**МОСКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМЕНИ М.В. ЛОМОНОСОВА
РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАУК
НАЦИОНАЛЬНАЯ АКАДЕМИЯ ТУРИЗМА
РОССИЙСКАЯ МЕЖДУНАРОДНАЯ АКАДЕМИЯ ТУРИЗМА
РОССИЙСКИЙ СОЮЗ ТУРИНДУСТРИИ**

ТУРИЗМ И РЕКРЕАЦИЯ:

фундаментальные и прикладные исследования

ТРУДЫ
VII МЕЖДУНАРОДНОЙ
НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКОЙ КОНФЕРЕНЦИИ

МГУ имени М. В. Ломоносова
Географический факультет
Москва, 27–28 апреля 2012 г.

**Санкт-Петербург
Д.А.Р.К.
2012**

УДК 379.85+910(082)
ББК 75.81+28.8
Т86

Конференция проведена при поддержке Совета Федерации и Государственной Думы Федерального Собрания РФ, Торгово-Промышленной Палаты РФ

Редакционная коллегия

Власова Тамара Ильинична – профессор, президент Национальной академии туризма

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

Г. А. Карпова, профессор, зав. кафедрой Санкт-Петербургского государственного университета экономики и финансов

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

Редакционная коллегия выражает благодарность за сотрудничество
Генеральному директору ООО «ТУРИНФО группа РФР» И. В. Голубеву
Генеральному директору ООО «Академсервис» Л. Г. Исаковичу
Генеральному директору компании «Райзенбюро Вельт» К. В. Радушкевичу
Генеральному директору ООО «Star Travel» Б. А. Самарянову

Издается под общей редакцией
доктора географических наук, профессора В. И. Кружалина

Составитель и ответственный редактор М. Н. Ломоносов

Т86 **Туризм и рекреация: фундаментальные и прикладные исследования**: Труды VII Международной научно-практической конференции. МГУ имени М. В. Ломоносова, географический факультет, Москва, 27–28 апреля 2012. – С.-Пб.: Д.А.Р.К., 2012. – 548 с.

ISBN 978-5-98004-050-5

ББК 75.81+28.8

© Текст. Авторы, 2012
© МГУ имени М. В. Ломоносова, 2012

ISBN 978-5-98004-050-5

СОДЕРЖАНИЕ

Приветственное слово
академика РАН, вице-президента
Русского географического общества,
профессора, декана географического факультета МГУ
Н. С. Касимова, участникам VII Международной
научно-практической конференции
«ТУРИЗМ И РЕКРЕАЦИЯ:
фундаментальные и прикладные исследования» 11

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ
РЕКРЕАЦИИ И ТУРИЗМА

Исмаилов Ч. Н.
Развитие туризма в Прикаспийском регионе 14
Александрова А. Ю.
Процессы региональной интеграции
на мировом туристском рынке 16
Власова Т. И.
Экономика современного туризма:
состояние и проблемы 24
Зорин И. В.
Рекреационная сущность туризма 31
Кружалин В. И.
Научно-организационное сопровождение
государственных программ развития
туризма в Российской Федерации:
состояние и перспективы..... 38
Барзыкин Ю. А., Абрамова Т. В.
Метаморфозы в законодательстве о туризме. Что дальше?..... 45
Зырянов А. И.
О тенденциях в территориальной организации
туризма и научных интересах в этом направлении 51
Добрынин А. П.
Комплексная визуализация объектов культурного
и природного наследия — инновационный подход
к продвижению регионов на туристическом рынке 54
Кучеренко А. В.
Роль кластерной политики в развитии туристской отрасли
Российской Федерации и ее регионов 58
Шабалина Н. В.
Теоретико-методологические основы создания
туристско-рекреационной экспертизы..... 63

МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ И ОБРАЗОВАНИЕ В ОБЛАСТИ ТУРИЗМА

Jolanta Wojciechowska
Polish agrotourism in the light of science and practice 76
Баюра В. Н.
Развитие туризма в России – от конкурса мегаидей к практике «малых дел» 84
Борсук О. А., Бредихин А. В.
Геоморфологические памятники природы: типология, классификация, экспонирование 88
Бутузов А. Г.
Роль степи в русском этногенезе и перспективы развития отечественного этнокультурного туризма 92
Васильева И. С.
Молодежный экотуризм как фактор формирования молодой семьи 100
Глинская Н. Б.
Система подготовки профессиональных кадров в сфере туризма Австралии 103
Голубева Е. И., Король Т. О., Тульская Н. И.
Картографическое обеспечение ландшафтного планирования рекреационных территорий 106
Голубчиков С. Н.
Перспективы развития кафедры геоэкологии и международного экотуризма академии «МНЭПУ» 113
Голубчиков С. Н.
Эколого-образовательный кластер линейно-туристического типа 117
Голубчиков Ю. Н., Валькова В. В., Дементьева Н. И., Мельниченко В. М.
Краеведческие основы туристической географии 119
Голубчиков Ю. Н., Кружалин В. И.
Ландшафтотерапия: медико-географические иследования в свете рекреационной географии 123
Голубчиков Ю. Н., Кружалин В. И.
Туристическая география в постдисциплинарной интеграции 127
Гониянц С. А.
Компетентностная модель подготовки магистров как основа ФГОС ВПО по направлению 034600.68 — «Рекреация и спортивно-оздоровительный туризм» 132

Добросоцкий В. И., Кружалин В. И.,
Смирнов В. Г., Шабалина Н. В.
Создание всероссийского рейтинга субъектов
Российской Федерации по уровню развития индустрии туризма 139
Жилкова Ю. В., Макаренко З. В.
Совершенствование содержания
и технологии теоретико-практического обучения
студентов в рамках профессионального
туристского образования по ГОС ВПО 100200 «Туризм» 146
Киякбаева Е. Г.
Социально-экономические механизмы
устойчивого развития в туризме 151
Кружалин К. В.
О системе рейтингов в туризме 155
Ланцова И. В.
Некоторые аспекты оценки эффективности
туристско-рекреационной деятельности 160
Лобоцкая Е. М., Царёв А. С.
Учебная фирма в подготовке туристских кадров 165
Ломоносов М. Н., Крошнин С. В.
Предпосылки космического туризма.....167
Ломоносов М. Н., Крошнин С. В.
Состояние и тенденции космического туризма.....173
Ломоносов М. Н. , Крошнин С. В.
Проблемы космического туризма 181
Попова Л. Ю.
Подготовка профессионалов для сферы туризма:
особенности содержания образования 188
Поспелова Е. Б.
Туризм и будущее системы ООПТ России.....194
Рассохина Т. В.
Организация системы управления
образовательного кластера туристской дестинации 202
Рукин М. Д.
Научно-образовательные технологии
музея землеведения МГУ и кафедры
рекреационной географии и туризма
географического факультета МГУ имени М. В. Ломоносова.....207
Сапожникова Е. Н.
Туристские информационные ресурсы как составная
часть профессионального туристского образования 211
Сесёлкин А. И.
Опыт реализации международной
инновационной программы подготовки магистров
менеджмента туристских дестинаций 217

Смирнов С. И.
Научно-методическое обоснование технологии туристско-рекреационного освоения территорий на основе народных парков 221
Третьякова Т. Н.
Инновационная парадигма основной образовательной программы туристского профиля в Южно-Уральском государственном университете 227
Углов В. А.
Структура социального мира субъектов рекреационной территории (элементы теории, опыт моделирования) 232
Федоров В. М.
История развития и современное состояние спортивного туризма в России 237
Хлиманкова М. А.
Обзор классификаций стран по моделям сезонных колебаний в туризме 243
Чалова Е. Р., Вахнина О. В.
Аэрокосмическое обеспечение познавательного туризма 245
Элиарова Т. С., Сусликова Я. Ю.
Формирование открытого образовательного пространства в подготовке концептологов менеджмента гостеприимства на базе Российской международной академии туризма (РМАТ) 250

ТУРИСТСКИЙ РЫНОК: СОСТОЯНИЕ И ПРОГНОЗ РАЗВИТИЯ

Исмаилова Э. Д.
Туристские ресурсы Азербайджана и Турции 256
Шаповалова Е. А.
Особенности маркетинга туристских дестинаций 260
Yakova E. P.
Bansko all seasons resort 264
Арапова Л. А.
Экономическая оценка рекреационных ресурсов 267
Баюра В. Н.
Туристская фалеристика и туристская символика 268
Борсук О. А.
Речные круизы как способ познания страны 272
Бритвина В. В., Конюхова Г. П., Конюхов В. Г.
Прогнозирование, предупреждение банкротства и санация туристского агентства методами математической статистики 277
Василенко Е. А.
Состояние и перспективы развития национального гостиничного хозяйства в России на примере функционирования транснациональных гостиничных цепей 284

Волков К. А.
Перспективы использования smm-технологий
в туристическом бизнесе 287
Голубева О. Л.
Формирование туристского продукта в национальных парках 291
Евграфов И. Е., Панов Н. Н.
Транспортная система Лондона в преддверии
летних Олимпийских игр – 2012 294
Евреинов О. Б.
Совершенствование и комплексное развитие региональной
инфраструктуры туризма 297
Жданова А. М.
Основные этапы и факторы распространения сети
ресторанов быстрого питания «Макдоналдс» в мире 304
Ивлиева О. В., Гольдшмидт А. П., Урянский Д. В.
Обзор раздела «туризм» на административных сайтах
субъектов Северного Кавказа 309
Клейман А. А., Бабанчикова О. А.
Контракты жизненного цикла и реализация
комплексных программ совершенствования
и развития инфраструктуры туризма 312
Косова А. А.
Характеристика основных туристских центров Бельгии 318
Кучинов П. А.
Кластер как особая форма объединения
предприятий туриндустрии 322
Ларионова А. А.
Банкротство турфирм: возможные риски
и способы их снижения 327
Магин Б. Е., Мурадян Г. Л.
Информационные технологии в гражданской авиации 330
Мерзликин К. С., Гониянц С. А.
Факторы, влияющие на приобщенность взрослого
населения г. Москвы к рекреативно-оздоровительной
деятельности в парках культуры и отдыха 333
Мотовилова М. С.
Здоровье населения России и внутренний
лечебно-оздоровительный туризм 337
Наумов П. М., Колотова Е. В., Гониянц С. А.
Об актуализации проблемы рекреативно-оздоровительного
отдыха детского населения Московского региона 344
Новиков В. С.
Итальянский опыт саморегулирования туристской деятельности 348
Рубцова Н. В.
Практика межфирменных взаимоотношений в туризме 354

Салишева Э. Г.
Применение экспертных методов в оценке уровня развития туризма (на примере Республики Башкортостан) 360
Сербиева З. Ш.
Состояние рынка туристских услуг в Чеченской Республике 364
Староверкина Н. Н., Макаренко З. В.
Проблемы и перспективы развития туристской индустрии в Республике Калмыкия 368
Стрючкова А. Г.
Мобильная реклама как инновационный канал продвижения туристского продукта 373
Супруненко Ю. П.
Эллсуорт-Винсон: рекреационный бизнес-проект 378
Чернов В. А.
Особенности становления гостиничной отрасли в Санкт-Петербурге 385

ТУРИЗМ И РЕГИОНАЛЬНОЕ РАЗВИТИЕ

Зейналова К. З.
Развитие альтернативных видов туризма в Азербайджане 392
Сулейманов В. Э.
Роль продовольственного обеспечения в развитии туризма в Азербайджане 394
Аигина Е. В.
Современные тенденции и особенности развития туризма в Индии 397
Бережная Т. В., Бережной А. В.
Принцип поляризации и его реализация в туристских исследованиях 400
Брель О. А.
Современные тенденции развития регионального туризма в Кемеровской области и Республике Хакасия 404
Булаев М. А., Касаткин А. М.
О каркасе туристско-рекреационного пространства Ханты-Мансийского автономного округа – Югры 408
Гладкевич Г. И., Мозгунов Н. А.
Оценка риска туристской деятельности (на примере природного парка «Ергаки») 411
Дворецкая А. В., Манько Н. П.
Некоторые аспекты развития внутреннего туризма в Твери и Тверской области на основе создания интерактивного банка туров и экскурсий по Селигеру 417
Дорош С. В.
Актуальные проблемы развития туристско-рекреационного комплекса Забайкальского края и пути их решения 423

Жагина С. Н.
Культурно-исторический потенциал Московской области для развития туризма 428
Жаринов С. Н.
Регулирование рекреации в условиях мегаполиса (на примере природно-исторического парка «Битцевский лес») 431
Канаева Н. А.
Проект диверсификации в туриндустрии муниципального района 438
Киселева С. В., Нефедова Л. В., Тульская Н. И.
Разработка ГИС «Возобновляемые источники энергии России» и возможности ее применения для развития регионального туризма 444
Конышев Е. В.
Опыт разработки и перспективы реализации проектов развития туризма в муниципальных образованиях Кировской области 450
Ломоносов М. Н.
Мексиканский залив: «устойчивая» тенденция деградации окружающей среды 456
Магер Н. П.
Туризм по маршрутам исследователей Камчатки 464
Манько Н. П., Бритвина В. В.
Основные направления регулирования воздействия туристской деятельности на окружающую среду в ходе развития туризма в Твери и Тверской области 471
Мельниченко В. М.
Проблемы российского арктического туризма 476
Митыпова Г. С.
Процесс формирования объектов показа в туристско-рекреационной зоне Байкальского региона. 479
Нефедова Л. В.
Перспективы использования ВИЭ как один из факторов развития туристического бизнеса в Эфиопии 483
Николаева Т. П.
Современное состояние, проблемы и тенденции развития туризма в Нижегородской области 490
Санжиева Т. Е.
Горный ландшафт Бурятии как экскурсионный объект 498
Саттарова Е. Ф., Абдулазизова С. Л., Пономарев Ю. С.
Развитие туризма в Ростовской области: стратегический подход 502
Ткаченко О. С.
Проблемы развития рекреационного туризма в Ямало-Ненецком автономном округе 508
Тотонова Е. Е.
Север как территория развития туризма 516

Цекина М. В.
Современное состояние туристской деятельности
в заполярных субъектах РФ.....522
Широкова В. Ф., Снытко В. А., Озерова Н. А.,
Низовцев В. А., Чеснов В. М., Собисевич А. В.
Тихвинская водная система как объект экотуризма 527
Щедловская М. В.
Особенности ресурсов туристских кластеров
на территории Наро-Фоминского муниципального района 530
Белогорцев А. А.
Программа Исследований «Русь и Средние века.
Профессиональная подготовка экскурсионной деятельности» 537

РЕЗОЛЮЦИЯ VII Международной научно-практической конференции
«Туризм и рекреация: фундаментальные и прикладные исследования»
Москва – МГУ, 27–28 апреля 2012 г.....545

ПРИВЕТСТВЕННОЕ СЛОВО

академика РАН, вице-президента Русского географического общества, профессора, декана географического факультета МГУ Н. С. Касимова, участникам VII Международной научно-практической конференции «ТУРИЗМ И РЕКРЕАЦИЯ: фундаментальные и прикладные исследования»

Уважаемые участники Конференции!

Благодарю Вас за готовность выступить с докладами на нашей Международной конференции. Я рад, что этот форум, собирающий вместе специалистов из самых разных областей деятельности и из самых разных городов нашей страны, стал ежегодным.

Россия уже почти 20 лет живет в состоянии роста туристической активности наших сограждан. Туризм стал одним из ведущих направлений социально-экономической, культурной и политической деятельности многих государств. Профессиональное туристское образование по значимости и популярности вышло на первое место на всемирном рынке труда и это вполне объяснимо.

Для России туризм замечателен, прежде всего, своими возможностями. Он способствует всестороннему развитию человека и повышает если не уровень, то уж точно качество жизни. Особое внимание хотелось бы обратить на экологический туризм, который назван одним из приоритетных направлений деятельности Русского Географического общества (РГО). Цель его развития заключается в реализации огромного потенциала России с ее обширными экологически чистыми территориями на мировом рынке услуг туризма.

Очень важным выглядят геоинформационное и картографическое обеспечение туризма, ситуационная осведомленность о туристско-рекреационных возможностях территорий, разработка новых информационных технологий обработки и анализа статистических данных по туризму, совершенствование правового сопровождения досуга и требования к его безопасности. Наука о туризме интегрирует в себе отрасли многих знаний и сама служит основой туристических методов познания мира. Благодаря туризму мы интегрируемся в глобальное туристическое пространство всех регионов вне зависимости от их приближенности к Центру. Идея такой комплексной конференции делает возможным обсуждение весьма актуальных проблем технологического, экономического и общественного развития в едином контексте – с точки зрения повышения качества и доступности туристских услуг, профессионального туристского образования, обеспечения безопасности туризма и туристской навигации.

Считаю, что обсуждение вопросов, которые поднимаются в рамках конференции «ТУРИЗМ И РЕКРЕАЦИЯ – 2012», предоставит возможность проанализировать накопленный опыт в сфере туриндустрии, ознакомиться с современными тенденциями и перспективами развития отрасли, наладить важные взаимовыгодные партнерские отношения, а также качественно подготовиться к Универсиаде 2013 г. в Казани и Олимпийским играм 2014 г. в Сочи.

Надеюсь, что решения этих и многих других проблем, о которых мне тут не удалось упомянуть, будут намечены участниками этой конференции и воплотятся в конкретных практических рекомендациях для нашей страны. Для меня это очень важно, поскольку я тоже люблю путешествовать и состою членом Национальной академии туризма.

Желаю участникам конференции удачной работы и содержательных дискуссий!

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ РЕКРЕАЦИИ И ТУРИЗМА

РАЗВИТИЕ ТУРИЗМА В ПРИКАСПИЙСКОМ РЕГИОНЕ

DEVELOPMENT OF TURISM IN CASPIAN REGION

Ч. Н. Исмаилов, *руководитель научно-исследовательского и информационного центра «Каспий» Бакинского государственного университета, доктор географических наук, профессор, г. Баку, Азербайджан; ischingiz@yahoo.com*

Ch. N. Ismayilov, *Head of «Caspian» Research & Information Center of Baku State University, Doctor of Geographical Sciences, Professor, Baku, Azerbaijan; ischingiz@yahoo.com*

Ключевые слова: *приморские зоны, Прикаспийский регион, развитие туризма, центры отдыха*

Keywords: *coastal zones, Caspian region, development of tourism, recreation centers*

В последние годы повышенный интерес к Прикаспийскому региону был вызван, в первую очередь, открытием и проведением крупномасштабных разработок огромных запасов нефти и газа. В соответствии с этим существенно возросла геополитическая значимость региона и, как результат, это пространство стал очень привлекательным местом для притока иностранных инвестиций. Однако не следует упускать из виду уникальность и разнообразие природных условий прибрежных зон, которые все еще сохраняют свою ценность для развития туристской индустрии.

Приморские районы Прикаспия еще в начале прошлого века использовались как центры отдыха, однако более масштабное развитие таких центров наблюдалось во второй его половине, а именно в 60–70-х годах. Наибольшее развитие этих центров отдыха и туризма происходило на иранском, азербайджанском, а также небольших участков астраханского и дагестанского побережий. Среди них особо выделялись – побережье Абшеронского полуострова и Гилянско-Мазандаранский участок иранского побережья Каспийского моря.

Во второй половине 70-х годов на вышеуказанных участках произошли кардинальные изменения в развитии туристических зон. Для азербайджанского побережья начали разрабатывать технико-экономическое обоснование по созданию и развитию всесоюзной туристской зоны, что в целом способствовало дальнейшему развитию зоны отдыха на западном побережье Каспийского моря. Одновременно в этот период был свергнут шахский режим в Иране и к власти пришли религиозные силы, что, конечно же, сказалось на значительном сокращении числа иностранных туристов как в целом по стране, так и в центрах отдыха на побережье Каспийского моря.

На российском участке побережья наиболее привлекательной зоной для туристов оставалась дельта реки Волга, с ее уникальной водно-болотной фауной и флорой. Своеобразные природные условия этого участка предопределили развитие здесь лишь некоторых форм туризма, к коим в первую очередь можно отнести рыбную ловлю и охоту на перелетных птиц. Эти направления туризма наибольшее развитие получили лишь в последние 10 лет, что обусловлено стабилизацией политической обстановки на Северном Кавказе и открывшейся возможностью создания и функционирования множества туристических фирм. Как результат всего этого, ежегодно увеличивается число туристов в этой зоне, что стимулирует развитие различных сервисных служб туриндустрии. Вместе с тем, не следует упускать из виду, что такой рост потока туристов оказывает свое негативное воздействие на природную среду. Можно сказать о новом виде загрязнения окружающей среды, когда в охотничьих угодьях образуются многотонные свинцовые отходы. Так по данным неофициаль-

ной статистики, в период охоты на перелетных птиц в дельте Волги образуются около 500 тонн свинцовой дроби.

На дагестанском участке побережья основные туристические базы и дома отдыха расположены в полосе между городами Махачкала и Дербентом. Однако боевые действия в Чечне и Дагестане нанесли непоправимый урон потенциальным возможностям развития туризма в этом районе. Так, например, большинство таких центров были перепрофилированы и используются не по назначению. В большинстве своем они стали местом дислокации военных, силовых структур, переселенных граждан и поэтому практически потеряли свою рекреационную значимость. В связи с этим, нынешнее состояние туризма на дагестанском побережье можно оценить как кризисное, что требует разработки соответствующих целевых программ по возрождению отрасли и полноценному использованию рекреационного потенциала региона.

Иранское побережье, несмотря на однообразие природных условий (практически вся эта зона представляет собой влажные субтропики), является одним из наиболее аттрактивных зон туризма в регионе. Из-за притока туристов (главным образом за счет внутреннего туризма), в весенне-летний период, население в прибрежных провинциях практически удваивается, что накладывает свой отпечаток на изменение состояния природной среды. Учитывая тот факт, что число отдыхающих в этой приморской зоне ежегодно доходит до 10–12 млн чел., нетрудно представить экологические последствия развития такого туризма. При этом следует иметь в виду, что южная прибрежная зона Каспийского моря для Ирана является основной зоной отдыха и туризма. Однако в силу сложившейся ситуации вокруг Ирана и его международной изоляции этот участок побережья пока еще остается не привлекательным для иностранных туристов. В результате этого иранская сторона на рынке международной туристической индустрии ежегодно теряет значительную сумму валютных поступлений в бюджет страны.

Восточное побережье Каспийского моря для развития туризма считается наименее благоприятной. Доминирование пустынных ландшафтов практически по всему побережью, при экстремальности температурного режима, существенно осложняет условия для создания здесь туристических центров. Несмотря на это, как на казахстанском, так и на туркменском участках приморских зон эксплуатируются несколько туристических центров. Достаточно отметить, что на туркменском побережье уже несколько лет как создается свободная туристическая зона «Аваза». Однако пока еще рано говорить о достижении каких-то значимых результатов в развитии в этой сферы, несмотря на стремление туркменской стороны привлечь иностранный капитал в этот сегмент экономики.

На азербайджанском побережье традиционными зонами туризма и отдыха выделялись три участка приморских районов – Абшеронский, Набран-Яламинский и Ленкорань-Астаринский. Среди них особо выделяется Абшеронский участок, где наибольшей популярностью у туристов и отдыхающих пользуется отдых в санаториях поселков Бильгях, Загульба, Мардакяны и Шувелян. Наряду с этим созданы и предполагается строительство новых центров отдыха для иностранных туристов. Среди них выделяются и достаточно капиталоемкие проекты, а инвестиционные возможности страны позволяют осуществлять такие дерзкие предложения. Так, по сообщению Министерства культуры и туризма Азербайджана, на острове Бёюк Зиря планируется строительство современного центра отдыха. Проект, под названием «Остров мечты», оценивается приблизительно в 2 млрд долл. США. Комплекс будет включать в себя 1 000 вилл, 3 000 зданий, международный университет, больницу, гольф-площадку общей площадью 100 га и другие административные и общественные здания и комплексы.

На севере Азербайджана развивается курортная зона в Набрани. По концентрации центров отдыха непосредственно в прибрежной зоне этот участок лишь немного уступает Абшерону. Здесь также реализуется крупнейший туристический проект в регионе – строительство горно-лыжного центра отдыха и развлечений Шахдагский комплекс, на реализацию которого государством выделено 2 млрд долл. США. Значительная часть работ строительства комплекса близится к завершению и параллельно этому осуществляется создание и проводится реконструкция транспортной инфраструктуры. В частности, завершена реконструкция автомагистрали Баку–Губа–Гусар и ведется строительство нового международного аэропорта в Гусарах.

На Ленкоран-Астаринском участке новые центры отдыха создаются в Массалинском, Ярдымлинском и Лерикском районах. Как уникальная природная зона на западном побережье (единственный участок влажных субтропиков) этот район отличается также богатством разнообразных природных ресурсов рекреационного назначения. Одной из основных проблем, сдерживающих развитие туризма в этом регионе, является неудовлетворительное состояние автотрассы Алят–Астара, по которой ежедневно проходят сотни большегрузных транспортных средств, осуществляющие, главным образом, транзитные перевозки по маршруту Север–Юг (Россия–Иран).

Одним из путей развития межгосударственного сотрудничества в области туриндустрии в Прикаспийском регионе может быть организация круизных поездок в акватории Каспийского моря. Однако предложения и попытки по организации подобных круизов на межгосударственном уровне пока еще не нашли своего решения.

Развитие туризма в прибрежных зонах прикаспийских государств, конечно же, усиливает антропогенный пресс на природную среду. Поэтому и по данному вопросу есть необходимость в сотрудничестве прикаспийских государств. Лишь только в этом случае можно сохранить экологическую безопасность прибрежных зон и привлекательность для туристов.

ПРОЦЕССЫ РЕГИОНАЛЬНОЙ ИНТЕГРАЦИИ НА МИРОВОМ ТУРИСТСКОМ РЫНКЕ

PROCESSES OF REGIONAL INTEGRATION IN THE WORLD TOURISM MARKET

А. Ю. Александрова, *профессор Московского государственного университета имени М. В. Ломоносова, доктор географических наук, профессор; analexan@yandex.ru*

О. Г. Ступина, *старший аналитик консалтинговой компании «Влант», кандидат географических наук, г. Москва; olga_stupina@bk.ru*

A. Yu. Aleksandrova, *professor, Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russia; analexan@yandex.ru*

O. G. Stupina, *Senior analyst at consulting Company «Vlant», Ph. D. in Geography, Moscow, Russia; olga_stupina@bk.ru*

Аннотация. *В статье закладываются теоретико-методические подходы к формированию нового направления исследований в рамках туристского регионоведения – влияние процессов региональной интеграции на развитие международного туризма в мире. Оно позволяет существенно расширить предметную область географических исследований туризма. Рассматриваются ключевые предпосылки для кооперации на региональном уровне в области международного туризма. Подробно анализируется деятельность региональных блоков стран как крупных самостоя-*

тельных участников мирового туристского рынка. Проводится типология 14 интеграционных группировок в мире по характеру их деятельности в области международного туризма.

Формирование региональных интеграционных группировок – характерная черта современного этапа глобализации мирового хозяйства. В настоящее время большинство стран мира участвует в тех или иных региональных экономических группировках, которые создаются для защиты интересов их членов. Страны, не входящие в интеграционные объединения, как правило, занимают менее выгодные позиции в глобальной конкуренции.

Отмечается процесс укрупнения региональных экономических группировок, о чем, например, свидетельствуют тенденции к расширению Европейского союза (ЕС) и Азиатско-Тихоокеанского экономического сотрудничества (АТЭС). Приоритетной целью большинства региональных соглашений является поощрение товарообмена между их участниками, в то же время они проявляют возрастающий интерес к углублению взаимодействия в других областях экономики, в частности, в сфере туризма.

Быстрые темпы роста международного туризма и постоянно увеличивающееся соперничество на мировом рынке путешествий заставляют государства разрабатывать специальные программы по поддержке внутреннего туризма и повышению конкурентоспособности данного межотраслевого комплекса в глобальном масштабе. Значительная роль в этом принадлежит международному сотрудничеству в области туризма, в том числе в рамках региональных интеграционных объединений.

Изучение деятельности ведущих интеграционных группировок мира в сфере туризма представляет исключительный интерес для России, перед которой стоит задача формирования современного конкурентоспособного туристского рынка.

Сотрудничество государств в рамках региональных интеграционных группировок в области международного туризма является закономерным результатом и характерной чертой современного этапа развития процессов региональной экономической интеграции в мировом хозяйстве. Современный этап в формировании региональных группировок стран, наметившийся с начала 1990-х годов, характеризуется следующими основными тенденциями.

1. Существенный рост числа региональных объединений государств на основе различного рода соглашений. О масштабах и динамике этого явления можно судить по данным Всемирной торговой организации (ВТО), согласно которым на начало 2010 г. ГАТТ/ВТО было уведомлено об учреждении 380 региональных торговых соглашений (РТС), из которых 202 были действующими. При этом по состоянию на 1 января 1990 г. в силе было лишь 22 соглашения, 1995 г. – 43, 2000 г. – 78, 2005 г. – 131 [4].

2. Активизация взаимодействия в рамках соглашений «Север–Юг» (между богатыми и развивающимися странами, например, Североамериканское соглашение о свободной торговле (НАФТА)) и «Юг–Юг» (между развивающимися странами, например, Южный общий рынок (МЕРКОСУР)) и, как следствие, увеличение диверсификации уровней экономического развития стран-участниц [2, с. 1–2].

3. Распространение межрегиональных группировок, не связанных между собой географически, при сохранении превалирующей тенденции к консолидации в рамках «континентальных» союзов [1, с. 109].

4. Углубление и институционализация региональной интеграции. Многие соглашения, заключенные за последние 15–20 лет, выходят за рамки регулирования торговли товарами. Все больше внимания уделяется сфере услуг. По данным ВТО, на начало 2010 г. число соглашений, содержащих положения по регулированию торговли услугами, составило 87, или 43% от общего количества действующих РТС. Некоторые

включают в себя также положения, касающиеся инвестиционной деятельности, конкуренции, миграции рабочей силы, охраны прав интеллектуальной собственности и окружающей среды, что находит отражение и в их институциональном оформлении [3, с. 17].

Сотрудничество стран в области международного туризма в рамках региональных интеграционных объединений активизировалось с середины 1990-х годов, что позволяет выделить его в качестве еще одной отличительной черты современного этапа региональной интеграции мирового хозяйства.

Региональные блоки стран в результате усиления интеграционных процессов постепенно становятся крупными самостоятельными участниками мирового туристского рынка. Деятельность региональных интеграционных группировок оказывает как прямое, так и косвенное воздействие на функционирование мирового туристского рынка. Анализ существующих в настоящее время объединений государств показал, что их непосредственная активность в области международного туризма заключается в следующем.

1. Осуществление совместных *мероприятий по маркетингу и продвижению региональных туристских продуктов на мировом туристском рынке*. Это проявляется в совместном представлении участников группировки на различных международных специализированных выставках-ярмарках, таких как Всемирная туристическая выставка в Лондоне; в организации порталов в сети Интернет, посвященных туризму в странах-членах группировки, нацеленных не только на потенциальных индивидуальных туристов, но и на профессионалов туристской индустрии; в создании специализированных организаций, которые занимаются маркетингом и продвижением группы государств на мировом рынке путешествий, таких как Туристская ассоциация АСЕАН (Ассоциации государств Юго-Восточной Азии) или Карибская туристская организация.

2. Проведение *единой политики в области туризма*, составление единых комплексных программ развития отрасли. Так, в ЕС туризм включен в Лиссабонскую стратегию и в стратегию «Европа 2020». В АСЕАН стратегические планы развития туризма составляются каждые пять лет, начиная с конца 1990-х годов.

3. *Разработка единых стандартов* отдельных видов туристской деятельности, взаимное признание документов об образовании в области туризма.

4. *Упрощение таможенно-визовых формальностей* на пути перемещения туристов в рамках интеграционного объединения. Это проявляется, как в устранении визового режима для перемещений в пределах региона резидентов стран-участниц (такие условия уже созданы в Андском сообществе, странах МЕРКОСУР и др.), туристов из прочих государств, так и полной отмене паспортного и таможенного контроля на внутренних границах (это достигнуто в рамках Шенгенской зоны в ЕС).

5. *Улучшение туристской инфраструктуры* и системы пассажирских перевозок; снижение стоимости пассажирских перевозок внутри группировки (в основном для туристов, прибывающих извне региона).

6. *Сохранение природного и культурного разнообразия* стран-членов регионального интеграционного объединения, поскольку уникальное сочетание туристско-рекреационных ресурсов той или иной территории выступает одним из наиболее весомых факторов ее конкурентоспособности на мировом туристском рынке.

7. *Включение туризма в программы регионального развития различных территорий*, в т. ч. приграничных (например, в рамках еврорегионов или азиатских треугольников экономического роста).

Кроме того, региональная экономическая интеграция оказывает опосредованное влияние на развитие туризма через устранение ограничений в сфере трансграничной

торговли, имеющей стратегическое значение для межотраслевого туристского комплекса (такими товарами, как экскурсионные автобусы, оборудование для гостиниц и ресторанов и т. п.), в пределах группы стран; развитие транспортной и пограничной инфраструктуры на внутренних границах регионального объединения; обеспечение свободы передвижения капитала рабочей силы; введение единой валюты и т. д.

Все это находит отражение в формировании крупных макрорегиональных туристских рынков, выступающих самостоятельными игроками в глобальной конкуренции (табл. 1). Страны, входящие в их состав, с одной стороны, продолжают оставаться по отношению друг к другу конкурентами, с другой – постепенно переходят к согласованному развитию своих национальных туристских комплексов. В новых условиях турбизнес увеличивает предложение комбинированных турпродуктов, предполагающих посещение нескольких государств за одну поездку, краткосрочных, экскурсионных поездок в соседние страны и т. д. Кроме того, формирование группами стран крупных региональных рынков путешествий полностью отвечает выраженной современной потребительской тенденции к самостоятельной организации туристских поездок.

Таблица 1. Место некоторых региональных интеграционных группировок на мировом и макрорегиональных туристских рынках, 2009 г.
(Рассчитано по данным ЮНВТО, 2011 [5])

Регион / группировка	*Международные туристские прибытия*			*Поступления от международного туризма*		
	Число, млн ед.	*Доля в мире, %*	*Доля в регионе, %*	*Объем, млрд долл.*	*Доля в мире, %*	*Доля в регионе, %*
Зарубежная Европа	***389,7***	***43,4***	***100,0***	***386,4***	***45,2***	***100,0***
ЕС	360,2	40,1	92,4	351,7	41,1	91,0
Северная Америка	***92,1***	***10,3***	***100,0***	***122,1***	***14,3***	***100,0***
НАФТА	92,1	10,3	100,0	122,1	14,3	100,0
Восточная Азия	***97,9***	***10,9***	***100,0***	***89,8***	***10,5***	***100,0***
Юго-Западная Азия	***76,1***	***8,5***	***100,0***	***52,6***	***6,1***	***100,0***
ССАГПЗ	32,9	3,7	43,2	18,2	2,1	34,7
Юго-Восточная Азия	***62,6***	***7,0***	***100,0***	***50,9***	***5,9***	***100,0***
АСЕАН	62,5	7,0	99,9	50,9	5,9	100,0
Африка	***58,7***	***6,5***	***100,0***	***43,8***	***5,1***	***100,0***
КОМЕСА	19,2	2,1	32,8	17,6	2,1	40,3
ВАС	3,2	0,4	5,5	3,2	0,4	7,3
ЭКОВАС	6,7	0,7	11,4	2,3	0,3	5,2
САДК	19,9	2,2	33,9	14,1	1,7	32,3
Центральная и Южная Америка	***48,1***	***5,4***	***100,0***	***40,8***	***4,8***	***100,0***
АС	6,0	0,7	12,4	6,1	0,7	15,0
КАРИКОМ	5,9	0,7	12,3	5,2	0,6	12,7
МЕРКОСУР	11,6	1,3	24,2	11,8	1,4	28,8
Австралия и Океания	***10,9***	***1,2***	***100,0***	***26,9***	***3,1***	***100,0***
АНЦЕРТА	8,0	0,9	73,6	25,4	3,0	94,3
СНГ	***54,3***	***6,0***	***100,0***	***21,6***	***2,5***	***100,0***
СНГ	54,3	6,0	100,0	21,6	2,5	100,0
Южная Азия	***7,9***	***0,9***	***100,0***	***13,7***	***1,6***	***100,0***
СААРК	7,9	0,9	100,0	13,7	1,6	100,0

Примечание:

ЕС – Европейский союз

НАФТА – Североамериканское соглашение о свободной торговле

ССАГПЗ – Совет сотрудничества арабских государств Персидского залива

АСЕАН – Ассоциация государств Юго-Восточной Азии

КОМЕСА – Общий рынок Восточной и Южной Африки

ВАС – Восточноафриканское сообщество

ЭКОВАС – Экономическое сообщество государств Западной Африки
САДК – Южноафриканское сообщество развития
АС – Андское сообщество
КАРИКОМ – Карибское сообщество
МЕРКОСУР – Южный общий рынок
АНЦЕРТА – Австралийско-Новозеландское торговое соглашение об углублении экономических связей
СНГ – Содружество независимых государств
СААРК – Ассоциация регионального сотрудничества Южной Азии

Процессы региональной интеграции на мировом туристском рынке протекают неравномерно, деятельность отдельных региональных объединений стран в области международного туризма отличается разной степенью интенсивности. Проведенный сравнительный анализ 14 интеграционных группировок в основных макрорегионах мира позволил выделить три типа по характеру их деятельности в области международного туризма (табл. 2).

1. *Европейский Союз* характеризуется наибольшей степенью воздействия на развитие туризма. Она обусловлена не столько стремлением стран-членов ЕС к сотрудничеству непосредственно в области туризма (исторически здесь сформировался целый ряд высокоразвитых направлений в международном туризме, напрямую конкурирующих друг с другом за лояльность посетителей), сколько в целом высоким достигнутым уровнем интеграции, взаимосвязанности национальных экономик и межотраслевым характером туризма. Оставаясь долгое время за рамками официальных компетенций Союза (до вступления в силу Лиссабонского договора 1 декабря 2009 г.), туризм косвенно затрагивался через европейские программы в сфере транспорта, образования, защиты прав потребителей, региональной политики и т. д. С середины 2000-х годов после включения туризма в Лиссабонскую стратегию в ЕС начала проводиться единая политика, призванная координировать развитие туризма в пределах группировки, не вмешиваясь в национальные стратегии государств в данной сфере, а лишь дополняя их. В ЕС достаточно развиты инструменты финансовой помощи. Поддержка развития туризма осуществляется из средств различных фондов (Европейского фонда регионального развития (ЕФРР), Европейского социального фонда, Европейского сельскохозяйственного фонда, Европейского фонда рыболовства и Фонда сплочения), а также через специальные программы по конкурентоспособности и инновациям, научным исследованиям, технологическому развитию, образованию, трансграничному сотрудничеству и др.

Таблица 2. Типологическая схема-матрица деятельности региональных интеграционных группировок в области международного туризма

Критерии	*Шкала*	*ЕС*	*НАФТА*	*АНЦЕРТА*	*АСЕАН*	*СААРК*	*АС*	*КАРИКОМ*	*ВАС*	*САДК*	*ЭКОВАС*	*СНГ*	*МЕРКОСУР*	*ССАГПЗ*	*КОМЕСА*
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
Общая характеристика региональной интеграционной группировки															
Число членов	большое (≥ 16)	■													■
	среднее (6–15)				■			■		■	■	■		■	
	малое (≤ 5)		■				■		■				■		

Продолжение Таблицы 2.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
Площадь	большая (> 15,0 млн км²)														
	средняя (6,0–15,0 млн км²)														
	малая (< 6,0 млн км²)														
Дифференциация по уровню ВВП на душу населения (отношение максимального показателя к минимальному)	большая (> 20,0)														
	средняя (4,0–20,0)														
	низкая (< 4,0)														
Наличие единой валютной зоны в пределах региональной интеграционной группировки	в данной группировке														
	в другой группировке														
	отсутствует														
Развитие международного туризма в рамках региональной интеграционной группировки															
Доля в мировом объеме международных туристских прибытий	большая (> 10,0%)														
	средняя (5,0–10,0%)														
	малая (< 5,0%)														
Доля в мировом объеме поступлений от международного туризма	большая (> 10,0%)														
	средняя (5,0–10,0%)														
	малая (< 5,0%)														
Доля в региональном* объеме международных туристских прибытий	большая (> 70,0%)														
	средняя (20,0–70,0%)														
	малая (< 20,0%)														
Доля в региональном* объеме поступлений от международного туризма	большая (> 70,0%)														
	средняя (20,0–70,0%)														
	малая (< 20,0%)														
Средний индекс конкурентоспособности стран-членов группировки в сфере путешествий и туризма	высокий (> 4,5)														
	средний (3,5–4,5)														
	низкий (< 3,5)														
Конкуренция между странами-членами группировки на мировом туристском рынке	сильная														
	средняя														
	слабая														
Доля международных туристских прибытий внутри группировки в общем объеме таких прибытий в группировку из всех стран мира	большая (> 40,0%)														
	средняя (20,0–40,0%)														
	малая (< 20%)														
Деятельность региональной интеграционной группировки в области международного туризма															
Наличие в составе группировки специализированной организации, занимающейся маркетингом и ее продвижением на мировом туррынке	имеется														
	создается														
	отсутствует														

Продолжение Таблицы 2.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
Единый туристский Интернет-портал	автономный	■			■	■		■		■					
	интегрирован в сайт группировки						▒		▒						
	отсутствует		▒	▒							▒	▒	▒	▒	▒
Действие соглашений о безвизовых перемещениях с целью туризма внутри регионального объединения	для всех граждан	■			□		□		□	□	□			□	
	только для резидентов / не резидентов		▒	▒			▒	▒	▒		▒	▒	▒	▒	□
	для отд. категорий / отсутствуют		▒		▒	▒				▒					▒
Единые стандарты отдельных видов туристских услуг	имеются	■													
	создаются				▒			▒	▒	▒					
	отсутствуют		▒	▒		▒	▒				▒	▒	▒	▒	▒
Реализация трансграничных проектов в области туризма	высокая	■			■										
	средняя									▒					
	низкая		▒	▒		▒		▒	▒		▒	▒	▒	▒	▒

Цветом в таблице обозначено:

1. Значение критерия:

■ – наилучшее ▒ – среднее ▒ – наихудшее □ – планируется

2. Выделенные типы региональных интеграционных группировок по вовлеченности в деятельность в области международного туризма:

1	ЕС
2	Малосоставные группировки преимущественно развитых стран
3	Группировки развивающихся государств:
3-а	с высокой степенью вовлеченности в деятельность в области международного туризма
3-б	со средней степенью вовлеченности в деятельность в области международного туризма
3-в	с малой степенью вовлеченности в деятельность в области международного туризма
3-г	с минимальной степенью вовлеченности в деятельность в области международного туризма

Продвижение ЕС на мировом туристском рынке, состоящего из целого набора привлекательных направлений путешествий, при поддержке Европейской Комиссии осуществляется с 2006 г. под руководством Европейской туристской комиссии через единый Интернет-ресурс. Разработан целый ряд других инструментов (участие в специализированных выставках-ярмарках, проведение ежегодных конкурсов и др.), основной упор делается на продвижение устойчивого туризма и новых территорий. Исключительная связность территорий 27 стран-членов ЕС обеспечивается небольшими их размерами (по площади), хорошим развитием транспортной инфраструктуры и системы пассажирских перевозок, наличием единого пространства, свободного от паспортно-визовых и таможенных формальностей при перемещении между большинством его участников (Шенгенская зона), общей валюты (в 17 государствах ЕС) и рядом других факторов. Это создает реальную основу для предложения различных многонациональных, в т. ч. тематических, туристских продуктов в пределах Старого Света.

2. *Малосоставные группировки преимущественно развитых стран* – НАФТА и Австралийско-новозеландское торговое соглашение об углублении экономических связей (АНЦЕРТА). Эти соглашения, не содержащие отдельных положений, напрямую

касающихся туризма, оказывают косвенное влияние на его развитие через регулирование торговли товарами и услугами, инвестиций (только НАФТА) и временного въезда граждан стран-членов группировки. Глава 16 договора НАФТА содержит положение об упрощении въезда для высококвалифицированных работников, в АНЦЕРТА – сопутствующее Транстасманское соглашение о поездках всех категорий граждан стран-членов договора. Большие площади, занимаемые странами этих группировок, их расположение относительно друг друга, а также высокая конкурентоспособность национальных туристских комплексов не создают условий для сотрудничества в области туризма. Оно ограничивается либо редкими случаями совместного представления на крупных зарубежных туристских выставках (в случае Австралии и Новой Зеландии), либо проектами в рамках североамериканских трансграничных регионов (например, в регионе Каскадия), осуществляющихся в основном без поддержки со стороны НАФТА.

