрировала карты 100 самых опасных стран мира для здоровья путешественника, большинство которых оказалось на африканском континенте.

Ответственный редактор приложения «НГ-Наука» «Независимой газеты» А.Г.Ваганов в докладе «Туристическая антропология» обратил внимание, что с развитием Интернета предсказывалась «смерть туризму», все, мол, станут путешествовать в сети. Но этого не произошло. В мае 2007-го года авиарейсами было перевезено на 18 миллионов пассажиров больше, чем в мае 2006-го. Другими словами, с развитием транспорта и технологий человечество все чаще отправляется в путешествие. Страсть к путешествиям и перемене мест, по-видимому, оказалась в генах человека. Только вот раньше человек в основном путешествовал, чтобы набраться впечатлений, а теперь им все больше движет поиск ощущений. Судя по всему, дальнейшее развитие цивилизации будет вести людей к непрерывному путешествию, к становлению «человека путешествующего».

В совместном докладе Генерального директора РОСГИПРОЛЕСа М.Б.Войцеховского, ведущего научного сотрудника кафедры рекреационной географии и туризма Ю.Н.Голубчикова и представителя компании Google Е.Н.Еремченко «Перспективы применения геопорталов в пейзажном картографировании» обращалось внимание на необходимость привлечения новых высоких технологий в туризме. В докладе была представлена панорама изменений в методах работы с географической и, шире, геопространственной информацией в связи с переходом от ортогональных снимков к более удобным в восприятии перспективным моделям местности в единой географической системе координат, а не в картографических проекциях, характерных для «классических» карт и ГИС. Одновременно, благодаря геоинтерфейсу Google Earth значительно упростилось восприятие больших объемов геопространственной (например, географической, навигационной и тактической) информации человеком и значительно снизилась себестоимость получения информации.

Обсуждение докладов превращалось в интересную дискуссию, например, о том как совместить экотуризм с заповедным режимом особо охраняемых территорий. Подводя

ее итоги В.И.Кружалин подчеркнул, что во Франции любой объект рассматривают с позиции рекреационного проектирования, что из него можно сделать? Какую пользу извлечь? У нас же эта деятельность находится пока в зачаточном состоянии. Заведующий кафедрой рекреационной географии и туризма предложил другим вузам проводить в августе студенческие практики.

Организаторы конференции выделили следующие актуальные задачи фундаментальных и прикладных научных исследований в сфере туризма и рекреации, отраженные в принятой резолюции:

– Разработка федеральных, отраслевых целевых и региональных программ развития туриндустрии и механизмов управления ею;

– Прогнозирование и регулирование финансовых и туристских потоков;

– Разработка новых информационных технологий обеспечения туристской деятельности;

– Разработка единой туристско-рекреационной системы России;

– Оценка туристско-рекреационного потенциала территорий на федеральном, региональном и локальном уровнях;

– Прогноз развития туристско-рекреационных особых экономических зон;

– Обоснование концепции регионального туристского маркетинга;

– Формирование системы статистического учета, обработки и анализа статистических данных по туризму;

– Развитие информационно-справочного и картографического обеспечения туристской деятельности;

– Совершенствование правового обеспечения туристской деятельности;

– Разработка систем безопасности в туризме;

– Развитие системы инвалидного туризма.

Было предложено рекомендовать:

– Федеральному агентству по управлению особыми экономическими зонами создать группу экспертов из ведущих ученых РАН, вузов и отраслевых институтов по разработке концепции создания специального научного подразделения по сопровождению реализации проектов развития туристско-рекреационных особых экономических зон;

– Широко освещать в средствах массовой информации результаты научных исследований;

– Поддержать предложения о создании интерактивного форума в Интернете по обсуждению актуальных проблем развития туризма и рекреации;

– Развивать системы многоуровенного профессионального образования по подготовке кадров для индустрии туризма и гостеприимства на основе государственных образовательных стандартов третьего поколения по направлениям «Туризм», «Менеджмент» и др.;

– Совершенствовать организационные структуры для продвижения в России передовых международных образовательных стандартов на базе Международного конгресса профессионального туристского образования (МКПТО) и ведущих мировых школ по туризму и гостеприимству (EURHODIP);

– Содействовать всестороннему сотрудничеству с соответствующими структурами стран СНГ по научному и кадровому обеспечению туристической деятельности.

Организационному комитету конференции поручить довести до сведения всех заинтересованных организаций (Совет Федерации ФС РФ, Государственная Дума ФС РФ, Торгово-промышленная палата, Федеральное агентство по туризму, Федеральное агентство по управлению особыми экономическими зонами и др.) резолюцию конференции в целях рассмотрения и практического использования.

Обсудив теоретические, методические и научно-практические проблемы развития индустрии туризма в стране и мире, участники конференции констатировали, что третья в России и одна из первых в мире конференция «Туризм и рекреация: фундаментальные и прикладные исследования» завершилась впечатляющим успехом, обеспечив рекордно высокий и неослабевающий интерес участников к обсуждаемым вопросам.

Редакционный Совет