3. *Группировки развивающихся государств* характеризуются повышенной заинтересованностью в интеграции в области туризма, поскольку рассматривают ее в качестве действенного способа по развитию их туристских комплексов, повышению конкурентоспособности и улучшению позиций на мировом рынке путешествий, созданию новых рабочих мест, борьбе с бедностью, улучшению платежного баланса и т. д. Однако интеграция в области туризма здесь ограничивается слабым развитием и низкой результативностью самих региональных объединений.

3-а. *С высокой степенью вовлеченности в деятельность в области международного туризма* – АСЕАН. Страны этой региональной интеграционной группировки одними из первых стали предпринимать осознанные совместные шаги в области развития туризма (с конца 1970-х годов) и достигли в этом направлении высоких результатов. Из всех группировок развивающихся государств АСЕАН характеризуется максимальной долей в мировом объеме международных туристских прибытий (7% в 2009 г.) и поступлений от международного туризма (5,9%). Деятельность АСЕАН в области развития международного туризма разнообразна. По инициативе специально созданной Туристской ассоциации АСЕАН проводятся многочисленные маркетинговые мероприятия по продвижению Юго-Восточной Азии как единого направления в международном туризме, создан единый Интернет-портал, сделаны значительные шаги в разработке единых стандартов туристского обслуживания, признании документов об образовании. Туризм является составной частью многочисленных трансграничных проектов (треугольников экономического роста). Развитие транспорта, пограничной инфраструктуры, телекоммуникаций, реализация ряда туристских проектов осуществляется при поддержке международных финансовых институтов, в частности Азиатского банка развития.

3-б. *Со средней степенью вовлеченности в деятельность в области международного туризма* – СААРК, АС, КАРИКОМ, ВАС, САДК. В данный подтип входят объединения развивающихся государств с малым либо средним числом членов, компактно расположенных на относительно небольшой территории. В этих группировках, как правило, имеются специализированные организации, занимающиеся совместным маркетингом и продвижением региона как единого направления для путешествий, общий туристский Интернет-портал. В ряде из них имеются соглашения о безвизовых перемещениях резидентов стран-участниц внутри интеграционного объединения, ведутся переговоры о распространении данного положения и на граждан других государств.

3-в. *С малой степенью вовлеченности в деятельность в области международного туризма* – ЭКОВАС, СНГ, МЕРКОСУР, ССАГПЗ. Интерес к интеграции в облас-

ти туризма в рамках данных группировок практически отсутствует. Тем не менее в ряде из них имеются соглашения о безвизовых поездках в пределах объединения или единой валютной зоне на территории нескольких стран-участниц (например, в Экономическом сообществе государств Западной Африки (ЭКОВАС) 8 из 15 членов входят в Западноафриканский экономический и валютный союз – наследие колониальной эпохи). Эти соглашения оказывают определенное влияние на развитие международного туризма, в частности внутрирегионального Его значение для интеграционных объединений данного подтипа – не ниже 40%.

3-г. *С минимальной степенью вовлеченности в деятельность в области международного туризма* – Общий рынок Восточной и Южной Африки (КОМЕСА). В эту группировку входит 19 стран-участниц, суммарная площадь которых составляет 11,2 млн км^2, Низкий уровень развития стран и соответственно транспортной, пограничной, телекоммуникационной, туристской инфраструктуры, высокой политической нестабильности существенно препятствует согласованному развитию туризма в регионе.

Таким образом, проблема влияния региональных интеграционных процессов на развитие международного туризма в мире лежит в основе нового направления исследований в рамках туристского регионоведения. Оно открывает широкие перспективы и существенно раздвигает предметную область географии туризма.

Список литературы

1. Пространство и время в мировой политике и международных отношениях : материалы 4 Конвента РАМИ. В 10 т. [Текст] / под ред. А. Ю. Мельвиля; Рос. ассоциация междунар. исследований. М. : МГИМО-Университет, 2007.
2. Schiff, M. W. Regional integration and development [Text] / Maurice Schiff and L. Alan Winters. – Washington : TheWorldBank, 2003. – xvii. – 321 p.
3. Шкваря, Л. В. Международная экономическая интеграция в мировом хозяйстве. Дополнительные материалы : учеб.пособие [Электронный ресурс] / Л. В. Шкваря. – М. : Инфра-М, 2011. – 1 электрон.опт. диск (CD-ROM).
4. Regionaltradeagreements[ElectronicResource]//WorldTradeOrganization. –URL : http://www.wto.org/english/tratop_e/region_e/region_e.htm. (09.04.2011).
5. UNWTO Tourism Highlights 2011 Edition [Electronic Resource] // UNWTO. – URL : http://www.unwto.org/facts/eng/highlights.htm. (13.08.2011).

ЭКОНОМИКА СОВРЕМЕННОГО ТУРИЗМА: СОСТОЯНИЕ И ПРОБЛЕМЫ

Т. И. Власова, *президент Национальной академии туризма, ректор Балтийской академии туризма и предпринимательства, доктор педагогических наук, профессор, г. Санкт-Петербург; mail@batp.ru*

В 2011 г. туризм по настоящему укрепил свои позиции как важная отрасль экономики, способная стать для страны в целом и регионов локомотивом развития. Доля туризма в ВВП с учетом мультипликативного эффекта составила 6,7% [1]. Задача по стабилизации отрасли в 2011 г. выполнена.

Обладая богатыми культурно-историческими и природными ресурсами, Россия стоит перед проблемой создания современной индустрии туризма, способной привлечь иностранных и отечественных туристов. Россия – страна богатейшей истории и культуры, где испокон веков сосуществовали религиозные и культурные традиции

населяющих ее многочисленных народов. Являясь самой большой по площади страной мира, она обладает также уникальными природными ресурсами.

Так, по количеству природных объектов Фонда Всемирного наследия ЮНЕСКО Россия стоит на третьем месте в мире (9 объектов) после США (12) и Китая (11), а по количеству культурных объектов Фонда Всемирного наследия – 17 объектов – Россия стоит на четвертом месте в мире после Китая, Германии и Индии [2].

По данным Всемирной Организации по Туризму при ООН (UNWTO), в 2012 г. количество туристов в мире превысит 1 млрд чел., а Американская Ассоциация Путешествий считает, что каждые 35 зарубежных гостей обеспечивают создание в США одного рабочего места. Рост числа туристских поездок очень убедителен: за последние 10 лет количество поездок за рубеж в мире увеличилось вдвое [3].

По мнению Всемирного Совета по Туризму и Путешествиям (WTTC), туризм будет способствовать созданию дополнительных 69 млн рабочих мест к 2021 г., включая прямую, косвенную и индуцированную занятость, из них 80% мест – в Азии, Латинской Америке, Африке, на Ближнем Востоке. Все эти рабочие места появятся без помощи государства, как результат предпринимательской инициативы, в то время как затраты на создание одного рабочего места, организованного по инициативе государства, обходятся от 50 до 100 тыс. долл. [4].

По данным Всемирного Совета по Туризму и Путешествиям, ежегодный прирост денег, потраченных туристами в зарубежных поездках, составляет 6,6% . Ежегодный прирост вклада от туризма в мировой ВВП – 4,2% . В США к 2021 г. доходы от туризма составят сумму в 1,789 млрд долл. Известная отельная компания Marriott планирует заполнить 60 000 рабочих мест только в 2012 г., и две трети этих мест будут созданы за пределами США, где расположены более 50% отелей компании [5].

Таким образом, туризм как многоотраслевой комплекс показывает стабильный рост, несмотря даже на кризисные явления в мировой экономике.

Следует отметить, что кроме памятников культурного и природного наследия наша страна уникальна своей поликультурностью – сосуществованием и взаимообогащением на протяжении веков разных этнокультур 160 этносов на одной территории в отличие от абсолютного большинства европейских стран, обладающих монокультурой.

Однако по данным, опубликованным в аналитическом отчете Бауман Инновейшен, Россия занимает 59-е место из 139 стран по индексу конкурентоспособности в туристическом секторе; доля туризма в ВВП России составляет всего 6,7%, а в среднем в мире этот показатель – 9,4% [6].

Сегодня культурно-познавательный туризм является одним из основных видов туризма в России, но развит он в основном в рамках внутреннего туризма; что касается въездного туризма, то количество иностранных туристов, посещающих нашу страну, ничтожно мало по сравнению с тем, сколько их могло бы быть.

Так, в 2011 г. Россию посетили чуть более 2,3 млн иностранных туристов, тогда как по оценкам экспертов при должном уровне развития туристической инфраструктуры Россия могла бы принимать до 40 млн туристов в год. Известно, что каждый иностранный турист оставляет в стране пребывания 300–500 долл. в день. Нетрудно рассчитать, что только при пятидневном пребывании туристов страна недополучает до 100 млрд долл. в год.

Необходимо более серьезное внимание к проблемам туриндустрии со стороны государства. К сожалению, из 133 стран по показателю «приоритет сектора туризма для государства» Россия стоит на 127-м месте и, как следствие, на 83-м месте по показателю «государственные расходы на туризм».

Среди основных проблем, без решения которых не решить задачу развития туристского бизнеса, стоит моральный и физический износ туристической инфраструктуры

(авиа-, автомобильного, морского, речного транспорта, гостиничного фонда, объектов сферы питания), высокая стоимость транспортных и гостиничных услуг, не соответствующая их низкому качеству, сложный визовый режим и миграционный учет, несовершенство нормативно-правового обеспечения деятельности в сфере туризма.

К препятствиям на пути развития отечественного туризма следует отнести также недостаточность национального рекламного бюджета на продвижение туристского продукта на внутреннем и внешнем рынках. Рекламный бюджет на продвижение туристических возможностей России в 2010 г. был сокращен по сравнению с 2009 г. почти вдвое и составил (в пересчете) 2,5 млн евро. Для сравнения: средний бюджет на рекламу туризма в европейских странах составляет 31 млн евро [7].

Для устранения этих проблем необходима государственная поддержка в вопросах совершенствования системы налогообложения, таможенного и тарифного регулирования, упрощения миграционного и визового режима.

И только на государственном уровне может быть решена серьезная проблема транспортного обеспечения туристского бизнеса, проблема, актуальная для всей экономики и социальной сферы страны в целом. Необходимо также, чтобы была продолжена уже начатая работа по созданию сети гостиниц в наиболее востребованном среднем ценовом сегменте, работа по повышению качества обслуживания и защите прав и интересов туристов.

Президент России Дмитрий Медведев на профильном совещании 11 марта 2012 г. в Краснодаре поручил проработать вопрос развития туристического потенциала России. Сейчас в регионах приступают к написанию собственных концепций по развитию туризма. Из этого банка проектов будут отобраны лучшие для создания туристско-рекреационных зон. Возможно, это сделает пока еще не созданная структура под условным названием «министерство туризма». Ведомство должно иметь широкие полномочия по созданию турзон, управлению их земельным фондом и проведению единой маркетинговой и информационной политики.

Туристская отрасль, как за рубежом, так и в нашей стране является одним из основных объектов кластерной политики, прежде всего, в силу своей главной особенности – тесной взаимосвязи с другими отраслями экономики (промышленность и сельское хозяйство, строительство и торговля, общественное питание и т. д.), которые участвуют в удовлетворении многообразного и комплексного туристского спроса.

Новым направлением в развитии отечественного туризма является создание туристско-рекреационных и автотуристских кластеров. Туристско-рекреационные кластеры – это «комплекс взаимосвязанных объектов рекреационной и культурной направленности – коллективных средств размещения, предприятий питания и сопутствующих сервисов, снабженных необходимой обеспечивающей инфраструктурой»; «автотуристские кластеры объединяют предприятия и организации, предоставляющие туристские и сопутствующие услуги, взаимно дополняющие друг друга и обеспечивающие цивилизованные условия для автотуристов. Автотуристские кластеры включают в себя придорожные гостиницы (мотели), кемпинги, парковки для легкового и пассажирского автотранспорта, кафе и рестораны, автосервисы, магазины придорожной торговли, автозаправочные комплексы и др.» [8].

Процесс формирования туристских кластеров в России начался в 2006 г., в связи с принятием поправок к Федеральному закону «Об особых экономических зонах в Российской Федерации» и выделением особых экономических зон туристско-рекреационного типа (ОЭЗ ТРТ). По результатам конкурсного отбора, проведенного Министерством экономического развития и торговли Российской Федерации, к реализации были отобраны 7 проектов. В настоящее время у нас действуют 14 экономических зон туристского типа.

В основе функционирования экономических зон лежит механизм государственно-частного партнерства. За счет средств бюджетов всех уровней предполагается строительство объектов инфраструктуры для обеспечения необходимыми мощностями. Частные инвесторы-резиденты строят туристские объекты.

Однако на сегодняшний день практическое развитие получили только зоны в Республике Бурятия и Алтайском крае. На наш взгляд, основной причиной низкой эффективности реализации проектов являлась, прежде всего, сложноорганизованная, излишне забюрократизированная многоуровневая система управления, включающая Министерство экономического развития и торговли Российской Федерации, Федеральное агентство по управлению особыми экономическими зонами (позднее упраздненное), администрации субъектов Российской Федерации, администрации муниципальных образований.

Поскольку для каждой экономической зоны ввиду многочисленности субъектов управления достичь соблюдения интересов всех участников процесса было невозможным, это привело для остальных пяти зон к неурегулированности земельно-хозяйственных и других вопросов, малоэффективности льгот для компаний-резидентов и, в конечном итоге, к снижению инвестиционной привлекательности отобранных площадок.

В результате, наиболее перспективная туристская зона в Краснодарском крае была закрыта, по некоторым другим также рассматривается вопрос о прекращении деятельности.

Но, несмотря на скорее отрицательный результат, опыт формирования кластеров в рамках закона об особых экономических зонах положил начало использованию кластерного подхода в формировании современных туристских комплексов в нашей стране, заняв одно из ключевых мест в стратегиях социально-экономического развития ряда субъектов Российской Федерации и муниципальных образований.

Однако на сегодняшний день наиболее эффективным инструментом кластерной политики развития туристско-рекреационного комплекса Российской Федерации является применение программно-целевых методов и механизмов государственно-частного партнерства.

В 2011 г. Правительством Российской Федерации принята федеральная целевая программа (ФЦП) «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011–2018 годы)», реализация которой станет новым этапом развития отрасли [8].

Общий объем финансирования Программы составляет 332 млрд руб., в том числе: 96 млрд руб. – средства федерального бюджета, 25 млрд руб. – средства региональных бюджетов, 211 млрд руб. – внебюджетные средства (привлеченные инвестиции).

Целью Программы является повышение конкурентоспособности отечественного туристского рынка, удовлетворение потребности российских и иностранных граждан в качественных туристских услугах.

Важное значение в современных условиях имеет защита прав туристов. С этой целью предполагается обновить туристское законодательство. В середине апреля этого года в поправках в Закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» депутаты Госдумы саморегулируемую организацию (СРО) заменили на объединение туроператоров с компенсационным фондом. Таким образом, депутаты и ведомства отказались от идеи обязательного участия туроператоров в саморегулируемой организации и решили создать объединение туроператоров, при котором будет сформирован компенсационный фонд. Эта инициатива направлена на обеспечение безопасности потребителей туруслуг.

Кроме общих для экономики страны проблем у сферы туризма имеются свои специфические проблемы:

1. Рост неорганизованного туризма как следствие развития информационных технологий.
2. Недостаточное развитие отечественного медицинского туризма (1% от всех туров).
3. Отсутствие системы комплексной безопасности туризма: правовой, экономической, медицинской.
4. Отсутствие долгосрочной и согласованной политики в области кадрового обеспечения туристской деятельности.

По некоторым данным, 70% российских туристских кадров не имеет базового образования. В то же время ФЦП предусматривает создание дополнительно более 1 млн рабочих мест, в связи с чем встает проблема профессионального обучения этих работников.

Как известно, Концепция устойчивого развития туризма, разработанная и рекомендованная ВТО, включает в себя и совершенствование подготовки профессиональных кадров. Внешняя и внутренняя разобщенность гостиничных, ресторанных и туристских предприятий и учебных заведений – это отрицательный фактор сегодняшнего дня.

Министерством образования и науки РФ недавно были утверждены контрольные цифры приёма граждан, обучающихся за счет средств федерального бюджета, в 2012 г. По вузам, подведомственным Минобрнауки и осуществляющим подготовку кадров для сферы туризма, эти цифры выглядят следующим образом.

По программам бакалавриата:

1) Направление подготовки «Туризм»:

Всего – 1 506, в т. ч. по очной форме – 1 086, по заочной – 420.

2) Направление подготовки «Гостиничное дело»:

Всего – 475, в т. ч. по очной форме – 342, по заочной – 133.

По программам магистратуры:

1) Направление подготовки «Туризм»:

Всего – 330, все по очной форме.

2) Направление подготовки «Гостиничное дело»:

Всего – 12, все по очной форме.

Всего по указанным направлениям подготовки, включая бакалавриат и магистратуру, объем контрольных цифр приема граждан на 2012 г. составляет 2 323 чел. [9].

Всем нам известно, что подготовка по туристским направлениям (специальностям) осуществляется также и в вузах, подведомственных другим министерствам и ведомствам (министерствам культуры; иностранных дел; сельского хозяйства; спорта, туризма и молодежной политики; транспорта и другим).

Этим министерствам также утверждены контрольные цифры приёма по укрупненной группе направлений (специальностей) «Сфера обслуживания», куда входят «Туризм» и «Гостиничное дело». В целом эта цифра составляет 1 459 чел. Сколько конкретно мест выделено для «Туризма» и «Гостиничного дела» нам неизвестно (это решают соответствующие министерства). В то же время, ориентируясь на цифры, утвержденные для вузов Минобрнауки (где «Туризм» и «Гостиничное дело» составляют 49% от общей суммы мест, выделенных для «сферы обслуживания»), можно с большой степенью достоверности предположить, что количество бюджетных мест по этим двум туристским направлениям составит примерно 715.

Т. е., общее число мест, финансируемых из бюджета на 2012 г. по направлениям «Туризм» и «Гостиничное дело», составляет где-то 2 040.

Сколько вузов в России могут претендовать на получение бюджетных мест? На сегодняшний день на сайте Ростуризма размещена информация о 519 вузах и 373 филиалах вузов, осуществляющих подготовку кадров для сферы туризма.

Если изъять оттуда вузы, реализующие исключительно программы, связанные с технологией и организацией общественного питания, сервиса, а также туристские программы начального профессионального образования и среднего профессионального образования, то можно подсчитать количество образовательных учреждений, осуществляющих подготовку специалистов с высшим профессиональным образованием по чисто туристским специальностям и направлениям.

Таким образом, получается, что сегодня по специальностям и направлениям «Туризм», «Социально-культурный сервис и туризм», а также «Гостиничное дело» подготовку кадров для сферы туризма ведут 357 вузов и 225 филиалов этих вузов. Причем только 140 вузов из их числа (39%) осуществляет подготовку по направлению «Гостиничное дело».

К сожалению, никто этим процессом не руководит: любой вуз может открыть (лицензировать) любые направления подготовки независимо от своего профиля. Сегодня для этого по большому счету нужна только одна справка по материально-техническому обеспечению образовательного процесса. В последние годы много говорится о том, что специалистов для туризма готовят технические вузы, сельскохозяйственные, транспортные, педагогические и т. п. Сегодня к ним присоединились нефтегазовые, вузы МВД и даже Минобороны. И это в то время, когда и Президент, и Председатель Правительства РФ уже неоднократно заявляли о необходимости ликвидации у государственных вузов непрофильных, несвойственных им специальностей (направлений подготовки).

Но дело даже не в этом. Анализ контрольных цифр приёма на 2012 г. по туристским направлениям подготовки выявляет явную непропорциональность и необоснованность более чем трехкратного превышения бюджетных мест бакалавриата по «Туризму» по сравнению с «Гостиничным делом». В магистратуре этот разрыв просто колоссальный (более чем в 27 раз: 330 мест для «Туризма» и 12 мест для «Гостиничного дела»).

Не ясно, какими соображениями руководствовалось Минобрнауки, устанавливая такие цифры и согласовывались ли они с Ростуризмом и с Минспорттуризмом.

Сегодня всем, кто работает в туризме и гостеприимстве, известно, что дефицит кадров хронически испытывает гостиничная отрасль, в то время как у туристских компаний (куда предназначены выпускники направления «Туризм») этот вопрос уже давно так остро не стоит. Количество турфирм стало сокращаться после введения финансовых гарантий для туроператоров, а также в связи с увеличивающимся из года в год числом туристов, покупающих путевки самостоятельно через Интернет.

В то же самое время довольно стремительными темпами идет строительство новых курортов, гостиниц и отелей в различных городах России. И этому в значительной мере способствуют принятые в последние годы программы развития въездного и внутреннего туризма, как на федеральном, так и на региональном уровнях.

Опыт Балтийской академии туризма и предпринимательства, которая имеет давние и очень тесные связи с предприятиями туризма и гостеприимства Санкт-Петербурга, также подтверждает эту тенденцию. Все заявки и вакансии от работодателей мы размещаем на сайте академии.

Сегодня на нем можно увидеть информацию о 137 вакансиях, поступивших в течение последнего года: 28 из них (20%) – это турфирмы; 76 (55%) – гостиницы и оставшиеся 33 (25%) – предприятия других сфер деятельности. Плюс к этому здесь не учтены заявки многих известных в городе отелей, которые регулярно проводят «Ярмарки вакансий» (например, «Коринтия СПб», «Кроун Плаза», «Кемпински Мойка 22» и др., с заявками на 10–12 мест каждая).

Причем эти заявки на 80–90% касаются студентов старших курсов вузов и лиц с высшим профессиональным образованием (в крайнем случае, со средним профессиональным образованием).

Анализ этих данных невольно приводит к вопросу, почему проигнорировали очно-заочную (вечернюю) форму обучения, предоставив места только для очников и заочников. По опыту Балтийской академии туризма и предпринимательства очно-заочная форма обучения очень востребована на факультете туризма. И комплектуется она, в основном, студентами, закончившими профильные учреждения СПО, нашедшими работу по специальности и желающими повысить свой образовательный уровень в вопросах туризма и гостеприимства.

При анализе контрольных цифр приема невольно возникает мысль, что взяты они с потолка. Или при их формировании авторы ориентировались на количество вузов и студентов, обучающихся в настоящее время по туристским направлениям подготовки (специальностям). А как показано ранее, вузов, реализующих «Туризм» значительно больше, чем «Гостиничное дело». А значит, больше и студентов. Но ведь складывается эта ситуация совершенно случайным образом и никак не зависит от потребностей индустрии туризма и гостеприимства. А должно быть все наоборот!

В заключение можно сказать, что туристский бизнес – это одновременно эффективное экономическое и гуманитарное направление человеческой деятельности, основанное на общечеловеческих подходах, где требуется профессионализм, коммуникабельность и креативность кадрового потенциала.

В целом, перспективы развития туризма в России внушают оптимизм, но для успешной реализации намеченных планов необходима целеустремленная, согласованная работа всех заинтересованных структур – государства, бизнеса, высшей школы.

Список литературы

1. Совещание по вопросам развития туристического кластера на Северном Кавказе 11 марта 2012 года [Электронный ресурс] // Официальный сайт Президента России. – URL : http://kremlin.ru/news/14745#sel=6:117,6:137. Проверено 15.03.2012.
2. Официальный сайт ЮНЕСКО [Электронный ресурс]. – URL : http://www.unesco.org. Проверено 15.03.2012.
3. В 2012 году количество туристов в мире достигнет 1 миллиарда человек [Электронный ресурс] // Информационная группа «Турпром». – URL : http://www.tourprom.ru/news/15778/. Проверено 15.03.2012.
4. Мы вступаем в золотой век туризма [Электронный ресурс] // Ежедневная электронная газета Российского союза туриндустрии. – URL : http://www.ratanews.ru/news/news_27012012_full.stm. Проверено 15.03.2012.
5. Доклад Марриотт на Всемирном Экономическом Форуме (Швейцария, Давос, 26.01.2012.) : пресс-релиз [Электронный ресурс] // Интернет-портал Инфогруппы «ТУРПРОМ.ru». – URL : http://www.tourprom.ru/profi/content/pressrelease/2604/. Проверено 17.03.2012.
6. Россия продемонстрировала никому не нужную стабильность [Электронный ресурс] // Ежедневная электронная газета Российского союза туриндустрии. – URL : http://www.ratanews.ru/news/news_10032011_1.stm. Проверено 17.03.2012.
7. Реклама внутреннего туризма в РФ будет скромнее [Электронный ресурс] // Туристический портал. – URL : http://www.utravel.ru/events/_aview_b3705060cat17. Проверено 17.03.2012.

8. Федеральная целевая программа «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011–2018 годы)» [Электронный ресурс]. // Официальный сайт Министерства спорта РФ. – URL : http://tourism.minstm.gov.ru/.cmsc/upload/documents/order2011/post644_020811_FCP.pdf.. Проверено 01.03.2012.
9. Приказ Министерства образования и науки РФ от 2 марта 2012 г. N 164 «Об утверждении федеральным органам исполнительной власти, другим распорядителям средств федерального бюджета, имеющим в ведении федеральные государственные образовательные учреждения профессионального образования, контрольных цифр приема граждан, обучающихся за счет средств федерального бюджета, в 2012 году» [Электронный ресурс] // Информационно-правовой портал «Гарант». – URL : http://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/70046400/. Проверено 20.03.2012.

РЕКРЕАЦИОННАЯ СУЩНОСТЬ ТУРИЗМА

И. В. Зорин, *ректор Российской международной академии туризма, доктор педагогических наук, профессор, г. Химки, Московская область; rector@rmat.ru*

Аннотация. *Рассматриваются исходные постулаты, основные понятия и принципы рекреалогии – междисциплинарной науки о рекреационных системах. Анализируются политическая сущность рекреации и подходы, которые необходимо учитывать при конструировании содержания туризма в целях максимизации уровня воспроизводства живых сил человека в условиях экологически чистой среды.*

Ключевые слова*: рекреационная деятельность, рекреалогия, туризм*

Рекреационные концепции развиваются в рамках рекреалогии – междисциплинарной науки о рекреационных системах, основанной на научных принципах экологии человека. Эти принципы впервые сформулированы научным коллективом отечественной школы рекреалогии и рекреационной географии под руководством Владимира Сергеевича Преображенского. С 1976 г. основные исследования в области рекреалогии сосредоточиваются во Всесоюзной научно-исследовательской лаборатории по туризму и экскурсиям (ВНИЛТЭ). В 1992 г. многолетние научные исследования в области рекреации были обобщены в теоретической монографии «Теория рекреалогии и рекреационной географии».

Среди исследователей общепризнано определение рекреалогии как науки о процессах и методах восстановления живых сил человека.

Исходные постулаты рекреалогии:

1. Среди множества потребностей человека и общества выделяется группа (подмножество) разнородных потребностей, реализация которых связана со специфическими потребностями человека в восстановлении и развитии живых сил и определенными условиями их удовлетворения – со свободным временем и особыми свойствами пространства.

2. Наличие этих потребностей побуждает человека к рекреационной деятельности, отличной от повседневной трудовой (и бытовой), а общество (и его институты) – к созданию для нее специальных условий.

3. Вовлекая в сферу рекреационной деятельности природные объекты (природные явления, тела и комплексы) и культурные комплексы, создавая и используя техни-

ческие системы, а также других людей, человек находит и формирует, а общество создает, поддерживает и развивает особые системы для удовлетворения потребностей – рекреационные.

4. Для описания рекреационной системы необходимо охарактеризовать: потребности, направления деятельности, вызвавшие к жизни формирование системы и определяющие ее функционирование и развитие, ее элементы, внутренние (между элементами) и внешние (с суперсистемой и одноранговыми системами) системообразующие связи, эффективность. Основной системообразующей связью выступает деятельность отдыхающих и организаторов отдыха.

5. Назначения систем (и их свойства) определяются функциями рекреационной деятельности.

6. По своему характеру рекреационные системы относятся к группе социо(демо)-экологических, пространственных, динамических систем.

Таким образом, основным объектом исследования общей рекреалогии выступает рекреационная система.

Рекреация как процесс расширенного воспроизводства физических, психических и интеллектуальных сил человека составляет одну из важнейших основ туризма, а наука о рекреации – рекреалогия – составная часть туристики. Исследование рекреации и рекреационной деятельности – одно из наиболее молодых направлений современной науки. В 1963–1975 гг. коллективом специалистов Института географии АН СССР (В. С. Преображенский, Ю. А. Веденин, И. В. Зорин, Б. Н. Лиханов, Л. И. Мухина, Л. С. Филиппович и др.) была подготовлена монография «Теоретические основы рекреационной географии». Содержащиеся в ней идеи послужили основой для дальнейших исследований того же коллектива («География рекреационных систем СССР», 1980; «Территориальная организация отдыха населения Москвы и Московской области», 1986; «Рекреационные ресурсы СССР», 1990) и получили отклик в отечественных и зарубежных исследованиях. Они нашли отражение также в учебных курсах вузов. В 1992 г. в Российской международной академии туризма вышла новая монография «Теория рекреалогии и рекреационной географии» (В. С. Преображенский, Ю. А. Веденин, И. В. Зорин, В. А. Квартальнов, В. М. Кривошеев, Л. С. Филиппович). В ней были обобщены результаты многолетних исследований и сформулированы начала рекреалогии как междисциплинарной науки: изложена совокупность складывающихся представлений и концепций: о рекреационной системе; рекреационных потребностях как генерирующем факторе; рекреационной деятельности как системообразующем факторе; о моделях рекреационной системы.

Основные понятия рекреалогии:

Рекреационные потребности общества – потребности в простом и расширенном воспроизводстве его социально-трудового и социально-культурного потенциала.

Рекреационная деятельность отдыхающих – деятельность, направленная на реализацию рекреационных потребностей, восстановление и развитие физических и духовных сил человека, его интеллектуальное совершенствование и характеризуемая самоценностью не только результатов, но и самого процесса.

Туристская деятельность организаторов отдыха – деятельность, направленная на формирование оптимальных условий отдыха населения, системы предоставления услуг, путей создания, обеспечения, функционирования и развития рекреационных систем.

Рекреационное занятие – простейший элемент рекреационной деятельности отдыхающих.

Рекреационное время – часть социального времени, используемого для рекреационной деятельности.

Рекреационное пространство – часть социального пространства, используемого для рекреационной деятельности; формируется в результате деятельности отдыхающих и организаторов отдыха.

Рекреационная система (РС) – социальная демоэкологическая система (т. е. система, в центре которой помещен человек, население), состоящая из взаимосвязанных подсистем: групп отдыхающих, природных и культурных комплексов, технических систем, обслуживающего персонала, органа управления и обладающая функциональной целостностью; целевой функцией системы является удовлетворение рекреационных потребностей.

Принципы рекреалогии

Рекреалогия – одна из первых научных дисциплин, которая обозначила востребование ландшафта как целостности. А ведь, действительно, кому он был нужен, этот ландшафт? Черной металлургии? Нефтегазодобывающей и перерабатывающей индустрии? Автомобильной промышленности? Даже сельскому хозяйству он оказался не нужен. И вдруг туризм – сфера, предмет труда которой состоит не в изменении природы, а в ее восприятии. Единственная сфера, заинтересованная в сохранении целостного ландшафта, потому что только он может обеспечить целостную деятельность. В этом и есть суть ландшафтно-деятельностного принципа Преображенского. Согласно В. С. Преображенскому, деятельность – это инвариантная часть системы, связующая субъекта с ландшафтом. При этом связь, несущая как сущностные признаки субъекта, так и сущностные признаки ландшафта.

Однажды в совместной статье А. А. Минц и В. С. Преображенский сформулировали позицию, согласно которой при анализе территориальных систем не столь важен субстрат (состояние подсистем), сколько отношения, связи между ними. Принцип Преображенского позволяет точно локализовать деятельность не только как связь, но и как структуру. Действительно, состоянию деятельности инвариантны все остальные состояния рекреационной системы. Например, различия познавательной, курортной и спортивной рекреационной деятельности определят специфику требований и состояний природного комплекса, обслуживающего персонала, технических систем, функций управления в рекреационной системе.

Приложение ландшафтно-деятельностного принципа Преображенского к проблемам рекреационного проектирования – только один из примеров, демонстрирующий принципиально новые подходы и возможности проектирования эколого-туристских систем – национальных парков и туристских маршрутов.

Значительное внимание, уделяемое рекреалогией рекреационной деятельности, обусловлено тем, что объектом рекреалогии является человек, а предметом исследования – деятельность в свободное время, представляющая собой неотъемлемую часть физической, социальной и духовной жизни личности.

Рекреационные потребности определяются как осознанная человеком, группой людей, обществом необходимость в восстановлении и развитии физических и духовных сил. Потребности могут быть реализованы только через деятельность: физическую, психическую, интеллектуальную; в силу этого они выступают как побуждение к деятельности.

Исторически понятие «рекреационная деятельность» означает деятельность человека и групп населения, с ним связаны понятия «рекреационные занятия» и «циклы занятий». Рекреационная деятельность обладает как общими для любых видов человеческой деятельности, так и своими специфическими чертами. Как и многие другие виды, рекреационная деятельность – это и одна из обязательных сфер освоения и познания человеком окружающего мира и самого себя. Рекреационная деятельность вы-

ступает как сфера соприкосновения, взаимообмена общечеловеческой и национальной, городской и сельской культур (Ю. Веденин).

Для рекреационной деятельности типичны упорядоченность и одновременно периодичность. Они обусловлены как природными ритмами и циклами (суточными, сезонными, космическими), так и цикличностью (чередованием труда и быта) социально-бытовой деятельности отдыхающих и общества (в частности, организаторов отдыха). Циклы – одна из характернейших форм организованности рекреационной деятельности отдыхающих (циклы рекреационной деятельности) и организаторов отдыха (циклы рекреационного обслуживания). Циклы рекреационной деятельности формируются на основе типизации рекреационных занятий (И. Зорин, А. Зорин, 1999).

Элементарное рекреационное занятие (ЭРЗ) – внутренне целостный, однородный, неразделимый на технологические компоненты элемент рекреационной деятельности.

ЭРЗ (а) – основа формирования программ отдыха. Социологи насчитывают около 100 тыс. ЭРЗ, и число их каждые 10 лет удваивается. Очевидно, что оперирование такой базой требует применения типизации ЭРЗ и сведения их в более крупные группы – типы рекреационных действий (ТРД). Для этого используются такие свойства ЭРЗ, как альтернативность и взаимозаменяемость. Условием объединения нескольких ЭРЗ в один ТРД является возможность без видимого ущерба для целей рекреации заменить одно ЭРЗ другим.

Тип рекреационной деятельности – однородная группировка ЭРЗ, каждое из которых взаимозаменяемо и альтернативно для всех других элементарных рекреационных занятий данной группы, т. е. к одному ТРД относятся взаимозаменяемые ЭРЗ. Это условие окажется очень важным в практике конкретного туроперейтинга, когда возможностей для осуществления какого-либо ЭРЗ может и не быть, но необходимо компенсировать этот недостаток предложением туристу других ЭРЗ. Например, в негрибной период можно предложить туристам компенсировать этот недостаток сбором ягод, трав, орехов и т. п.

В сущности, ТРД и представляют собой своеобразные «буквы», из которых туроператор может составить «слова» – циклы рекреационной деятельности, а далее из циклов и предложения – программу отдыха.

При конструировании циклов рекреационной деятельности важными свойствами ТРД выступают взаимообусловленность и взаимопротивопоказанность. Именно они позволяют сводить ТРД в новые комбинации – циклы рекреационной деятельности.

Цикл рекреационной деятельности (ЦРД) – взаимосвязанное и взаимообусловленное сочетание ТРД, возникающее на базе ведущего ТРД.

ЦРД представляет собой как бы сюжетную канву будущей туристской программы, позволяет на основе поведенческих возможностей и образцов реализовать конкретные рекреационные цели, мотивации и притязания туристов посредством выбора сочетаний ТРД как эталонов рекреационной деятельности.

В отсутствие ТРД каждый человек самостоятельно неосознанно конструирует ЦРД, исходя из собственных представлений о полезности и аттрактивности рекреационной деятельности, привычек, моды, цен, денежных доходов и других факторов.

Чаще всего таким образом самостоятельно организованная деятельность не может удовлетворить двум фундаментальным требованиям эффективности: рекреационной полезности и индивидуальной привлекательности. Разработанная нами процедура формирования ЦРД позволяет проделать эту работу за туриста и рекомендовать ему оптимальные сочетания. ЦРД выступают структурной композицией рекреационной деятельности, обладающей внутренней целостностью и консервативностью, являются предметом организации и конструирования в рекреационных системах и туристских центрах. Таким образом, ЦРД составляют системную структуру, адекватно отража-

ющую свойства и отношения, как субъекта, так и объекта рекреации. С их помощью можно учесть рекреационные потребности и сформулировать требования к условиям их реализации, определить технологию обслуживания.

Политическая сущность рекреации

Жизнедеятельность человека имеет две полярные формы. Одна из них связана с затратами производительных сил (сфера производственной деятельности, производство благ, рабочее время), другая – с их восстановлением и развитием (сфера быта, потребление благ, нерабочее время). Диалектическое единство этих двух полярных форм жизнедеятельности заключается в том, что без восстановления и развития сил (рекреации) не может быть и их затрат.

Это взаимодействие носит исторический характер. Иначе говоря, изменения в сфере производственной объективно приводят к необходимости изменений в сфере бытовой. Взаимодействие, естественно, имеет и обратную связь.

Сфера быта охватывает все существование людей вне их производственной и общественно-политической деятельности; материальную и культурную среду, в которой происходит удовлетворение потребностей в пище, одежде, жилище, отдыхе, развлечениях, поддержании здоровья и т. д. Глобальная функция сферы быта – рекреация – имеет конечной целью восстановление и развитие производительных сил индивидов.

Рекреация характеризуется временем, в рамках которого происходит восстановление сил человека (физических, интеллектуальных и эмоциональных), и деятельностью, осознанно или инстинктивно направленной на восстановление. Строго говоря, величина этого времени зависит от производительности общественного труда, а величина рабочего времени находится в зависимости от «производительности» рекреационной деятельности, от эффективности использования нерабочего времени, т. е. от того, насколько полно реализуется глобальная функция сферы быта. Однако сфера быта из-за структурной сложности и множества определяющих ее факторов не всегда и не в полной мере выполняет рекреационную функцию; в результате не все нерабочее время, покрывающее эту сферу, можно считать рекреационным. По нашей оценке, доля рекреационного времени в нерабочем времени на текущий момент составляет не более половины.

По функции в процессе воспроизводства живых сил человека рекреацию можно подразделить на простую (компенсация) и расширенную (развитие сил).

В реальной жизни выделяют четыре формы рекреации:

- в течение рабочего дня (I), инклюзивная, т. е. включенная в рабочее время;
- в конце рабочего дня (II), ежедневная;
- в конце недели (III), еженедельная;
- в конце рабочего года (IV), отпускная.

Функции этих четырех форм воспроизводства живых сил человека различны:

I – компенсаторная, II – компенсаторно-расширенная, III – расширенно-компенсаторная, IV – расширенная.

Взаимосвязь четырех форм рекреации очевидна: они составляют единое целое – жизненный цикл рекреационной деятельности, для реализации которого необходимы соответствующие каждой форме массивы рекреационного времени (минуты, часы, дни, недели) и особым образом организованная среда.

Рост производительности общественного труда, с одной стороны, позволяет увеличить нерабочее время, с другой – требует его увеличения, ибо в рамках этого времени и происходит восстановление и умножение производительных сил человека.

Поскольку существует общественно необходимое рабочее время, то существует и общественно необходимое время на восстановление затраченных сил, т. е. рекреаци-

онное время. Под общественно необходимым рекреационным временем мы понимаем время, необходимое для простого воспроизводства сил человека, затраченных на изготовление какого-либо продукта при общественно нормальных условиях производства, т. е. при среднем уровне техники, средней интенсивности труда и квалификации работников на предприятиях, выпускающих основную продукцию данного вида, а также время, необходимое для расширенного воспроизводства, обеспечивающего дальнейший рост производительности труда.

Очевидно, что на каждом этапе развития общества рекреационное время, так или иначе, должно достигать общественно необходимой величины. В противном случае прогресс в развитии производительных сил общества не может быть обеспечен. Человечество никогда бы не смогло достигнуть нынешнего уровня развития, если бы не увеличивалась доля рекреационного времени, в рамках которого происходит умножение производительных сил человека – главной движущей силы прогресса.

Поскольку затраты сил и их восстановление находятся в диалектическом единстве, то изменение характера затрат должно вести к изменению характера восстановления.

Научно-техническая революция резко повысила энерговооруженность человека не только в сфере производства, но и в быту, чем резко изменила характер затрат, т. е. сократила физические нагрузки. Сто лет назад 94–99% всей механической работы выполнялось за счет мышечных усилий человека, ныне 99% механического труда осуществляется с помощью машин и только 1% – за счет физических усилий человека. Энергетический баланс, который в прошлом уравновешивался главным образом трудовыми затратами в рабочее время, требует теперь активной физической деятельности в рекреационное время. Если это требование не выполняется, человеку грозят патологические изменения, приводящие к необходимости врачебного вмешательства.

Одновременно с резким падением доли физических нагрузок резко возрастает доля интеллектуальных и эмоциональных. Углубляющаяся специализация, конвейеризация, поточное производство с разделением производственных операций на малые элементы приводят к монотонности, вызывающей довольно быстрое психологическое утомление, снять которое гораздо сложнее, чем утомление, вызванное физическими усилиями.

На протяжении всей биологической эволюции человек развивался как физически высокоактивный организм, и поэтому он не мог не «научиться» быстро и эффектно восполнять израсходованную энергию: относительно кратковременный покой (менее 30% от времени суток) и небольшое количество пищи (0,75% от собственного веса – суточный рацион) полностью восстанавливают физические силы человека. Нервное напряжение не снимается так же быстро, как физическое, и обладает большой накопительной способностью.

Интеллектуализация труда и повышение психоэмоциональных нагрузок в рабочее время диктуют свои требования к рекреации, которая должна обеспечить эмоциональную и психофизическую «надежность», «устойчивость» человека в процессе труда. Последнее наиболее эффективно достигается не отключением от окружающей обстановки, а ее сменой, не изоляцией от источников информации, а сменой характера информации, не эмоциональной и интеллектуальной «спячкой», а сменой впечатлений. Механизмы этого кроются в особенности центральной нервной системы человека. Несмотря на резкое изменение характера затрат сил, характер их восстановления практически не изменился: отдых по-прежнему у абсолютного большинства населения ассоциируется с физическим покоем и обильным питанием, т. е. реализуются потребности, прямо противоположные действительным рекреационным потребностям современного человека. Кроме того, нервное напряжение в отличие от физического

сопровождает человека не только в сфере производства, но и в быту, где оно зачастую бывает выше производственного. Человек всегда стремился к экономному расходованию своей физической энергии, чего нельзя сказать о расходовании им нервных сил. Нерациональный расход нервных ресурсов – это неоправданные психические напряжения, эмоциональные «бури» по пустякам, длительное переживание уже минувших событий, перенос служебных забот в семью, и наоборот, неумение освободиться от семейно-бытовых дел во время работы. Нарушения душевного равновесия людей обусловливаются, в частности, несовершенством обслуживающих отраслей (опоздания транспорта, нечеткая работа магазинов, мастерских и т. п.), общением, основанным на неблагожелательности, подозрительности, когда «ранит слово». Можно назвать еще десятки других причин «непроизводительной» траты нервных сил.

Вольно или невольно, но современный человек оказывается в состоянии значительного нервного напряжения в течение всего периода бодрствования. Это неизбежно. И бессмысленно пытаться довести трату нервных сил до современного уровня траты физических, но вместе с тем снижение нерациональных затрат до возможного минимума имеет большой социальный и экономический смысл. Для этого надо провести прежде всего целенаправленные мероприятия в сфере быта, которая, по нашей оценке, является самым крупным источником нерациональных нервных напряжений и, скорее, областью приложения сил человека, чем их восстановления. Именно это обстоятельство приводит многих социологов к мысли, что в структуре нерабочего времени должно сокращаться время «непреложных занятий» и за счет этого возрастать свободное время, т. е. чистое время отдыха и развития человека.

Однако резкого сокращения времени на непреложные занятия произойти не может. Причины этого заключаются в следующем.

Время, затрачиваемое на дорогу к месту работы и обратно, не может заметно уменьшаться, более того, в некоторых случаях оно будет увеличиваться, т. к. процесс специализации в общественном производстве будет расширяться и углубляться, а это неизбежно приведет к дальнейшей территориальной дифференциации. Темп совершенствования организации городского транспорта, рост скоростей городских транспортных средств едва ли будут способны поспевать за темпом территориальной специализации (Г. Гольц, 1983).

Затраты времени на уборку и содержание жилищ, скорее всего, будут расти, а не сокращаться. Причина – увеличение полезной площади, приходящейся на 1 человека; «мир вещей» человека расширяется и требует возрастающих затрат времени на «управление» им.

Затраты времени на покупки не могут ощутимо сократиться, более того, свобода выбора товара (отсутствие очередей, широкий ассортимент) не сокращает времени «торговой акции», а увеличивает его. Абсурдно ставить задачу сокращения затрат времени на личную гигиену, воспитание детей и уход за ними, на сон, питание. Таким образом, время непреложных занятий в ближайшей перспективе не есть резерв заметного, качественно ощутимого увеличения рекреационного времени. Очевидно, что наряду с непродуктивными или малоэффективными затратами рабочего времени существуют и непродуктивные или малоэффективные затраты рекреационного времени.

Поэтому главную ставку нужно делать на увеличение доли рекреационного времени, повышая или выявляя рекреационную функцию всякой деятельности.

Иными словами, целесообразно поставить цель: превратить в рекреационное время весь массив нерабочего времени.

Рассмотренные выше подходы крайне важно учитывать при конструировании содержания туризма. Туризм имеет рекреационную основу и должен быть организован как высокоэффективный рекреационный процесс, максимизирующий не столько

коммерческую эффективность, сколько уровень воспроизводства живых сил человека в условиях экологически чистой среды.

НАУЧНО-ОРГАНИЗАЦИОННОЕ СОПРОВОЖДЕНИЕ ГОСУДАРСТВЕННЫХ ПРОГРАММ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

SCIENTIFIC-ORGANIZATIONAL SUPPORT OF STATE TOURISM DEVELOPMENT PROGRAMMS IN RUSSIAN FEDERATION: STATUS AND PROSPECTS

В. И. Кружалин, *заведующий кафедрой рекреационной географии и туризма географического факультета МГУ имени М. В. Ломоносова, доктор географических наук, профессор; kruz@ikio.msu.ru*

V. I. Kruzalin, *head of the cathedra recreational geography and tourism of Geographical Faculty of the Moscow State University, Professor, D. of Science, Moscow; kruz@ikio.msu.ru*

Индустрия туризма в России вступила в новый кульминационный этап своего развития. Совместные усилия органов законодательной и исполнительной власти, туристического бизнеса, науки и образования завершились принятием в августе 2011 г. Федеральной целевой программы (далее ФЦП) «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011–2018 годы)» с общим объемом финансирования 332 млрд руб. Планируется, что в результате выполнения ФЦП въездной поток увеличится более чем вшестеро (до 23 млн чел. к 2018 г.), а отпуск в России будут проводить в полтора раза больше отдыхающих (45 млн чел.). Соответственно, вырастет и объем рынка туристических услуг – в 4,7 раза, до 417 млрд руб. Таким образом, ФЦП должна стать важным инструментом и правовой базой государственной поддержки отрасли, и впервые за последние годы туризм получит возможность мощного развития.

Реализация мероприятий Программы будет осуществляться по 3 направлениям:

- развитие туристско-рекреационного комплекса Российской Федерации (строительство обеспечивающей и туристской инфраструктуры);
- повышение качества туристских услуг;
- продвижение туристского продукта Российской Федерации на мировом и внутреннем туристских рынках.

Каждое из этих направлений требует научного сопровождения.

После принятия ФЦП на повестке дня встал вопрос о разработке и оценке эффективности проектов развития туристско-рекреационных объектов и территорий. Первый этап программы подразумевает строительство объектов туристской инфраструктуры. При наличии первоначальной поддержки со стороны государства, инвесторы смогут и дальше развивать туристскую инфраструктуру регионов Российской Федерации.

При формировании перечня мероприятий (проектов) для включения в ФЦП использовались следующие принципы:

- территориальная концентрация на развитие туристско-рекреационных комплексов в наиболее перспективных туристских регионах страны, в сочетании с использованием кластерного подхода при реализации региональных инвестиционных проектов;
- конкурсный отбор региональных инвестиционных проектов, предполагаемых к реализации в рамках Программы на условиях софинансирования из средств федерального бюджета, привлечение инвестиций в отрасль;

- комплексный подход к развитию отрасли, учитывающий потребности в инфраструктуре туризма, кадровом обеспечении и продвижении;
- создание действенного механизма государственной поддержки приоритетных направлений туризма на основе государственно-частного партнерства;
- внедрение инновационных технологий в области внутреннего и въездного туризма (по результатам проведения соответствующих научно-исследовательских работ).

Поддержка со стороны ФЦП должна оказываться наиболее перспективным региональным проектам. При этом проекты должны быть поддержаны также и со стороны администрации регионов и внесены в региональную программу развития туризма. Только после разработки программы туристского развития субъекта Российской Федерации, технико-экономической документации по туристско-рекреационному проекту, региональной экспертизы данного проекта и включения его в программные материалы по развитию туризма на региональном уровне, может идти речь о рассмотрении вопроса финансирования проекта из бюджета ФЦП.

Первоначально в программу на развитие внутреннего и въездного туризма поступило более 250 заявок из 66 регионов России. Из них были выбраны девять проектов на 2011 г., которые финансировались из федерального бюджета. Несколько позже список проектов был расширен. Однако некоторые из выбранных для реализации проектов на сегодняшний день уже выпали из списка, например, это касается создания туристско-рекреационного комплекса в районе станицы Старо-Черкасской. В результате, в 2011 г. около 2 млрд руб. было выделено на пилотные проекты в рамках Федеральной целевой программы по развитию внутреннего и въездного туризма. Среди них: Ярославская область (гостиничный комплекс в Переславле-Залесском), Псковская область (реконструкция псковского Кремля), два объекта в Алтайском крае (Белокуриха и автокластер в районе Бийска), Ростовская область (создание автокластера в районе Аксая) и др.

В 2012 г. на продвижение российского турпродукта в рамках реализации ФЦП из федерального бюджета уже выделено 136 млн руб. Основная часть средств – 52,4 млн руб. – будет направлена на поддержку региональных мероприятий. На информационно-рекламную кампанию: рекламу в печатных СМИ, на телевидении и радио, наружную рекламу, проведение пресс-туров и прочее будет направлено 48,4 млн руб. Чуть меньше – 34,8 млн руб. – планируется потратить на создание цифрового контента, в частности фотобанка, интерактивной карты. Около 5 млн руб. будут направлены на создание автоматизированных информационных систем и еще около 1 млн руб. – на создание контента для размещения на портативных электронных устройствах. Проекты пришли практически из всех регионов России – всего около 400. Региональные власти просят поддержать как уже состоявшиеся и пользующиеся популярностью мероприятия, так и совсем новые или даже те, что еще находятся в проекте. Мероприятия самые разнообразные: от международных форумов до региональных туристических выставок, автопробегов и праздников. Однако, уже на первом этапе экспертизы 70 проектов были исключены из конкурса по причине их неполного документального сопровождения и слабой научно-практической аргументации.

Таким образом, основная сложность при принятии решения о финансировании проектов из федерального бюджета – единство подходов и критериев их оценки. В этой связи на повестке дня стоит вопрос о формировании отдельного направления в научно-методическом сопровождении развития индустрии туризма – туристско-рекреационной экспертизы, и ее внедрения в качестве обязательного этапа в практику отбора наиболее значимых для страны проектов, финансируемых из бюджета ФЦП.

В российском законодательстве (статья 31.2 п. 7 Федерального закона №116 от 22 июля 2005 г. «Об особых экономических зонах в Российской Федерации») предусмотрена оценка экспертным советом по туристско-рекреационным особым экономическим зонам проектов, бизнес-планов, представляемых лицами, намеревающимися получить статус резидента особой экономической зоны. Критерии данной оценки утверждены приказом Министерства экономического развития Российской Федерации №207 от 26 мая 2010 г. Однако подобная экспертиза не является обязательной, даже когда речь идет о проектах создания туристско-рекреационных кластеров регионального и федерального уровней. Между тем, в зарубежных странах, да и у нас в стране, уже накоплен опыт определения возможности и эффективности реализации проектов развития туристско-рекреационных объектов и территорий, т. е. проведения туристско-рекреационной экспертизы.

Под туристско-рекреационной экспертизой следует понимать комплексное исследование, направленное на оценку соответствия туристско-рекреационных свойств и характеристик территорий, объектов и проектов их освоения и строительства нормативно-правовым и иным требованиям развития сферы туризма и отдыха. Необходимо также отметить, что при туристско-рекреационной экспертизе производится анализ воздействия реализации проекта на 3 основные сферы: на окружающую среду, общество и, собственно, индустрию туризма при учете потребностей туристов.

Анализ международного опыта проведения туристско-рекреационной экспертизы показывает:

- туристско-рекреационная экспертиза проводится на уровне территорий и отдельных проектов;
- инициатива проведения экспертизы принадлежит уполномоченному государственному органу по развитию туризма;
- туристско-рекреационная экспертиза является обязательной и закреплена в ряде стран законодательно;
- туристско-рекреационная экспертиза имеет иерархичную зонтичную структуру;
- обязательным условием проведения туристско-рекреационной экспертизы является участие общественности, профессиональных объединений, научных и образовательных структур;
- туристско-рекреационная экспертиза проектов проводится на предварительном этапе и на стадии внедрения.

В зарубежном законодательстве нормативно-правовое обеспечение организации и проведения туристско-рекреационной экспертизы включает в себя два больших блока: первый – технические требования к строительству самих объектов и инфраструктуры, второй – требования к минимальному нанесению ущерба окружающей среде. Соответственно, применимыми нормами права в вопросе регулирования экспертизы туристско-рекреационных проектов являются градостроительные кодексы и законодательство в сфере защиты окружающей среды. Можно выделить следующие последовательные этапы проведения экспертизы туристско-рекреационных проектов:

- подача заявки на проведение экспертизы туристско-рекреационного проекта, формирование экспертной группы;
- анализ целей и оценка концепции проекта;
- учет рыночных особенностей реализации проекта;
- условия, объемы финансирования и экономическая эффективность проекта;
- оценка рисков реализации проекта, соответствие нормативно-правовой базе;
- итоговая оценка проекта.

В качестве основных оценочных блоков при проведении туристско-рекреационной экспертизы можно выделить:

- анализ туристско-рекреационного потенциала территории и степени ее освоенности;
- активность по развитию индустрии туризма субъекта Российской Федерации;
- нормативно-правовая база реализации проекта (особенно для проектов создания туристско-рекреационных кластеров);
- проектировочные решения проекта;
- инженерно-техническая база реализации проекта;
- финансовая основа реализации проекта;
- маркетинговые технологии реализации проекта;
- значимость и эффективность проекта.

Важным моментом при оценке значимости туристско-рекреационных проектов является их инновационность. Необходимо внедрение в туристско-рекреационную сферу современных методов спутниковой навигации для проектирования туристско-рекреационных кластеров, объектов и маршрутов, решения вопросов безопасности туристов, эффективного обучения и управления туристско-рекреационной сферой на муниципальном, региональном и федеральном уровнях. В настоящее время в Российской Федерации созданы необходимые предпосылки для массового использования системы ГЛОНАСС гражданскими потребителями. Отечественная и международная практика использования методов спутниковой навигации в гражданских целях демонстрирует эффективность решения ключевых социальных задач, от которых зависят безопасность и здоровье значительной части населения страны. Направления развития и применения глобальной навигационной системы ГЛОНАСС определены в разработанном проекте концепции ФЦП по поддержанию, развитию и использованию системы ГЛОНАСС на 2012–2020 гг., а также в проектах «ЭРА ГЛОНАСС», «МИР», «Социальный ГЛОНАСС». Учитывая, что туризм и рекреация – важнейшие сферы жизнеобеспечения населения, видится целесообразным расширить использование системы ГЛОНАСС в туристско-рекреационных целях, т. е. сформировать новое направление использования спутниковой системы навигации – «Туристский ГЛОНАСС». Последний может быть направлен на решение вопросов по эффективности использования навигационных технологий, цифровой картографии, интеллектуальных информационных систем, программ страхования в туристско-рекреационных целях. Внедрение результатов проекта будет способствовать повышению значимости создаваемых туристско-рекреационных кластеров и отдельных объектов, маршрутов, эффективности принятия управленческих решений, оценки качества работы исполнительных органов власти сферы туризма на муниципальном и региональном уровнях.

Таким образом, решение проблемы эффективной реализации основных положений ФЦП «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011–2018 годы)» требует научно-методического обоснования. Необходимо разработать системную методологию, поддерживающую функции и процессы управления туристско-рекреационной деятельностью и включающую в себя сбор и анализ информации, планирования и прогнозирования, современные технологии и системы, выработку управляющих воздействий и регулирующих процедур.

Это должно найти отражение в разрабатываемой в настоящее время Государственной Программе «Развитие культуры и туризма в Российской Федерации». В подпрограмме «Туризм» определена цель, заключающаяся в создании условий для эффективного развития индустрии туризма на основе формирования единой туристско-рекреационной системы России. В подпрограмму «Туризм» следует включить следующие задачи:

1. Формирование имиджа Российской Федерации как страны благоприятной для развития внутреннего и въездного туризма.
2. Формирование эффективной системы взаимодействия законодательных и исполнительных органов власти, бизнес-структур, научных и образовательных учреждений, общественных организаций по внедрению технологий туристско-рекреационного проектирования и управления территориями с целью создания турпродукта и эффективного воздействия туризма и рекреации на социально-экономическое развитие регионов и страны в целом.
3. Определение основных содержательных направлений в развитии туризма и рекреации на муниципальном, региональном и федеральном уровнях с внедрением кластерной политики и использованием механизма государственно-частного партнерства.
4. Обеспечение научного и кадрового сопровождения всех программ и проектов туристско-рекреационного развития, создаваемых административными органами разных уровней, включая создание системы подготовки, переподготовки и повышения квалификации кадров, обеспечивающей функционирование объектов туризма и рекреации на уровне мировых стандартов.
5. Создание единого российского информационного-туристского портала, обеспечивающего эффективное управление территориями разного ранга и предоставляющего потребителю прямой доступ к полному пакету туристско-рекреационных услуг.
6. Разработка модели и технологии управления рисками туристско-рекреационной деятельности на федеральном, региональном и муниципальном уровнях с использованием элементов системы «Туристский ГЛОНАСС» с целью обеспечения безопасности в туризме.

Несмотря на заметные успехи в развитии российского туризма, его имидж на международной арене находится на низком уровне. Об этом свидетельствуют слабый поток иностранных туристов (лишь 2,3 млн чел. в 2011 г.), недостаточный уровень обеспечения их безопасности, низкий уровень качества обслуживания и ряд других проблем, с которыми постоянно сталкиваются наши гости. Социологические опросы, периодически проводимые среди иностранных туристов, свидетельствует об отсутствии тенденций по улучшению имиджа России, как привлекательной для туристов территории, обладающей высоким природным и культурным потенциалом. Необходимо создание системы национальных офисов за рубежом. Требуется существенное увеличение расходов из средств государственного бюджета на рекламу туристских возможностей страны в России и за рубежом.

Практика развития туристской индустрии на федеральном, региональном и муниципальном уровнях показывает, что ее эффективность пока недостаточно высока, т. к. до сих пор отсутствует отлаженная система взаимодействия органов законодательной и исполнительной власти с представителями бизнес-сообщества и другими организациями, обеспечивающими устойчивое развитие данной сферы деятельности. Государственная программа «Развитие культуры и туризма в РФ» в сочетании с ФЦП «Развитие внутреннего и въездного туризма в РФ на 2011–2018 гг.» и рядом других аналогичных документов могут стать платформой для создания реальной и эффективно функционирующей модели туристско-рекреационной системы страны, базирующейся на взаимодействии и управлении туристско-рекреационных кластеров разного ранга.

Международная практика показывает эффективность использования кластерного подхода в различных отраслях хозяйства, в том числе и в туристско-рекреационной сфере. Для формирования единой туристско-рекреационной системы страны важно принять и наполнить реальным содержанием новые региональные, муниципальные

программы развития туризма и рекреации, сопрягающиеся с государственной программой «Развитие культуры и туризма в РФ» и ФЦП «Развитие внутреннего и въездного туризма в РФ на 2011–2018 гг.». Для этого целесообразно разработать рамочные условия необходимых элементов программ каждого уровня (структуру) и провести ревизию принятых ранее программных документов по развитию рекреации и туризма. Новые программы в обязательном порядке должны ориентироваться на кластерную идеологию и механизм государственно-частного партнерства (ГЧП) в их реализации. Внедрение ГЧП позволит создать технологию привлечения инвестиций в туристско-рекреационную деятельность.

При создании региональных и муниципальных программ развития туризма необходимо обеспечить их научное и кадровое сопровождение. Практика показывает, что программы и проекты, принятые на местах без участия представителей науки и образования, обладают существенными содержательными недостатками и являются неконкурентоспособными при решении вопросов их финансового сопровождения и эффективного внедрения в программы социально-экономического развития регионов. В этой связи необходимо проведение описанной выше туристско-рекреационной экспертизы проектов на региональном и федеральном уровнях и создание системы непрерывного профессионального туристского образования, включающей подготовку, переподготовку и повышение квалификации кадров. В рамках одного учебного заведения эту задачу не решить, поэтому необходимо дифференцировать программу подготовки и переподготовки кадров по образовательным центрам федерального и регионального уровня. При этом сделать акцент на привлечение к этой программе работников органов управления туризмом всех уровней, и расширить обучение специалистов по туристско-рекреационному проектированию развитию территорий и управлению ими.

В настоящее время разработаны отдельные элементы и блоки информационных ресурсов по обеспечению туристско-рекреационной деятельности. Однако единой действующей российской геоинформационной аналитической базы данных, включающей все структурные элементы туристско-рекреационной системы страны, не создано. Это снижает доступность информации для отечественных и зарубежных потребителей российского туристского продукта. Единый туристский геоинформационный портал призван оптимизировать взаимодействие между производителями и потребителями туристских продуктов и услуг, вплоть до внедрения электронных методов продаж. Его создание позволит получить объективные и прозрачные данные по статистике развития туриндустрии в РФ, качеству туристских продуктов и услуг и снизить риски в организации туризма и отдыха.

Проблема безопасности в организации внутреннего и международного туризма чрезвычайно актуальна и обостряется с каждым годом. В этой связи необходимо разработать и внедрить систему мер по снижению рисков и возможности предотвращения чрезвычайных ситуаций при организации туризма и отдыха. Наравне с принимаемыми мерами могут быть использованы инновационные технологии, основанные на эффективном применении современных навигационных систем – так, создание системы «Туристский ГЛОНАСС» позволит обеспечить не только навигацию и логистику туристско-экскурсионных маршрутов, но и предоставляет возможность получения оперативных данных об имеющихся и потенциально опасных объектах и явлениях природного и техногенного генезиса, а также может использоваться для информационно-справочного сопровождения туристов.

Для успешной реализации подпрограммы «Туризм» предлагается следующий комплекс мероприятий:

1. При Министерстве культуры (или при Федеральном Агентстве по туризму) создать научно-образовательный институт (центр), который занимался бы научным сопровождением подготовки программных и нормативных документов, обобщением научно-практического опыта по развитию индустрии туризма в регионах и координацией научно-практических исследований по разработке туристско-рекреационных проектов.
2. Нормативно закрепить и сделать обязательным научное сопровождение на основе разработанной единой методики программ развития туризма, проектов туристско-рекреационных кластеров разных уровней и их общественное обсуждение.
3. Создать единый общероссийский туристский геоинформационный портал и внедрить на его основе ежегодную систему рейтингов регионов, компаний, маршрутов и т. д.
4. Создать общегосударственную систему туристско-рекреационной экспертизы проектов, позволяющую объективно оценивать их качество и принимать эффективные управленческие решения по их финансовому и иному обеспечению на различных уровнях (муниципальном, региональном, федеральном) с учетом позиции общественных организаций.
5. Создать межведомственный экспертный совет по кадровому обеспечению и систему региональных образовательных центров в сфере туризма с целью координации и качественной подготовки, переподготовки и повышения квалификации профессиональных кадров начального, среднего и высшего профессионального образования. Закрепить соответствующие полномочия за ведущими региональными образовательными центрами РФ.
6. При проектировании особых экономических зон туристско-рекреационного типа, крупных межрегиональных и трансграничных туристско-рекреационных кластеров обеспечить заблаговременную подготовку кадров в соответствии с реальными потребностями проектируемых объектов (подготовка кадров «под ключ»).
7. С целью привлечения талантливой молодежи в сферу индустрии туризма и патриотического воспитания создать молодежные движения под предлагаемыми названиями: «Молодая Россия путешествует» и «Познай для себя Россию».
8. Министерству культуры совместно с Министерством образования и науки выступить с законодательной инициативой о необходимости включения в программы школьного образования обязательной экскурсионной и туристской деятельности учащихся разных возрастных категорий с целью познания истории, культуры и природы нашей страны, воспитания и просвещения молодежи.
9. Разработать и внедрить комплекс мер по использованию инновационных технологий в практику туристско-рекреационной деятельности, в том числе обеспечивающую снижение рисков и возможности предотвращения чрезвычайных ситуаций при организации туризма и отдыха (совместно с МЧС РФ).
10. Разработать систему мер по обеспечении безопасности туризма в РФ.

Предлагаемые научно-организационные меры по эффективной реализации ФЦП «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011–2018 годы)» и выполнению Государственной Программы «Развитие культуры и туризма в Российской Федерации», рассчитанной к выполнению до 2020 г., позволят увеличить внутренний и въездной поток туристов до 70 млн чел.

МЕТАМОРФОЗЫ В ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВЕ О ТУРИЗМЕ. ЧТО ДАЛЬШЕ?

Ю. А. Барзыкин, *Вице-президент Российского Союза туриндустрии, Председатель комитета ТПП РФ по предпринимательству в сфере туристской, курортно-рекреационной и гостиничной деятельности, кандидат экономических наук, г. Москва; barzykin@rata.ru*

Т. В. Абрамова, *ведущий консультант аппарата Комитета Совета Федерации по социальной политике, кандидат экономических наук, г. Москва; AbramovaTV@council.gov.ru*

Туризм в России активно развивается, набирает обороты, хотя и не теми темпами, которыми хотелось бы многим участникам туристского рынка. По результатам 2011 г. отдельные показатели деятельности туриндустрии в Российской Федерации по данным Минспорттуризма России выглядят следующим образом. Выезд российских туристов составил 14 млн чел., что составило увеличение на 11% по сравнению с 2010 г. Въездной туризм также увеличился на 9%, до 2,3 млн иностранных граждан. Внутренний поток достиг 33,3 млн чел., что означает увеличение на 8%.

Объем платных и гостиничных услуг достиг 221 млрд руб., увеличившись на 3,5%. Количество средств размещения увеличилось до 12,9 тыс. (+2,4%). Доля туризма в ВВП страны составляет 3,4%, а с учетом смежных отраслей – 6,7%, т. е. пока отрасль, несмотря на огромный туристский потенциал, вносит незначительный вклад в экономику страны.

По данным экспертов прогнозируется дальнейший рост числа туристских поездок за рубеж, увеличение объёмов продаж на рынке выездного туризма, а во внутреннем и въездном туризме – постепенный и значительно более низкий по сравнению с выездным рост поездок.

Количество туроператоров в России по данным Ростуризма меняется незначительно. В Едином федеральном реестре туроператоров в 2011 г. включено 4 781 компания, из них:

- в сфере внутреннего туризма работает 1 914 туроператоров;
- въездным туризмом занимается 660 компаний;
- в сфере выездного туризма – 2 207.

Способы финансового обеспечения деятельности туроператоров, начиная с 2007 г., практически не меняются. Банковскую гарантию используют 35 туроператоров или 1% от общего количества, договор страхования – 4 746 туроператоров, что составляет 99%, т. е. механизмы страхования ответственности перед потребителями по сравнению с банковской гарантией оказались наиболее удобной и менее затратной формой для туристского рынка.

В 2011–2012 гг. максимальный размер финансового обеспечения 100 млн руб. имели 37 крупнейших компаний российского туристского рынка, 60 млн руб. – 40 туроператоров, 30 млн руб. – 2 130 или большинство участников рынка, 10 млн руб. – 660 туркомпаний.

По мнению экспертов, основными причинами потребительских конфликтов и рисков на рынке туруслуг являются:

- несовершенство российского рынка туруслуг в новых экономических условиях, в том числе:
  - демпинг, высокие агентские скидки,
  - диктат авиаперевозчиков (несовершенство договорных отношений),

  - недостаток сформированных турпродуктов,
  - системы страхования,
  - корпоративного взаимодействия и др.;
- неисполнение обязательств по договору оказания туруслуг (туроператор–агент–потребитель);
- становление системы безопасности в туризме;
- нестабильная социально-экономическая и политическая ситуация на основных туристских дистинациях;
- природные и техногенные катастрофы;
- повышение налоговых платежей, тарифов, стоимости на энергоносители (топливо) и др.

Таким образом, вопросы безопасности российских туристов за рубежом с учетом активного и постоянного роста выездного туризма стоят достаточно остро. В настоящее время созданы более эффективные механизмы защиты прав туристов и повышения прозрачности работы рынка, внедрены системы классификации объектов туриндустрии и др. По данным Ростуризма готовится указ Президента Российской Федерации о создании представительств по туризму в наиболее посещаемых россиянами странах: Турции, Египте, Китае. Это должно помочь оказывать оперативную помощь российским туристам в чрезвычайных ситуациях.

Ведется работа по созданию системы технического регулирования и разработке новых национальных стандартов, обеспечивающих современные требования к качеству туристского обслуживания. В настоящее время к разработке принято 10 национальных стандартов, 7 из которых уже реализуются на практике. Например, ГОСТ Р 50644–2009 «Туристские услуги. Требования по обеспечению безопасности туристов» вступил в силу 1 июля 2010 г., заменив старый.

Однако, несмотря на все вышеперечисленные меры, проблемы безопасности в туризме пока по разным причинам возникают достаточно часто. Например, в ноябре 2010 г. один из крупнейших российских туроператоров «Капитал тур» временно приостановил свою работу и прекратил исполнение обязательств по договорам об оказании туруслуг. Пострадали десятки туркомпаний по всей стране и тысячи туристов, находящихся в то время в России и в разных странах мира. К решению проблем туристов Минспорттуризм России и Ростуризм вынуждены были подключить МИД России и консульства за рубежом, Росстрахнадзор и другие органы государственной власти, авиакомпании, общественные организации.

Действующий в настоящее время механизм финансовых гарантий деятельности туроператоров принят в России в 2007 г. Прошло почти пять лет. Реализация института финансовых гарантий дала определенный положительный результат. Потребительские конфликты стали решаться в досудебном порядке, не доводя до решений контролирующих органов. Однако, как показала практика, и институт финансовых гарантий, и механизмы разрешения масштабных проблем на туристском рынке, требовали совершенствования. С 2007 г. по 2012 г. фактически прекратили свою деятельность 20 средних и крупных туроператоров, более 10 из них – в 2011 г.

В связи с этим 16 мая 2011 г. в Государственную Думу был внесен законопроект, касающийся внесения изменений в Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» с целью совершенствования государственного регулирования в сфере туризма, повышения защиты интересов потребителей туристических услуг, а также качества предоставляемых услуг.

В связи с участившимися случаями приостановления либо прекращения деятельности российских туроператоров и после приостановления деятельности ЗАО «Ланта-тур вояж» (28 января 2012 г.) по инициативе Председателя Совета Федерации

В. И. Матвиенко решением Совета Федерации в феврале 2012 г. была создана рабочая группа Совета Федерации по разработке предложений, направленных на совершенствование законодательства, регулирующего вопросы социальной ответственности бизнеса в области туризма и авиаперевозок.

В нее вошли члены Совета Федерации из 5 Комитетов Совета Федерации, депутаты Государственной Думы, руководство Минспорттуризма России, Ростуризма, Минтранса России, Роспотребнадзора, представители профильного Комитета ТПП РФ, Российского союза туриндустрии, Всероссийского Союза страховщиков, Международной ассоциации воздушного транспорта, Российской ассоциации эксплуатантов воздушного транспорта, международной конфедерации обществ потребителей, а также руководители туроператоров, турагентств, авиакомпаний, страховых компаний, учебных учреждений и другие эксперты. Проведено несколько заседаний.

Рабочей группой был рассмотрен опыт помощи туристам за рубежом в случае банкротства или неплатежеспособности туроператора более 10 европейских государств.

Фонды защиты прав туристов в Европе

В странах Европы действует Директива 90/314/ЕЭС от 13 июня 1990 г., в соответствии с которой *«Организатор и/или продавец, заключившие контракт, обязаны предоставить достаточные доказательства гарантий, позволяющих в случае неплатежеспособности или банкротства обеспечить возврат потребителю уплаченных им сумм и его возвращение на родину»*.

В Европе существуют различные системы поддержки туристов:

- Фонды поддержки или защиты прав туристов (Бельгия, Дания, Франция, Италия, Нидерланды, Испания, Ирландия, Нидерланды, Норвегия, Швеция, Швейцария).
- Страховые компании (Германия, Великобритания).
- Банковские гарантии (Австрия, Германия, Франция, Латвия, Великобритания).
- Блокировка снятия средств со счета (Эстония, Польша, Великобритания).

Форма создания и функционирования фондов защиты прав туристов на основе государственно-частного партнерства широко применяется в странах Европы:

Италия: Национальный фонд защиты прав путешественников (*Fondo di Garanzia nazionale per la protezione dei viaggiatori*) создан в 1995 г.

Великобритания: Фонд защиты авиапутешествий (*Air Travel Trust* (ATT)) создан в 1973 г.

Швеция: Фонд защиты прав туристов (*Kammarkollegiet (Resegarantier)*).

Ирландия: Комиссия по защите прав авиапассажиров (*Consumer Protection Aviation Regulation Commission*).

Испания: региональные фонды (планируется создание национального фонда).

В странах Европы существуют и фонды ассоциаций, союзов и др., но при этом отсутствует обязательное в них участие, и действуют альтернативные механизмы защиты (резервирование средств и др.):

Франция: Национальный фонд создан в 1964 г. профессиональным Союзом солидарности в туристической отрасли (*Association Professionnelle de Solidarit du Tourisme* (APS)).

Нидерланды: Национальный фонд защиты прав туристов (*Stichting Garantiefonds Reisgelden* (SGR)) создан в 1983 г. (первый фонд в ЕС).

Бельгия: Фонд защиты прав туристов Бельгии (*Garantiefonds Reizen&Fonds de garantie Voyages* (GFG)) создан в 1996 г.

Дания: Фонд защиты прав туристов (*Rejsegarantifonden*).

Норвегия: Фонд защиты прав туристов (*Reisegarantifondet* (RGF)).

Швейцария: Фонд защиты прав туристов и путешественников Швейцарии (*Fonds de Garantie de la branche suisse du voyage&Gesetzlicher Garantiefonds*).

В июне 2009 г. в Париже прошел Саммит Европейских государств по вопросам сотрудничества в сфере организации Государственных фондов по защите прав туристов, на котором обсуждались вопросы функционирования таких фондов в разных странах Европы с целью обмена опытом в решении проблем туристов.

Таким образом, изучение европейского опыта показало, что во многих странах Европы фонды защиты прав туристов работают уже десятки лет, проходят международные саммиты по проблемам их функционирования. Поэтому на основе российского и мирового опыта рабочая группа Совета Федерации определила, что необходимо рассмотреть вопрос о создании в России подобного фонда, и основаниями являются следующие факторы:

- отсутствие механизмов возмещения средств туристам за рубежом для обеспечения продолжения отдыха, оплаты возвращения на родину в случае неплатежеспособности (банкротства) туроператора;
- фонд – некоммерческая структура взаимного страхования;
- профессиональная обработка претензий, полный контроль со стороны государства, 100% защита туристов;
- единый проект всего туристского бизнеса – значительные резервы при сокращении стоимости платежей, средства находятся в общем фонде;
- целевое расходование и сохранение финансовых средств;
- нейтральная политика принятия новых членов: условия равны для всех;
- повышение доверия к государству и туристскому бизнесу;
- возможность межведомственного взаимодействия МИДа России, Ростуризма, МЧС России, Минздрава России и др.;
- возможность сотрудничества по вопросу защиты прав туристов за рубежом с другими государствами Европы (и Фондами защиты прав туристов.

В итоге указанная рабочая группа Совета Федерации выступила с инициативой создания в Российской Федерации компенсационного фонда защиты прав туристов. Данное предложение было поддержано Правительством России, Администрацией Президента России, Государственной Думой. Его основная задача – предоставление проживания туристам и при необходимости оплата возвращения при неплатежеспособности (банкротстве) туроператора.

В результате совместной работы депутатов Государственной Думы, членов Совета Федерации, Правительства России, ТПП РФ, РСТ был подготовлен Федеральный закон №47-ФЗ от 3 мая 2012 года «О внесении изменений в Федеральный закон “Об основах туристской деятельности в Российской Федерации” и отдельные законодательные акты Российской Федерации», который вступил в силу 5 мая 2012 г.

Законом внесены изменения в 4 Федеральных закона: «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации», в Налоговый кодекс Российской Федерации, Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях, «О защите прав юридических лиц и индивидуальных предпринимателей при осуществлении государственного контроля (надзора) и муниципального контроля» – с целью совершенствования правовых механизмов защиты прав туристов.

Основной новеллой закона является введение механизма оказания экстренной помощи туристам в стране временного пребывания путем формирования компенсационного фонда. В Федеральный закон от 24 ноября 1996 г. №132-ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» введено понятие «экстренная помощь» – действия по организации эвакуации туриста из страны временного пре-

бывания (в том числе оплата услуг по перевозке и (или) размещению), осуществляемые объединением туроператоров в сфере выездного туризма. При этом туроператоры, осуществляющие деятельность в сфере выездного туризма, должны быть членами объединения туроператоров в сфере выездного туризма и обязаны вступить в него в течение 1 года после дня официального опубликования настоящего Федерального закона, т. е. до 4 мая 2013 г.

Объединение туроператоров в сфере выездного туризма является некоммерческой организацией, представляющей собой единое общероссийское объединение, которое действует в целях оказания экстренной помощи туристам. Указанная организация приобретает статус объединения туроператоров в сфере выездного туризма на основании решения Правительства Российской Федерации.

Для финансирования расходов, связанных с текущей деятельностью объединения взносы составляют не более чем 0,05% от годового объема денежных средств от реализации турпродукта туроператорами. Компенсационный фонд формируется за счет взносов туроператоров, в размере 0,1% от годового объема денежных средств от реализации турпродукта, но не менее чем в размере 100 тыс. руб. Порядок и условия финансирования из этого компенсационного фонда расходов на оказание экстренной помощи туристам определяются Правительством Российской Федерации.

Внесены также изменения в Налоговый кодекс Российской Федерации:

- освобождение от налогообложения доходов в виде оплаты услуг, оказываемых туристам при предоставлении им экстренной помощи;
- при определении налоговой базы не будут учитываться средства, полученные объединением туроператоров в сфере выездного туризма в виде взносов, перечисленных в компенсационный фонд, а также расходы, понесенные объединением туроператоров за счет средств компенсационного фонда.

Положения, касающиеся создания в Российской Федерации объединения туроператоров в сфере выездного туризма, вступают в силу по истечении ста восьмидесяти дней после дня официального опубликования настоящего Федерального закона, т. е. в ноябре 2012 г.

Введены и другие новеллы. Установлено финансовое обеспечение по договору страхования ответственности туроператора или банковской гарантии 30 млн руб. – для туроператоров, осуществляющих деятельность в сфере выездного туризма, в случае, если денежные средства, полученные ими от реализации в этой сфере туристского продукта, составляют не более 250 млн руб., в размере 12% от годового объема реализации туристского продукта, превышающего 250 млн руб.

Важное нововведение, которое касается снижения размера финансового обеспечения для туроператоров, осуществляющих деятельность в сфере въездного туризма, с 10 млн руб. до 500 тыс. руб., с 2007 г. предлагалось Российским союзом туриндустрии, и теперь вступило в силу. Действительно, с момента введения механизмов финансового обеспечения деятельности туроператоров, с 2007 г. по 2012 г., не зафиксировано ни одного страхового случая в сфере въездного туризма.

Установлена ответственность туроператора по договору о реализации туристского продукта потребителю услуг, заключенному турагентом как от имени туроператора, так и от своего имени. Туроператор обязан также размещать информацию о турагентах, осуществляющих продвижение и реализацию туристского продукта, сформированного туроператором, на своем официальном сайте в информационно-телекоммуникационной сети Интернет.

Из отраслевого закона исключено понятие «туристская путевка». Это направлено на сокращение документооборота, а также снижение необоснованных затрат на изготовление бланков путевок путем объединения договора о реализации туристского

продукта и туристской путевки в единый документ – «договор о реализации туристского продукта (туристская путевка)» и уточнение требований к существенным условиям указанного договора.

Введены изменения в Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях, касающиеся нарушения туроператором установленного порядка представления сведений о включении в единый федеральный реестр туроператоров:

1. Нарушение туроператором установленного порядка представления сведений о включении в единый федеральный реестр туроператоров влечет наложение административного штрафа на должностных лиц – в размере от 3 000 до 5 000 руб.; на юридических лиц – от 20 000 до 30 000 руб.

2. Нарушение туроператором порядка определения размера финансового обеспечения при осуществлении туристской деятельности влечет наложение административного штрафа на должностных лиц в размере от 10 000 до 20 000 руб.; на юридических лиц – от 100 000 до 200 000 руб.

3. Нарушение требований российского законодательства о туристской деятельности в части деятельности объединения туроператоров в сфере выездного туризма влечет наложение административного штрафа на должностных лиц в размере от 10 000 до 15 000 руб.; на юридических лиц – от 50 000 до 100 000 руб.

Федеральный закон от 26 декабря 2008 г. №294-ФЗ «О защите прав юридических лиц и индивидуальных предпринимателей при осуществлении государственного контроля (надзора) и муниципального контроля» дополнен пунктом 31 следующего содержания: «турагентская деятельность», что означает, что этот вид деятельности теперь имеет уведомительный характер регистрации в федеральном реестре турагентов в Роспотребнадзоре.

Порядок и сроки реализации Федерального закона «О внесении изменений в Федеральный закон “Об основах туристской деятельности в Российской Федерации” и отдельные законодательные акты Российской Федерации» различны.

Положения, касающиеся создания в Российской Федерации объединения туроператоров в сфере выездного туризма, вступают в силу по истечении 180 дней после дня официального опубликования Федерального закона, в ноябре 2012 г. Туроператоры, осуществляющие деятельность в сфере выездного туризма, обязаны вступить в члены объединения туроператоров в сфере выездного туризма в течении 1 года после дня официального опубликования Федерального закона, до 4 мая 2013 г.

Туроператоры в сфере международного туризма должны иметь финансовое обеспечение в размере, предусмотренном Федеральным законом, не позднее чем через 60 дней после дня вступления его в силу. До 4 июля 2012 г. туроператоры, имеющие годовой объем реализации туристского продукта, превышающий 250 млн руб., должны иметь финансовое обеспечение в размере 12% от годового объема реализации турпродукта.

Положения части 3 статьи 14.51 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (в редакции настоящего Федерального закона) будут применяться по истечении 180 дней после дня официального опубликования настоящего Федерального закона, т. е. с ноября 2012 г.

Российским Союзом туриндустрии (РСТ) проведены встречи с ведущими туроператорами в сфере выездного туризма, а также обсуждение основных принципов реализации указанного Федерального закона на заседании Комитета ТПП РФ по предпринимательству в сфере туристской, курортно-рекреационной и гостиничной деятельности и Президиума Правления РСТ.

РСТ предлагает и далее совершенствовать законодательство, регулирующее туристскую деятельность, в том числе инициировать изменения в Налоговый Кодекс

Российской Федерации, дополнить статью 346.16, согласно которой налогоплательщик (туроператор) уменьшает полученные доходы на вступительные, членские и целевые взносы, уплачиваемые в ассоциацию. Имеется и ряд других вопросов и проблем, которые необходимо решать совместно со всеми заинтересованными сторонами, и работа над отраслевым законодательством будет продолжена.

О ТЕНДЕНЦИЯХ В ТЕРРИТОРИАЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ ТУРИЗМА И НАУЧНЫХ ИНТЕРЕСАХ В ЭТОМ НАПРАВЛЕНИИ

А. И. Зырянов, *декан географического факультета Пермского государственного национального исследовательского университета, заведующий кафедрой туризма, профессор, доктор географических наук, г. Пермь; ziryanov@psu.ru*

Рассмотрим изменения, которые происходят в географии туризма и рекреационной географии в отношении развития тематик и подходов в последнее время. Попробуем высказать некоторые мысли по поводу новых тенденций в территориальной организации туристско-рекреационной сферы, особенно в нашей стране и в Пермском крае.

Отметим, что некоторые базовые географические подходы в рекреационной географии и географии туризма за последние два десятилетия существенно не изменились. Географы сейчас, как и много лет назад, интересуются туристско-рекреационными ресурсами и ресурсным потенциалом региона, рекреационной емкостью территории, физико-географическими и ландшафтными предпосылками развития туризма, разрабатывают рекреационное зонирование и туристское районирование, функциональное зонирование ООПТ для туристских целей.

Среди новых тем добавились следующие: анализ выездного, въездного и внутреннего туризма, изучение туризма как индикатора благополучия населения, анализ развития относительно новых видов туризма (экологического, сельского, некоторых специальных, например, гастрономического, винного и т. д.), изучение новых территориальных явлений и объектов, таких как особые туристско-рекреационные зоны туристско-рекреационного типа, туристские кластеры, тематические парки, природные парки. Развивается маршрутный взгляд на эту тему. Появляются работы по эталонным туристским маршрутам, разрабатываются маршрутные принципы территориальной организации туризма, многие методические вопросы географического туроперейтинга еще предстоит рассматривать. Разрабатываются бизнес-тематики со стороны рекреационного девелопмента, проектирования туристских объектов. Пробивает себе дорогу туристское легендирование и тема туристского образа места.

Многие работы, так или иначе, практически связывают свои результаты с формирующимися концепциями и программами развития туризма в регионах. Потихоньку географов начинает привлекать тема улучшения рекреационной среды городов, поскольку город и поселение все более рассматриваются не как объект при производственном предприятии, а как комфортная среда обитания. Урбанистика постепенно взаимопроникает в рекреационную географию.

Интересно рассмотреть как меняется территориальная обстановка в туристской сфере, какие тенденции просматриваются на территории России и особенно в ее глубинных регионах.

Отметим тенденции:

1. Развитие автотуризма и автотранспорта как основного вида транспорта, особенно во внутреннем туризме. Автодороги становятся основным фактором развития туризма в регионе.
2. Высокая роль авиационного транспорта в международном туризме.
3. Понижение роли железнодорожного транспорта во внутрирегиональных туристских перевозках и сохранение его значимой роли для рекреационных поездок (дачная деятельность).
4. Угасание роли речного транспорта в туристской сфере. Сокращение речных круизов, возможностей парусного отдыха.
5. Смена «аскетичных» видов туризма (туристские ботинки, большой рюкзак, палатка) на более комфортабельные. Повышение спроса на кемпинги, инфраструктуру, обустроенные маршруты в природной среде, размещение в гостиницах.
6. Закат пешеходного туризма – родоначальника этой деятельности. Замена длительных и сложных пешеходных маршрутов в ненаселенных районах на короткие пешие выходы без больших рюкзаков на интересные природные объекты вблизи автодорог.
7. Замена лыжного туризма как особенно физически тяжелого на горнолыжную рекреацию и лыжные путешествия на снегоходах.
8. Широкое развитие сплавов по несложным рекам.
9. Снижение интереса к горным туристским путешествиям.
10. Широкое развитие горнолыжного отдыха как в международных горнолыжных центрах, так и в большинстве регионов России. Это своеобразный ответ на угасание лыжного туризма и снижение массовости категорийных горных туристских путешествий.
11. Безопасность в туризме становится фактором его развития. Возрастает потребность в бытовом комфорте. Снижается интерес к опасным, сложным и трудным путешествиям, построенным на романтике дальних малоосвоенных районов. Экстремальными путешествиями начинают считаться водные путешествия 1–2 категории сложности и пешие путешествия выходного дна. Главное слово в советском туризме «поход» в современной туристской среде теряет популярность.
12. Познавательный туризм последовательно развивается. Растет интерес и маршрутная сеть. Востребуются музеи и экскурсионные объекты.
13. Событийные мероприятия культурного и спортивного плана влекут за собой организацию значительных туристских потоков, но в большей степени развивают внутреннюю рекреационную среду городов, удовлетворяя внутренний спрос.
14. Охота и рыболовство из рекреационной деятельности в окрестностях места жительства или в своем регионе превращается в охотничье-рыболовный туризм с поездками в иные дестинации в пределах России и стран СНГ.
15. Деловой туризм стабильно дает одну из основных долей среди видов туризма в регионах, в основном загружая средства размещения внутрироссийских городов.

Туристское районирование все более походит на социально-экономическое районирование, поскольку туристские потоки повторяют сети городов и транспортных связей, а природные территории, массово туристски осваиваемые, тяготеют к окрестностям городов и ближайшим поясам вдоль транспортных связей. Распространенные ранее линейные туристские маршруты из одного региона в другой с посещением центральных

частей физико-географических областей (Северного Урала, Приполярного Урала) сейчас исключительно редки. Таким образом, границы между субъектами РФ становятся менее проницаемыми. Туристское пространство региона «сжимается» к его центру, образуя на периферии малоиспользуемые в туристском отношении пространства.

Многое значит фактор расстояния от главного города до туристского объекта. Это особенно проявляется в востребованности туристской инфраструктуры и в ритме ее работы. Близкие объекты рассчитывают на повседневное использование, среднеудаленные – на использование в выходные дни, в удаленных – основная загрузка приходится праздничные дни.

Туристский потенциал территории – одна из самых распространенных категорий в географии туризма – собирательное понятие, свидетельствующее об оценке всех туристских ресурсов и возможностей места. Однако, интересно, то, что разные методики подсчета потенциала дают иногда противоположные результаты. Кроме того, те территории, которые оказываются аутсайдерами в рейтинге потенциальных, имеют свои неоспоримые преимущества. Незначительность явных туристских ресурсов, невыгоды транспортного положения окупаются низкой стоимостью земли и отсутствием выраженного туристского профиля. Это позволяет территорию рассматривать как «чистый лист» и развернуть творческие амбиции проектировщиков без оглядки на профессиональные каноны. Здесь велика возможность инициативы, а туризм особенно интересен, когда он креативен.

Туризм и рекреация по технологии и организации обосабливаются друг от друга. Сформировались ясно выраженные виды рекреации со стационарным отдыхом, где пребывание доминирует над перемещением. Это дачный отдых и садово-огородная рекреация, бальнеология, горнолыжная рекреация и сельский туризм в форме одного места пребывания. Классические виды туризма, с маршрутным характером проявляются в автотуризме, активных путешествиях в природной среде, водных круизах, в экскурсионных маршрутах. Нечто среднее, где стационарное пребывание комбинируется с элементами путешествия проявляется в событийном туризме, деловом туризме, познавательном туризме, рыболовном туризме. При этом событийную и рыболовную форму более правильно рассматривать как рекреацию, а познавательную и деловую как туризм.

Интересно, как развиваются взаимоотношения географии и туризма как двух сфер. География – это образование и наука, а туризм это вид деятельности и бизнес и между ними не простые отношения и не полное понимание. Причины шероховатости во взаимоотношениях проистекают от следующих причин.

Географ проявляет интерес ко всей территории, всем ее объектам и местечкам, ко всем явлениям. Он уважительно относится ко всем регионам, для него интересно множество географических объектов. Туризм очень избирателен. Эта деятельность и бизнес выделяет, с позиции географа часто искусственно, отдельные места, их маркентингово раскручивает и продвигает на туристский рынок. Географ порой не может понять, как можно выделить два – три объекта из большой совокупности совершенно похожих и не менее привлекательных, легендировать, рекламировать, сформировать туристский поток, обустроить инфраструктурой именно эти отдельные места. Географу это быстро недоедает. У него вызывают усмешку и даже брезгливость глянцевые туристские журналы с прекрасными фотографиями «аттрактивных» туристских объектов, снабженные слащавыми обывательскими или журналистскими географически примитивными описаниями.

При этом мы помним о том, что географическая наука, увлекаясь поиском общих закономерностей, и не интересуясь туристским миром, не улавливала туристскую избирательность объектов и территорий. Так в 70–80 годы на Памиро-Алае сформиро-

вались популярные локальные туристские районы, получившие названия Фанские горы и Матчинские горы, которые в географической литературе не находили места, а многотысячное общество спортивных туристов СССР считали эти районы своей мечтой. К таким районам относился Центральный Саян и некоторые другие. Это говорит о том, что географы не всегда чувствуют туристский мир, не понимают принципы его избирательности, приоритетов.

КОМПЛЕКСНАЯ ВИЗУАЛИЗАЦИЯ ОБЪЕКТОВ КУЛЬТУРНОГО И ПРИРОДНОГО НАСЛЕДИЯ – ИННОВАЦИОННЫЙ ПОДХОД К ПРОДВИЖЕНИЮ РЕГИОНОВ НА ТУРИСТИЧЕСКОМ РЫНКЕ

INTEGRATED VISUAL REPRESENTATION OF CULTURAL AND NATURAL HERITAGE – AN INNOVATIVE APPROACH TO THE PROMOTION OF REGIONS IN THE TOURIST MARKET

А. П. Добрынин, *директор по развитию ООО «ДЕМ-Медиа», г. Москва; andrey.p.dobrynin@gmail.com*

A. P. Dobrynin, *Development Director, «DEM-Media», Moscow; andrey.p.dobrynin@gmail.com*

Успешное продвижение региона на рынке туристических услуг в значительной степени зависит от яркого, привлекающего внимание показа объектов культурного и природного наследия, находящихся на его территории. Тексты-описания достопримечательных мест и памятников, карты, представляющие рекреационный потенциал региона, сайты, предлагающие маршруты для туристов – все они предполагают использование того или иного продукта визуализации.

Наглядный пример развития картографических сервисов в данном направлении – появление возможностей подключения слоев спутниковых снимков. Появились и все больше наполняются как профессиональным, так и пользовательским контентом, слои привычной фотосъемки, а также еще недавно редкой панорамной, в том числе сферической, съемки. В настоящий момент мы наблюдаем очень активное развитие этих способов визуализации объектов российского культурного и природного наследия.

В чем принципиальная новизна новых подходов к визуализации? Рассмотрим на примере сферической съемки. Использование созданных на основе данного способа фотосъемки панорам позволяет не только рассмотреть все, что находится вокруг точки съемки в любом направлении и с любым выбранным приближением, но и, что особенно важно подчеркнуть, превращает каждого пользователя в активного участника процесса представления объекта на том или ином интернет-ресурсе. Особенно наглядно это проявляется при создании виртуальных туров на основе сферических панорам с большим количеством переходов между ними (рис. 1). В результате процесс выбора маршрута становится не только интерактивным, но и максимально свободным. А пользователь, прокладывая путь от одной панорамы к другой, останавливаясь там, где его внимание привлечено тем или иным объектом, выбирая ракурс его осмотра, приближая его, чтобы подробнее рассмотреть детали, становится участником создания конкретного варианта виртуального тура.

При комплексной визуализации появляется возможность взглянуть на культурный ландшафт не только из космоса, но и с высоты 300–500 метров, затем спуститься вниз к выбранному объекту, совершить пешеходный его обход и даже войти внутрь (рис. 2, 3). А в случае реализации технологий съемки в сверхвысоком разрешении,

отдельные предметы или детали памятников могут быть рассмотрены как под увеличительным стеклом.

В январе 2012 г. компания «Яндекс» представила исторический центр Санкт-Петербурга, а также архитектурные ансамбли Петергофа, Пушкина, Павловска, Гатчины, Шлиссельбурга в слое «Панорамы с воздуха» на сервисе «Яндекс.Карты». Компания Google в течение месяца после этого запустила виртуальные прогулки по паркам Санкт-Петербурга, Москвы, Казанскому Кремлю. При этом обе упомянутые компании уже частично представили и планируют продолжить показ интерьерных съемок музеев, а отдельных предметов их коллекций – и в сверхвысоком разрешении.

Но степень и скорость распространения данных сервисов и продуктов зависит от планов интернет-компаний по развитию собственных геоинформационных сервисов. Нужно ли ждать, когда их деятельность охватит тот или иной конкретный регион, дойдет до того или иного конкретного места, памятника?

Приведем конкретный пример региона с активной позицией по созданию новых продуктов комплексной визуализации с целью продвижения региона, в том числе на туристическом рынке – это Смоленская область. По заказу и при активной поддержке областной Администрации здесь разрабатывается общедоступный сервис – Интернет-экскурсии на основе 3D-моделирования исторического центра города Смоленска и связанных с ним памятников. При этом реализуются и все способы визуализации, упомянутые ранее, как составные части комплексного продукта.



Рис. 1. Смоленск – Успенский собор (фрагмент виртуального тура)

Результаты данных работ, а по своей комплексности они не имеют равных в России, позволяют максимально использовать внимание к региону, привлеченное предстоящим юбилеем города (1 150-летие основания Смоленска будет отмечаться в 2013 г.), 200-летием победы в войне с Наполеоном, 400-летием окончания Смутного времени. Все эти события, оставившие исторический след в виде городищ и крепостных стен, в посвященных им памятниках и соборах, связанных с ними культурных ландшафтах, будут представлены максимально полно в результате комплексной визуализации и, без сомнения, заинтересуют самый широкий круг пользователей.

На основе выполненной работы в дальнейшем могут быть подготовлены различные печатные издания, сувенирная и другая продукция. Но наше внимание сосредо-

точено, в первую очередь, на электронных продуктах, точнее, на их интернет-версиях. И происходит это по следующей важной причине. Администрация Смоленской области с самого начала поставила перед разработчиками интернет-экскурсий задачу обеспечения возможности интеграции в разрабатываемый продукт любых других результатов работ специалистов и заинтересованных пользователей (конечно, после отбора с точки зрения качества и обеспечения предоставления необходимых метаданных).

При таком подходе создаются условия для решения двух важных задач. Первая из них – постоянное обновление и пополнение информационных ресурсов. Вторая – вовлечение широкого круга пользователей в сбор, обработку и распространение информации о культурном и природном наследии региона, превращение пользователей в активных участников развития информационных ресурсов по наследию региона.



Рис. 2. Смоленск – интерьер Успенского собора

При этом важно отметить, что результаты работ будут иметь большое количество различных вариантов использования. Например, появится возможность наполнить новым содержанием существующие или создаваемые на новой технологической основе информационные пункты/киоски для туристов.

Под новой технологической базой мы понимаем и такую форму распространения информации, как просмотр информации в интерактивном режиме на сенсорных экранах (тачскринах) и планшетных компьютерах для составления индивидуальных маршрутов. Составленный маршрут может быть в дальнейшем перенесен в любое мобильное устройство, распечатан на принтере или отправлен адресату любым способом электронной связи. При этом выбор может делаться исходя из наглядной информации (панорамной съемки с высоты, панорамных съемок пешеходных или внутренних/интерьерных) с использованием доступа к любой дополнительной информации.

Для успешного развития туризма и рекреации в регионе важно использовать не только потенциал спроса со стороны тех, кто может приехать в регион в качестве туристов, но и со стороны его жителей. Показ высококачественного визуального контента, снятого, например, с высоты птичьего полета, на уже ставших привычными для городов световых панно – эффективный путь повышения интереса к объектам туризма и рекреации со стороны горожан. При этом яркий высокохудожественный

видеоряд интересен и для самих владельцев таких современных рекламных конструкций. Например, уже первый опыт такого показа материалов проекта «Чудеса России с высоты птичьего полета» в Мурманске, где проходили съемки мемориала Защитникам Советского Заполярья, на предоставленном местным предпринимателем рекламном дисплее на центральной площади города вызвал большой интерес мурманчан.

Новые технологии развиваются стремительно, и вот уже в Москве появилась замечательная идея размещения в разных точках города системы QR-кодов, которые позволяют с помощью мобильного телефона моментально получить информацию о данном районе города, его главных достопримечательностях. Более наглядное представление об архитектурных доминантах и структуре городского культурного ландшафта может дать, в первую очередь, его показ с высоты птичьего полета. Но, безусловно, для максимально полного представления необходимо задействовать все существующие возможности комплексной визуализации.



Рис. 3. Исаакиевский собор с высоты птичьего полета
(слева Английская набережная и Музейный квартал)

Именно в таком направлении идет сейчас работа над проектом «Музейный квартал» в Санкт-Петербурге. Он будет включать не только тематические пешеходные экскурсии по территории от Новой Голландии до Исаакиевского собора для посетителей музеев и мест отдыха в самом квартале, но и содержать визуальную информацию с более широким охватом от Английской набережной до Дворцовой площади. Таким образом, по нашему замыслу удастся привлечь внимание к «Музейному кварталу» не только туристов, прибывающих в Санкт-Петербург на круизных лайнерах (стоянка которых расположена у Английской набережной), но и, например, посетителей Эрмитажа.

При этом возможность использования мобильных устройств делает интерес к объектам культурного наследия более активным, а подбор информации – максимально соответствующим предпочтениям каждого конкретного туриста. Он может, осмотрев на экране мобильного устройства интересующие его объекты с высоты, спуститься вниз и рассмотреть фасады зданий, близлежащую территорию и более того, заглянув внутрь помещений, понять, что именно может представлять для него интерес в интерьерах. Это еще один из примеров продвижения туристического потенциала за счет комплексной визуализации.

РОЛЬ КЛАСТЕРНОЙ ПОЛИТИКИ В РАЗВИТИИ ТУРИСТСКОЙ ОТРАСЛИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ И ЕЕ РЕГИОНОВ

SIGNIFICANCE OF CLUSTER-BASED POLICY IN DEVELOPMENT OF TOURISM OF THE RUSSIAN FEDERATION AND ITS REGION

А. В. Кучеренко, *аспирант Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации, главный специалист-эксперт отдела формирования государственной политики и регионального взаимодействия в сфере туризма Департамента туристской деятельности и международного сотрудничества Минспорттуризма России; Kucherenko@minstm.gov.ru*

Аннотация. *В статье рассмотрен кластерный подход к формированию туристских комплексов в Российской Федерации; основные цели, задачи и роль кластерной политики при формировании региональных и федеральных программ развития туристской отрасли.*

Ключевые слова: *государственное регулирование туризма, туристский кластер, кластерная политика, государственно-частное партнерство, программа развития туризма*

Abstract. *In article is considered the cluster approach to formation of tourist complexes in the Russian Federation; main objectives, tasks and a role of cluster-based policy at formation of regional and federal programs of development of tourist branch.*

Keywords: *state regulation of tourism, tourist cluster, cluster-based policy, state-private partnership, program of development of tourism*

В настоящее время все большую актуальность приобретает вопрос усиления регулирующей роли государства в структурной перестройке и модернизации ряда отраслей экономики Российской Федерации. Одной из таких отраслей, нуждающихся в повышенном внимании со стороны органов государственной власти, является сфера туризма, а особенно – наиболее проблемная ее часть – внутренний и въездной туризм.

Вследствие того, что в советский период туризм развивался в русле социальной сферы, а с распадом СССР в 90-х годах XX века, потеряв поддержку государства, фактически утратил и эту роль, к настоящему времени отрасль подошла практически с полностью изношенной обеспечивающей инфраструктурой (транспортной, гостиничной и т. д.) и рядом других проблем, среди которых можно выделить:

- низкая конкурентоспособность туристских продуктов и услуг на внутреннем и международном рынках;
- низкая инновационная и инвестиционная активность в отрасли;
- низкий образовательно-коммуникационный уровень населения;
- рост дифференциации регионов по уровню социального и экономического развития;
- наличие депрессивных, проблемных и кризисных регионов на территории страны, приводящее к усиливающейся дезинтеграции ее социального и экономического пространства, снижению уровня межрегиональных связей, и, в дальнейшем, к сложностям в формировании межрегиональных туристских продуктов;
- негативный имидж России как страны небезопасной для посещения;
- наличие визовых барьеров.

Такое «наследие», оставленной туристской отрасли предыдущим периодом ее существования, усугубляемое общеэкономическими проблемами в стране, не позволяет сфере внутреннего и въездного туризма самостоятельно, лишь за счет рыночных механизмов, стать конкурентоспособной на внутреннем и глобальном туристском рынках.

Государство, осознав в последние годы колоссальный потенциал туризма для решения широкого круга социально-экономических проблем нашей страны, и одновременно увидев плачевное состояние отрасли, начинает активно включаться в процессы модернизации и перевода ее на новый уровень развития.

Мировой опыт развития туризма последних десятилетий выявил наиболее эффективный в настоящее время механизм взаимодействия государства и бизнеса для создания современной, высокотехнологичной индустрии гостеприимства – кластерный подход, теоретические основы которого были заложены еще А. Маршаллом, одним из первых выделившим экономические структуры, которые «могут быть устойчивыми благодаря концентрации множества схожих малых бизнесов в определенном месте» [5].

М. Портер ввел в научный оборот понятие отраслевой кластер, обозначив им «группу географически соседствующих, взаимосвязанных компаний и связанных с ними организаций, действующих в определенной сфере и характеризующихся общностью деятельности и взаимодополняющих друг друга».

Под *туристско-рекреационным кластером* будем понимать группу географически соседствующих взаимодействующих компаний и организаций, занимающихся разработкой, производством, продвижением и продажей туристского продукта, а также деятельностью, смежной с туризмом и рекреационными услугами, и связанных с ней органов государственной власти и научно-исследовательских организаций [2, 3, 4, 6].

Туристско-рекреационные кластеры являются объектами проведения кластерной политики – системы государственных мер и механизмов формирования и поддержки кластеров, обеспечивающих повышение конкурентоспособности регионов и предприятий, входящих в кластер.

В Российской Федерации элементы кластерной политики заложены в *Концепции долгосрочного социально-экономического развития до 2020 года*, утвержденной распоряжением Правительства Российской Федерации от 17 ноября 2008 г. N1662-р, которой предусматривается формирование ряда высокотехнологичных кластеров, в том числе туристско-рекреационных зон с высоким уровнем оказания услуг сервиса на территориях с уникальными природно-климатическими условиями и богатым историко-культурным наследием.

Основной целью реализации кластерной политики в Российской Федерации является обеспечение высоких темпов экономического роста и диверсификации экономики за счет повышения конкурентоспособности предприятий, оказывающих специализированные производственные и сервисные услуги, научно-исследовательских и образовательных организаций, образующих кластеры [1].

Целями кластерной политики касательно развития туристской отрасли являются:

- создание современной индустрии туристско-рекреационных услуг;
- повышение ее конкурентоспособности на внутреннем и международном рынках;
- в региональном аспекте: обеспечение качественного перехода от структуры разрозненных туристских предприятий к четко функционирующему туристско-рекреационному кластеру, действующему на принципах государственно-частного партнерства и вовлекающего в туристскую деятельность максимально возможный объем туристских ресурсов региона.

В рамках реализации поставленных целей основными задачами кластерной политики являются:

- формирование условий для эффективного организационного развития туристских кластеров, включая:
  - выявление участников кластера, разработку стратегии его развития,
  - наращивание конкурентных преимуществ участников кластера,
  - определение барьеров и возможностей для развития кластера,
  - установление эффективного информационного взаимодействия между участниками кластера,
  - реализация мер по стимулированию сотрудничества между участниками кластера (организация конференций, семинаров, рабочих групп и т. д.);
- обеспечение эффективной поддержки проектов, направленных на повышение конкурентоспособности участников кластера, за счет фокусирования и координации мероприятий экономической политики по направлениям:
  - поддержка развития малого и среднего предпринимательства,
  - инновационная и технологическая политика,
  - образовательная политика,
  - политика привлечения инвестиций,
  - развитие транспортной и энергетической инфраструктуры;
- обеспечение эффективной методической, информационно-консультационной и образовательной поддержки реализации кластерной политики на региональном и отраслевом уровнях;
- обеспечение координации деятельности федеральных органов исполнительной власти, органов исполнительной власти субъектов Российской Федерации и органов местного самоуправления, объединений предпринимателей по реализации кластерной политики.

Результатами реализации кластерной политики является повышение интенсивности развития малого и среднего предпринимательства в сфере туризма и смежных отраслях, активизация привлечения прямых инвестиций в туристскую отрасль, обеспечение ускоренного социально-экономического развития регионов базирования кластеров.

Процесс формирования туристских кластеров в России начался в 2006 г., в связи с принятием поправок к Федеральному закону «Об особых экономических зонах» и выделением особых экономических зон туристско-рекреационного типа (далее – ОЭЗ ТРТ). По результатам конкурсного отбора, проведенного Министерством экономического развития и торговли Российской Федерации, к реализации были отобраны 7 проектов ОЭЗ ТРТ (в Краснодарском, Ставропольском, Алтайском краях, Иркутской и Калининградской областях, в республиках Бурятия и Алтай). Далее, в 2010 г. была создана ОЭЗ ТРТ на о. Русский Приморского края, а также ряд ОЭЗ ТРТ в рамках Северо-Кавказского туристского кластера.

В основе функционирования ОЭЗ ТРТ лежит механизм государственно-частного партнерства. За счет средств бюджетов всех уровней предполагается строительство объектов инфраструктуры для обеспечения необходимыми мощностями. Частные инвесторы-резиденты строят и эксплуатируют туристские объекты.

Однако на сегодняшний день практическое развитие получили только ОЭЗ ТРТ в Республиках Бурятия и Алтайском крае. На наш взгляд основной причиной низкой эффективности реализации проектов являлась, прежде всего, сложноорганизованная, излишне забюрократизированная многоуровневая система управления ОЭЗ ТРТ, включающая: Министерство экономического развития и торговли Российской Федерации, Федеральное агентство по управлению особыми экономическими зонами,

администрации субъектов Российской Федерации, администрации муниципальных образований.

Поскольку для каждой ОЭЗ ТРТ ввиду многочисленности субъектов управления достичь соблюдения интересов всех участников процесса оказалось невозможным, это привело для остальных 5 ОЭЗ ТРТ к неурегулированности земельно-хозяйственных и других вопросов, малоэффективности льгот для компаний-резидентов и, в конечном итоге, к снижению инвестиционной привлекательности отобранных площадок.

В результате, наиболее перспективная туристская зона в Краснодарском крае была закрыта, по некоторым другим ОЭЗ ТРТ также рассматривается вопрос о прекращении деятельности.

Но, несмотря на скорее отрицательный результат, опыт формирования кластеров в рамках закона об особых экономических зонах положил начало использованию кластерного подхода для формирования современных туристских комплексов в нашей стране, заняв одно из ключевых мест в стратегиях социально-экономического развития ряда субъектов Российской Федерации и муниципальных образований.

Так, Администрацией Псковской области в рамках областной программы «Развитие культурно-познавательного туризма Псковской области на 2010–2016 годы» разработан инвестиционный проект «Развитие туристско-рекреационного кластера “Псковский”».

Проектом программы предусмотрена реализация комплекса мероприятий в сфере туризма, направленных на оздоровление экономики Псковской области:

- поддержка малого и среднего предпринимательства в сфере туризма;
- содействие в привлечении инвестиций в туристскую отрасль Псковской области;
- содействие занятости в сфере туризма;
- повышение конкурентоспособности туриндустрии Псковской области.

Можно отметить, что в целом перечень мероприятий проекта программы ориентирован на формирование благоприятного имиджа Псковской области как перспективного туристского направления Российской Федерации.

Аналогичные проекты разрабатываются многими субъектами Российской Федерации.

Все эти, пусть пока еще и немногочисленные примеры, свидетельствуют, что на сегодняшний день наиболее эффективным инструментом кластерной политики развития туристско-рекреационного комплекса Российской Федерации является применение программно-целевых методов и механизмов государственно-частного партнерства.

В 2011 г. Правительством Российской Федерации принята федеральная целевая программа «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011–2018 годы)» (далее – Программа), реализация которой станет новым этапом развития отрасли [7].

Общий объем финансирования Программы составляет 332 млрд руб., в том числе: 96 млрд руб. – средства федерального бюджета, 25 млрд руб. – средства региональных бюджетов, 211 млрд руб. – внебюджетные средства (привлеченные инвестиции).

Целью Программы является повышение конкурентоспособности отечественного туристского рынка, удовлетворение потребности российских и иностранных граждан в качественных туристских услугах.

В целом, в рамках реализации ФЦП государством будут созданы благоприятные условия для развития современной туристской индустрии, в том числе в малых городах, сельских местностях, а также на особо охраняемых природных территориях.

На протяжении всего периода действия Программы запланирована поддержка перспективных проектов создания туристских кластеров в регионах, имеющих высо-

кий туристский потенциал. Государственная поддержка в рамках Программы обеспечит вовлечение регионального бизнес-сообщества в процессы формирования государственно-частных партнерств, что будет способствовать созданию конкурентоспособной туристской инфраструктуры.

В настоящий момент Минспорттуризм России совместно с администрациями соответствующих регионов Российской Федерации приступил к реализации пилотных проектов по созданию туристско-рекреационных и автотуристских кластеров в Ивановской, Рязанской, Ростовской и Псковской областях, а также в Алтайском крае.

Надо отметить, что впервые одним из важных направлений развития инфраструктуры туризма является создание автотуристских кластеров – цивилизованных условий для автотуристов, через комплексное развитие придорожной инфраструктуры туристской направленности.

Помимо указанных регионов в первый этап реализации Программы с началом реализации 2012–2013 гг. включено создание туристских кластеров в Астраханской области, Ставропольском крае, Республике Бурятия, Вологодской области, Краснодарском крае, Липецкой области, Костромской области, Нижегородской области, в Республике Саха (Якутия) и Республике Башкортостан.

В рамках Программы будут реализовываться мероприятия по повышению уровня профессиональной подготовки и переподготовки кадров индустрии туризма, по оценке состояния и тенденций развития туристского рынка в Российской Федерации, внедрению новых технологий реализации туристских продуктов с использованием электронных программ.

Реализация Программы позволит обеспечить предложение качественного российского турпродукта взамен традиционных зарубежных направлений (импортозамещение); вовлечь в экономический оборот новые привлекательные туристские территории; способствовать уменьшению диспропорций в уровне развития различных регионов; сохранить и эффективно использовать объекты культурно-исторического наследия, включая малые исторические города.

В результате реализации Программы к 2018 г. в различных субъектах Российской Федерации будет создана сеть конкурентоспособных туристско-рекреационных и автотуристских кластеров, которые станут точками развития регионов и межрегиональных связей, активизировав вокруг себя развитие малого и среднего бизнеса.

Без сомнения, реализация Программы станет важным этапом на пути становления России как одной из ведущих туристских держав.

Таким образом, по своему потенциалу и структуре, кластерная политика в туристской отрасли является именно тем комплексом мероприятий, который может способствовать решению основных задач отрасли, как в региональном разрезе, так и страны в целом:

- формированию современного высокотехнологичного внутреннего туристского рынка;
- ускоренному развитию малого и среднего бизнеса, стимулированию инициативы на местах;
- активизации взаимодействия между государством, бизнесом и научным сообществом, росту конкурентоспособности бизнеса за счет реализации потенциала эффективного взаимодействия участников кластера и снижению транзакционных издержек;
- привлечению инвестиций, в том числе иностранных, в отрасль и экономику регионов и активизации внешнеэкономической интеграции регионов и Российской Федерации в целом;
- повышению конкурентоспособности России на мировом туристском рынке.

Список литературы

1. Концепция долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года : распоряжение Правительства Российской Федерации от 17 ноября 2008 г. N1662-р. / Правительство РФ // Собрание законодательства РФ. – 24.11.2008. – №47. – ст. 5489.
2. Агафонов, В. А. Кластерная стратегия : системный подход / В. А. Агафонов // Экономическая наука современной России. – 2010. – №3 (50). – С. 77–91.
3. Александрова, А. Ю. Кластеры в мировой индустрии туризма / А. Ю. Александрова // Вестник московского университета. – Серия 6. Экономика. – 2007. – №5. – С. 43–62.
4. Кружалин, В. И. Государственно-частное партнерство и формирование туристско-рекреационных кластеров / В. И. Кружалин // Вестник национальной академии туризма. – 2009. – №2 (10). – С. 13–16.
5. Марголин, А. Кластеры и кластерная политика / А. Марголин, С. Семенов // Государственная служба. – 2008. – №5. – С. 79–87.
6. Пилипенко, И. В. Кластерная политика в России / И. В. Пилипенко // Общество и экономика. – 2007. – №8. – С. 28–64.
7. Федеральная целевая программа «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011–2018 годы)» : Постановление Правительства Российской Федерации от 2 августа 2011 г. №644. [Электронный ресурс] / Официальный сайт Минспорттуризма России. – URL : http://tourism.minstm.gov.ru/26. Проверено 13.05.2012.

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ СОЗДАНИЯ ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННОЙ ЭКСПЕРТИЗЫ

THEORETICAL AND METHODOLOGICAL BASIS OF TOURIST AND RECREATION EXPERTISE

Н. В. Шабалина, *доцент кафедры рекреационной географии и туризма географического факультета МГУ имени М. В. Ломоносова, кандидат географических наук, natshab@yandex.ru*

N. V. Shabalina, *assistant professor, department of recreation geography and tourism, Faculty of Geography, Lomonosov Moscow State University, Ph. D. in Geography, natshab@yandex.ru*

Ключевые слова: *индикаторы устойчивого развития туризма, туристско-рекреационная экспертиза, туристско-рекреационный кластер*

Keywords: *indicators of sustainable tourism, tourist and recreation expertise, cluster of tourist and recreation*

После принятия Федеральной целевой программы «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011–2018 годы)» [4] на повестке дня остро встал вопрос о разработке и внедрении эффективных проектов развития туристско-рекреационных объектов и территорий. В этой связи идет широкий пересмотр региональных программ развития туризма, определяются новые приоритеты отрасли,

разрабатываются нормативно-правовых документы, определяющие условия и этапы развития туристской индустрии. Повсеместно идет проектирование региональных и муниципальных туристско-рекреационных кластеров, направленных на создание единой туристско-рекреационной системы страны, финансирование которых может предполагать использование целевых средств из федеральных и региональных бюджетов. Однако при всей этой лавине проектов и концепций в настоящее время отсутствует единый набор критериев оценки эффективности и целесообразности внедрения предлагаемых инвестиционных решений.

В российском законодательстве (статья 31.2 п. 7 ФЗ №116 от 22 июля 2005 г. «Об особых экономических зонах в Российской Федерации» [2] предусмотрена оценка экспертным советом по туристско-рекреационным особым экономическим зонам проектов, бизнес-планов, представляемых лицами, намеревающимися получить статус резидента особой экономической зоны. Критерии данной оценки утверждены Приказом Министерства экономического развития РФ от 26 мая 2010 г. №207 [5]. Однако подобная экспертиза не является обязательной, даже когда речь идет о проектах создания туристско-рекреационных кластеров регионального и федерального уровней. Между тем, в зарубежных странах, да и у нас в стране, уже накоплен определенный опыт оценки возможности и эффективности реализации проектов развития туристско-рекреационных объектов и территорий, т. е. проведения туристско-рекреационной экспертизы.

Международная практика показывает, что процесс организации туристской отрасли в стране, как правило, начинается с проведения анализа возможности и путей ее развития и подготовки соответствующих решений на национальном уровне. Данные мероприятия осуществляются органами, уполномоченными в сфере туризма. При этом в некоторых странах, например, в Новой Зеландии [15], Австралии, характер и формат необходимых исследований можно отнести к отдельным этапам комплексной туристско-рекреационной экспертизы.

Под туристско-рекреационной экспертизой следует понимать «комплексное исследование, направленное на оценку соответствия туристско-рекреационных свойств и характеристик территорий, объектов и проектов их освоения и строительства нормативно-правовым и иным требованиям устойчивого развития сферы туризма и отдыха». Главная особенность туристско-рекреационной экспертизы заключается в том, что она включает в себя несколько различных этапов и форм аналитических исследований, которые сами по себе являются самостоятельными видами экспертизы.

Туристско-рекреационная экспертиза включает в себя как экспертизу отдельных проектов, так и экспертизу территории.

Туристско-рекреационная экспертиза территорий.

В ряде стран с начала 90-х гг. проводится комплексная туристско-рекреационная экспертиза территорий. Именно в этот период на повестке дня встал вопрос об устойчивом развитии туристских дестинаций, что потребовало от научной общественности выработки методики или хотя бы алгоритма проведения подобных исследований.

Туристско-рекреационная экспертиза является обязательным этапом принятия стратегических решений о путях развития туризма на определенной территории, т. е. при разработке концепции или региональной программы развития туризма. Туристско-рекреационная экспертиза включает анализ туристского спроса, предложения и оценку туристско-рекреационного потенциала с определением ключевых направлений развития туристско-рекреационной сферы.

Так, в 1992 г. в Ирландии, в западном секторе графства Корк (Cork) началась работа над программой устойчивого развития территории «Лидер». Ключевым на-

правлением развития хозяйственного комплекса территории стал туризм. Анализ туристско-рекреационного потенциала территории, изучение спроса на имеющиеся и проектируемые туристские продукты, предпосылки развития туризма и рекомендации по его устойчивому развитию были положены в основу итогового отчета «Туризм в Западном Корке – стратегия роста» («Tourism in West Cork – a Strategy for Growth»), принятом в 1993 г. [8]. Работы проводились в тесной кооперации местных и приглашенных экспертов.

Туристско-рекреационная экспертиза состояла из следующих этапов:

1. Анализ имеющейся документации по современному состоянию и потенциалу развитию территории Западный Корк:
   1.1. Текущая социально-экономическая ситуация и преимущества, связанные с реализацией проекта развития туризма на исследуемой территории (например, оценка создаваемых рабочих мест, планируемый доход от туризма и т. д.).
   1.2. Анализ современного состояния развития туризма.
   1.3. Оценка современного состояния и перспектив развития инфраструктуры (общего назначения и профильной: средства размещения, транспорт, предприятия питания и т. д.).
   1.4. Участие территории в международных программах развития (например, в программах ЕС).
   1.5. Трудовые ресурсы.
2. Анализ туристско-рекреационных объектов и достопримечательностей:
   2.1. Туристско-рекреационные достопримечательности и объекты показа.
   2.2. Туристские и экскурсионные маршруты.
   2.3. Специализированные туристско-рекреационные территории (например, пляжи).
3. Анализ природного наследия как основы развития туризма.
4. Перечень основных участников (профессиональных объединений, сообществ, бизнес-партнеров) развития туризма на территории.
5. Анализ конкурентов.
6. Анализ тенденций и прогнозов развития туризма (например, современные требования к экологически чистой среде, растущий интерес к активным видам отдыха, увеличение туристского спроса за счет пожилых лиц и т. д.).
7. Анализ существующего и потенциального туристского спроса на туристско-рекреационные продукты и услуги в Западном Корке.
8. Анализ общественного мнения по готовности развивать туризм и путям развития туризма.
9. Анализ сильных и слабых сторон территории Западного Корка для развития рекреации и туризма.

Схематично, выгоды и угрозы развития туризма на территории Западного Корка представлены на рисунке.

Проведенная комплексная туристско-рекреационная экспертиза территории позволила выявить ключевые пути развития туризма и привлечения туристов в данный регион. Общая стоимость туристско-рекреационной экспертизы составила около 12 500 евро, часть которых была израсходована на информационное продвижение результатов исследования. В проекте устойчивого развития туризма в Западном Корке «Лидер» определялись и ключевые туристско-рекреационные проекты, нуждающиеся в государственной поддержке и финансировании.

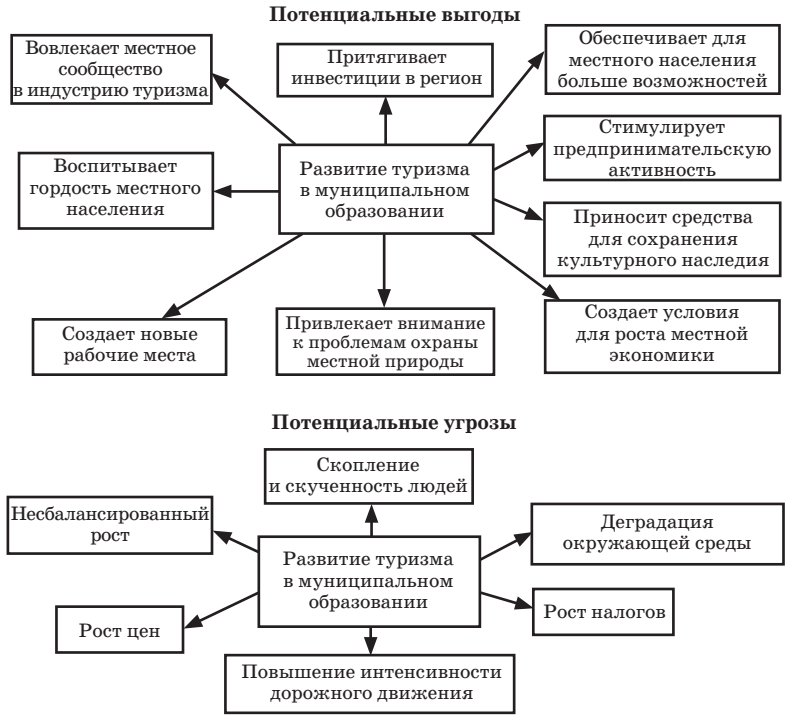

Рис. 4. Направления оценки выгод и угроз развития туризма (Источник: [16])

Схожие комплексные исследования туристско-рекреационных возможностей территорий проводились в последние двадцать лет и в других европейских государствах: Германии, Великобритании, Дании [12, 17].

Изучения зарубежного опыта проведения туристско-рекреационной экспертизы территорий позволяет выделить ее основные этапы:

1. Анализ развития туризма в регионе.
2. Анализ общественного мнения по возможностям и перспективам развития туризма.
3. Анализ туристского спроса.
4. Оценка туристско-рекреационного потенциала.
5. Анализ поставщиков туристско-рекреационных услуг.
6. Анализ конкурентоспособности имеющегося и проектируемого регионального туристского продукта.
7. Анализ эффективности предлагаемых маркетинговых инструментов.
8. Анализ реализуемых и планируемых к реализации проектов.

Туристско-рекреационная экспертиза территорий является обязательной процедурой выработки стратегии развития туризма. В результате проведения туристско-рекреационной экспертизы группа экспертов разрабатывает индикаторы устойчивого развития туристской дестинации [6].

Под индикатором устойчивого развития понимается обычно интегральный показатель позволяющий судить о состоянии или изменении экономической, социальной, культурной, природной или экологической переменных.

Функции индикаторов устойчивого развития туристских дестинаций:

1) индикаторы используются для обоснования принимаемого решения в процессе планирования;
2) индикаторы помогают интерпретировать изменения, происходящие в туристской индустрии;

3) использование индикаторов позволяет выявлять недостатки и/или движущие факторы развития туристской индустрии;
4) индикаторы позволяют облегчить доступ к информации для разных категорий пользователей;
5) индикаторы облегчают обмен научно-технической информацией.

Являясь инструментом принятия решений и планирования, индикаторы также могут выполнять важную коммуникативную функцию.

В середине 90-х гг. были разработаны первые методики по использованию индикаторов устойчивого развития территорий. Они прошли апробацию в Канаде, США, Мексике, Нидерландах, Аргентине и ряде других государств. Под эгидой Всемирной Туристской Организации (UNWTO) были проведены ряд встреч и семинаров по разработке и использованию индикаторов устойчивого развития туристской дестинации. Предложенные материалы были ориентированы на лиц, принимающих решения о путях развития туристкой отрасли и ее конкурентоспособности в регионе.

По мнению UNWTO, использование индикаторов устойчивого развития туризма на территориях подразумевает [7]:

1. Принятие оптимального решения о пути развития туристской отрасли, снижающем риски и затраты на ее развитие.
2. Возможность предотвращения организационно-управленческих, экономических, технологических и территориальных проблем развития туризма.
3. Определение направлений воздействия и эффекта от развития туристской индустрии.
4. Разработка бизнес-планов и программ развития туризма.
5. Снижения рисков при первоначальном планировании.
6. Повышение ответственности за развитие туристской индустрии, т. к. речь идет об общественном процессе, в который вовлечено местное население.
7. Постоянное усовершенствование механизмов развития туристской индустрии за счет введения регулярного мониторинга состояния территории.

Индикаторы устойчивого развития туризма могут быть определены для разномасштабных исследований: от локального до глобального. По мере туристского развития территории количество и роль индикаторов может меняться. Поэтому процесс разработки индикаторов устойчивого развития территорий различного ранга постоянен и требует регулярного обновления информационных баз данных. В ходе развития туристского освоения территории могут меняться и первоначальные цели, заложенные на стадии планирования.

В связи с этим меняются критерии устойчивости туристских дестинаций и обосновывается необходимость постоянного мониторинга как индикаторов, так и меняющейся ситуации, т. е. повторное проведение туристско-рекреационной экспертизы.

Таким образом, индикаторы устойчивого развития вырабатываются в результате проведения туристско-рекреационной экспертизы и являются теми показателями, на основе которых принимается решение о приоритетных путях, формах и организационно-управленческих механизмах развития туризма в регионе.

Туристско-рекреационная экспертиза инвестиционных проектов

Туристско-рекреационная экспертиза инвестиционных проектов – комплексная процедура, имеющая свои организационно-нормативные и технологические особенности в различных странах мира. На сегодняшний день нет единого механизма ее проведения. В зависимости от ранга и особенностей конкретного инвестиционного проекта в реализации туристско-рекреационной экспертизы принимают участие различные муниципальные и региональные органы. В зарубежном законодательстве

нормативно-правовое обеспечение организации и проведения туристско-рекреационной экспертизы инвестиционных проектов включает в себя два больших блока: первый – технические требования к строительству самих объектов и инфраструктуры, второй – требования к ненанесению ущерба окружающей среде. Соответственно применяемыми нормами права в вопросе регулирования экспертизы туристско-рекреационных проектов являются градостроительные кодексы и законодательство в сфере защиты окружающей среды. В России такими отправными документами могли бы стать градостроительный кодекс [1] и Федеральный закон «Об экологической экспертизе» [3].

Все проекты, претендующие на получение софинансирования или реализация которых планируется в природоохранных зонах, проходят комплексную процедуру рассмотрения – экспертизу проектов, носящую экологический характер. Причем данный механизм применим как к туристско-рекреационным проектам, так и к проектам в других отраслях. Во многих странах для этого применяется инструмент Environmental Impact Assessment, использование которого предполагает проведение ряда последовательных исследований и заключений.

Оценка воздействия на окружающую среду (Environmental Impact Assessment, EIA) – это комплексная оценка положительного и/или отрицательного воздействия инвестиционного проекта на окружающую среду, которая включает в себя экологические, социальные и экономические аспекты. Международная ассоциация оценки воздействия (International Association of Impact Assesment) определяет EIA как «процесс идентификации, прогнозирования, анализа и предотвращения биофизических, социальных и других эффектов, провоцируемых проектами строительства до того, как будут приняты какие либо решения по отношению к этим проектам» [13]. В мире EIA является инструментом реализации политики устойчивого развития территорий.

В случае предполагаемого строительства градостроительных или иных объектов, при реализации проекта обязательно проводится градостроительная экспертиза, направленная на выявления соответствия проектной документации действующему градостроительному законодательству.

Различные экспертизы в строительстве проводятся абсолютно во всех странах мира. При этом, как правило, проведение подобных экспертиз относится к компетенции местных властей. Здесь, как правило, выделяется 2 типа экспертиз: экспертизы проектной документации до начала строительства объекта и финальная инспекция сооружения непосредственно перед вводом в эксплуатацию. Однако в некоторых странах, например, в Японии, для сокращения временных затрат проверки проводятся непосредственно во время проведения строительных работ. Данный тип экспертизы включает проверку на соответствие противопожарным нормам, санитарным нормам, а также любым другим специальным нормам, существующим в стране, например, требованиям энергоэффективности, эффективного использования водных ресурсов и т. п.

Оценкой инвестиционных проектов в Таиланде занимается Совет по инвестициям (Board of Investment). Этот орган ежегодно публикует перечень направлений, проекты в которых являются приоритетными. Советом по инвестициям особо поддерживаются следующие направления развития туризма:

- развитие инфраструктуры для организации круизных путешествий;
- строительство парков развлечений и культурных центров;
- строительство океанариумов, зоопарков;
- строительство международных выставочных центров, отелей и других средств размещения, санаторно-курортных учреждений и т. д.

При оценке проектов учитывается их воздействие на окружающую среду.

Деятельность Совета по инвестициям находится в тесном взаимодействии с Туристским агентством Таиланда (The Tourism Authority of Thailand), созданным в 1960 г. Организация имеет 35 региональных представительств на территории Таиланда и 15 за рубежом.

В Шри-Ланке существуют специальные нормативные положения, определяющие требования к строительству туристско-рекреационных объектов. Законодательную базу градостроительной экспертизы туристско-рекреационных проектов в Шри-Ланке составляют стандарты для строительства отелей и гостевых домов.

В целом, требования к строительству туристско-рекреационных объектов в Шри-Ланке представлены в соответствии со следующими критериями [10]:

1. Допустимая плотность застройки.
2. Допустимая высота зданий.
3. Буферные зоны между постройками и их оформление.
4. Эстетика и дизайн строящихся объектов.
5. Развитие сопутствующей инфраструктуры.
6. Экологичность и энергоэффективность построек.

Чаще всего градостроительная экспертиза и экспертиза воздействия проекта на окружающую среду являются независимыми друг от друга процессами с отличающимися составами участников. Но в ряде стран, например в Шри-Ланке, используется принцип «одного окна» в отношении экспертизы проектов. С учетом роли, которую играет индустрия туризма в экономике страны, для упрощения и ускорения инвестирования в эту отрасль здесь создан специальный канал, через который осуществляется оценка и выдача разрешений на реализацию всех туристско-рекреационных проектов. В Шри-Ланке существует отдельная программа по привлечению инвестиций в туристско-рекреационную сферу. Одной из задач программы является создание «единого окна» для инвестора, где решаются все вопросы с получением разрешительной документации на строительство туристско-рекреационного объекта [11], т. е. где и проводится туристско-рекреационная экспертиза проектов. Отдел планирования и развития туризма самостоятельно вовлекает в процесс экспертизы туристско-рекреационного проекта те государственные органы власти, сферы регулирования которых могут быть затронуты при реализации проекта. При оценке проекта отдел проводит консультации с [9]:

- органами местной власти, муниципалитетами;
- центральным ведомством по защите окружающей среды;
- ведомством городского развития;
- департаментом охраны дикой природы;
- лесным департаментом;
- департаментом развития прибрежных зон;
- департаментом ирригации и т. д.

Согласованием окончательного проекта туристско-рекреационного объекта занимается департамент развития и управления курортами Ведомства по развитию туризма в Шри-Ланке [14]. В случае если сумма инвестиций в объект строительства значительна, то рассматривается вопрос о софинансировании, и документы передаются в отдел, занимающийся выделением государственных средств на развитие туризма.

Отработанный алгоритм проведения экспертизы проектов для выделения бюджетного финансирования принят в Дании. Инвестор оформляет типовую заявку на рассмотрение проектной документации. Центр регионального развития производит первичную оценку проектов в соответствии с формой, разработанной Министерством экономики. Эта форма включает оценку экономических, технических и других пара-

метров проекта, его соответствия программным документам и принципам субсидирования ЕС. Центр регионального развития принимает решение о том, какие проекты будут рекомендованы для получения софинансирования из региональных бюджетов. Министерство экономики определяет итоговый перечень проектов, которые получат финансирование. В случае получения финансирования заявитель обязан раз в полгода отчитываться о ходе реализации проекта и полученных промежуточных результатах, а также подготовить итоговый отчет после завершения проекта. В силу того, что все проекты направлены на развитие регионов, они должны иметь четкое экономическое обоснование и содержать перечень конкретных мероприятий, которые позволят повысить конкурентоспособность бизнеса и стимулировать экономический рост. Заявитель должен указать круг основных выгодополучателей от реализации проекта и гарантировать осуществление ожидаемых результатов.

Особое внимание при рассмотрении инвестиционных туристско-рекреационных проектов уделяется вопросам создания новых кластеров, использованию инструментов государственно-частного партнерства, технологических разработок, привлечению учебных и научных учреждений к сопровождению и реализации проектов.

В рамках международного сотрудничества также могут выделяться средства на поддержку значимых туристско-рекреационных проектов.

Так, на получение субсидий из ЕС обязательными являются следующие условия:

1. Проект должен внести свой вклад в общий рост региона через улучшение социального развития, создание новых кластеров, повышение энергоэффективности, ускоренное развитие отдаленных регионов и приграничное сотрудничество.
2. Должна быть возможность отнесения проекта к одному из направлений – инновации, развитие человеческих ресурсов, предпринимательство, новые технологии.
3. Проект должен являться дополнением к основной деятельности организации-заявителя, т. е. может быть осуществлен и без получения субсидий, но в другом объеме и в более длительные сроки.
4. Заявитель должен иметь достаточные технические, финансовые и организационные средства, чтобы завершить проект.

Таким образом, в международной практике есть отдельные примеры делегирования прав на проведение туристско-рекреационной экспертизы проектов специализированным органам, курирующим развитие туризма на территории. В случае значимости и масштабности туристско-рекреационных проектов и соответствия их определенным требованиям рассматривается вопрос о привлечении государственных бюджетов для софинансирования проектов.

Опыт зарубежных стран показывает, что проведение туристско-рекреационной экспертизы проектов связано со следующим комплексом мероприятий:

1. Рассмотрение заявки, формирование экспертной группы.
2. Анализ целей и оценка концепции проекта.
3. Учет рыночных особенностей реализации проекта.
4. Условия, объемы финансирования и экономическая эффективность проекта.
5. Оценка рисков реализации проекта, соответствие нормативно-правовой базе.
6. Итоговая оценка проекта.

Таким образом, изучение опыта проведения туристско-рекреационной экспертизы проектов показал, что:

- туристско-рекреационная экспертиза состоит из отдельных видов экспертиз;
- при туристско-рекреационной экспертизе производится анализ воздействия реализации проекта на 3 основные сферы: на окружающую среду, общество и, собственно, индустрию туризма при учете потребностей отдыхающих;

- отдельные процедуры и экспертизы в составе туристско-рекреационной экспертизы не являются взаимодополняемыми и взаимозависимыми и поэтому могут проводиться по отдельности;
- координация проведения отдельных частей туристско-рекреационной экспертизы не является необходимой, но эффективность ее проведения повышается при наличии инициативы и контроле за ее осуществлением государственной структуры, занимающейся вопросами развития туризма и рекреации на территории.

В настоящее время в России, как таковая туристско-рекреационная экспертиза не проводится. Только на этапе строительства объектов туриндустрии осуществляется ряд экспертиз на соответствие возводимых зданий требованиям законодательства о строительстве [1], правилам пожарной безопасности и т. п.

Особая экспертиза проводится лишь в отношении проектов, реализация которых предполагается в особых экономических зонах туристско-рекреационного типа (ОЭЗ ТРТ). Для ведения хозяйственной деятельности и реализации проектов в особых экономических зонах, в том числе туристско-рекреационного типа, предусмотрен определенный порядок проведения экспертизы: подача заявки, рассмотрение ее Наблюдательным советом ОЭЗ, рассмотрение заявки Экспертным советом при Министерстве экономического развития РФ для принятия окончательного решения и заключения договорных отношений с резидентом. Имея соответствующий опыт проведения экспертизы проектов, реализуемых на территории ОЭЗ ТРТ, ориентируясь на мировую практику, а также учитывая реальную ситуацию с развитием туристско-рекреационной сферы в Российской Федерации, видится целесообразным делегировать Ростуризму полномочия по организации экспертной комиссии для проведения комплексной экспертизы проектов туристско-рекреационных кластеров. Это позволит определить уровень значимости проектов – федеральный, региональный, муниципальный и т. д., а также повысит эффективность принятия решения о софинансировании проектов туристско-рекреационных кластеров из средств Федеральной целевой программы «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011–2018 годы)».

Экспертизу проектов туристско-рекреационных кластеров предлагается проводить на основе экспертно-балльной оценки. Каждый параметр характеризуется показателями, в зависимости от которых эксперты присуждают параметру определенное количество баллов. Шкала оценки изменяется от 0 до 100. Шкала носит дискретный характер. На ряд параметров вводятся коэффициенты значимости, позволяющие изменить вес того или иного показателя. Так, ключевую роль для развития кластера играют такие показатели как наличие ключевых туристско-рекреационных ресурсов, степень транспортной доступности территории, уровень развития базовой туристско-рекреационной инфраструктуры и др., поэтому для них целесообразно вводить «повышающий» коэффициент значимости.

Максимальное количество баллов составляет 2 500. Итоговая оценка получается путем суммирования значений баллов по каждому из параметров. Большинство параметров оказывают активизирующее воздействие на развитие рекреации и туризма. В случае если параметр имеет лимитирующее значение, то при получении итоговой оценки он учитывается со знаком «–».

В отдельных случаях, когда проекты имеют важное геополитическое или геоэкономическое значение, может вводиться дополнительный параметр, определяющий степень его значимости. Соответственно, объективные показатели оценки в данном случае будут дополняться субъективными.

Содержательная часть туристско-рекреационной экспертизы состоит из 8 оценочных блоков:

1. Анализ туристско-рекреационного потенциала территории проектируемого туристско-рекреационного кластера (характеристика туристско-рекреационного развития территории, ее специализации; имеющиеся и наиболее значимые туристско-рекреационные ресурсы и объекты дополнительного туристского показа; уровень развития инфраструктуры; транспортная доступность территории; кадровое обеспечение развития туристско-рекреационного кластера).
2. Оценка активности региона по уровню развития туризма (наличие региональных и муниципальных программ развития туризма, включающих проектируемый туристско-рекреационный кластер; наличие федеральных и/или региональных особых экономических зон туристско-рекреационного типа; информационная обеспеченность туристско-рекреационных услуг региона (наличие информационного туристского портала); положительная динамика развития индустрии туризма).
3. Анализ соответствия проекта нормативно-правовой базе (организационно-правовые принципы реализации туристско-рекреационного проекта; ограничения по туристско-рекреационному использованию территории; соответствие проекта действующим градостроительным нормативно-правовым документам; соответствие расположения кластера (объекта) природоохранным регламентам и регламентам охраны объектов историко-культурного наследия).
4. Оценка проектировочных решений туристско-рекреационного кластера (пространственная организация проекта туристско-рекреационного кластера; архитектурные и эстетические принципы организации и размещения ключевых объектов).
5. Оценка инженерно-технических основ реализации проекта (соответствие технико-экономических показателей кластера имеющимся инфраструктурным ограничениям систем коммунальной инфраструктуры; соответствие размещения кластера возможностям и пропускной способности транспортной инфраструктуры).
6. Оценка финансовой составляющей проекта (финансовое обеспечение туристско-рекреационного проекта; механизмы повышения инвестиционной привлекательности проекта).
7. Анализ маркетинговых механизмов продвижения проекта (маркетинговой программы по продвижению туристско-рекреационных услуг региона, включающие проектируемый кластер; наличие туристского бренда или концепции бренда туристско-рекреационного кластера; наличие информационной поддержки туристско-рекреационного проекта органами управления туризмом на муниципальном, региональном и федеральном уровнях).
8. Оценка значимости и эффективности реализации проекта (социо-культурная значимость проекта туристско-рекреационного кластера (на муниципальном, региональном, федеральном уровнях); политическая значимость проекта; экономическая значимость проекта; эффективность реализации проекта как инструмента устойчивого развития территории).

На основе ранжирования значений суммы баллов итоговой оценки можно выделить несколько категорий значимости туристско-рекреационных проектов:

1. Первая категория – проекты федерального значения, требующие первоочередной федеральной поддержки, итоговое значение балльной оценки 2 000–2 500 баллов.
2. Вторая категория – проекты регионального значения, нуждающиеся в поддержке на федеральном уровне, 1 500–1 999 баллов.

3. Третья категория – проекты муниципального и регионального уровня, которые могут быть поддержаны в случае наличия соответствующих возможностей, менее 1 500 баллов.

В качестве апробации предложенной методики экспертно-балльной оценки туристско-рекреационных проектов, включенных в ФЦП «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011–2018 годы)», были проанализированы 15 проектов в 10 субъектах РФ. В результате проведенного исследования все проекты создания туристско-рекреационных кластеров были разбиты на 2 категории:

Первая категория – проекты федерального значения, требующие первоочередной государственной поддержки, имеющие итоговое значение балльной оценки от 2 000 до 2 500 (например, «Туристско-рекреационный кластер: республика Карелия и Архангельская область», туристско-рекреационные кластеры Алтайского края – ТРК «Белокуриха», АТК «Золотые ворота», туристско-рекреационный кластер «Подлеморье» в Республике Бурятия и т. д.).

Вторая категория – проекты регионального значения, нуждающиеся в поддержке на федеральном уровне и имеющие итоговое значение балльной оценки в интервале 1 500–1 999 баллов. К ним можно отнести проекты туристско-рекреационного кластера «Плес» в Ивановской области, туристско-рекреационного кластера «Рязанский», туристско-рекреационные кластеры Липецкой области – ТРК «Елец», АТК «Задонщина» и т. д.

Таким образом, ключевая задача туристско-рекреационной экспертизы проектов туристско-рекреационных кластеров – повышение эффективности расходования бюджетных средств на создание туристско-рекреационных кластеров.

Разработанная и апробированная методика оценки эффективности проектов туристско-рекреационных кластеров при расширении и уточнении набора параметров может стать основой проведения туристско-рекреационной экспертизы всех проектов, касающихся организации отдыха и туризма.

Список литературы

1. Градостроительный кодекс Российской Федерации [Текст] / Федеральный закон РФ №190-ФЗ : принят Государственной Думой 22 дек. 2004 г. : по состоянию на 25.09.2012. – М. : Кнорус, 2012. – 160 с. [1]
2. Об особых экономических зонах в Российской Федерации [Текст] / Федеральный закон РФ №116-ФЗ : принят Государственной Думой 8 июля 2005 г. : по состоянию на 25.12.2009. – М. : Проспект, 2010. – 56 с. [2]
3. Об экологической экспертизе [Текст] / Федеральный закон РФ №174-ФЗ : принят Государственной Думой 19 июля 1995 г. : по состоянию на 08.05.2009. – М. : Ось-89, 2009. – 48 с. [3]
4. О федеральной целевой программе «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011–2018 годы)» [Текст] / Постановление Правительства РФ от 2 авг. 2011 г. №644 // Собрание законодательства Российской Федерации. – М., 2011. – №34 от 22 августа 2011 г. – ст. 4966. [4]
5. О критериях оценки бизнес-плана экспертным советом по туристско-рекреационным особым экономическим зонам [Текст] / Приказ Министерства экономического развития РФ от 26 мая 2010 г. №207 // Российская газета. – М., 2010. – №5220 от 30 июня 2010 г. [5]
6. Шабалина, Н. В. Индикаторы устойчивого развития туристской дестинации [Текст] / Н. В. Шабалина // Труды Междунар. науч.-практ. конференции «Туризм и рекреация: фундаментальные и прикладные исследования» : МГУ име-

ни М. В. Ломоносова, географический ф-т, Москва, 27–28 апреля 2006 г. – М. : РИБ «Туризм», 2006. – С. 186–190. [6]

7. Indicators of Sustainable Development for Tourism Destinations [Text]. –Madrid : WTO, 2004. – 514 p. [7]
8. Evaluating a territory's touristic potential [Electronic resource] // European Commission. – URL : http://ec.europa.eu/agriculture/rur/leader2/rural-en/biblio/touris/metho.pdf. Проверено 24.04.2012. [8]
9. Get Approval for Tourism Projects [Electronic resource] // Sri Lanka Tourism Development Authority. – URL : http://www.sltda.lk/get_approval_for_tourism_projects. Проверено 12.04.2012. [9]
10. Guide to Investors [Electronic resource] // Sri Lanka Tourism Development Authority. – URL : http://www.sltda.gov.lk/sites/default/files/Guide_to_Investors_final_v2.pdf. Проверено 08.03.2011. [10]
11. One Stop Unit (OSU) – Unit for National investment in Tourism [Electronic resource] // Sri Lanka Tourism Development Authority. – URL : http://www.sltda.lk/onestopunit. Проверено 02.04.2012. [11]
12. Planning for a Natural and Healthy Environment [Electronic resource]: Planning Policy Statement // Department of Communities and Local Government, UK. – URL : http://www.communities.gov.uk/publications/planningandbuilding/naturalenvironmentconsultation. Проверено 09.04.2012. [12]
13. Principle of Environmental Impact Assessment Best Practice [Electronic resource] // International Association for Impact Assessment. – URL : http://www.iaia.org/publicdocuments/special-publications/Principles% 20of% 20IA_web.pdf. Проверено 21.03.2012. [13]
14. Sri Lanka Sustainable Tourism Development Project [Electronic resource] : Environment Assessment and Management Framework // Sri Lanka Tourism Development Authority. – URL : http://www.sltda.lk/sites/default/files/EAMF_report_15.06.2009.pdf. Проверено 02.04.2012. [14]
15. The Building Act 2004 [Electronic resource] : Reprint as at 13 March 2012 // New Zealand Legislation. – URL : http://www.legislation.govt.nz/act/public/2004/0072/latest/DLM306036.html. Проверено 22.04.2012. [15]
16. Evaluating a territory's touristic potential. Электронный ресурс www.fao.org/sard/static/leader/en/biblio/tourism.pdf. [Дата обращения 27.09.2012]. [16]
17. VisitDenmark – The official tourism site of Denmark [Electronic resource]. – URL : http://www.visitdenmark.com/en-gb/denmark/tourist-frontpage-uk. Проверено 13.03.2012. [17]

МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ И ОБРАЗОВАНИЕ В ОБЛАСТИ ТУРИЗМА

POLISH AGROTOURISM IN THE LIGHT OF SCIENCE AND PRACTICE

Jolanta Wojciechowska, *University Professor, academic teacher at the University of Łódź, Faculty of Geographical Sciences, Institute of Urban Geography and Tourism Studies, Department of Geography of Tourism, 90-142 Łódź, ul Kopcińskiego 31, Poland; jolwoj@geo.uni.lodz.pl*

Abstract. Agrotourism has been studied in various ways and contexts. This paper presents the characteristic features of Polish agrotourism development and the different origins of this form of tourism in Western Europe and in Poland. The author proves that in Poland, in the 1990's, agrotourism was a new form of tourism, introduced to the Polish countryside by state institutions, which referred to the experience of the West European countries. The author admits that as a new form of tourism, agrotourism in Poland generated supply and demand over a relatively short period of time (about twenty years), as well as became a new object of study in Polish science.

I. Introduction

The aim of the article is to present the characteristic features of the agrotourism development in Poland, both on the theoretical and practical plane. The main part of the article has been divided into four sections. The first one regards the diverse origins of agrotourism in Western Europe and Poland, the second – the differences in terminology; the third one presents the conditions and the major features of the agrotourism supply in Poland. The last section presents the example of two theoretical models, showing the location of agrotourist farms within the space of the country.

The discussion presented in the article is the quintessence of the long-lasting research into agrotourism, conducted by the author ever since it appeared in Poland. A large part of the results was published by her in a book concerning the processes and conditions of agrotourism development in Poland [20].

II. The idea of agrotourism in Europe and Poland

The phenomenon of tourism in the rural areas of Europe has a 150-year-old tradition [13, 16]. However, its modern understanding is connected with the socio-economic changes that took place in the 1950's and 1960's. The progressing mechanization and modernization of agriculture at that time resulted in reduced employment in this economic sector, as well as the outflow of the countryside inhabitants to the cities. Those phenomena caused depopulation of the rural areas, therefore it became crucial to find ways first to stop the detrimental changes in the countryside (late 1950's and the 1960's), and next (from the 1970's onwards) to revive it socially and economically (planned development of the countryside, focused on engaging the local community) [1, 6]. One of the remedies was tourism or, to be precise, some of its forms, such as *rural tourism*, *agrotourism* and *farm tourism*. At first, looking for the differences and similarities between these forms of tourism was not considered as important as studying their functionality and the benefits they bring to the rural areas.

In 2003, at the First European Rural Tourism Congress in Spain, it was accepted that *rural tourism* and *agrotourism* are a stable and strong segment of European tourism. It was assumed then that the countryside received about 25% European holiday-makers and that in Europe there were over 200,000 agrotourist and rural tourism service providers, who offered over two million bed-places. It is also worth mentioning that in 1990 a non-

governmental organization, EUROGITES (European Federation of Farm and Village Tourism, based in Strasbourg, in France), was founded, whose main aims include developing sustainable tourism in rural areas. This makes it possible to preserve social, cultural and natural elements of the rural environment, as well as to exchange experience in order to meet the demands of the contemporary tourist market and offer high quality products in rural tourism. Among other things, the organization works on the comparability of the categorization systems used in the member countries, as regards tourist accommodation available in the countryside. It also arranges international events, such as Rural Tourism Congresses and the Summer Schools of Rural Tourism. EUROGITES consists of 35 national and regional agrotourism and rural tourism associations from 27 countries, including Poland (*www.eurogites.org: In April 2012, the EUROGITES general assembly will be held in Kielce, in the form of an international conference, entitled «Development perspectives for rural tourism in Europe», organized as a part of the Fourth International Rural Tourism and Agrotourism Fairs*).

Tourism in the rural areas of Poland has a long tradition [10], as well agrotourism, both as a term and an actual phenomenon, appeared during the socio-economic transformation period, i. e. after 1989. It was a time when many different phenomena occurred, often harmful for the socially, such as economic recession, the marginalization of agriculture as the basis for keeping up the family, or the pauperization of society. At the same time, however, Poland opened to the West and the introduction of the market economy made it possible to create new forms of employment.

Following the example of the West European countries, agrotourism started to be treated as an alternative source of farmers' income, and a possibility to spend cheap holidays by the tourists. The idea of agrotourism started to be introduced to the Polish countryside in 1991 by state institutions, mainly agricultural advisory centres, which cooperated directly with farmers, as well as by *gmina* councils and related ministries. These institutions supported the development of agrotourism in a variety of ways, such as organizing courses for farmers, providing advice or sanctioning the income tax exemption for farmers if they let up to five rooms to tourists.

Agrotourism is then a form of tourism, which has become a part of the tradition of relaxing in the Polish countryside. However, the term itself is relatively new (borrowed from German literature) and refers to a new way of generating tourist traffic in rural areas; it was adopted from the West European countries, in connection with Poland's cooperation with them, after our country joined the EU. Agrotourism in Poland developed «from scratch», as regards the qualifications and the social experience of the countryside inhabitants in connection with tourism. They first of all had to learn how it functions and understand that the innovative character of agrotourism consists in the family's readiness to receive tourists in their home and offer them an attractive stay based on agricultural and rural assets and the value of the local community. They had to see that agrotourism takes place in the conditions of market economy, which means competition, both direct and indirect. They had to learn how to organize it and then use it to their benefit, as well as cooperate with others in order to develop it further. Therefore, it can be said that agrotourism in Poland in the 1990's was a new form of tourism, despite the long tradition of recreation in rural areas.

Summing up this part of the article, let us stress that the development of agrotourism in rural areas in the West European countries is an endogenous and revolutionary process. In Poland, agrotourism turned out to be a new form of tourism, both for its participants and organizers, introduced institutionally and based on the experience of other countries – that is why initially its development was an exogenous, spontaneous process, often dependent on external factors (e. g. aid, restructurization or funding).

The innovativeness of agrotourism, both in Western Europe and in Poland, consists in offering an alternative to the changing role of the farmer, as well as creating a new style of tourists' recreation by offering them a well-thought agrotourist product, showing the advantages of the countryside and farming.

III. The Systematization of terminology

In the 1980's, JANSEN-VERBEKE noticed the varied understanding of terms defining tourism in the rural areas of the West European countries (the Economic European Community, to be precise) [7]. She showed that the definitions of *rural tourism*, *agrotourism* and *farm tourism* depended on the national context, as well as the farming and tourist tradition in a given country. It should be said that the West European countries still have not agreed on one definition for each of the terms mentioned above. Literature and international conferences are full of discussions regarding the legal, economic, cultural, ecological, marketing and other frameworks defining the semantic range of these terms and at the same time leaving a comfortable margin for their free interpretation and definition in individual countries. For instance, OPPERMANN considers agrotourism to be a form of rural tourism, where the distinctive criterion (German studies) is the accommodation at a fully or only partially functional farmstead [13]. According to other researchers, e. g. MANN and TEPEL (Germany) or DAVIES and GILBERT (Great Britain), the criterion is the possibility for the tourist to participate in the life of a working farm [11, 4].

Another approach to the problem of terminology can be observed in the Russian literature, where the researchers stress that they are just starting their studies, as regards both – practice and theory. The literature contains English terms, e.g. *rural tourism*, and their equivalents in Russian [2]. The authors of definitions quote English or German authors [2, 9], but there are also numerous definitions by Russian researchers. For example, BULGAKOWA defines *sielskij turizm* as follows: it is a particular type of tourism, comprising organized and unorganized forms of recreation at a rural destination for the purpose of coming closer to nature, learning about the rural style of life, and the traditions of running a farmstead – on a professional and amateur level [3]. A slightly different definition is offered by SKOBLIKOWA, who claims that *sielskij turizm*, also referred to as *agroturizm* or *agroekoturizm*, is: a form of tourism in a rural area, where tourists live the local style of life while they are staying at farms and in villages [17]. Many researchers look at the rural tourism and agrotourism from the perspective of the natural assets and nature protection, treating the concepts mentioned above as the components of eco-tourism [14, 5, 12, 18].

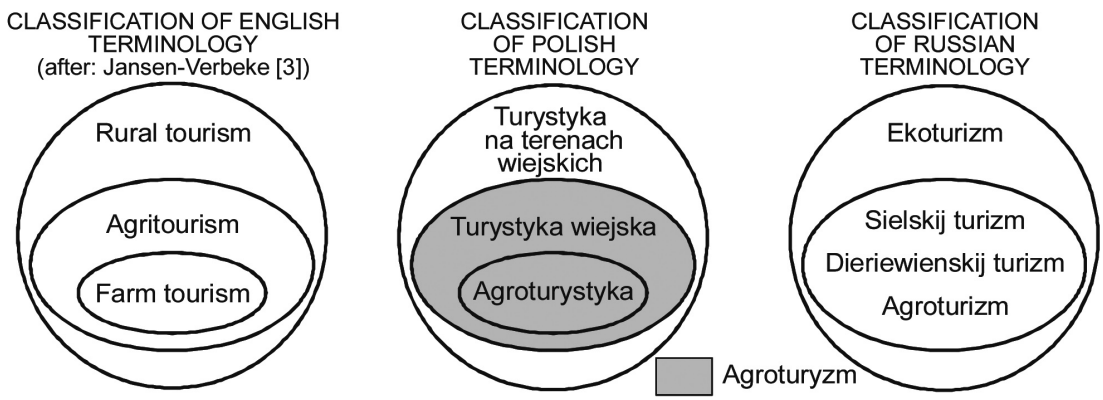

Fig. 5. Systematization of terms defining tourism in rural areas (source: author)

Literature analysis allowed the author to construct three models systemizing the terms which define the phenomenon of tourism in rural areas. They are arranged hierarchically,

which is shown in Fig. 5. In the first model (based on English terms), *rural tourism* is a term of the widest scope and signifies «the whole of tourism in the countryside», and its component is *agrotourism*, because it refers to «tourism associated with farming». The term of the narrowest scope, which is a constituent of the two terms just mentioned, is *farm tourism*, which means «tourist stays at farms» [8].

In the Polish language model, the term of the narrowest semantic scope is *agroturystyka*. In Polish literature, it is defined from the demand perspective as a tourists' stay at a working farmstead, while from the supply perspective – as a tourist undertaking run by a rural family at their own farm. As such, this term corresponds to the English *farm tourism*. On the other hand, the scope of the Polish term *turystyka wiejska* corresponds to two terms used in West European literature, i. e. *rural tourism* and *agrotourism*. The term *turystyka na terenach wiejskich* (tourism in rural areas) seems to be the creation of Polish researchers, opting for its wider semantic scope than *rural tourism*, as it refers to the areas outside villages, not necessarily only those exploited agriculturally but also those left intact to the nature (e. g. marshes, lakes, forests). The Polish term *agroturyzm* should be approached similarly (i. e. as a Polish researchers' conception) and treated as superior to *agroturystyka* and *turystyka wiejska* (rural tourism). According to the author, agroturyzm is a theoretical concept embracing all the temporal and spatial aspects of tourism associated with the countryside and farming [20].

Comparing the Polish and the Russian language model, it should be stressed that the scope of Polish terms: *agroturystyka*, *turystyka wiejska* and *turystyka na terenach wiejskich*, overlaps with the scope of eco-tourism. In the Russian language model we can notice strong conceptualism of eco-tourism, which determines the way in which the forms of tourism in a rural area are approached.

The models presented above are not rigid; they may and will undergo changes, either towards improvement or creation of their own identity. This can be stated on the basis of the wide experience of the countries in the compared language groups, as regards the development of tourism in rural areas.

IV. The main features of the Polish agrotourism supply

The first comprehensive evaluation of the agrotourism development in Poland was made in 1996, on the basis of a detailed inventory of agrotourist facilities, made by the voivodeship agricultural advisory centres. The inventory showed that there were 2486 agrotourist facilities, including 1951 farmsteads which received tourists. In total, they offered 21 522 bed-places, including 15 653 at farms. It was found out that the same number of agrotourist facilities cooperated with institutions other than the agricultural advisory centres. The total number of agrotourist facilities in Poland was then estimated at about 6 000, and the number of bed-places at 25–26 000 [15]. It was concluded that agrotourist farms constituted three per mille of the total number of farmsteads, and that agrotourist accommodation made up to 4% of all the bed-places in Poland. The data was next compared to the results obtained in other countries. At that time in Austria, 8% of farmsteads rendered agrotourist services, in Ireland – 1%, in Germany there were about 50 000 bed-places available to tourists in rural areas, while in France – 50 000 accommodation facilities. Considering how long agrotourism has been functioning in those countries, the figures for Poland seem quite good.

Since 1996, we have been observing a gradual increase in the number of agrotourist facilities. They include working and not working farming homesteads, traditional small peasants' farmsteads and large area farms alike, boarding houses established in local people's houses or other buildings especially adjusted for the purpose, as well as in buildings belonging to the State Forests. In 2007, there were over 87 000 bed-places available at

agrotourist accommodation facilities, and about 8 000 such facilities. According to the Tourism Institute, in 2009 the number of the agrotourist facilities decreased to 5473, and the number of bed-places – to 57 100. However, in 2010 the Main Statistical Office recorded 7 000 agrotourist facilities with 82 700 bed-places.

Locally and regionally, agrotourism is subject to considerable quantitative fluctuations. From the beginning, the number of the working agrotourist farms has been very changeable. Throughout the year many of them disappear, but at the same time many new ones appear. In small area units, such as a *gmina*, the changes are more evident, both quantitative and spatial.

Changeability is also reflected in the number of the active agrotourist associations. They were mostly founded in the 1990's, but in 2010 only 10% of them had been functioning for the full 15 years. The majority of them functioned for a short period of about five years. This means that many agrotourist associations founded in the 1990's do not exist any more. Currently, their national federation (The Polish Federation of Rural Tourism «Hospitable Farms»), founded in 1996, consists of 44 associations. Its greatest success is the establishing of the categorization system of rural accommodation, as well as creating an Internet portal www.agroturystyka.pl. In 1997, the PFRT joined EUROGITES.

Polish agrotourist offer is varied. It developed spontaneously, through trial and error, in order to match the tourists' expectations. However, as regards the structure of the offered accommodation, the same tendency has been maintained ever since the 1990's – guest rooms prevail (c. 76%), and are followed by holiday flats and campsites (12% each). In the structure of the guest rooms, the most popular offer is that of up to five rooms (77%), followed by 6 to 12 rooms (11%) and over 12 rooms (7%) [19] (*www.agroturystyka.pl: Similar results were obtained in 2009, part of the «Internet as a tool for applying and implementing quality standards in the tourist services in the country – the analysis of resources»*). This structure differs from what is on offer in the West European countries, where it is dominated by holiday flats/houses. The Polish tendency comes from the fact, that at the time when agrotourism was being propagated, the main idea was to use rooms in rural houses for earning purposes. Letting them to tourists meant investing less money than in the case of holiday flats.

Currently, due to the tourist functions which an agrotourist farm may perform, the most popular is the general recreation offer. It usually features some attractions, like having a barbecue, mushroom picking, cycling or sunbathing. It is followed by a specialized recreation offer, which usually features horse riding (for recreational, sporting or rehabilitation purposes), as well as fishing in natural or fish breeding water reservoirs. This particular offer contains other attractions as well, connected with winter sports, especially in the mountainous regions (e.g. skiing or tobogganing). The third in line is the health–oriented offer, quite broadly understood, because the very fact that the hosts serve meals cooked from their own agricultural products is treated by them as the health function. Other attractions include eating dietetic or vegetarian food, having the possibility to sleep on hay in a barn, or being engaged in farm work. The least frequent offers are those related to the specific permits held by the owners, such as the possibility to do recreational gymnastics, having massages or rehabilitation training. Finally, we have the educational and entertainment offer, both of which occur at similar frequency. The former one is connected with running «green schools», organizing school lessons for children and teenagers, or classes (also for adults) teaching them new or rare skills (e. g. baking home-made bread or glass painting). This particular offer is based on the different skills and talents of the hosts. It is rare, therefore very attractive to tourists, who book their stay at such farmsteads even one year in advance. The entertainment offer is popular among groups of friends who want to spend some time having fun together. This offer

does not always require a particular program for the guests, but rather an appropriate preparation of the facility (e. g. dining rooms or food provisions).

Summing up this part of the article, we should point out that as regards supply, agrotourism in Poland has greatly developed. The agrotourist offer throughout Poland differs as regards the natural and cultural assets of a given region, the skills or qualifications of the farm owners or members of their families. The agrotourist offer is based on the rural elements rather than farming itself.

V. The models of the agrotourist farms location

The author studied the precise location of agrotourist farms, i. e. their location within the settlement system and natural environment. The studies were conducted along the Odra River valley and other landscape zones of the country (lowlands, uplands and mountains). They enabled the author to construct a model of their location in the geographical environment. The main elements of this model are the countryside, the forest and the water.

As we can see from Fig. 6, agrotourist farms are usually situated in a village, close to or away from its centre, within a short distance from the neighbours (several dozens meters). Outside the village, in the hamlets, there are few agrotourist farms. The main asset of such a farm are its attractive natural surroundings. It is best when the distance from the farm to a water reservoir and forest does not exceed one kilometer. A river, lake or pond give the tourists an opportunity to bathe and fish, they are a significant asset of the recreational offer, similarly to forest of different sizes. In this model, the location features resulting from the natural conditions are much more favourable than the settlement features.

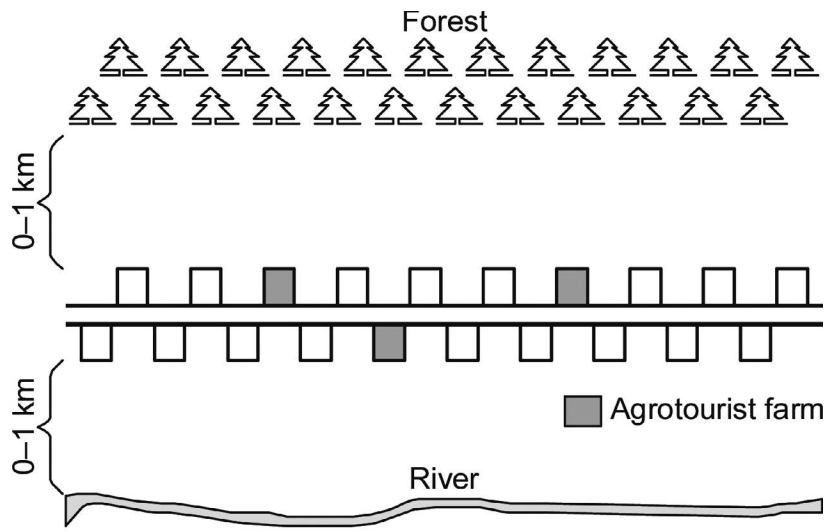

Fig. 6. The location model of Polish agrotourist farms (source: author [20])

The location of agrotourist farms in the space of the whole country has a zonal character, related to the belt of mountains and uplands in the south and lakes in the north (Fig. 7.). They occur first of all in these three landscape zones, and much less frequently in the lowland area of central Poland. Agrotourist facilities co-occur with tourist assets, especially those associated with recreation and sightseeing. They are mostly found in tourist zones, but they are scattered, as there is only one or just a few in one destination. There are not many villages where they occur in a compact and integrated group.

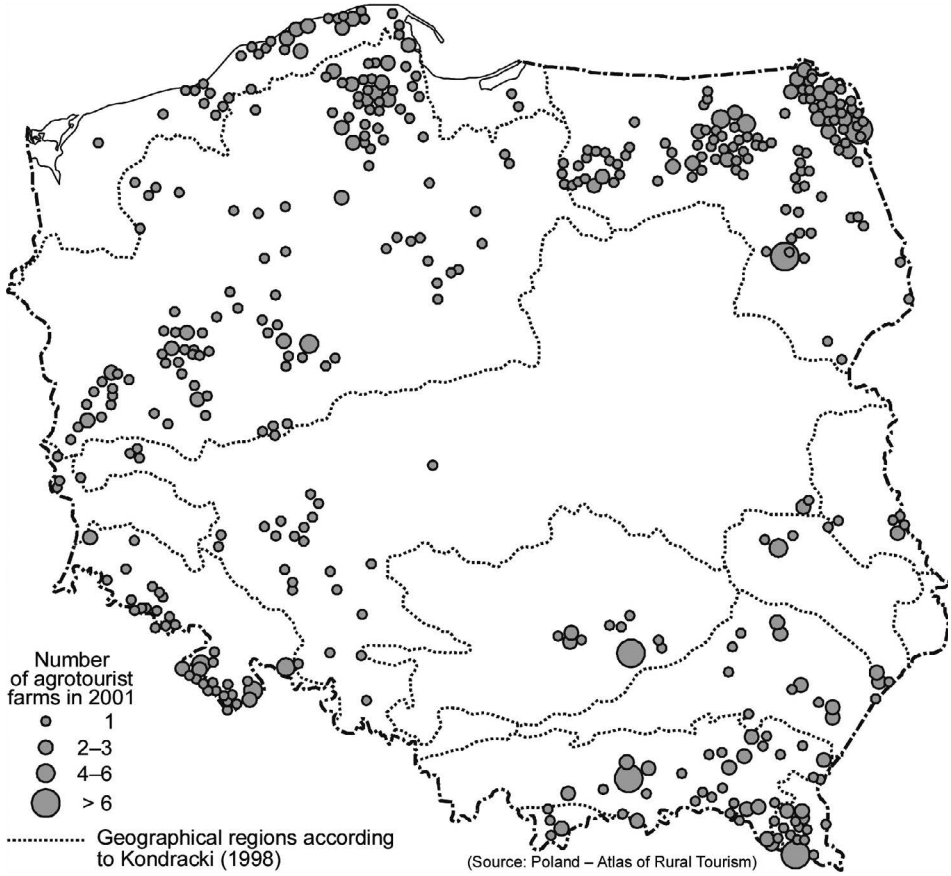

Fig. 7. Location of agrotourist farms in Poland (source: author [20])

The location model of agrotourist farms in Poland compared to Switzerland is presented in Fig. 8. In Poland, we deal with a model of the agrotourist farm concentration in the external space of the country, i. e. in the lake districts and in the mountains, while in Switzerland – in the inner space, i. e. on the Swiss Upland. The location of agrotourist farms in relation to the large cities in these countries also varies. In Poland, this distribution is less favourable, because it points to the need for the tourists to cover longer distances, usually exceeding one hour isochrone.

The main advantage of the location of agrotourist activity at Polish farms is the tourist attractiveness of the nearest surroundings. According to the agrotourist farms owners, such elements as nature, forest, water or historical monuments significantly increase the chances for their success.

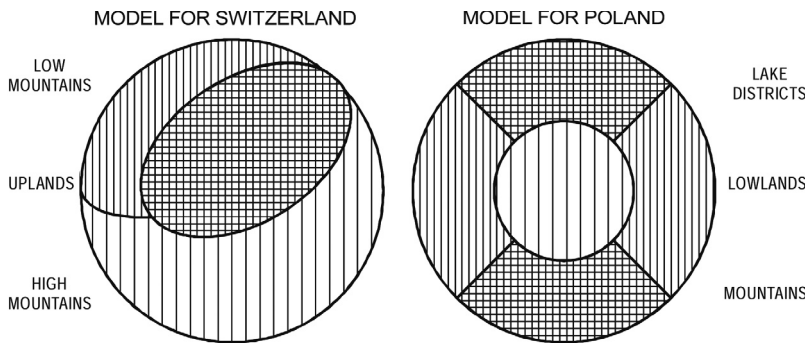

Fig. 8. Location models of agrotourist farms in Poland and Switzerland (source: author [21])

VI. Conclusions

Agrotourism in Poland is a new exogenous form of tourism, contrary to the endogenous and evolutionary form developing in the West European countries. As a new form of tourism, it generated supply and demand over a relatively short period of time (about 20 years) and became a part of the national tourism system. It also became a new object of study in a science, for which it is essential to thoroughly examine its effects and to establish its regularities.

Bibliograhy

1. Barbier B., 1991, Turystyka na obszarach wiejskich we Francji, Acta Universitatis Lodziensis. Folia Geographica, vol. 14, s. 21–33.
2. BirZakow M. B., 2005, Wiedienije w turizm, Nationalnaja Akademija Turizma, Baltijskij Miezdunarodnyj Institut Turizma, Moskwa–St.Petersburg.
3. Bulgakowa A. N., 2003, Osobiennosti razwitja sielskogo turizma w Zarubieznoj Ewropie, [w:] Teorja i praktika miezdunarodnogo turizma, red. A. J. Aleksandrowa, Sbornik statiej, Moskowskij Gosudarstwiennyj Uniwiersitet, Moskwa.
4. Davies E. T., Gilbert D. C., 1992, A Case Study of the Development of Farm Tourism in Wales, Tourism Management, nr 1, pp. 55–72.
5. Drozdow A.W., 2003, Sowriemiennyj ekoturizm. Kontsieptsi i praktika, [w:] Teorja i praktika miezdunarodnogo turizma, red. A. J. Aleksandrowa, Sbornik statiej, Moskowskij Gosudarstwiennyj Uniwiersitet, Moskwa.
6. Durbiano C., 1991, Specyficzne aspekty turystyki w środowisku wiejskim – przypadek Gordes, Acta Universitatis Lodziensis. Folia Geographica, vol. 14, s. 121–134.
7. Jansen-Verbeke M., 1990, Reflecting on the Role of the European Council in Rural Tourism Development and Agrotourism, European Parliament, Session of Tourism, Brussels 28 Nov.
8. Jansen-Verbeke M., 1990, Znaczenie turystyki na terenach wiejskich w Europie, Problemy Turystyki, nr 1/2, s. 36–48.
9. Klitsunova V.A., 2004, Sielskij turizm: osnownyje usłowja i printsipi, obiespiecziwajuszczje ustojcziwoje razwitie, [w:] Turizm i regionalnoje razwitie, Matieriały III miezdunarodnoj nauczno-prakticzieskoj konfierenci, 4–6.10.2004, Smolienskij Gumanitarnyj Uniwiersitiet, Smoleńsk.
10. Leszczycki S., 1938, Ruch uzdrowiskowo-letniskowy w Polsce, Komunikaty Studium Turyzmu UJ, z. 8, Kraków.
11. Mann S., Tepel K., 2002, Urlaub auf dem Bauernhof – zweites Standbein oder Ausstiegsoption aus der Landwirtschaft?, Berichte über Landwirtschaft, Zeitschrift für Agrarpolitik und Landwirtschaft, B. 80 (4).
12. Mazurow J. L., 2004, Ekoturizm w Rossii: głobalnyj kontiekst i nacionalnyje osobiennosti, Riegionalnyje issliedowania, Naucznyj żurnał, nr 1(3)., Izdatielstwo «Uniwiersum», Smoleńsk.
13. Oppermann M., 1996, Rural Tourism in Southern Germany, Annals of Tourism Research, nr 1, s. 86–102.
14. Panow I. N., 2003, Ekologiczieskj turizm i jego rol w ustojcziwom razwitii tierritorii, [w:] Teorija i praktika miezdunarodnogo turizma, red. A. J. Aleksandrowa, Sbornik statiej, Moskowskij Gosudarstwiennyj Uniwiersitet, Moskwa.
15. Raport o stanie wiejskiej bazy noclegowej w Polsce, opracowany w ramach projektu PL.-0310-02-02, Turystyka Wiejska: Rozwój wiejskiej bazy noclegowej, program Phare Tourin II, DG Agroprogress International AL, Centrum Doradztwa i Edukacji w Rolnictwie, Kraków.

16. Schöppner A., 1988, Urlaub auf dem Bauernhof. Eine fremdenverkehrsgeograph ische Untersuchung, Bochumer Materialien zur Raumordnung, nr 36.
17. Skoblikowa A.L., 2005, Sowriemiennyje probliemy razwitja ekołogiczieskogo turizma w Rossii, Sowriemiennje probliemy razwitja turizma i turistskogo sierwisa, t. 1, Sbornik naucznych dokładow i statiej, ST. Petersburskaja Gosudarstwiennaja Akademija Serwisa i Ekonomiki, St. Petersburg.
18. Starciewa N.W., 2004, Primienienje riekłamy w organizacji ekołogiczieskogo turizma, turizm i regionalnoje razwitije, Matieriały III miezdunarodnoj naucznoprakticzieskoj konfierenci, 4–6.10.2004, Smolienskij Gumanitarnyj Uniwiersitiet, Smoleńsk.
19. Strzembicki L., 2003b, Zachowanie nabywców turystyki wiejskiej w Polsce, [w:] Turystyka rekreacyjna oraz specjalistyczna, Materiał na konferencję, SAPARD, 11.07. 2003, Warszawa.
20. Wojciechowska J., 2009, Procesy i uwarunkowania rozwoju agroturystyki w Polsce. Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź.
21. Wojciechowska J., 2011, Agroturystyka w Szwajcarii, [w:] Turystyka. Księga jubileuszowa w 70. Rocznicę urodzin Profesora Stanisława Liszewskiego, red. nauk. B. Włodarczyk, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź.

РАЗВИТИЕ ТУРИЗМА В РОССИИ – ОТ КОНКУРСА МЕГАИДЕЙ К ПРАКТИКЕ «МАЛЫХ ДЕЛ»

PROGRESS OF TOURISM IN RUSSIA – FROM COMPETITION OF MEGAIDEAS TO PRACTICE OF «SMALL AFFAIRS»

В. Н. Баюра, *старший научный сотрудник кафедры рекреационной географии и туризма географического факультета МГУ имени М. В. Ломоносова, кандидат географических наук; stadnik48@mail.ru*

V. N. Bayura, *senior researcher, Department of recreation geography and tourism, Faculty of Geography, Lomonosov Moscow State University, Ph. D. in Geography, Moscow, Russia; stadnik48@mail.ru*

В многочисленных публикациях и докладах, посвященных современному социально-экономическому развитию различных стран, включая Россию, постоянно подчеркивается, что туризм в XXI веке стал одним из важнейших направлений социально-экономической жизни подавляющего большинства государств мира, а в некоторых уже давно стал ведущей отраслью хозяйства [1, 3, 4].

Правительство РФ и государственные органы в «Концепции долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 г.» рассматривают туризм как существенную составляющую инновационного развития нашей страны. Принята Стратегия развития туризма в РФ до 2015 г., предусматривающая ежегодный рост важнейших целевых показателей (от въезда иностранных граждан в Россию до объема экспорта туристских услуг). Число региональных проектов по развитию туризма в субъектах Российской Федерации растет впечатляющими темпами.

В общем, как экспертное сообщество, так и руководство страны демонстрируют понимание важности развития туристско-рекреационной сферы. Чтобы не размениваться по мелочам, основной упор сделан на различные мега-проекты – от создания особых экономических зон (ОЭЗ) туристско-рекреационного типа до реализации

крупных проектов по развитию региональных туристско-рекреационных комплексов (например, в Федеральной целевой программе «Юг России в 2008–2012 гг.»).

Особо отметим «прогрессивно-передовую» терминологию, без которой не обходится ни одна публикация, ни одно выступление, а уж о региональных программах по развитию туристско-рекреационной сферы и говорить не приходится! Два кодовых слова определяют «пригодность» (а фактически – «капиталоемкость») той или иной программы – инновационное развитие и кластерный подход (лучше – кластерная идеология). Присутствие-отсутствие этих магических слов во многом определяют шансы того или иного региона на утверждение и финансирование программы из федерального бюджета.

В ранг заклинаний, имеющих почти волшебное значение, относится и такое повсеместно распространенное утверждение, как «наш регион (наша страна) имеет богатейший туристско-рекреационный потенциал (ресурс), который используется лишь на 20, а то и на 10%». И возразить тут часто нечего, особенно если кроме главного ресурса – сохранившихся пока в неизмененном виде многих природных ландшафтов – перечислить также число выдающихся мест российских, включенных в перечень природных и культурно-исторических объектов Всемирного наследия, не говоря уж о местных достопримечательностях. Однако особого толка извлечь из всего этого потенциала все никак не удается. На наш взгляд, это фактически то же самое, как говорить, например, о какой-нибудь бедной африканской стране (например, Мали), что у нее гигантские энергетические ресурсы. И ведь правда – солнечная энергия поступает туда в избытке. Так что с абстрактно-теоретической точки зрения энергетический потенциал у нее огромен! Только вот сможет ли он помочь стране в ближайшие годы или десятилетия?

К сожалению, создается (и все усиливается) впечатление, что наши власти уповают лишь на «спасительные» мегаидеи – свободные экономические зоны (как в Китае), мощные туристские кластеры (как в США и других странах), инновационные диковинки (вроде предложений развивать туризм где угодно с помощью строительства крупных тематических парков). Крупные идеи – мощное государственное финансирование этих проектов – в сухом остатке должно ведь что-то и остаться в виде туристских объектов и комплексов, ведь не все украдут или «распилят»...

Однако – как обстоят дела в российской туристской отрасли сейчас? Как голосуют «ногами» и «кошельками» рядовые туристы – как россияне (т. е. внутренние туристы), так и зарубежные гости (в первую очередь «настоящие» туристы из экономически развитых стран)? Ведь многие понимают, что официальные цифры по въездному туризму лукавы – значительная часть «туристов» из стран ближнего зарубежья является гастарбайтерами и не ввозят в Россию свои деньги, чтобы с комфортом их здесь потратить, а – наоборот – вывозят миллиарды заработанных рублей и долларов.

Ответы на эти вопросы, увы, не вполне утешительны – растет поток российских туристов в зарубежные страны, падает число туристов из развитых стран Европы и США. Так, в 2011 г. приехало меньше туристов их Великобритании, Франции и ряда других стран, чем год назад.

Руководители туристской отрасли нашей страны знают и квалифицированно перечисляют проблемы, нерешенность которых не позволяет расти туристскому потоку в наши необъятные просторы [1, 4]. Многие из перечисленных проблем упоминаются из года в год в различных публикациях и выступлениях. Увы, примеров успешного решения наболевших проблем слишком мало.

На наш взгляд, необходимо поменять приоритеты и пересмотреть очередность решения наболевших проблем. Перейти от мегапроектов к практике так называемых «малых дел».

Самая животрепещущая проблема – санитарно-гигиеническая, проблема личной гигиены туристов и общественной экологии. Если в стране нет или очень не хватает нормальных туалетов (от Москвы до самых до окраин), а груды мусора (и в городских парках, и в природной среде за пределами города) множатся в геометрической прогрессии – нормальный турист сюда или не приедет, или один раз приехав, так ужаснется реальному положению дел, что и сам более не приедет, и всем своим друзьям и знакомым отсоветует приезжать!

Приведу пример из собственной практики. Приехали друзья из Германии – посмотреть Москву и «русскую природу». Весьма удивились не только красотам Москвы, но и обилию переносных туалетных будок вблизи любых станций метро (даже в центре – на Белорусской, в двух шагах от комплекса новейших высотных зданий, и у большинства станций – ВДНХ, и далее по списку). В любом городе Европы подобную туалетную будку можно отыскать, лишь проникнув на временно огороженную территорию стройки. У нас этот «бизнес» процветает десятилетиями...

Далее мы поехали любоваться красотами русского севера, познакомиться с русской деревней (широко пропагандируемый сельский туризм). И не «дикарями» поехали, а в организованный небольшой туристской фирмой специальный тур. В деревенском доме, где мы жили два дня, не нужно было даже спрашивать, где находится туалет – ответ на этот вопрос, увы, был очевиден. Простота и незамысловатость конструкции туалетного заведения «деревенского типа», рассчитанного на столетнее использование, привели моих друзей в шок. Затем мы посетили деревенский музей народного быта. Теплый прием, интересные экспонаты, чай и пироги, все очень хорошо. Только туалет – печально знакомой уже конструкции...

Поехали осматривать местную достопримечательность – постоянно бьющий фонтан на высоком берегу реки, естественный выход подземных вод. Достопримечательность, кстати, внесена в региональные туристские буклеты, рекламируется как памятник природы. Шок номер два – груда бытового мусора (объемом в несколько кубометров!), в двух метрах от фонтана и информационного плаката об особенностях природного феномена. Немцы принялись фотографировать туристский феномен – судя по всему, мусор накапливался уже не один год...

Уезжали обратно в Москву мы из Великого Устюга. Посетили туристский объект уже всероссийского значения – вотчину Деда Мороза. Хоть и летом, а все равно было интересно. Все хорошо. Кроме одного. Зашли перекусить в кафе, зашли потом и в туалет. Конструкция современная, но унитаз в полуразрушенном состоянии. Вновь у немцев фотосессия. Комментарии по поводу туристской привлекательности великой России нужны или излишни?

У нас в России постоянно идут дебаты – что является (или может стать) спасительной национальной идеей. На мой взгляд, ответ прост – скорейшая и повсеместная «туалетизация» страны. Плюс организация повсеместной уборки мусора. Без этого любые вбуханные миллиарды в самые раскрученные проекты туристской инфраструктуры не дадут никакого эффекта.

В странах Европы и США эта проблема давно решена – будь то на платной (например, в Германии) или бесплатной основе (например, в Англии, в Лондоне, подавляющее большинство туалетов бесплатны). Описывать же общественные туалеты в США – включая специальные семейные туалеты для родителей с малыми детишками, с теплой водой, столами для пеленания младенцев и бесплатными памперсами (вдруг нерадивая мамаша забыла памперсы дома?) – выше моих сил. Когда у нас в России дойдет очередь до туалетов – после завершения строительства инновационного Сколково и международного финансового центра? Может быть, пора применить в этом деле кластерно-инновационный подход?

Следующий вопрос – информационная обеспеченность туризма, информационная доступность территории. Можно планировать крупные многомиллионные программы по «информационному продвижению» России за рубежом – дескать, к нам не едут, поскольку не знают, как у нас хорошо. Не лучше ли за гораздо меньшие деньги организовать информацию хотя бы для тех, кто уже приехал или находится в России?

Так, в Европе в крупных городах на выходе большинства станций метро, на вокзалах и автобусных станциях установлены щиты с картами прилегающей к станции территории (с указанием улиц, важнейших достопримечательностей, музеев, краткой истории района и т. п.). Туристские карты для всей территории Москвы давно созданы, изготовить и установить подобные щиты (с надписями на двух языках) – задача достаточно простая, эффект от ее решения будет несомненно. Можно привести и другие примеры информационного обеспечения индивидуальных туристов за рубежом – раздача бесплатных туристских карт с указанием наиболее популярных туристских маршрутов и туристских объектов, стрелки и указатели специально для туристов и гостей города. В любом маленьком городишке с хоть какими-то достопримечательностями – небольшой информационный туристский центр с рекламными туристскими буклетами, бесплатными картами и продажей сувениров.

В России для этих целей вполне можно использовать разветвленную сеть киосков «Союзпечати» – они сохранились даже в большинстве небольших поселков, и продажа сувенирной продукции в них давно идет. За небольшую доплату продавцы вполне могут взять на себя и предоставление информационных услуг, раздачу туристских буклетов.

Следующий вопрос – транспортная доступность территории для туристов. Здесь тоже обычно обсуждаемые в России вопросы – крупные инвестиции в строительство новых аэропортов, вокзалов, морских портов, в крайнем случае – многомиллионная (лучше – многомиллиардная) реконструкция уже существующих. И только разговоры о фактической – экономически возможной для многих граждан – доступности.

Неоднократно во многих публикациях приводились примеры действительно социально-ориентированных подходов к повышению транспортной доступности территории как для своих граждан, так и для иностранных туристов в странах Европы [2]. Это и бюджетные авиакомпании (с возможностью слетать на расстояние 1000–2000 км за 30 или 70 евро), и автобусное сообщение (у молодежи особенно популярны билеты, позволяющие за 300 евро целый месяц путешествовать между разными городами всей Европы), и недорогие продукты железнодорожных компаний (от дешевых билетов выходного дня до недорогих железнодорожных билетов, позволяющих путешествовать по нескольким европейским странам или по всей Европе в течение 5–10 дней).

Ничего подобного в России – в стране, где «государственная политика в сфере туризма (туристская политика) направлена на развитие ответственного, устойчивого и всеобще доступного туризма» [3] – к сожалению, нет. Немногие авиакомпании, позиционировавшие себя как бюджетные, удалены с рынка услуг. В железнодорожном сообщении сокращается число «нефирменных» (т. е. недорогих) поездов, увеличивается предложение поездов и вагонов «повышенной комфортности», нередко с навязанным питанием (сухой паек по ресторанной стоимости), и т. д. Признано, что попытки принять специальный закон «О социальном туризме» потерпели крах [3].

Поэтому весьма актуальным по-прежнему остается вопрос – для чего и для кого существует туризм в России? Что это – только перспективная отрасль экономики с «мультипликативным эффектом», способная, как барон Мюнхаузен, сама себя вытащить из болота, дать хорошую прибыль и создать кучу дополнительных рабочих мест? Или все-таки это важный инструмент для восполнения психофизиологического здоровья народа, реализации потребности граждан в отдыхе и рекреации? От ответа

на данный вопрос зависит будущее не только туристской отрасли, но и всей социально-экономической жизни России.

Список литературы

1. Барзыкин, Ю. А. Актуальные вопросы развития туриндустрии в России / Ю. А. Барзыкин, С. П. Шпилько // Туризм и рекреация: фундаментальные и прикладные исследования: труды V междун. науч.-практ. конф. (Москва, МГУ им. М. В. Ломоносова, геогр.ф-т, 28–29 апреля 2010 г.). – М., 2010. – С. 29–33.
2. Баюра В. Н. Формирование туристских регионов и история хозяйственного освоения территории / В. Н. Баюра // Туризм и рекреация: фундаментальные и прикладные исследования: труды V междун. науч.-практ. конф. (Москва, МГУ им. М.В. Ломоносова, геогр. ф-т, 28–29 апреля 2010 г.). – М., 2010. – С. 471–475.
3. Зорин И. В. Приоритетные направления в развитии российского туризма и подготовке кадров в условиях кризиса / И. В. Зорин, А. И. Зорин // Туризм и рекреация: фундаментальные и прикладные исследования: труды IV междун. науч.-практ. конф. (Москва, МГУ им. М.В. Ломоносова, геогр.ф-т, 28–29 апреля 2009 г.). – М., 2009. – С. 31–41.
4. Писаревский, Е. Л. Актуальные вопросы развития туризма в Российской Федерации / Е. Л. Писаревский // Туризм и рекреация: фундаментальные и прикладные исследования: труды IV междун. науч.-практ. конф. (Москва, МГУ им. М. В. Ломоносова, геогр. ф-т, 28–29 апреля 2009 г.). – М., 2009. – С. 20–30.

ГЕОМОРФОЛОГИЧЕСКИЕ ПАМЯТНИКИ ПРИРОДЫ: ТИПОЛОГИЯ, КЛАССИФИКАЦИЯ, ЭКСПОНИРОВАНИЕ

О. А. Борсук, *доцент кафедры геоморфологии и палеогеографии географического факультета МГУ имени М. В. Ломоносова, кандидат географических наук; happy-ilga@yandex.ru, Makkaveev-lab@yandex.ru*

А. В. Бредихин, *заместитель декана географического факультета МГУ имени М. В. Ломоносова, доктор географических наук, профессор; avbredikhin@yandex.ru*

Рост числа путешествующих во всем мире, а также людей, проводящих свой отпуск или досуг в различных регионах мира выявил новый аспект науки о рельефе – рекреационный. На вопрос о том, что понравилось на отдыхе, часто слышишь ответ: – «Там так красиво!» Красота заключается в ландшафтах, в разной степени освоенных человеком, а, как известно, основой ландшафта является рельеф.

Разнообразие форм рельефа, плановое, линейное, точечное, высотное их сочетание и границы между ними составляют особенности того или иного региона. Среди них выделяются особые формы, привлекающие своей уникальностью, необычностью, либо типичностью или масштабом, поражающим созерцателя. Их называют геоморфологическими памятниками.

В действующем российском законодательстве нет определения геоморфологических памятников, однако большое внимание уделяется понятию «памятники природы», а также их категориям.

Согласно действующему Приказу Минприроды РФ от 25.01.93 №15 «Об утверждении положения о памятниках природы федерального значения в Российской Федерации», памятниками природы «объявляются отдельные уникальные природные

объекты и природные комплексы, имеющие реликтовое, научное, историческое, эколого-просветительское значение и нуждающиеся в особой охране государства». В частности, памятниками природы могут быть объявлены участки суши и водного пространства, а также одиночные природные объекты, в т. ч.: участки живописных местностей; эталонные участки нетронутой природы; участки с преобладанием культурного ландшафта (старинные парки, аллеи, каналы, древние копи); природные объекты, играющие важную роль в поддержании гидрологического режима; уникальные формы рельефа и природные ландшафты (горы, группы скал, ущелья, каньоны, группы пещер, ледниковые цирки и троговые долины, морено-валунные гряды, дюны, барханы, гигантские наледи, гидролакколиты); геологические обнажения, имеющие особую научную ценность (опорные разрезы, выходы редких минералов, горных пород и полезных ископаемых); геолого-географические полигоны, в т. ч. классические участки с особо выразительными следами сейсмических явлений, а также обнажения разрывных и складчатых нарушений залегания горных пород; местонахождения редких или особо ценных палеонтологических объектов; участки рек, озер, водно-болотных комплексов, водохранилищ, морских акваторий, небольшие реки с поймами, озера, водохранилища и пруды; природные гидроминеральные комплексы, термальные и минеральные водные источники, месторождения лечебных грязей; береговые объекты (косы, перешейки, полуострова, острова, лагуны, бухты); отдельные объекты живой и неживой природы (единичные экземпляры экзотов и реликтов, вулканы, холмы, ледники, валуны, водопады, гейзеры, родники, истоки рек, скалы, утесы, останцы, проявления карста, пещеры, гроты). Памятники природы могут иметь общегосударственное, региональное или местное значение (в зависимости от природоохранной, эстетической или иной ценности охраняемых природных комплексов и объектов). В Российской Федерации имеется 28 памятников природы федерального значения общей площадью 19,4 тыс. га. Очевидно, что геоморфологическим объектам уделено в Приказе Минприроды РФ значительное место.

Геоморфологическим памятником предлагается называть уникальные или типичные формы рельефа, имеющие научную, культурно-познавательную или эстетическую ценность и охраняемые государством. Сразу же появляется многозначность в трактовке памятника – его размер. Красноярские столбы – это памятник или скопление геоморфологических памятников? Каждый из них имеет собственную форму и даже имя.

Поэтому необходимо ввести иерархию в определение размеров памятника, определенных геоморфологических ландшафтов, районов, а может быть, даже областей, насыщенных объектами, которые можно отнести к геоморфологическим памятникам.

Представляется, что выделение геоморфологических памятников следует вести по морфологическим признакам: элемент формы рельефа – скопление форм рельефа, геоморфологический ландшафт и т. д. При этом возникает естественное ограничение объекта и по высоте, и по площади. Например, причудливая скала – скопление причудливых скал – горный массив, состоящий из подобных скоплений (район), далее – область распространения подобных скальных массивов. Так башенный карст Китая или Вьетнама позволяет использовать предложенный принцип.

Генетический подход также необходим при выделении геоморфологических объектов или памятников природы. Но его предваряет разделение памятников на денудационные и аккумулятивные. Оценивая карстовые формы рельефа с этих позиций, легко обнаружить денудационные формы рельефа, останцы и утесы, и аккумулятивные – натечные формы, например, травертиновые террасы. Для карстовых образований подобный подход был продемонстрирован.

Разделение памятников природы по их типологии возможно на базе геоморфологической триады: водораздел–склон–долина (котловина), межгорное понижение.

А. В. Бредихиным предложена типология рекреационно-геоморфологических систем, которая может быть перенесена на геоморфологические памятники, указывая их местоположение в рельефе. Выделяются локальные и региональные типы. Локальные подразделяются на контактные (береговые и предгорные), проходы (долинные, седловидные), узловые (слияния, исток-устьевые), нейтральные (равнинные, микросклоновые, изолированные (островные, вершинные, впадинные). К региональным можно отнести линейные (маршрутные), например, панорама Ленских столбов, вытянутая на десятки километров, и ареальные (парки).

Главными критериями выделения памятников природы являются красота (эстетические свойства) и научный интерес для общества.

Рельеф (формы рельефа и ансамбли) в системе объектов природного и культурного наследия выполняет несколько функций: культовую, фортификационную, архитектурно-строительную, рекреационно-туристическую.

Для выделения геоморфологических памятников природы используется совокупность наработанных наукой о рельефе методов: морфологический (в том числе морфометрический), генетический, исторический (реликтовые формы). На очереди разработка методов эстетического анализа рельефа, выяснения привлекательности тех или иных форм, объяснения их генезиса и возраста в культурно-просветительских целях. Анализ зональных особенностей геоморфологических памятников природы, в том числе и их связи с национально-этническими различиями в восприятии и использовании человечеством, может стать специальной темой геоморфологических исследований.

Как и прочие памятники культуры и природы, геоморфологические объекты можно разделить на аномальные, привлекательные своей аномальностью формы и типические для того или иного геоморфологического ландшафта (крупные овраги и балки, моренные холмы, типичные формы эолового рельефа, мерзлотные комплексы и т. п.).

Денудационные формы рельефа занимают ведущее положение среди геоморфологических памятников наследия. Это разнообразные скальные останцы выветривания, каньоны и антецедентные участки речных долин, экзарационные формы (фьорды, шхеры).

Значительное число геоморфологических памятников образуют скалы – естественные обнажения по берегам рек (камни, бойцы, утесы) или по склонам и вершинам гор (скалы-останцы, шиханы, каменные палатки). Они поражают своими размерами и причудливостью очертаний.

Также весьма привлекателен и живописен вулканогенный рельеф: вулканы Камчатки, Юго-восточной Азии, Японии, Гавайских островов, Новой Зеландии, Мексики, особенно если с ними соседствуют гейзеры, один из самых посещаемых объектов.

Помимо вулканов, к тому же генетическому классу относятся и дельты рек, поражающие путешествующих переплетением рукавов и проток, особенно, если оборудованы видовые точки, откуда можно увидеть прихотливую сеть речных русел, островов, кос и отмелей. Таковы, например, о. Столб или северная часть хребта Чекановского, с которого открывается панорама дельты Лены.

Многообразные береговые формы рельефа также находят свое место в списке природного наследия. Это и упомянутые фьордовые и шхерные берега, и скалистые обрывы по обеим сторонам Ла-Манша, и многочисленные рифовые образования, среди которых выделяется Большой Барьерный риф в Австралии.

Отдельно стоит сказать о геоморфологических памятниках природы, своим образованием обязанных карсту: это воронки, провалы, провальные озера, карстовые

поля. Особое место среди геоморфологических памятников природы занимают карстовые пещеры – своеобразные природные музеи. Всемирной известностью пользуются такие карстовые пещеры, как Флинт-Мамонтова (общая длина ходов – 341 км!) в Аппалачах в США, Хёллох в Швейцарии, Айсризенвельт в Австрии, глубочайшие пропасти – Жан-Бернар (1 410 м глубиной) и Пьер-Сен-Мартен (1 350 м) во Франции.

Метеоритные тела, попавшие на Землю, представляют собой исключительную ценность, и являются памятниками природы, равно как и места их падения – кратеры.

Перечисленные выше примеры геоморфологических памятников рельефа обязаны своим происхождением естественным процессам. Однако ряд исследователей считает, что рельеф, созданный руками человека, также может быть геоморфологическим памятником. Искусственные рельефы длиной в сотни километров возводили римляне. Их оборонительные сооружения – валы высотой в десяток метров с каменными стенами поверх земляной насыпи – поражают и сегодня. Так, вал Адриана входит в список природного наследия планеты. Менее известны оборонительные линии Древней Руси – «Берег», Тульская засечная черта, Татарский вал, Белгородская черта.

К геоморфологическим памятникам природы относят и карьеры. По самым скромным оценкам, карьеров только в Московской области более полутора тысяч. Но и их также называют памятниками природы в рельефе. И, может быть, не совсем правильно относить перечисленные выше объекты, созданные руками человека, к памятникам природы, но и геоморфологическими памятниками их нельзя не назвать.

За каждым из природных процессов свой набор памятников-скульптур. Например, за деятельностью ветра – эоловые формы, обточенные песком, переносимым ветром, или навеянные песчаные гряды – дюны. Север, особенно сибирский, славится ледовыми памятниками природы, созданными криогенными процессами.

Классификация геоморфологических памятников построена на основе процессов, их создавших. Они подразделяются на эндогенные и экзогенные, в особую группу выделяются космические памятники – метеоритные кратеры и тела метеоритов («небесные» камни).

Далее необходимо подразделять геоморфологические памятники на деструктивные и аккумулятивные.

Важное место в наборе рекреационных свойств рельефа занимает уникальность. Этим свойством обладают формы или комплексы форм рельефа, отличающиеся по строению от окружающих, либо обладающие морфологическими и морфометрическими характеристиками, которые не встречаются у других форм земной поверхности. Такие формы рельефа обычно относят к памятникам природы. В каждом регионе можно найти свои уникальные формы, т. е. местные памятники, которые добавляют привлекательности рекреационному району. Это могут быть формы закрытого карста – пещеры, причудливые скальные останцы и пр. Хорошо известны такие геоморфологические памятники, как Большой каньон реки Колорадо, гейзерные поля и вулканы Новой Зеландии и Йеллоустонского национального парка в США, многие горы (Джомолунгма, Эльбрус, Монблан и др.), эрозионный бедленд Каппадокии и натёчные травертиновые террасы Паммуккале в Турции или Большой Барьерный риф в Австралии. Уникальность форм рельефа определяется некоторыми морфометрическими показателями: «самый высокий», «самый глубокий» и др. Такие объекты составляют главное природное функциональное ядро, вокруг которого создается и благодаря которому существует рекреационная система [1]. Многие геоморфологические памятники являются рекреационно-образующими. В целом функции геоморфологических памятников и рекреации можно разделить на социально-культурные и экономические. Социально-культурная функция – ведущая функция рекреации. Она отвечает культурным, или духовным, потребнос-

тям – потребностям познания в самом широком смысле, познания окружающего мира и своего места в нем. Экономическая функция заключается в формировании потребительского спроса товаров и услуг, а иногда – целой сферы хозяйственной деятельности.

Классификация геоморфологических памятников.

I. Космические: метеоритные кратеры.

II. Эндогенные: а) вулканические, среди которых выделяются различные типы вулканов, имеющих разную выраженность в рельефе; б) лакколиты, ланнолиты, штоки; в) грязевые вулканы.

III. Экзогенные: а) флювиальные; б) береговые; в) ледниковые; г) эоловые; д) криогенные; е) карстовые; ж) биогенные; з) антропогенные.

В соответствии с общей тенденцией к смыканию естественных наук с гуманитарными, геоморфология по-новому осмысливает и оценивает объект своего исследования – рельеф земной поверхности. Утверждается, что формы рельефа и геоморфологические ландшафты обладают определенными эстетическими свойствами. Экспонирование памятников природы в рельефе зависит от местонахождения туриста. Об этом пишут В. А. Николаев [2] и А. В. Бредихин [1]. А. В. Бредихин выделяет типы смотровых точек в зависимости от их положения в рельефе. Рассмотрены типы смотровых точек: прибровочные; склоновые; равнинные; вершинные; глубоких днищ. В зависимости от положения в рельефе наблюдателя выделены типы морфологических пейзажей: циркорамные, панорамные, секторные, а также, в зависимости от взгляда наблюдателя: горизонтальное; вверх; вниз.

Важность эстетической привлекательности рельефа отмечалась Д. А. Тимофеевым, О. А. Борсуком, Г. Ф. Уфимцевым [3].

Список литературы

1. Бредихин, А. В. Рекреационно-геоморфологические системы / А. В. Бредихин. – Смоленск : Ойкумена, 2010. – 238 с.
2. Николаев, В. А. Ландшафтоведение. Эстетика и дизайн / В. А. Николаев. – М. : Аспект Пресс, 2003. – 176 с.
3. Тимофеев, Д. А. Геоморфология вчера, сегодня, завтра / Д. А. Тимофеев, О. А. Борсук, Г. Ф. Уфимцев ; Институт географии РАН // Геоморфология. – М., 1999. – №4. – С. 3–10.

РОЛЬ СТЕПИ В РУССКОМ ЭТНОГЕНЕЗЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ОТЕЧЕСТВЕННОГО ЭТНОКУЛЬТУРНОГО ТУРИЗМА

А. Г. Бутузов, *доцент кафедры «Организация и технология туристской деятельности» Российского Государственного университета туризма и сервиса, кандидат географических наук, г. Королев, Московская обл.; sarmatant@inbox.ru*

Степи – это ландшафтная среда, превосходно освоенная в ходе пятисотлетних миграций русского и других народов лесной и лесостепной зон. Но степную полосу не принято ассоциировать с исконными очагами становления русского этноса. Показательно, что даже тамошние русские старожилы, в отличие, к примеру, от монголов или казахов, чаще всего явно предпочитают пейзажному разнообразию степных просторов эстетику гидрологических объектов (рек, озер, прудов) [19].

Тем не менее, собирательному образу Степи в русской этнической «картине мира» традиционно отводилось важное место. И поныне в массовом русском сознании циркулируют этнокультурные мифологемы, отражающие характер восприятия степи на различных этапах русского этногенеза. Довольно распространен стереотип о былой имманентной враждебности кочевой тюркской Степи по отношению к Лесу – олицетворению истинного славянского начала. В народной памяти прочно запечатлелось представление о Диком поле, как о слабо заселенном или почти безлюдном пространстве, вместилище необузданных, «темных сил», самим провидением предназначенном для последовательного аграрного освоения русскими.

В действительности, территория междуречья Днепра и Дона, оказавшаяся к началу XV столетия вне постоянного контроля со стороны ханств, возникших в результате дезинтеграции Золотой Орды, была населена не только номадами, но и сравнительно многочисленными оседлыми жителями. Выраженное антропологическое своеобразие коренного русского населения Черноземья служит важным аргументом в пользу активного участия более ранних насельников степной и лесостепной зон в последующем сложении региональных групп тамошних русских. Около 1/10 всех русских в стране, согласно антропологической классификации В. В. Бунак и его коллег, принадлежат к понтийским вариантам южно-европеоидной малой расы и, в частности, к степному типу [1, 5].

Степные пространства сыграли поистине выдающуюся роль в этногенезе, как непосредственно русских, так и генетически, культурно предшествовавших им этнических групп. В пользу этого красноречиво свидетельствует присутствие едва ли не во всех сколько-нибудь значимых сферах традиционной и современной русской культуры, в частности, в системе природопользования, в планировке, интерьере и экстерьере жилищ, в одежде, мифологии, лексике и т. д., целого ряда элементов, восходящих к древнеиранскому, тюркскому, угорскому, монгольскому культурным пластам.

Впервые на заметное участие степных и лесостепных групп в этническом становлении восточнославянских племен на южной окраине лесного пояса обратил внимание еще М. В. Ломоносов, выводивший легендарных руссов от роксоланов («белых аланов») – крупнейшего объединения позднесарматской эпохи. Во многом сходных взглядов на этногенез предков русского народа придерживался С. Н. Быковский, считавший «протославян» (сколотов) неотъемлемой частью скифо-сарматского мира. Ключевую роль т. н. лесных скифов в формировании праславянского языка горячо отстаивал А. И. Соболевский. Но наибольшей оригинальностью в вопросе о ранних стадиях этногенеза древних руссов отличаются взгляды В. В. Седова. В образовании роменско-волынцевской культуры – предтечи таких известных племенных союзов, как северяне, радимичи, вятичи – этот исследователь подчеркнул существенное участие тюркских и поздне-аланских этнических групп. Созданное в VIII в н. э. в междуречье Днепра и Дона государственное образование – Русский каганат – поддерживало с могущественным южным соседом – Хазарией, – особенно с сопредельными полукочевыми тюркоязычными группами весьма тесные и разноплановые отношения. В пользу объективности выводов В. В. Седова свидетельствуют данные антропологии. Один из самых распространенных среди русских физических типов, доминирующий на востоке зоны смешанных и широколиственных лесов Центральной России – центрально-восточный, или, описанный Чепурковским, как «рязанец», считается специалистами вариацией северо-понтийского типа [1, 2].

Вопреки достоверным археологическим, антропологическим, этнографическим и генетическим данным, русские не рассматривались и не позиционировались большинством отечественных специалистов по этногенезу восточных славян в качестве исторических и этнокультурных наследников степных народов. В частности, такие

признанные исследователи указанной проблематики, как А. А. Шахматов, Б. А. Рыбаков, П. Н. Третьяков, и вовсе игнорировали факты сколько-нибудь заметного участия ирано- и тюркоязычных групп в формировании древних славянских общностей – предков современных русских. Индифферентное отношение к роли степных групп в русском этногенезе характерно и для столь известных авторов, как В. А. Тишков и В. А. Александров [16].

Согласно общепринятой версии, Киевская Русь возникает в IX веке вследствие объединения восточнославянских племенных союзов, а вхождение в состав этого государства иноэтничных групп, включая тюркские и угорские, синхронизируется с укреплением центральной власти [9]. Но объединение восточноевропейских земель диктовалось отнюдь не мотивом близости генетического происхождения, а главным образом, экономическими соображениями. В этом ключе можно объяснить не только конкуренцию, но и тесные многовековые военно-политические, экономические и культурные контакты части правящей и торгово-ростовщической элиты Киевской Руси, особенно ее южных княжеств, со степными кочевниками – печенегами, огузами, половцами и особенно торками, или черными клобуками, непосредственно вошедшими в древнерусскую политическую общность.

Русское общественное сознание, признавая бесспорность давних контактов русских и их восточнославянских предков со степными народами, также не отводит этому обстоятельству соразмерной роли в русском этногенезе [6]. Неспособность значительной части современных русских воспринять евразийский ориентир, как закономерность, тысячелетний тренд отечественной истории, во многом отражает глубинную трансформацию самих основ русского менталитета. В последние десятилетия, впервые за полтысячи лет, массовое русское сознание демонстрируют явные признаки этнокультурной самоизоляции, стремления к духовному бегству с обширных иноэтничных пространств, традиционно составлявших неотъемлемую часть российской (евразийской) цивилизации. Эта тенденция сдерживает развитие этнокультурных туров и программ, акцентирующих внимание клиентов на давних и тесных исторических связях русских и их славянских предшественников с историческими и современными тюркскими народами – коренными жителями Черноземья, Поволжья, Урала, обширных территорий Западной и Восточной Сибири, Дальнего Востока.

Полагаем, скорейшая и полномасштабная ревизия теоретико-методологических основ русского этногенеза в соответствии с новейшими достижениями гуманитарных и естественных наук, прежде всего, этнологии, археологии, истории, генетики, может создать предпосылки для валообразного увеличения спроса на этнокультурные путешествия. Для большинства степных регионов России, ограниченно представленных на рынке внутреннего и въездного туризма, поиск неповторимого и узнаваемого туристского имиджа едва ли возможен без обращения к этнокультурной тематике. Тем более что в дифференциации русских степных региональных комплексов по-прежнему прослеживаются черты минувших эпох.

Полагаем, при формировании новых туристских продуктов, ориентированных на этнокультурную специфику степных территорий, можно руководствоваться, такими принципами, как преемственность, сопряженность и параллелизм в развитии русских и иных этнических групп, населяющих или некогда населявших степную полосу России. Во многом через осознание собственной сопричастности к историческому развитию тюркских, угорских, древних иранских этнических групп, русские жители выше упомянутых территорий могут отождествляться с региональными этногенетическими циклами [7].

Для более успешного продвижения этнокультурных туров необходимо преодолеть устойчивый стереотип о статичности феномена русской (и древнерусской) этничности.

Утрированное понимание сути этногенетических процессов, происходивших на степных пространствах Северной Евразии в течение последних тысячелетий, заключается в линейном восприятии самой идеи этнической преемственности. Смысл этой концепции сводится к следующей формуле: «древнерусская общность, первоначально консолидировавшись на базе восточнославянских племен, в дальнейшем трансформировалась в русских Московии, а те, в свою очередь, в великорусов Российской империи, а затем – в русских бывшего СССР и современной России». При этом не ясно, какую роль в становлении и изменении этнокультурного облика русских и их славянских предков на каждом из перечисленных этапов сыграли тюркские, иранские, угорские, монгольские и другие группы.

Отчасти описанная ситуация сложилась из-за превратного понимания конструктивистского подхода, недооценки его скрытых резервов в объяснении содержания этнического феномена. Констатация сторонниками субъективизма преходящей этничности, как набора специфических черт той или иной этнической группы, с ее размытыми, пространственно и хронологически вариативными границами, не опровергает последовательного и поступательного развития этносов. Динамику и даже коренную трансформацию этнокультурных систем можно представить в качестве последовательной череды связанных между собой преемственностью конкретных этнических культур. Русский этногенез, с присущими ему этноэволюционными и этнотрансформационными процессами, можно рассматривать как закономерное проявление матрицы пространственно-временного развития этничности в масштабах всей Северной Евразии – от Великих Скифии и Сарматии, Гуннской державы, Тюркских и Хазарского каганатов, Монгольской и Российской империй до Советского Союза и современной России.

Неделимость России-Евразии, именуемой классиком евразийства П. Н. Савицким «месторазвитием», заключалась в органичном и оригинальном единстве социально-исторической среды лесных, лесостепных и степных территорий [17]. Еще раньше, как на одну из важных предпосылок к столь внушительной пространственной интеграции, указал А. И. Соболевский. По мнению ученого, отправной точкой в этногенезе славян следует признать межэтническое смешение и последующую консолидацию в лесной части Восточной Европы автохтонных балто-славян и пришельцев из степей – скифов (носителей иранского наречия). В пользу такой трактовки ранней стадии становления славянства косвенно свидетельствует своеобразное положение языков славянской группы в рамках индоевропейской семьи. С одной стороны, современные лингвисты однозначно относят славянский языковой блок к восточной ветви упомянутой семьи – к satem. Но, с другой стороны, славянские языки объединяют в единую древнюю лингвистическую группу с балтийскими и даже менее похожими германскими языками.

Согласно палеоботаническим исследованиям, только за минувшие два тысячелетия кардинальные изменения в балансе поступающих тепла и влаги приводили к неоднократным и весьма существенным сдвигам границ лесной и степной зон. Каждая такая климатическая флуктуация могла сопровождаться заметными сдвигами в расселении сообществ степных и лесных обитателей. В качестве примера можно привести распространение степной растительности в фазу суббореального иссушения и потепления климата, синхронизирующееся с продвижением носителей ямной культуры из исконного ареала ее бытования – степей – в лесостепь [4]. Напротив, стадия увлажнения климата синхронизируется с наступлением из лесостепной зоны на степь абашевского культурного комплекса – нового и весьма специфического хозяйственно-культурного уклада, впоследствии распространившегося в смежные области лесной и степной зон [4].

Итак, миграции довольно многочисленных групп между различными ландшафтными зонами – лесным и степным поясом – на протяжении многих тысячелетий выступали одной из типичных черт пространственной мобильности населения Северной Евразии. Граница леса и лесостепи выполняла не только барьерную, но и связующую функцию. В частности, в период поздней бронзы между индоиранскими этносами степной и лесостепной полосы и финскими народами установились довольно тесные контакты [3]. Преимущественно меридиональная ориентация переселенческих потоков сохраняется между лесными и степными областями вплоть до массовой русской колонизации Черноземья, Поволжья, Урала, развернувшейся с XV–XVI столетий. Не случайно, в зонах широколиственных лесов, лесостепи и степи Европейской России антропологический «градиент» имеет ярко выраженное меридиональную составляющую [2].

Лесостепь сыграла ключевую роль в процессе межэтнического взаимодействия ираноязычных и праславянских, прабалтских этнических групп. Постоянное или сезонное пребывание в лесостепной зоне создавало объективные предпосылки к кросскультурным контактам, а в перспективе, возможно, и к межэтнической интеграции. В качестве примера можно привести «скифоидные» культуры лесостепи Восточной Европы, связанные со своими южными соседями общностью языка и физического облика [11].

Принято считать, что языковые семьи – аморфные, в сравнении с языковыми группами, языковые объединения и, поэтому не могут выступать прочной основой для политической, социальной и экономической интеграции народов. Но с учетом глобального характера расселения народов индоевропейской языковой общности, обращение к соответствующей тематике создает широкие возможности для создания и продвижения соответствующих туров и программ.

Ранние индоевропейцы – подвижные скотоводческие племена степи и лесостепи – еще в позднем бронзовом веке (II тыс. до н. э.) выступили инициаторами и медиаторами распространения достижений производящего хозяйства и металлургии на пространстве от Левобережной Украины на западе до гор Алтая и Саян на востоке, от лесной полосы Восточной Европы и Сибири на севере до предгорий Кавказа и Средней Азии на юге [3]. Впервые оседлые жители лесной зоны с преобладавшим непроизводительным хозяйством вступили в столь тесные и регулярные контакты с насельниками лесостепной и степной зон. На это красноречиво указывают многочисленные лингвистические заимствования в соответствующих отраслях экономики и социальной сферы.

Явно негативный, даже демонический, образ арийцев, довлеющий над массовым сознанием в современной России и в большинстве стран мира – есть результат общественной рефлексии об истоках и последствиях величайшей трагедии человечества – второй мировой войны. С учетом крайне негативных последствий многолетнего использования в экстремистском, шовинистическом контексте «арийской» мифологемы, предпочтительнее употреблять для этой цели дефиниции «ранние индоевропейцы» или «древние индоевропейцы».

Но полное забвение или сознательное игнорирование богатого материального и духовного наследия древних индоевропейцев, во многом стоявших у истоков современной глобальной этносферы, представляется автору неоправданной роскошью. Новейшие исследования подтверждают огромную роль индоевропейских предков в процессе формирования генофонда большинства народов Восточной и Центральной Европы, обширных территорий Ближнего и Среднего Востока, Центральной Азии. В частности, согласно анализу данных по гаплотипам – маркерам мужских генетических линий – среди этнических русских удельных вес этой группы составляет ме-

нее 1/2 [13]. С учетом растущего в мире интереса широкой аудитории к глубинным этнокультурным корням, активное позиционирование индоевропейской тематики, при условии корректного обращения с историческим материалом, позволит существенно увеличить привлекательность ряда степных регионов России.

Но крайне бесперспективно трактовать культурно-цивилизационный феномен Евразии как плод усилий лишь индоевропейцев [18]. Евразия, как географическое и культурное пространство, осваивалось в процессе постоянного и тесного взаимодействия аборигенных и пришлых групп [18]. В этой связи отметим некорректность доводов, приводимых противниками идеи активного участия тюрок в этногенетическом развитии России. Новейшие исследования показали довольно низкую долю среди этнических русских (5–6% от общего числа обследованных) представителей генетических мужских линий, восходящих к непосредственным тюркским переселенцам из исконных областей их проживания на юге Сибири [13]. При этом не принимается в расчет фактор высокой миграционной подвижности и эффективность военно-политической организации, обеспечившие тюркским кочевникам явные преимущества в процессе аккультурации, как прочих этнических образований номадов, так и оседлого населения. Так, тюркскими пришельцами были ассимилированы легендарные динлины – коренные жители Минусинской котловины, вероятно, носители индоевропейского языка, создатели уникальной для всей Южной Сибири практики террасированного земледелия.

В поздней бронзе прародина алтайской языковой общности соответствовала Южной Сибири, точнее, Саяно-Алтайской горной стране [3]. Именно Алтай явился «колыбелью» тюркских народов, тюркоязычия, распространившегося из этого признанного центра на многие тысячи километров – на западе до Малой Азии и отчасти Балкан, на востоке до Приамурья. С наступлением железного века и, особенно с эпохи первых тюркских каганатов, ареал расселения носителей тюркских наречий заметно расширился, в особенности в западном направлении [18].

Но самое стремительное распространение тюркских этнических элементов, подлинная революция в ходе этнолингвистических процессов в Восточной Европе, датируется IV в. н. э. Гуннская экспансия открыла дорогу для масштабной тюркизации преимущественно ираноязычного населения степных территорий, а в ряде лесостепных районов – частично поволжских финнов [15, 18]. В этой связи отметим весьма распространенное в научной среде однобокое понимание влияния тюркского начала, как исключительно кочевого. Вспомним об этнокультурной эволюции населения низовий Волги – о многочисленных контингентах оседлого тюроязычного населения, во многом восходящего к дотюркскому периоду [12].

В настоящее время в России приверженцы радикальных взглядов всячески демонизируют образ Хазарского каганата, пытаясь преподнести длительную историю этого обширного и полиэтничного государства, не иначе, как непрерывную череду враждебных акций тамошних иудеев и тюрок ко всему славянскому. Однако именно благожелательное отношение хазарских каганов в немалой степени способствовало заселению северных лесостепных и отчасти степных территорий каганата славянским элементом [14]. Именно в степях Восточно-Европейской равнины началось самое раннее православно-мусульманское взаимодействие, впоследствии сыгравшее важнейшую роль в формировании духовных и материальных основ российской (евразийской) цивилизации [8].

Уникальный опыт многовекового сосуществования в рамках Хазарии приверженцев трех авраамистических религий – ислама, иудаизма и христианства – при благоприятной конъюнктуре может способствовать развитию внутреннего, но в первую очередь, въездного туризма. Полагаем, именно через активную пропаганду хазарс-

ких древностей на таких зарубежных рынках, как североамериканский и западноевропейский, можно будет достичь заметного перелома в продвижении всего наследия степных и лесостепных сообществ. Так или иначе, но очевидный успех знаменитого «Хазарского проекта» – фундаментальных и регулярных исследований хазарского наследия, в первую очередь, в области археологии, финансируемых влиятельными зарубежными фондами – привлекает растущее внимание зарубежных ценителей древностей.

Особую и явно недооцененную роль в русском этногенезе сыграли этнокультурные процессы, происходившие в Волжской Булгарии и на сопредельных северо-восточных территориях Киевской Руси. Для Владимиро-Суздальского княжества средне-волжский (булгарский) на протяжении длительного времени оставался важнейшим геополитическим вектором. Более того, на значительных территориях Волжской Булгарии достоверными нарративными и археологическими источниками зафиксировано довольно многочисленное постоянное и юридически свободное славянское население.

Несмотря на резкое сокращение своей численности в ходе половецких и монгольских завоеваний, славяне и в золотоордынский период населяли ряд наиболее благоприятных для земледелия «очагов», приуроченных к лесостепным, реже – к степным районам. В XIII–XIV столетиях более высокий, чем прежде, уровень развития агрокультуры и агротехники позволил русичам гораздо активнее перейти к хозяйственному освоению плакоров. В этой связи отметим специфический политический, экономический и социокультурный опыт длительного проживания русских в т. н. Балашовской земле – улусе Золотой Орды.

К настоящему времени материальная основа для развития туризма минувших эпох (ретротуризма) создана в довольно ограниченном числе степных регионов страны. К наиболее удачным примерам подобного рода, воплощением идеи ревитализации исторических «срезов» следует отнести историко-археологический заповедник «Дивногорье» (Воронежская область). В рамках этого проекта удалось совместить обращение к религиозному и этнографическому наследию (украинской деревни) с воссозданием материальной стороны жизни (жилищ) древних обитателей Маяцкого городища (болгар и алан) [10].

Наиболее перспективной и оптимальной формой развития материально-технической базы отечественного этнокультурного туризма можно считать комплексные этнокультурные парки, в рамках которых может быть успешно интегрировано все многообразие сохраненных и воссозданных ресурсов этнокультурной сферы. Но в современных условиях в ущерб широте экспозиции целесообразно сосредоточиться на ограниченном числе «модулей». Это позволит существенно сместить акцент в развитии этнокультурного туризма со строительства этнографических деревень, активно развернувшегося за минувшие полтора десятилетия, на более привлекательные и отвечающие запросам современного рынка комплексные этнокультурные парки.

Список литературы

1. Антропология : Хрестоматия : уч. пособие [Текст] / авт.-сост. Т. Е. Россолимо [и др.] ; Росс. академия образования, Моск. псих.-соц. ин-т. – 4-е изд. – М : МПСИ, Воронеж : НПО «МОДЭК», 2004. – 448 с.
2. Антропология : Хрестоматия : учеб. пособие [Текст] / ред.-сост. В. Ю. Бахолдина, М. А. Дерягина. – 2-ое изд., испр. и доп. – М. : Рос. психол. о-во, 1999. – 308 с.
3. Археология : учебник [Текст] / ред. В. Л. Янина. – М : Изд-во МГУ, 2006. – 608 с.

4. Археология восточноевропейской лесостепи : сборник материалов II Междун. науч. конф. «Археология восточноевропейской лесостепи», посвящ. 100-летию со дня рожд. М. Р. Полесских, 25–27 сент. 2008 [Текст] / отв. ред. В. В. Ставицкий. – Вып. 2, том 1. – Пенза, 2008. – 252 с.
5. Баранов, С. Д. Русская нация : современный портрет [Текст] / С. Д. Баранов, Д. В. Конов. – М. : Миттель Пресс, 2009. – 536 с.
6. Бутузов, А. Г. Археологическое и этнографическое наследие неславянских этнических групп и вопросы этногенеза русских в свете проблем развития этнокультурного туризма в Европейской России [Текст] / А. Г. Бутузов // материалы Междун. науч.-практ. конф. «Туризм и культура в современном мире», С.-Пб., 13–14 окт. 2011 ; ред. И. В. Крылова. – С.-Пб., 2012. – 414 с.
7. Бутузов, А. Г. Этнокультурный туризм в России [Текст] / Материалы V Междун. науч.-практ. конф. «Туризм и рекреация: фундаментальные и прикладные исследования», М., МГУ имени М. В. Ломоносова, геогр. фак-т, 28–29 апр. 2010 ; под общ. ред. В. И. Кружалина, сост. и отв. ред. М. Н. Ломоносов. – С.-Пб., 2010. – С. 335–341.
8. Гаврилов, Ю. А. Ислам и православно-мусульманские отношения в России в зеркале истории и социологии [Текст] / Ю. А. Гаврилов, А. Г. Шевченко ; РАН, Ин-т социологии РАН, Центр «Религия в современном мире». – М. : Культурная революция, 2010. – 312 с.
9. Государственные и титульные языки России : энцикл. словарь-справочник [Текст] / под общ. ред. В. П. Нерознака. – М. : Academia, 2002. – 616 с.
10. Дивногорский сборник : труды музея-заповедника «Дивногорье» [Текст] / Упр. культуры Воронежской обл. ; Гос. учр. Культуры ; Природный, архит.-археол. музей-заповедник «Дивногорье». – Вып. 1. Археология. – Воронеж : Изд-во ВГУ, 2009. – 272 с.
11. Зорин, А. В. Очерки истории Курского края с древнейших времен до XVII в. [Текст] / А. В. Зорин [и др.] ; Комитет по культуре Курской обл., Курский гос. музей археологии, АНО «Центр археологических исследований». – Курск : График», 2008. – 624 с.
12. Историческое и этнокультурное развитие Нижнего Поволжья : сборник материалов одноименной науч. конф. 2002 г. [Текст] / редкол.: Н. Э. Вашкау [и др.] ; Комитет по культуре админ. Волгоградской обл., Гос. организация культуры, Ист.-этногр. и архит. музей-заповедник «Старая Сарепта», Волгоградский гос. ун-т. – Волгоград, 2003. – 186 с.
13. Клесов, А. А. Происхождение человека : по данным археологии, антропологии и ДНК-генеалогии [Текст] / А. А. Клесов, А. А. Тюняев ; РАН, Академия фундам. наук. – Бостон-Москва : Белые альвы, 2010. – 1024 с.
14. Лазарев, А. Г. Основы градостроительства [Текст] / А. Г. Лазарев [и др.]. – Серия «Высшее професс. образование». – Ростов н/Д : Феникс, 2004. – 416 с.
15. Мухамедова, Р. Г. Татары-мишари: историко-этнографическое исследование [Текст] / Р. Г. Мухамедова. – Казань : Магариф, 2008. – 295 с.
16. Русские [Текст] / отв. ред. В. А. Александров, И. В. Власова, Н. С. Полищук ; РАН, Ин-т этнологии и антропологии им. Н. Н. Миклухо-Маклая. – М. : Наука, 2005. – 828 с.
17. Савицкий, П. Н. Континент Евразия [Текст] / П. Н. Савицкий. – М. : Аграф, 1997. – 132 с.
18. Тагиров, Э. Р. На перекрестке цивилизаций. История татар в контексте культуры мира [Текст] / Э. Р. Тагиров. – Казань : Татар. кн. изд-во, 2007. – 391 с.

19. Ямсков, А. Н. Русское население в полиэтнических сельских районах Закавказья, Сибири, Урала [Текст] / А. Н. Ямсков ; Ин-т этнологии и антропологии РАН. – М. : ИЭА, 1997. – 26 с.

МОЛОДЕЖНЫЙ ЭКОТУРИЗМ КАК ФАКТОР ФОРМИРОВАНИЯ МОЛОДОЙ СЕМЬИ

YOUTH ECO-TOURISM (SUSTAINABLE TOURISM) AS A FACTOR FACILITATING A YOUNG COUPLE FORMATION

И. С. Васильева, *заведующая лабораторией кафедры высшей математики Московского государственного университета леса, соискатель РГУТиС, г. Москва; Agapova72009@yandex.ru*

I. S. Vasilyeva, *head of the laboratory of Higher Mathematics department at Moscow Forest State University (MFSU), Ph. D. student of the Russian State University of Tourism and Service (RSUTandS), Moscow, Russia; Agapova72009@yandex.ru*

Аннотация. *В статье исследуется вопрос взаимосвязи влияния различных сторон современного состояния и развития форм экологического туризма на взаимоотношения в среде современной молодежи. Дано также определение досуга как реализации возможностей и потребностей человека в восстановлении затраченных сил, при этом экологический туризм рассматривается в качестве одной из форм досуга молодёжи. Автор акцентирует внимание на благоприятных свойствах морского, водного и других видов экотуризма, что оздоравливает общество и способствует положительному решению демографических вопросов.*

Ключевые слова: *проведение досуга, экологический туризм, резерв здоровья, человеческий фактор, молодая семья*

Abstract. *The article deals with the problem of interaction of some aspects in the present-day state and development of various kinds of sustainable tourism and their influence on the relationships among young people. The definition of leisure as a possibility to meet some personal needs and to provide opportunities for a person's spent energy recovery has been given, the eco-tourism being considered a kind of young people's leisure. The author emphasizes the beneficial aspects of sea-side, aquatic and other kinds of eco-tourism which makes our society healthier and contributes into the solution of certain demographic problems.*

Keywords: *leisure activities, eco-tourism (sustainable tourism), health reserve, human factor, a young couple*

Результаты многолетних наблюдений выявили, что общность комплекса факторов, влияющих на решение вступить в семейный союз, воздействует на дальнейшие последующие брачные отношения, на характер привыкания партнёров друг к другу в начальный период совместной жизни. Одним из таких факторов является ситуативные обстоятельства встречи будущей пары.

Такими обстоятельствами могут быть встречи по месту учебы, работы, в местах совместного отдыха, досуга и т. д. Здесь важно отметить глубокое влияние первого знакомства, то впечатление, которое эта встреча оставляет в памяти человека на длительное время.

В частности, досуг следует понимать как центральный элемент культуры, имеющий глубокие и сложные связи с общими проблемами работы, семьи, политики. Он создаёт для человека возможности реализовать потребности его внутреннего разви-

тия, что невозможно в полной мере в деловой сфере, в домашнем хозяйстве, на фоне повседневных забот. Это деятельность человека в свободное время вне сферы общественного и бытового труда, благодаря которой он восстанавливает затраченные силы, приобретает навыки и развивает способности, которые невозможно развить в трудовой сфере [3, с. 34].

Одним из частных случаев проведения досуга, несомненно, является туризм, в том числе, экотуризм, приобретающий всё большое значение и актуальность и охватывающий уже пятую часть туристического рынка. Экотуризм – это самые разные способы познавательных путешествий различной степени сложности, где главным является контактирование с естественной природной средой и органично входящими в неё элементами, а именно, пейзажами, растениями, животными не подверженными или слабо подверженными хозяйственному воздействию.

Желание путешествовать – есть отражение стремления человека к позитивному эмоциональному переживанию, связанному с получением новой информации. Туризм дает возможность людям удовлетворить их непосредственный интерес к новым фактам, занимательным явлениям.

Туризм служит действенным средством, которое приобщает молодежь к творческой деятельности, даёт простор инициативе, формирует навыки самообразования. Социально-педагогический эффект туризма проявляется в духовных, социальных, гуманистических, коммуникативных, идеологических процессах становления личности.

В программах вузовской подготовки географов, геологов, биологов, экологов и ряда других туризм предписан образовательными стандартами в качестве обязательной формы обучения (полевые практики, экспедиции). И это совпадает с интересами молодёжи, которой свойственны мобильность и коммуникабельность, стремление к переменам мест и путешествиям, постоянный поиск новых знаний и информации.

Велика оздоровительная роль экотуризма. Активная долгая жизнь – это важное слагаемое человеческого фактора. Здоровье – важнейшая предпосылка к познанию окружающего мира, к самоутверждению и самосовершенствованию человека, поэтому первая и важнейшая потребность человека – это здоровье. Целостность человеческой личности проявляется, прежде всего, во взаимосвязи и взаимодействии психических и физических сил организма. Гармония психофизических сил организма повышает резервы здоровья. Пополнять резервы своего здоровья необходимо через отдых.

Туризм в представлении большинства людей связан с отдыхом, новыми впечатлениями, удовольствием. Он прочно вошёл в жизнь человека с его естественным стремлением открыть и познать незнакомые края, памятники истории и культуры, обычаи и традиции разных народов. Туристический отдых является самостоятельной сферой человеческого бытия, не уступая по своей значимости другим сферам жизнедеятельности человека [4, с. 325].

Разразившийся финансово-экономический кризис коснулся и туризма, прежде всего дорогих его видов (выездного) и вынудил многие страны обратить внимание на развитие дешевого внутреннего, социально ориентированного. У населения появилось больше свободного времени, которое можно потратить на недорогой социальный туризм – культурно-познавательный, самодеятельный, краеведческий, лечебно-оздоровительный, эколого-образовательный, детско-юношеский, семейный, туризм для ветеранов, инвалидов, для наших соотечественников за рубежом. И это не удивительно – ведь туризм изначально был ориентирован на благородную цель – развитие культуры и образования, организацию общения и отдыха, восстановление сил человека,

выводу из депрессии, что особенно востребовано в эпоху кризисов, социально-экономических перемен [1].

На основе проводимых социологических опросов по предпочтениям экотуристов тех или иных видов отдыха, следует, что наиболее популярными являются экскурсионный, рекреационный, спортивный, приключенческий, водный, пляжный, а также познавательный виды экотуризма.

В частности, при выборе места для пляжного отдыха основным фактором является чистота моря и пляжа. Всем известны замечательные целебные свойства моря, оно благотворно воздействует на организм человека. Успокаивающе действует мерный плеск волн и шорох морской гальки, прохлада воды при купании, запах и цвет моря имеет очень сильное эмоциональное воздействие. Море – действительно лечит как физически, так и духовно.

Морская вода, как сложное химическое соединение, обладает множеством полезных свойств. Вода уменьшает вес человека, облегчает дыхание, ускоряет обменные процессы, насыщает организм кислородом, т. к. море – самый эффективный естественный гидроаэронизатор.

В настоящее время морскую воду используют при изготовлении целого ряда лекарственных препаратов, например для глазных болезней, заболеваний носа и горла. Целебную силу имеют даже морские волны, медики отмечают, что волнение моря 1–2 балла действует на тело человека как хороший массаж, способствующий проникновению в организм солей и полезных микроэлементов [2].

Экотуризм – мощный фактор, объединяющий интересы современной молодежи не только в выборе своего места в жизни или профессии, а также в реализации временных приходящих интересах, но, и безусловно, активно способствует возникновению здоровых, устойчивых связей в самой широкой молодежной аудитории.

Всё это создает предпосылки прочных личных отношений между юношами и девушками. На фоне экотуризма с неизбежностью возникает яркая картина зарождения здорового молодого поколения, берущего на себя заботу и ответственность за процветание своей страны. Несомненно, и то, чем больше развивается и растет экологический туризм, в той же прогрессии растет и укрепляется молодая семья.

Вопросы, поднятые и освещенные в данной статье, бесспорно, свидетельствуют о том значении, которое имеет экологический туризм в деле положительного решения острых демографических проблем, существующих в настоящее время в российском сообществе.

Список литературы

1. Голубчиков, С. Н. Научно-познавательный потенциал самодеятельного и краеведческого туризма / С. Н. Голубчиков // Труды V междун. науч.-практ. конф. : Туризм и рекреация: фундаментальные и прикладные исследования. (М., геогр.ф-т МГУ, 28–29 апр. 2010.) – С.-Пб., 2010. – С. 125–129.
2. Джанджугазова, Е. А. Целебная сила Черного моря / Е. А. Джанджугазова // Современные проблемы сервиса и туризма. – 2009. – №3. – С. 92–98.
3. Литвинова, Е. Е. Актуальные проблемы развития сферы досуговых услуг в России / Е. Е. Литвинова // Современные проблемы сервиса и туризма. – 2010. – №4. – С. 34–40.
4. Шиповская, Л. П. Человек и его потребности : уч. пособие / Л. П. Шиповская. – М. : Альфа; М : ИНФРА. – М., 2008. – 432 с. [Сервис и туризм].

СИСТЕМА ПОДГОТОВКИ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ КАДРОВ В СФЕРЕ ТУРИЗМА АВСТРАЛИИ

THE SYSTEM OF TOURISM PROFESSIONAL TRAINING IN AUSTRALIA

Н. Б. Глинская, *старший преподаватель кафедры ВЭД Российского экономического университета имени Г. В. Плеханова, кандидат экономических наук, Москва; n.b.glinskaya@gmail.com*

N. B. Glinskaya, *the senior teacher, foreign economic activity chair, Plekhanov Russian University of Economics, Moscow, Russia; n.b.glinskaya@gmail.com*

По данным Комитета по туризму Австралии, индустрия туризма страны является базой для трудоустройства более 1,3 млн чел. Она имеет важное значение как для государства в целом, так и для отдельных штатов в частности, обеспечивая занятость многих людей. Но, тем не менее, занятость в сфере туризма Австралии не превышает 10% всех работающих [1].

Австралийская система профессионального образования отличается от трехуровневой системы России (НПО, бакалавр, магистр) и основывается на двух уровнях:

- система VET: профессионально-техническое образование, стажировки и обучение на предприятиях;
- высшее образование.

Изначально эти системы не были взаимосвязаны, но со временем менялись условия и были созданы механизмы взаимного признания. Взаимодействие систем профессионально-технического и высшего образования представлено на рис. 9 [2].

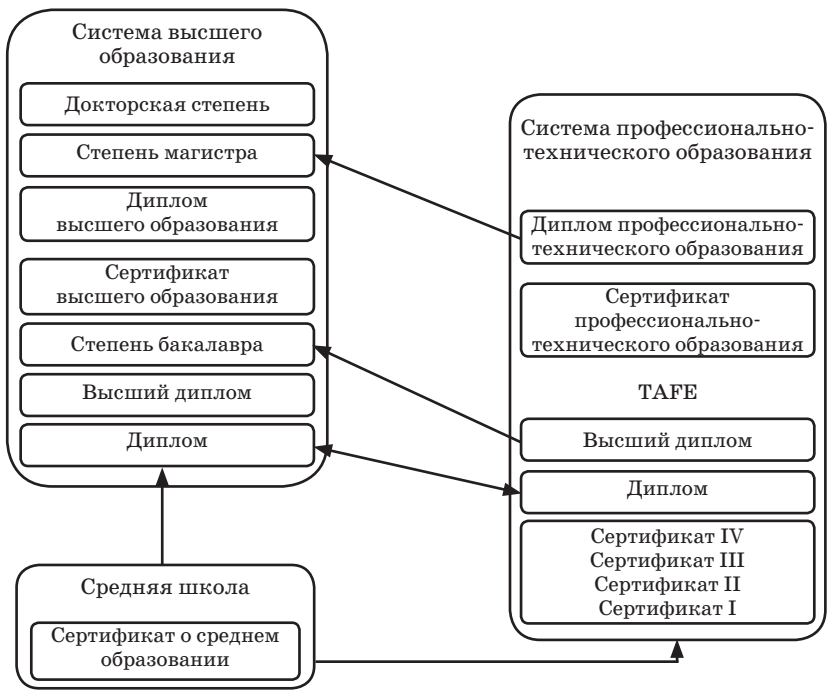

Рис. 9. Система профессиональной подготовки кадров Австралии

Система VET направлена же на приобретение практических навыков. Она разработана в соответствии с концепцией непрерывного образования и включает основные элементы:

1. Профессионально-техническое обучение (TAFE) и профессиональные курсы.
2. Ученичество и стажировки.
3. Коммерческие программы.
4. Организация обучения взрослых людей.

В рамках системы VET функционируют 11 отраслевых организаций по разработке и совершенствованию образовательных программ. Организация Service Skills ответственна за мониторинг, исследование, внедрение новых программ, курсов и других образовательных проектов в области сервиса и туризма [1].

Одной из самых распространенных форм обучения является система TAFE. Помимо государственного сектора существуют и частные учебные заведения подобного профиля, однако, TAFE – самое крупное образовательное объединение в стране, предоставляющее послешкольное обучение. Так, в 2006 г. более двух миллионов студентов было принято в 250 институтов TAFE по всей стране.

Австралийская система Технического и дополнительного образования – государственный сектор национальной системы профессионального образования и подготовки. Программы TAFE разрабатываются в сотрудничестве с промышленными и общественными кругами и соответствуют современным требованиям. Сертификаты и дипломы, выдаваемые TAFE, признаются на всей территории Австралии. Такой путь получения высшего образования становится все более распространенным и популярным среди студентов, которые помимо степени бакалавра хотели бы получить квалификацию в практической области или которые, пройдя практическое обучение, хотели бы перейти к программе более высокого уровня [2, 3].

Система TAFE также предоставляет много возможностей для предоставления туристского образования, предлагая различные специализации в сфере туризма. Школы, входящие в систему, имеют развитую сеть и подготавливают студентов к широкому спектру специальностей.

Практическое обучение ведется на предприятиях, многие из которых входят в сеть предприятий, сотрудничающих с коммерческой компанией Tourism Training Australia (TTA). TTA проверяет их на наличие необходимых ресурсов как кадровых, так и производственных для обеспечения качественной подготовки стажера. Организация сотрудничает с большим количеством партнеров – государственные органы, частные и общественные подготовительные организации, отраслевые ассоциации, университеты, студенты/стажеры, а специалисты TTA разрабатывают образовательные продукты и системы в соответствии с потребностями отрасли [4].

С 2005 г. в Австралии существует еще один способ получения формальной квалификации – путем предварительного «неформального» изучения теории и практики самостоятельно, без посещения учебных заведений. Такая возможность существует благодаря раздельной государственной системе обучения и признании квалификации. Любой человек, изучивший в достаточной мере аспекты специальности, может пройти процедуру признания квалификации, заключающуюся в прохождении своего рода «испытательного периода» на одном из предприятий, зарегистрированных в отраслевых подготовительных организациях. Однако для студента/стажера этот способ занимает не меньше времени и усилий, чем традиционные формальные (Recognition of Prior Learning Resourse, 2008).

Навыки, полученные в системе VET оцениваются на соответствие компетенциям, указанным в австралийской и новозеландской классификациях стандартов профессий (ANZSCO). ANZSCO определяет уровень профессиональных навыков, образования и других требований к специалисту различных областей [3].

Система высшего образования Австралии достаточно развита, для страны с населением 20 млн чел. В стране насчитывается 37 государственных университетов и два

частных университета с общим числом студентов 600 тыс. чел., более половины которых – студенты дневных отделений [5, 6].

Количество университетов, предоставляющие программы обучения в туризме и гостеприимстве стремительно растет. В 2007 году их количество составило 38, в то время как количество самих программ почти достигло 90 [7].

Закономерно, что резкий рост числа туристских образовательных программ не привел к повышению качества обучения, т. к. количество компетентных преподавателей недостаточно. Такая ситуация свойственна на современном этапе развития и для туристского образования и в России. В связи с такой проблемой, среди главнейших направлений деятельности тренинговых организаций Австралии стало привлечение специалистов-практиков к преподаванию. Однако российский опыт показывает, что даже специалистов туризма предварительно нужно подготавливать к тому, что они должны передавать свой практический опыт, а не известные книжные данные.

С точки зрения географии образовательных программ, наибольшая концентрация наблюдается в юго-восточных штатах Австралии: Новый Южный Уэльс (21), Квинслэнд (20) и Виктория (17), т. е. – 58 программ из 88 [8].

Программы высшего образования Австралии эквивалентны европейским туристским программам и также соответствуют принципам Болонской конвенции.

Основными объектами изучения магистерских программ являются туризм, гостиничный бизнес, предприятия питания и событийные мероприятия. Время освоения курса колеблется от года до двух, что зависит от учебных планов каждого университета (семестр или триместр) и количеством разделов программ – от 8 до 16. По окончании программы студент должен выполнить курсовую работу либо проект [1, 7].

Возможно также получение степеней в исследовательских областях (табл. 3).

Таблица. 3. Исследовательские степени

Исследовательская степень	*Продолжительность обучения*
Почетная степень	Исследовательская работа – 1 год
Мастер	Курсовая и исследовательская работа – 1 год
Доктор философии	Исследовательская работа – 3 года
Доктор делового администрирования	Курсовая работа – 3 года

В Австралии туристские образовательные программы всех уровней и систем могут пройти добровольную национальную аккредитацию Австралийского совета по гостеприимству (Australian Hospitality Review Panel – AHRP) или Австралийского совета в сфере туристического образования (Australian Tourism Training Review Panel – ATTRP). Такая система позволяет совершенствовать качество образовательных услуг, как университетов, так и небольших тренинговых организаций, что способствует общему развитию системы.

В заключении, подводя итог вышеизложенному, можно отметить, что:

- Профессиональная подготовка кадров в Австралии состоит из двух систем, связанных на нескольких уровнях. В настоящее время предпринимаются действия по более гибкой схеме перехода из одной системы в другую.
- Работники сферы туризма получают квалификацию, в подавляющем большинстве, посредством направленной на освоение практических навыков системы VET. Учитывая положительное развитие туристской индустрии Австралии, можно сделать вывод о положительном влиянии такого пути.
- Высшее образование Австралии становится более узкоспециализированным.

Список литературы

1 Tourism, hospitality and events Evironmental Scan 2009 [Электронный ресурс] / Service skills Australia. – 2009. – Режим доступа: http://www.serviceskills.com.au/dmdocuments/news/theorderform03.pdf. Проверено 23.03.2012.
2 Learning and Employment Pathways [Электронный ресурс] / Australian Qualification Frame work. – 2009. – Режим доступа: http://www.aqf.edu.au/learn_employ.htm. Проверено 23.03.2012.
3 Australian and New Zealand standard classification of occupations [Электронный ресурс] / Australian Bureau of Statistics. – 2006. – Режим доступа: http://www.abs.gov.au/AUSSTATS/subscriber.nsf/logopenagent&12200_2006.pdf&1220.0&Publication&B4B626DEB4A0C558CA2571E600092D5A&0&2006% 20(First% 20Edition)&11.09.2006&Latest. Проверено 20.03.2012.
4 About Us [Электронный ресурс] / Tourism Training Australia. – 2009. –.Режим доступа: http://www.tourismtraining.com.au. Проверено 17.03.2012.
5 Hobson P. Internationalization of Education: Ten Key Trends and their Implications foe tourism and hospitality of education/ P. Hobson [Электронный ресурс] / International centre of excellence in tourism, hospitality and events. – 2008. – Режим доступа: http://www.the-ice.org/images/ICE_TenTrends_08(1).pdf. Проверено 21.03.2012.
6 Hobson P. Hotel, tourism and events Education in Australia: A study guide/ P. Hobson [Электронный ресурс] / International centre of excellence in tourism, hospitality and events. – 2008. – Режим доступа: http://www.the-ice.org/images/Study% 20in% 20Australia(4).pdf. Проверено 23.03.2012.
7 Tourism, Hospitality and Events SIT07 [Электронный ресурс] / National Training Information Centre. – 2009. – Режим доступа: http://www.ntis.gov.au/default.aspx?/trainingpackage/SIT07/volume/SIT07_1/chapter/QualFrameworkESMandText. Проверено 18.03.2012.

КАРТОГРАФИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ЛАНДШАФТНОГО ПЛАНИРОВАНИЯ РЕКРЕАЦИОННЫХ ТЕРРИТОРИЙ

CARTOGRAPHIC SUPPORT OF LANDSCAPE PLANNING FOR RECREATION ARIES

Е. И. Голубева, *профессор кафедры рационального природопользования географического факультета МГУ имени М. В. Ломоносова, доктор биологических наук, профессор; egolubeva@gmail.com*

Т. О. Король, *старший научный сотрудник кафедры рационального природопользования географического факультета МГУ имени М. В. Ломоносова, кандидат географических наук; t120277@yandex.ru*

Н. И. Тульская, *заведующая лабораторией рекреационных исследований кафедры рекреационной географии и туризма географического факультета МГУ имени М. В. Ломоносова, кандидат географических наук; tnadya@mail.ru*

E. I. Golubeva, *professor, Department of Environmental Management, Faculty of Geography, Lomonosov Moscow State University, Dr. Sci. Biol., Moscow, Russia; egolubeva@gmail.com*

T. O. Korol, *senior researcher, Department of Environmental Management, Faculty of Geography, Lomonosov Moscow State University, Ph. D. in Geography, Moscow, Russia; t120277@yandex.ru*

N. I. Tulskaya, *head of the laboratory of recreation studies, Department of recreation geography and tourism, Faculty of Geography, Lomonosov Moscow State University, Ph. D. in Geography, Moscow, Russia; tnadya@mail.ru*

Аннотация. *Рассматриваются возможности использования инструментов ландшафтного планирования в организации территорий различного функционального назначения, в частности рекреационных зон. Развитие в России ландшафтного планирования способствовало формированию современных представлений об экологических аспектах территориального планирования, необходимости географического подхода к экологическому планированию и выявлению специфики экологического каркаса ландшафтов различного типа для устойчивого развития территорий. Особые возможности предоставляет методология ландшафтного планирования для проектирования туристско-рекреационных зон и территорий, алгоритм которой опирается на картографическое обеспечение всех этапов организации, функционирования и мониторинга рекреационного природопользования.*

Ключевые слова: *ландшафтное планирование, картографическое обеспечение, проектирование рекреационных территорий*

Abstract. *The article discusses the possibility of using instruments of landscape planning in the organization of the territories of various functional purposes, including recreational areas. The development of landscape planning in Russia contributed to the formation of modern ideas on the environmental aspects of land use planning, the need for geographical approach to environmental planning and identification of specific ecological framework of different types of landscapes for sustainable development of territories. Special features of landscape planning provides a methodology for the design of tourist and recreational areas and areas where the algorithm is based on the cartographic support of all phases of the organization, operation and monitoring of the recreational nature.*

Keywords: *landscape planning, mapping, design of recreation areas*

В процессе природопользования, как правило, возникает множество вариантов организации территории, имеющих различную социально-экономическую и эколого-экономическую эффективность. Развитие в России ландшафтного планирования способствовало обобщению и переработке современных представлений об экологических аспектах территориального планирования, переоценке географических подходов к экологическому планированию, выявлению специфики формирования экологического каркаса в пределах ландшафтов различного типа.

Ландшафтное планирование – это научно-прикладное направление, находящееся на стыке географии, районной планировки, землеустройства, градостроительства и ландшафтной архитектуры. С одной стороны, эту сферу деятельности можно рассматривать как совокупность методических инструментов, используемых для построения такой пространственной организации деятельности общества в конкретных ландшафтах, которая обеспечивала бы устойчивое природопользование и сохранение основных функций этих ландшафтов как системы поддержания жизни. С другой стороны, ландшафтное планирование – это коммуникативный процесс, в который вовлекаются все субъекты природоохранной и хозяйственной деятельности на территории планирования и который обеспечивает выявление интересов природопользователей, проблем природопользования, решение конфликтов и разработку согласованного плана действий и мероприятий [5].

Основная цель ландшафтного планирования – разработка интегральной концепции сбалансированного устойчивого развития территории, ориентированного на восстановление и сохранение ее природного потенциала, и создание гарантий прав местного населения на достойную жизнь. Ландшафтное планирование при условии правильного его использования может стать замечательным инструментом территориального развития для многих российских регионов, особенно для российской провинции с их депрессивной экономикой, зарастающими полями, загрязненными реками и редеющими лесными массивами. Одним из перспективных альтернативных направлений такой «перестройки» является развитие рекреации и туризма, которые в полной мере могут использовать методологию ландшафтного планирования.

Каналами «интеграции» методологии ландшафтного планирования в процедуру территориального планирования служат составные части раздела «охрана окружающей среды» (ООС) генеральных планов городов и сельских поселений, а также схем территориального планирования (ГП и СТП). В составе раздела ООС традиционно базовые позиции занимают: схема комплексной оценки состояния окружающей среды, схема градостроительных ограничений и территорий с особыми условиями использования, схема мероприятий по оптимизации и охране окружающей среды. С позиций концепции ландшафтного планирования, каждая из этих схем может быть наполнена конкретным содержанием, работающим на общую задачу. Главная задача может быть сформулирована как приведение характера использования (существующего и перспективного) территории в соответствие со свойствами вмещающего ландшафта и конструирование средостабилизирующего экологического каркаса территории, который должен быть сформирован на разных иерархических уровнях (страна, регион, местность) [9].

Совершенно особенные возможности предоставляет методология ландшафтного планирования для проектирования и развития туристско-рекреационных зон и территорий. Сегодня в РФ запущено проектирование и застройка особых экономических зон туристско-рекреационного профиля. При их разработке необходимо выполнение раздела «ООС». Основная задача, стоящая перед проектировщиками, – обоснование природосообразной и в то же время выигрышной (коммерчески привлекательной) схемы функционального зонирования территории. Для решения этой задачи может использоваться алгоритм прикладного ландшафтного планирования, в рамках которого последовательно прорабатываются следующие разделы:

- исследование видов существующих и спрогнозированные виды перспективных рекреационных занятий;
- выявление требований со стороны рекреационных занятий и модулей к вмещающему пространству;
- определение аттрактивности основных геотопов относительно рекреационных занятий и модулей;
- оценка устойчивости геотопов к различным видам рекреационных занятий;
- предложение сетки функционального зонирования с фиксацией зон различных типов (селитебные, рекреационные, природоохранные) и видов (горный туризм, скалодромы, рафтинг, конный туризм и т. д.);
- расчет показателей оптимальной, минимальной и критической нагрузки на разные геотопы и различные функциональные зоны;
- обоснование мероприятий по ландшафтному обустройству различных функциональных зон;
- обоснование системы мониторинга окружающей среды на период строительства и функционирования.

Цель ландшафтного планирования рекреационных территорий – улучшение предпосылок для экологически ориентированного рекреационного природопользования с учетом сочетания и ранжирования приоритетов развития территории. Основным инструментом ландшафтного планирования рекреационных территорий является ландшафтный план. Ландшафтный план – это совокупность карт и текстов, предназначенных для согласованного решения задач охраны природы и землепользования конкретными субъектами хозяйственной деятельности и органами управления на низшем административно-территориальном уровне; оценки и рекомендации ландшафтного плана основываются на крупномасштабном (достаточно детальном) анализе территории планирования, обеспечивающем реализацию конкретных программ и проектов рекреационного природопользования и развития территории [5, 10].

В рамочных ландшафтных планах определяются в общем виде все необходимые направления развития через мероприятия для разных типов геосистем и их состояний. Основная цель такого подхода при планировании – разработать интегральную схему сбалансированного (устойчивого) развития территории, ориентированную как на восстановление и сохранение ее природного потенциала, так и на создание и поддержание рекреационных функций. Достижение цели возможно при решении двух взаимосвязанных задач: зонирования территории по режиму землепользования и разработки концепции развития в условиях обозначенного в ландшафтном плане природоохранного режима [11].

Основные направления деятельности географии и экологии в сфере планирования и проектирования рекреационных территорий на современном этапе включают в себя следующие [3, 6, 7, 8, 12]: инвентаризация, анализ, оценка, определение целей развития и мероприятий и прогноз. Каждый из этапов включает в себя создание определенных карт и схем. Остановимся на каждом из этапов.

Этап инвентаризации включает сбор и в ряде случаев создание следующих карт: топографическая, ландшафтов, геоморфологическая, почвенная, растительности, состояния лесов, места обитания редких видов, план застройки и транспортная инфраструктура и т. п. Для оценки ландшафтов и возможностей развития туризма целесообразно проводить дополнительное обследование мест отдыха с картографированием угодий и социологические опросы местного населения посредством специально разработанных анкет.

Основной задачей этапа анализа является выявление интересов природопользователей, а также анализ проблем и конфликтов в этой сфере. Соответственно, на картах отражаются состояние компонентов экосистем, влияние селитебного, транспортного, промышленного, сельскохозяйственного природопользования и т. п.

На этапе оценки проводятся оценка устойчивости современных природных условий рекреационной территории, ее пригодность для рекреации [2]. Конечным результатом этого этапа является комплект отраслевых карт, на которых проведено зонирование территории по типам целей ее использования. Всего выделяют три основных типа целей: сохранение, развитие, улучшение.

На этапе определения целей развития и мероприятий составляется карта интегральной целевой концепции развития (по содержанию она близка к схемам функционального зонирования земель), которую рекомендуется создавать путем совмещения целей использования отдельных природных компонентов. Сформулированные цели территориального развития реализуются в карте дифференциации территории по типам мероприятий: общие для всей территории планирования, направленные на реализацию концепции ее развития; по сохранению современного состояния использования территорий; по развитию существующего или планируемого использования; по улучшению состояния природных компонентов.

Наиболее актуальными направлениями картографического обеспечения ландшафтного планирования для рекреации и туризма являются картографирование конфликтов природопользования и разработка карт природно-экологического каркаса.

Карты конфликтов природопользования являются одним из недостаточно развитых инструментов отечественного ландшафтного планирования. В России практически нет опыта создания карт конфликтных ситуаций природопользования в среднем и крупном масштабах – основных масштабах ландшафтного планирования [1, 5]. В системе ландшафтного планирования карты конфликтов природопользования должны отражать все их наиболее существенные свойства: происхождение (источник); меру проявления (скрытый, явный, потенциальный конфликты); объекты и характер экологически значимых нарушений; сложность; интенсивность; динамику; форму ареала; характер границ. Актуальны разработка принципов составления карт конфликтных ситуаций, их типовых легенд, системы условных обозначений и т. д. [13].

Без учёта природно-экологических территориальных систем в процессе планирования развития территории невозможно достичь главной цели территориального планирования – формирования комфортной и благоприятной среды жизнедеятельности населения. Поэтому принятие экономически целесообразных, экологически допустимых и социально обоснованных управленческих решений невозможно без разработки природно-экологического каркаса (ПЭК) – гаранта устойчивого развития территории.

Природно-экологический каркас – это сложная соподчинённая система взаимоувязанных природных компонентов, дающих систематизированную аналитическую информацию о качестве и значимости природных и природоподобных территориальных комплексов [8]. Проект ПЭК представляет собой инструмент принятия решений при территориальном планировании. Разработка ПЭК особенно важна для муниципальных образований, обладающих:

- высоким природно-рекреационным потенциалом территории;
- высокоценными природно-территориальными комплексами и экосистемами (например, ООПТ регионального и федерального значения);
- высокой степенью напряжённости экологических конфликтов на территории (например, между крупными производствами с объёмными вредными выбросами в окружающую среду и интересами местного населения);
- высокой плотностью населения;
- высокой степенью нарушенности территории (например, наличие на территории отработанных месторождений полезных ископаемых, очагов повышенного фонового загрязнения компонентов окружающей среды и т. д.).

К наиболее значимым проблемам, возникающим при ландшафтном планировании вообще и в частности рекреационных территорий можно отнести следующие:

1. Проблема информационных источников. Изначальная методологическая проблема, с которой сталкиваются ландшафтные планировщики, – необходимость адаптации стандартной информационной системы обеспечения градостроительной деятельности (проще говоря, электронной топокарты) к задачам ландшафтного картографирования. Электронная карта «наследует» семантическую содержательную модель карты бумажной (будь то генштабовские топокарты или карты ВИСХАГИ). Эта модель, будучи используемой в качестве базовой, для ландшафтного планирования оказывается абсолютно недостаточной по ряду причин, среди которых главные: устарелость бумажных источников оцифровки, семантическая универсальность, а, следовательно, «скудость», внерегиональность и просто ошибочность используемых классификаторов. Преодоление этих недостатков предполагает разработку принци-

пиально новой ГИС-модели территории посредством корректировки и дополнения классификаторов, введения новых объектов и описания их атрибутов, дешифровки данных дистанционного зондирования Земли, построение новых слоев [1, 4]. Безусловно, для разработки новой модели используются не только картографические, но и любые другие источники информации – лесные планы, кадастровые схемы землеустройства, проекты и пр. В результате подобных преобразований слой «леса густые высокие» может оказаться разобранным на дюжину слоев с лесами различного породного состава, возраста, рекреационной устойчивости и плановых очертаний (массивы, острова, лесополосы), причем контуры лесных массивов будут актуализированы на основе изучения крупномасштабных космоснимков.

2. Проблема территориальной ячейки планирования. Методология ландшафтного планирования позволяет использовать одновременно различные типы элементарных пространственных единиц, с которыми соотносится вся накапливаемая и перерабатываемая информация – ячейки административно-территориального деления, ячейки – ареалы хозяйственной деятельности (сельхозугодья различного типа, производственные площадки, земли населенных пунктов), правовые зоны (ареалы земель различных правообладателей, ареалы ограничений различного характера) и, наконец, – ячейки природной дифференциации территории: местоположения различного иерархического уровня (ландшафты, местности, фации) и любые другие природные структурные и функциональные сетки (речные бассейны, графы водотоков и эрозионной сети и др.). Принципиальное своеобразие технологии ландшафтного планирования – возможность проведения различных операций как внутри отдельных слоев, так и между ними. Сложнейшая и пока не решенная до конца проблема – картографирование морфолитогенной основы ландшафта – так называемой матрицы геотопов [1, 4]. В ЯРОЭО «Ландшафт» разработана принципиально новая методика «полуавтоматического-полуинтеллекутального» построения карт местообитаний – процедура, на которую ландшафтоведы традиционно тратили многие недели и месяцы тяжелого ручного труда. В основе методики – обработка оцифрованной подосновы рельефа поверхности построением промежуточных карт поверхностей и фиксацией характеристических линий – границ геотопов, а затем и последующей верификации по современным крупномасштабным ДДЗ, что позволяет уточнить локализацию перегибов рельефа (уступов, бровок, валов, линеаментов эрозионной сети и т. д.) [14].

Для многих российских регионов характерны недостаточная картографическая изученность и общий информационный дефицит, поэтому реализация задач картографической поддержки ландшафтного планирования там нередко бывает затруднена. В этих условиях требуется особое внимание уделять выявлению необходимой и достаточной информации по критериям ее соответствия целям ландшафтного планирования. Возникает необходимость также в обогащении: и развитии картографических инструментов, применяющихся в отечественном ландшафтном планировании, обладающем пока еще сравнительно ограниченным: опытом. Этот опыт нуждается в систематизации, обобщении и анализе с картографических позиций. Одним из недостаточно развитых инструментов отечественного ландшафтного планирования для тех районов, где существует конфликтная ситуация между перспективами, являются карты конфликтов между рекреационным и прочими видами природопользования. Они особенно актуальны при конфликтах между экономическим развитием и экологическим состоянием территории. Цель дальнейших работ – определить содержание и разработать методику создания карт конфликтных ситуаций для различных уров-

ней ландшафтного планирования рекреационных территорий и сформулировать общие рекомендации по его картографическому обеспечению.

Список литературы

1. Алексеенко, Н. А. Система карт ландшафтного планирования. Опыт, проблемы, предложения / Н. А. Алексеенко, А. В. Дроздов. – Saarbrucken : Lambert Academic Publishing, 2011. – 197 с.
2. Временная методика определения рекреационных нагрузок на природные комплексы при организации туризма, экскурсий, массового повседневного отдыха и временные нормы этих нагрузок / Государственный Комитет СССР по лесному хозяйству. – М. : Гослесхоз СССР, 1987. – 34 с.
3. Глазовский, Н. Ф. Переход к устойчивому развитию: глобальный, региональный и локальный уровни : зарубежный опыт и проблемы России / Н. Ф. Глазовский. – М. : КМК, 2002. – 444 с.
4. Дончева, А. В. Устойчивость природных комплексов и антропогенные нагрузки / А. В. Дончева, Л. К. Казаков, В. Н. Калуцков, В. П. Чижова // Рекреация и охрана природы. – Тарту : Изд-во Тарт. ун-та, 1981. – С. 90–94.
5. Дроздов, А. В. Ландшафтное планирование с элементами инженерной биологии / А. В. Дроздов. – М. : Т-во научн. изданий КМК, 2006. – 239 с.
6. Исаченко, А. Г. Классификация ландшафтов СССР / А. Г. Исаченко // Известия ВГО. – М. : 1975. – Т. 107. – Вып 4. – С. 302–315.
7. Исаченко, А. Г. Оптимизация природной среды / А. Г. Исаченко. – М. : Наука, 1980. – 263 с.
8. Казаков, Л. К. Ландшафтоведение с основами ландшафтного планирования / Л. К. Казаков. – М. : Академия, 2008. – 335 с.
9. Колбовский, Е. Ю. Ландшафтное планирование и экологическое проектирование возможности, рынок услуг : часть II / Е. Ю. Колбовский // Ярославский педагогический Вестник. – Ярославль, 2011. – Том III (Естественные науки). – №1. – С. 139–150.
10. Колбовский, Е. Ю. Ландшафтное планирование : учеб пособие для студ. высш. учеб. заведений / Е. Ю. Колбовский. – М. : Академия, 2008. – 562 с.
11. Курбатова, А. С. Ландшафтно-экологический анализ формирования градостроительных структур / А. С. Курбатова. – Москва-Смоленск : Маджента, 2004. – 620 с.
12. Мазуров, Ю. Л. Охрана природного наследия в экологической и культурной политике / Ю. Л. Мазуров // Актуальные проблемы сохранения культурного и природного наследия. – М. : Институт Наследия, 1995. – С. 65–71.
13. Семенов, Ю. М. Условные знаки и цветовое оформление карт в ландшафтном планировании / Ю. М. Семенов // Материалы Всеросс. науч.-практ. конф. : Актуальные проблемы ландшафтного планирования ; М., МГУ, 13–15 окт. 2011. – М. : Изд-во Моск. ун-та, 2011. – С. 91–94.
14. Суворов, Е. Г. Информационная обеспеченность ландшафтных планов и адекватность отражения ландшафтной структуры / Е. Г. Суворов, Н. И. Новицкая // Материалы Всеросс. науч.-практ. конф. : Актуальные проблемы ландшафтного планирования ; М., МГУ, 13–15 окт. 2011. – М. : Изд-во Моск. ун-та, 2011. – С. 216–218.

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ КАФЕДРЫ ГЕОЭКОЛОГИИ И МЕЖДУНАРОДНОГО ЭКОТУРИЗМА АКАДЕМИИ «МНЭПУ»

С. Н. Голубчиков, *заведующий кафедрой геоэкологии и международного экологического туризма Академии «Международный независимый эколого-политологический университет», кандидат географических наук, доцент, г. Москва; s_golubchikov@rambler.ru*

Новое научное направление (специализации) – экологический и оздоровительный туризм позволит расширить круг привлекаемых абитурентов и повысит привлекательность кафедры геоэкологии и международного экотуризма поднимет престиж Академии «МНЭПУ» на рынке образовательных услуг и придаст ей статус ведущего образовательного учреждения страны в области социальной экологии и эколого-оздоровительного молодежного туризма. Кафедра образована приказом ректора Академии «МНЭПУ» С. С. Степанова в апреле этого года. Сделано это прежде всего с целью повышения престижа Академии «МНЭПУ» и привлечения новых абитурентов на экологическое отделение. Напомню, экологический факультет был создан в сентябре 1992 г. известным учёным Н. Ф. Реймерсом, ныне он преобразован в Институт экологии и политологии.

Определение и объект экотуризма. Термин «экотуризм» был предложен в 1980 г. мексиканским экономистом Гектором Цебаллос-Ласкурейном, понимавшим под ним путешествие с изучением и сохранением флоры и фауны, с бережным, щадящим отношением к природе. Зародился экотуризм в середине XX века в недрах возникшей техносферы, в которой городской образ жизни стал привычным и преобладающим всё более однообразным. В поисках разнообразия окружающего мира и появился экотуризм, источником которого стала культурно-историческая и ландшафтно-геоэкологическая разнородная мозаика социальной и природной среды. Чем разнообразнее окружающее нас культурно-историческое и ландшафтно-геоэкологическое пространство, тем выше его эколого-туристический и культурно-исторический образовательный потенциал. Объекты экотуризма не только природные, но и культурно-исторические достопримечательности, а также природно-антропогенные ландшафты при условии, что традиционная культура хозяйствования на них составляет единое гармоничное целое с окружающей средой. Экотуризм в какой-то степени продолжает традиции забытого ныне дореволюционного отечествоведения и краеведения начала XX века.

Экономика экотуризма. Сегодня туризм – второй по прибыльности вид индустрии после нефтегазовой отрасли, на 1 долл. затрат он приносит 7 долл. отдачи и одно рабочее место в туристической отрасли, создаёт ещё четыре рабочих места в смежных отраслях экономики (в этом заключается мультипликаторный эффект туризма). Экотуризм – наиболее динамично развивающийся вид туризма, он становится всё более популярным по мере роста городов) и занимает 20–25% рынка туристических услуг. Например, доходы любого американского национального парка составляют не менее 40 долл. на 1 га в год, в то время как использование этой же территории в качестве сельскохозяйственных угодий принесло бы менее 0,8 долл. с 1 га даже с применением наиболее прогрессивных способов ведения хозяйства.

Философия экотрузма. Экотуризм – это не тот вид деятельности, у которого есть чёткие границы, намеченные планы и точные цифровые показатели. Экотуризм – это новый вид взаимоотношение человека с природой, порождённый всё возрастающим спросом горожан на активный отдых, на новые впечатления и ощущения от экскур-

сий и путешествий вдали от привычной и однообразной городской суеты. Этот новый вид туристической деятельности гармонизирует взаимоотношения человека с окружающей его природной и социальной средой, повышает его экообразованность, способствует устойчивому развитию территорий (студенты участвуют в реабилитации посещаемых мест, особенно в сельской местности).

В наш мобильный век, в постиндустриальную эпоху ускоренного развития коммуникаций, сетей, именно путешествия, перемещение в пространстве стали неотъемлемой частью жизненной среды человека, активной формой познания окружающего мира, фактором формирования гармонично развитой, здоровой личности в духовном и физическом плане. В этом огромное его **оздоровительное значение**.

Велико **образовательное значение** экотуризма, который даёт ключ к познанию окружающего нас мира, учит ценить и беречь неоценимые эколого-эстетические и культурно-исторические ценности, экотуризм в девственной дикой природе – это еще и сопричастность с тайной, с непознанным и неопознанным. Экотуризм расширяет границы нашего привычного бытия, он вводит человека в состояние поиска нового, неизведанного, это новый тип образовательного творчества, синтезирующий географию и искусство, экологию и спорт, школу и храм. Экотуризм учит понимать, перефразирую слова известного классика, что природа – Храм, а не мастерская.

Экскурсия и турпоход связуют учителя и ученика, а их вместе с обществом, таким образом он интегрирует в себе возможности для укрепления здоровья и образования людей, становится еще школой жизни и опыта, он гармонизируют избыточную неизрасходованную энергию молодежи в русло познания и укрепления здоровья, прививает тягу к путешествиям.

В области оздоровительного туризма можно наладить конструктивное сотрудничество с находящимися по соседству ЦИТО и госпиталем МВД, а также с колледжем управления №12 находящимся по соседству с МНЭПУ в котором учащиеся могут продолжить свое образование в области экотуризма.

Экотуризм – одно из самых перспективных направлений в туризма, наиболее быстро развивающаяся отрасль (сегодня экотуризм охватывает четверть всех турпотоков). Кафедрой геоэкологии открыт и ведется страничка «экотуризм» на сайте МНЭПУ (www.mnepu.ru – рубрика «Студентам»). В рамках направления «экотуризм» можно осуществлять и общественный независимый социально-экологический мониторинг с активным участием студенческой молодежи. Такой мониторинг особенно актуален в условиях разрушения системы общественной экологической экспертизы и регулярных общественных слушаний по осуществляемым проектам. Результаты экомониторинга будут доводиться до сведения местных властей, в этой области можно активно сотрудничать с Общественной палатой РФ, в перспективе – экомониторинг станет основой для создания экологических паспортов территорий (по заказу местных администраций).

Неотъемлемое и очень важное звено системы подготовки будущих геоэкологов – учебные полевые практики, которым огромное значение придавал Н. Ф. Реймерс. В свое первой и последней лекции в МНЭПУ он говорил, о необходимости дальних (Кавказ, Крым) и ближних (Подмосковье) практик, об обеспечении их грузовиками, полевыми кухнями, о досуге («за курение и алкоголь – штрафы, поощряются шахматы»).

Основное назначение учебных экопрактик – закрепление в реальных природных условиях теоретических знаний, полученных студентами на аудиторных занятиях, выработка у студентов навыков наблюдений природных явлений и процессов, овладение методикой полевых исследований и экомониторинга, развитие у ребят экологического мышления, умения выявлять и анализировать взаимосвязи как

между отдельными компонентами природы, так и между социумом и окружающей его средой. Кафедрой геоэкологии подготовлены и заключены договора на проведение практик в 2011 г. (с возможностью пролонгирования) с Инновационным центром экологии и лесоводства (к. с.-х. н. В. М. Сидоренков), Московской областной общественной экологической организацией «Истрица» (к. г. н. С. Н. Голубчиков), сотрудничающей со станцией экомониторинга «Малая Истра» Геоцентра «Москва» (к. г.-м. н. Е. П. Матафонов). В разработке договора с Институтом геоэкологии РАН (к. г.-м. н. Д. О. Сергеев), Музеем Землеведения МГУ (д. т. н. М. Д. Рукин) и редакцией журнала Президиума РАН «Энергия: экономика, техника, экология» (практика по библиотечному делу, зам. гл. ред. Е. М. Самсонова).

Еще одно направление работы кафедры – **урбоэкология**, формирование комфортной для проживания городской среды. Это направление особенно актуально в связи с планами расширения Москвы в 2,4 раза в юго-западном, наименее урбанизированном направлении («Новая Москва»).

Расширение Москвы пошло в направлении территориальной экспансии на новые территории (к юго-западу от Москвы мало городов), а не в северо-западном, в направлении Санкт-Петербурга и срастания с ним (развитие староосвоенных территорий, городов по трассе Москва–СПб). Это уникальный случай в мировой градостроительной практике – обычно агломерации постепенно срастаются, превращаясь в мегаполисы, Москва же расширится за счет новых территорий в одночасье, поднявшись в рейтинге крупнейших городов по площади мира с 11 на 6-е место, оставшись по численности населения на старом уровне (поскольку на присоединенных территориях проживает менее 0,25 млн чел.).

Срочное, одномоментное и волюнтаристское расширение границ Москвы, нехарактерное для развития городов вообще и мегаполисов без проведения ландшафтно-геоэкологической и ландшафтно-исторической экспертизы, приведёт к неизбежному формированию специфических, не наблюдавшихся ранее, вызовов и угроз. Они связаны с формальным планированием события, недоучетом фундаментальных пространственно-временных и иных отрезвляющих факторов. Включаемая в состав Москвы территория длительное время эксплуатировалась в совершенно ином режиме, нежели территория городская, а отсутствие этапности в развитии новых территорий неизбежно приведет к «очаговому» её развитию. При этом становится неизбежным воздействие на процесс комплекса факторов. В сотрудничестве с группой «Неогеография» (Е. Н. Еремченко, г. Протвино) кафедрой проведена типизация возможных угроз «Новой Москве»:

- Факторы биоугроз. Новые территории хозяйственно освоены уже длительное время, однако информации о возникавших при этом очагах повышенной опасности явно недостаточно (здесь факторами опасности становятся скотомогильники животными с павшими от сибирской язвы и других особо опасных инфекций и другие захоронения).
- Пространственно-временные угрозы. Одномоментное расширение протяженности мегаполиса в разы резко повысит его уязвимость от нестабильной работы транспортной подсистемы, а загрузка транспорта резко и резко увеличится. Возникнут угрозы совершенно нового порядка, связанные с появлением в новом центре города крупного авиационного хаба (аэропорты Внуково, Астафьево возле Щербинки). Резко возрастет потребность в дорожной инфраструктуре. Из-за формально улучшения транспортной доступности перейдет на качественно иной уровень процесс вымывания из города производств реального сектора и их замещение объектами торговли и финансов, что усугубит дестабилизацию социальной среды в мегаполисе.

- Геоэкологические угрозы. Юго-западное направление – это наиболее ценные в эколого-эстетическоми культурно-историческом отношении земли Подмосковья. Большое число ООПТ, лесов, малозатронутых хозяйственной деятельностью, слабая урбанизированность и высокое биоразнообразие – все это повышает рекреационно-оздоровительную значимость этого региона для столицы, делают его основой экологического каркаса области.
- Социальные угрозы. Они обусловлены комплексом факторов:
  a. одномоментное привлечение большого числа мигрантов для строительных работ;
  b. включение в состав города возникших в последнее время вблизи него поселений с ярко выраженной этно-социальной спецификой;
  c. изменение характера оттока производительных ресурсов из окрестных территорий в «Новую Москву»;
  d. изменение мотивационного комплекса населения, обусловленное самим появлением идеи «расширения Москвы».

Особо отметим необходимость изучения и трансформации социальной структуры населения города (столичные административные и деловые учреждения переместятся к юго-западу, освободится историческая часть центра, сформируется иная рекреационно-туристическая, образовательная структура, повысится комфортность, качество жизни в центре города).

Кафедра геоэкологии совместно с группой «Неогеография» МФТИ (руководитель – Е. Н. Еремченко) и ГНЦ Прикладной микробиологии (г. Оболенск) предлагает срочно провести комплекс работ по санитарно-эпидемиологическому аудиту намеченных к передаче Москве территорий и их включению в общую информационную среду на базе пространственно-временной локализации с привлечением студентов, для которых это будет и хорошей практикой в области экотуризма. В дальнейшем следует создать целостный, не вырванный из общегеографического контекста информационный образ перспективной Москвы и на его основе разработать территориальный план расширения города (возможно, это будет Рублевское или Пятницкое шоссе, к которому к концу этого года подведут метро).

Кафедрой геоэкологии разработан УМК и вводится в учебный процесс новая дисциплина (научное направление) для подготовки аспирантов – «Североведение». В рамках этого направления готовится договор о сотрудничестве (направление студентов на практику, а в перспективе – в аспирантуру) с Институтом геоэкологии РАН (лаборатория геокриологии, зав. к. г.-м. н. Д. О. Осипов), на преддипломную практику направлены уже двое студентов. Студенты кафедры приглашены на летнюю школу-семинар в Южную Якутию (Чара, Удоканское месторождение), ориентировочно – июль 2012 г. Заметим, что подготовка североведов у нас не ведётся с 1950-х гг. (когда кафедра полярных стран Географического факультета МГУ была преобразована в кафедру мерзлотоведения и гляциологии). Основой курса является учебное пособие С. Н. Голубчикова «Введение в российское североведение», М., 2003, утвержденное УМО Географического факультета МГУ.

Таковы далеко не полные перспективы развития новой кафедры. В ближайшее время нам предстоит разработать УМК для бакалавриата, специалитета и магистратуры в области экотуризма, набрать преподавателей и разработать программу курсов, и здесь мы рассчитываем на методическую и организационную помощь со стороны кафедры рекреационной географии и туризма МГУ.

ЭКОЛОГО-ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЙ КЛАСТЕР ЛИНЕЙНО-ТУРИСТИЧЕСКОГО ТИПА

С. Н. Голубчиков, *заведующий кафедрой геоэкологии и международного экологического туризма Академии «Международный независимый эколого-политологический университет», кандидат географических наук, доцент, г. Москва; s_golubchikov@rambler.ru*

Начавшаяся реформа российского образования требует новых, инновационных подходов к практическому обучению, в частности, в сфере экологии. Одним из таковых может стать эколого-образовательный туризм, создаваемый на основе кластера линейно-туристического типа. Кластер – новое понятие в географической науке, это особая форма территориальной организации производства в условиях рыночной экономики. Оно было введено американским экономистом, профессором Гарвардской школы бизнеса М. Портером для определения сообщества сконцентрированных по географическому признаку взаимосвязанных фирм и организаций, взаимодополняющих и усиливающих конкурентные преимущества друг друга [1]. Благодаря выгодам географического положения кластер обладает огромным синергетическим эффектом (значительно превышающим простую сумму его частей, или предприятий), что позволяет производить им конкурентноспособную на мировом рынке продукцию. Классические кластеры в мировой экономике – «Силиконовая долина» в Калифорнии, лесобумажный и полиграфический комплекс Финляндии, судостроительный кластер в Норвегии, автопромышленные концерны Италии.

Весьма перспективны и туристические кластеры. В США в долине Напа действует кластер винного туризма, в Австралии сформировался экотуристический кластер штата Квинсленд, в Мексике – курорт Канкун, в Индонезии – курорт на острове Бали, в ЮАР в 1999 г. была принята национальная стратегия развития туристических кластеров, Хорватия и Словения договорились о создании трансграничного туристического кластера.

Особенность кластера – оптимизация цепочек, перемещаясь по которым продукт приобретает все большую добавленную стоимость и в конченом итоге получает весьма весомые конкурентные преимущества. Динамично развивающийся кластер состоит из различных цепочек добавленной стоимости, совокупность которых М. Портер назвал системой накопления стоимости [2]. Добавленная стоимость в экообразовательном кластере – это знания, получаемые студентом по мере обучения (перемещения по цепочке) в системе взаимодействующих научно-образовательных учреждений, расположенных в географической близости и доступности друг от друга. Эффективно получать добавленную стоимость (в нашем случае – знания) позволяют не только географическая близость, но и малые размеры предприятий, входящих в экообразовательный кластер, их тесная кооперированность, Это позволяет получать продукт с низкими трансакционными издержками, в том числе и косвенными, связанными с затратами на организацию экообразовательных туров, получение информации, диверсификацией экотуристического предложения, обеспечением безопасности и юридической защиты и т. д.

Продукт экообразовательного кластера – выпускник, который получает знания не только на лекциях, но и в процессе разносторонней подготовки на различных экологических практиках и семинарах, проводимых различными образовательными учреждениями, которых объединяет близость географического положения и тесное взаимодействие на рынке образовательных услуг. Благодаря широкому образованию

и качественной практической подготовке выпускник становится конкурентноспособным и востребованным на мировом рынке.

Кафедрой геоэкологии и международного экотурима НОУ ВПО «Академия МНЭПУ» разрабатывается проект экообразовательного линейно-туристического кластера по Рижскому направлению, в который войдут:

1. Академия «МНЭПУ», находящаяся в 20 м от платформы «Красный балтиец» Рижского направления (здесь студенты-экологи Академии «МНЭПУ» и колледжа предпринимательства №11 прослушивают курс лекций по направлению «туризм», «экология и природопользование»).
2. Тимирязевский лесопарк и ТСХА с музеем почв, находящийся в 500 м от платформы «Красный балтиец», и где студенты-экологии Академии «МНЭПУ» регулярно проходят полевую экогеохимическую практику (отбор проб воды и воздуха в различных зонах антропогенного воздействия).
3. Колледж предпринимательства №11 (в 1,5 км от МНЭПУ), где готовят специалистов по направлению «Туризм» (платформа «Ленинградская», метро «Войковская»).
4. Опалиховско-Аникеевский лесной массив (платформа «Аникеевка» Рижского направления, в 25 мин. езды электричкой от платформы «Красный балтиец»), здесь студенты изучают малозатронутые хозяйственной деятельностью елово-широколиственные леса и верховые болота заказника областного значения, которые расположены между ст. Аникеевка и автострадой М9 «Москва–Рига».
5. Московская областная общественная организация «Центр Содействия Устойчивому Развитию «Открытая земля» (МООО ЦСУР «Открытая земля», ст. Манихино Истринского района), где обучающиеся овладевают практическими навыками общественного независимого экологического мониторинга в ходе проведения экотуров.
6. Научно-исследовательский инновационный центр экологии и лесоводства (д. Жилкино Истринского района, опорный пункт ВНИИЛМ), который проводит семинары с чтением лекций о применении ГИС-технологий в экологии и в туризме, практическое обучение методам анализа и обработки информации, инновационному менеджменту.
7. Экологическая база «Истрица» с музеем ландшафта (в стадии создания) Московской областной общественной экологической организации (МООЭО) «Истрица» и лесоэкологический и гидрогеологический стационар «Малая Истра» Геоцентра «Москва» МПР РФ. Здесь студенты проходят комплексную экологическую и физико-географическую, а также краеведческую 2–3 дневную практику (с ночевкой, база способна разместить в летнее время группы до 15 чел.) с посещением Мансуровского, Трусовского карьера, Ново-Иерусалимского музея-заповедника (Воскресенский монастырь и прилегающий к нему старый парк), проводят гидрогеологические наблюдения в бассейне р. Малая Истра, знакомятся с работой автоматизированной компьютеризированной системой гидрометеорологических наблюдений в различных экосистемах. База находится в 4 км к югу от платформы Холщевики Рижского направления (1 час 10 мин. езды от платформы «Красный балтиец»), путь к ней пролегает по экологической тропе.

Обучение в эколого-образовательном кластере проходят в виде 5-дневного тура, включающего 2-дневный лекционный и 3-дневный полевой этапы, (с двумя ночевками на экологической базе). По завершении образовательного экотура слушателям выдается сертификат (свидетельство) установленного образца. Учебный план экообразовательного тура и штатное расписание находятся в стадии разработки. Стоимость экотура зависит от контингента обучающихся.

Предполагается издание эколого-краеведческого путеводителя по объектам эколого-образовательного кластера, учебно-методических материалов для подготовки менеджеров и туроператоров в области экотуризма.

Возможно функционирование экообразовательного кластера и на принципах государственно-частного парнёрства, поскольку в его состав входят как государственные (колледж предпринимательства №11, станция «Малая Истра» Геоцентра «Москва»), так и негосударственные (Академия «МНЭПУ») и общественные (МООО ЦСУР «Открытая земля», МООЭО «Истрица», Инициативная группа по защите природы лесного массива «Опалиха-Аникеевка») организации.

Список литературы

1. Александрова, А. Ю. Туристские кластеры : содержание, границы, механизм функционирования / А. Ю. Александрова // Современные проблемы сервиса и туризма. – М. : РГУТиС, 2007. – №1. – С. 51–61.
2. Портер, М. Э. Конкуренция : уч. пособие / Майкл Э. Портер ; пер. с англ. – М. : Издат. дом «Вильямс», 2001. – 495 с.

КРАЕВЕДЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ГЕОГРАФИИ

LOCAL AREA STUDIES AS FOUNDATION OF TOURISM GEOGRAPHY

Ю. Н. Голубчиков, *ведущий научный сотрудник кафедры рекреационной географии и туризма географического факультета МГУ имени М. В. Ломоносова, кандидат географических наук; golubchikov@list.ru*

В. В. Валькова, *научный сотрудник кафедры рекреационной географии и туризма географического факультета МГУ имени М. В. Ломоносова; vvv_vel@pochta.ru*

Н. И. Дементьева, *академик Московского отделения Национальной академии туризма, Москва; ndementeva@mail.ru*

В. М. Мельниченко, *академик Московского отделения Национальной академии туризма, Москва; v-meln@mail.ru*

Yu. N. Golubchikov, *leading scientist of the cathedra recreational geography and tourism of Geographical Faculty of the Moscow State University, Ph. D., Moscow; golubchikov@list.ru*

V. V. Val'kova, *scientist of the cathedra recreational geography and tourism of Geographical Faculty of the Moscow State University, Ph. D., Moscow; vvv_vel@pochta.ru*

N. I. Dement'eva, *academician of the Moscow branch of National Academy of Tourism, Moscow; ndementeva@mail.ru*

V. M. Mel'nichenko, *academician of the Moscow branch of National Academy of Tourism, Moscow; v-meln@mail.ru*

Аннотация. *Туристическая география зарождалась из краеведения. В 1920-е гг. научное руководство краеведением осуществлялось Академией наук. Однако то официозное движение, которое оформилось к 1970-м гг. под названием «краеведения» правильнее было бы именовать историей КПСС в данном городе или районе. Ю. К. Ефремовым было предложено выделение тур географии как отрасли знания, которая должна включать все аспекты взаимодействия туризма и географии в самом широком смысле слова, в том числе и все, что связано с географическими аспектами*

экскурсионной работы. В дальнейшем именовать науку о туризме предлагалось «туристика», «геотуристика». Предлагается оставить за рекреационной географией более статичное курортно-санаторное начало, а туристической географии (туризмоведению) придать более динамичный характер, связанный с активным перемещением в пространстве.

Ключевые слова: *туристическая география, краеведение, рекреационная география*

В отличие от подавляющего большинства других наук, туристическая география сразу зарождалась в трансдисциплинарном дискурсе. Ее появление в нашей стране мы выводим из краеведения. В СССР естественно-гуманитарное по самому своему существу краеведение не вписывалось в схему разделения естественных и общественных законов. В 1930-е гг. многие из любителей своего края были обвинены в «великорусском шовинизме» или «местном буржуазном национализме».

В современном научном мире краеведение связывается не с фундаментальным знанием, а с просветительской или памятнико-охранительной деятельностью, осуществляемой энтузиастами-общественниками. Наука от краеведения отказалась и оно оказалось в ведении краеведческих музеев, школ и турклубов. Между тем, так было не всегда и не должно так оставаться.

В дореволюционные времена массовое научно-культурное движение, направленное на понимание собственного места рождения или проживания называлось родиноведение. Наука о всей России именовалась отечествоведением или родиноведением, которая в свою очередь рассматривалась как часть землеведения, или мироведения.

В 1920-е гг. слово «родина» у новой власти оказалось не в чести и название «родиноведение» сменилось на более нейтральное – «краеведение». До конца 1920-х гг. краеведение рассматривалось как особая наука, направленная на изучение местного края [4] или географии родного края [3]. Это было своего рода «малое страноведение» [2]. Оно объединяло людей в стремлении познания данного края [6, 8].

Научное руководство краеведением осуществлялось Академией наук. Возглавлял эту работу секретарь Академии наук, академик С. Ф. Ольденбург, одним из его заместителей был В. П. Семенов-Тян-Шанский. По многим уездам выходили объемные краеведческие сборники. Издавались журналы «Краеведение», «Советское краеведение», «Экскурсионное дело», «Московский краевед», «Северная Азия», «Советский Север», «Живая старина». Число краеведческих организаций к 1930 г. превысило 2000 [10, 4].

Мнение советника Президиума РАН академика РАН Б. С. Соколова: «научное краеведение было в сфере серьезного внимания со стороны Российской Академии наук уже с 20-х годов ушедшего столетия и сейчас требует особого внимания, поскольку затрагивает самые глубины провинциальной России, где скрыты корни ее нравственности и корни многих направлений культуры, научно-хозяйственного опыта, предпринимательства» [15].

Если в 1930 г. в стране действовало 2 334 краеведческие организации, то в 1932 г. их оставалось уже 1 493. В 1937 г. СНК РСФСР принял постановление «О реорганизации краеведческой работы в центре и на местах», поставившее последнюю точку в краеведческом движении. Было признано нецелесообразным «дальнейшее существование Центрального и местных бюро краеведения» и предписано Наркомпросу их ликвидировать, т. к. нет «никакой необходимости создавать специальные особые организации». Всю краеведческую деятельность предлагалось вести в вузах, школах, музеях, домах культуры [5, с. 212–214].

В начале 1941 г. закрывается, созданный В. П. Семеновым-Тян-Шанским, Географический музей в Ленинграде. На протяжении предшествующих 20 лет по своему богатству он считался третьим музеем города после Эрмитажа и Русского музея [5, с. 209]. «Какой же это был концентрат географической мысли в умно, целеустремленно подобранных экспонатах, в том числе и в картинах самого Вениамина Петровича – незаурядного художника, хорошего знавшего образы каких типичных местностей он изображает. Родная страна прошла перед нами так выпукло, что еще больше захотелось увидеть как можно больше ее частей, ландшафтов, картин жизни народа. В это время Вениамин Петрович уже составлял проект географического музея-парка, охватывающего страны и местности всей Земли. Но и то, что мы увидели, привело нас всех к одной мысли – Географический музей в Ленинграде – бесценное национальное сокровище» – вспоминал Ю. Г. Саушкин [14, с. 81].

Основоположник музея землеведения МГУ Ю. К. Ефремов сетовал, что Министерство культуры своими циркулярами и рекомендациями нивелировало и шаблонизировало краеведческие музеи под тематику партийного строительства. Сотни краеведческих музеев оказались похожи один на другой. «Ряд музеев вынужден прятать в фондах ценнейшие коллекции, лишь бы соблюсти заданный им шаблонный процент соотношения определенных разделов тематики. Ужгородский музей славился на всю Европу коллекциями бронзы и нумизматики, но все это был убрано в фонды» [10, с. 16].

Только в 1960-х гг. в связи с введением изучения родного края в программу средней школы краеведение начало робко оживать. «О его значении в истории можно написать особую книгу. Здесь же хочется лишь сказать, что туристы – основные и естественные кадры краеведения. Было бы неплохо, если бы современные краеведческие и туристские организации, слились» [1, с. 209].

В целом же, то официозное движение, которое оформилось к 1970-м гг. под названием «краеведения» правильнее было бы именовать историей КПСС в данном городе или районе. Это уже была полная утрата интереса к краеведению у народа.

Первый существенный вклад в академизацию и географизацию туризма и краеведения внес опубликованный в 1973 г. выпуск «Вопросов географии» (сб. 93), посвященный туризму. Среди его авторов были известные географы Ю. К. Ефремов, Ю. А. Веденин, И. В. Зорин, Ю. А. Штюрмер, В. Б. Нефедова, И. П. Чалая, В. П. Чижова, Б. Н. Лиханов, Н. А. Данилова, Н. С. Мироненко, Э. П. Романова и др.

Ю. К. Ефремов, в частности, отметил, что им в 1965 г. было предложено выделение тур географии как «отрасли знания, которая должна включать все аспекты взаимодействия туризма и географии в самом широком смысле слова, в том числе и все, что связано с географическими аспектами экскурсионной работы… Тургеография – новая отрасль общей географии. Она формируется на наших глазах, и думается, что именно это наименование имеет все основания оказаться более всеобъемлющим и удобным, чем чуждая русскому языку… рекреационная география» [9, с. 40]. Однако выдвинутое в работе В. С. Преображенского, И. В. Зорина, Ю. А. Веденина [13] представление о территориальной рекреационной системе как объективном и социальном по своей функциональной сущности образовании утвердило рекреационную географию как пограничную науку на стыке физической географии, экономики и культурологии.

В дальнейшем именовать науку о туризме предлагалось как «туристика» [11, 12], «геотуристика» [7]. На Западе утвердился термин туристическая география (tourism geography). Его можно рассматривать как синоним рекреационной географии. Его можно рассматривать как синоним рекреационной географии. А можно оставить за рекреационной географией более статичное курортно-санаторное начало, сохранив

за рекреационной географией некий лечебно-оздоровительный смысл. Туристической географии (туризмоведению) предлагается придать более динамичный характер, связанный с активным перемещением в пространстве.

Список литературы

1. Арманд, Д. Л. Нам и внукам / Д. Л. Арманд. – М. : Мысль, 1966. – 254 с.
2. Барков, А. С. О научном краеведении. Еще о научном краеведении / А. С. Барков // Вопросы методики и истории географии. – М. : Изд-во АПН РСФСР, 1961. – С. 71–83.
3. Берг, Л. С. Предмет и задачи краеведения / Л. С. Берг // Как изучать свой край. – Л., 1925. – 65 с.
4. Большаков, А. М. Введение в краеведение / А. М. Большаков ; предисл. С. Ф. Ольденбурга. – Л. : Прибой, 1929. – 206 с.
5. Борейко, В. А. Дон Кихоты. История. Люди. Заповедники / В. Е. Борейко : [Экол. просвет. центр «Заповедники»]. – М. : ЛОГАТА, 1998. – 287 с.
6. Владимирский, Н. Д. К пониманию краеведческого движения / Н. Д. Владимирский // Краеведение. – 1924. – №3. – С. 219–222.
7. Голубчиков, Ю. Н. Геотуристика: методологические и методические подходы / Ю. Н. Голубчиков, В. И. Кружалин // Курортное дело, туризм и рекреация. – 2009. – Т. 3. – №2. – С. 49–55.
8. Гревс, И. М. Экскурсионное дело и нужды российской культуры / И. М. Гревс // Наука и ее работники. – 1929. – №3–4. – С. 3–14.
9. Ефремов, Ю. К. География и туризм / Ю. К. Ефремов // Вопросы географии. – М. : Мысль, 1973. – Вып. 93. – С. 36–42.
10. Ефремов, Ю. К. Значение краеведения для советской географии / Ю. К. Ефремов, Ф. П. Калинин, И. С. Юньев // Материалы к III съезду Географического общества СССР : Доклады по проблеме «Состояние географии в средней и высшей школе в связи с реформой среднего и высшего образования». – Л. : ГО СССР, 1959. – 24 с.
11. Зорин, И. В. Феномен туризма : Избранные сочинения : Миссия и функции туризма / И. В. Зорин ; РМАТ. – М. : Наука, 2005. – 552 с.
12. Зорин, И. В. Туризм как наука / И. В. Зорин, В. М. Кривошеев // Труды Междунар. науч.-практ. конференции : «Туризм и рекреация: фундаментальные и прикладные исследования» (Москва, географический ф-т МГУ, 27–28 апреля 2006). – М. : РИБ Туризм, 2006. – С. 24–27.
13. Преображенский В. С., Зорин И. В., Веденин Ю. А. Географические аспекты конструирования новых типов рекреационных систем / В. С. Преображенский, И. В. Зорин, Ю. А. Веденин // Известия АН СССР. – Серия географическая. – 1972. – №1. – С. 36–51.
14. Саушкин, Ю. Г. Географическое мышление / Ю. Г. Саушкин. – Смоленск : Ойкумена, 2011. – 218 с.
15. Соколов, Б. С. Строки вольных размышлений : организация исследовательской деятельности / Б. С. Соколов // Вестник РАН. – 2000. – №9. – С. 778–781.

ЛАНДШАФТОТЕРАПИЯ: МЕДИКО-ГЕОГРАФИЧЕСКИЕ ИСЛЕДОВАНИЯ В СВЕТЕ РЕКРЕАЦИОННОЙ ГЕОГРАФИИ

THERAPEUTIC LANDSCAPES: MEDICAL GEOGRAHIC RESEARCH IN THE LIGHT OF THE RECREATIONAL GEOGRAPHY

Ю. Н. Голубчиков, *ведущий научный сотрудник кафедры рекреационной географии и туризма географического факультета МГУ имени М. В. Ломоносова, кандидат географических наук; golubchikov@list.ru*

В. И. Кружалин, *заведующий кафедрой рекреационной географии и туризма географического факультета МГУ имени М. В. Ломоносова, доктор географических наук, профессор; kruz@ikio.msu.ru*

Yu. N. Golubchikov, *leading scientist of the cathedra recreational geography and tourism of Geographical Faculty of the Moscow State University, Ph. D., Moscow; golubchikov@list.ru*

В. И. Кружалин, *head of the cathedra recreational geography and tourism of Geographical Faculty of the Moscow State University, Professor, D. of Science, Moscow; kruz@ikio.msu.ru*

Аннотация. *Ориентирована ландшафтотерапия должна быть на естественные внемедикаментозные методы лечения, главным из которых является возврат к холистической медицине и целительству природными средствами. Конечно, поприще такой помощи требует тонкого понимания. Можно предполагать, что в будущем карты геопатогенных и геоцелительных зон станут неотъемлемым атрибутом любой экспертизы. Ландшафты России особенно целебны, благодаря обилию пространств с ионизированным и полезным кислородом самого высокого качества, объемам и продолжительности целебного воздействия талых вод. Если туристическую географию рассматривать как широкое поле постдисциплинарных исследований и практик, то ландшафтотерапия образует как бы ядро этой постдисциплинарности. Будучи тесно связанной с естественно-научными компонентами науки о человеке, ландшафтотерапия связует между собой медицину, психотерапию и ландшафтоведение.*

Ключевые слова: *ландшафтотерапия, медицина, целебные места, ландшафты России*

«Бросайте все и езжайте в природу» – говорили когда-то врачи человеку, потерявшему душевное или физическое равновесие. Почему же сегодня врач не предложит пациенту столь простые и эффективные методы исцеления? Он скорее пропишет ему лекарства или лабораторные исследования. От всего этого люди страдают, заполучают новые патологические состояния и умирают, так и не получив лечения.

Нынешняя форма медицины зародилась в западноевропейском обществе XVIII–XIX веков. Это общество восторгалось механизмами и машинами, связывало с ними решение всех проблем. Природа стала мыслиться как постижимая машина. Организм стали сравнивать с механизмом. Отношение этого общества к человеческому организму видный французский философ постмодерна Мишель Фуко [8] именует «метафорой часов». Наступает время и часы изнашиваются. Подобным образом и жизнь организма подходит к концу, как бы истекает ее гарантийный срок. Чтобы продлить жизнь, необходим регулярный осмотр частей с целью своевременного внесения поправок в

их ход. Так врачи уподобились механикам. Организм для исправлений помещается ими в клиники, напоминающие гаражи. При этом врача, в отличие от автомеханика, практически невозможно привлечь к судебной ответственности за совершенные ошибки.

С этой медициной связывают огромные достижения. Самым важным из них считают кардинальное снижение смертности благодаря победам над инфекционными заболеваниями. Однако, исследователь западноевропейских исторических источников А. Б. Соколов [7] проясняет, что гораздо большую роль в этих победах сыграли введение таможенно-карантинных и санитарно-эпидемиологических служб, препятствующих переносу инфекционных заболеваний, и достижения коммунального хозяйства, улучшившие гигиеническое состояние городов и водоснабжения. Здесь скорее победа грамотного муниципального и государственного управления.

В арсенале современной медицины главенствуют медикаментозная химиотерапия и отчасти физиотерапия. Они обоснованы десятками тысяч защищенных диссертаций и миллионами публикаций. Если бы ландшафтотерапии была бы уделена хотя бы незначительная часть того, то наверное она бы была эффективным средством оздоровления. Но разработка этого исконно присущего организму средства исцеления еще впереди.

До возникновения современной формы европейской медицины для объяснения человеческого организма широко применялась, по словам Фуко [8], «метафора лампы». Лампа горит, пока в ней есть масло. Жизнь продолжается, пока в организме не израсходована «врожденная энергия». К. Э. Циолковский полагал, что старение организма мы приписываем без всякого смысла или логики за счет времени, которого в действительности не существует. В природе секунды нет. «Время подарили человечеству астрономы, механики положили часы в карман, надели часы на руку, и с этих пор время, не существующее в природе, насильственно стало частью природы» – доказывал К. Э. Циолковский [10, с. 360].

Заболевший человек теряет энергию и естественную способность к самоисцелению. Больной говорит об упадке сил. Когда энергия полностью иссякает, наступает смерть. Однако на расход энергии можно повлиять.

С глубокой древности для пополнения энергии человека использовали исцеляющую силу прогулок, созерцания движущихся вод, бегущих облаков, колыхания ветвей на легком ветру. Они доступны каждому, поскольку каждый живет в той или иной географической среде или ландшафте. В каждом из ландшафтов создается свой микроклимат, по-разному текут воздушные и водные потоки, поступает солнечный свет. Сферы всех муз звучат в ландшафте. Все наши чувства участвуют в восприятии красоты ландшафта. Все неделимые царства природы и истории так или иначе, взаимодействуют с нашими утонченными вибрациями и эманациями, открывая один из наиболее мощных источников восполнения человеческой энергии [12, 13, 14].

Специалистами по курортному делу ныне подзабыто, что ландшафт и есть тот фундамент, на котором зачастую зиждутся все иные оздоровительные свойства курорта. Само слово курорт (от нем. kur – лечение, ort – место) означает «лечение местом», или точнее, «лечение ландшафтом», ландшафтотерапия (оздоровительная география).

Доверяя своим ощущениям, опыту и интуиции, каждый сам может осознать для себя целительную силу тех или иных ландшафтов, а не быть ремонтируемой кем-то машиной. В определенных ландшафтах человек чувствует себя настолько комфортно, что ощущает прилив сил и бодрости. В старину после посещения таких мест говорили, что здесь нисходит благодать. «Дело в том, что территория не просто отграничивает и соединяет, она еще и открывается космическим силам, поднимающимся изнутри или приходящим извне, и делает ощутимым их воздействие на обитателя» [4, с. 216].

А из других мест невольно хочется уйти, до того там неуютно, а иногда страшно. Сейчас их связывают с геопатогенными зонами. Полагают, что сила энергетического проявления геопатогенных зон сопоставима по воздействию с крупным загрязняющим производством или свалкой радиоактивных отходов [3, 5]. Можно предполагать, что в будущем карты геопатогенных и геоцелительных зон станут неотъемлемым атрибутом любой экспертизы, но сейчас они не приняты и вызывают определенное отторжение. Полвека назад такое же неприятие испытывали попытки составить экологические карты, без которых сегодня немыслимо обойтись.

Следование природе и есть здоровье, а законы природы это законы красоты. Поэтому можно предположить, что целебны все самые красивые места. А они на планете всегда приурочены к местам былых сокрушительных катастроф. Это не только горы, но и моренные ландшафты, высокие обрывистые берега, водопады. «Лучшие красоты природы создались на месте бывших потрясений земли. Вы знаете восторг перед скалами, пропастями, живописными путями старой лавы. Изумляетесь кристаллам и морщинам каменных цветных наслоений. Бесконечную красоту дают конвульсии космоса» [6, с. 55].

В Китае уже 5 000 лет знают, что одни места изобилуют жизненной энергией и ресурсами, другие же пустынны, необитаемы и скудны. Кстати, с целью поиска тех и других мест, а не для навигации, как об этом пишут в учебниках, был изобретен компас. На поиске энергетически-целительных мест сосредоточено древнее китайское искусство фэн-шуй (учение о «ветрах и водах»), условно называемое в европейском средневековье геомантической географией. По существу, это древнее учение о географической среде и способах гармонизации с нею [11].

Особые целебные свойства издревле приписывались горам – этой элите ландшафтного царства, где спектр всех природных зон и подзон «спрессован» на доступном для человека преодолении. В горах легче фокусировать на себе разнокачественные энергии и влияния. Если не получается любоваться горами в природе, можно использовать созерцание искусственных гор: пирамид, храмов, устремленных вверх зданий. Например, вертикально поставленная линия высотного комплекса МГУ как бы устремляет человека ввысь. В этом плане даже жить в доме с высокой крышей треугольных очертаний полезнее, чем с плоской. Города прошлого и состояли из таких домов, вытянутых в извилистые, узкие улицы. Их кривизна придавала ту уютность, которую не испытать среди широких и прямых проспектов.

Символом устремления к небу являются и деревья, дарящие нам уют, тепло и свет. В XVI веке врач Филипп фон Гогенгейм, взявший себе псевдоним Парацельс в знак уважения к великому врачу древности Цельсу, писал о целительной силе растений в природе. Они очищают атмосферу, принимая в себя окись углерода, выдыхаемую животными и людьми, но таким же образом перенимают от людей и животных болезни.

Особенно важна роль деревьев как поставщиков кислорода. В работах А. Л. Чижевского [9] было показано, что не каждый кислород равноценен. Наиболее ионизирован и полезен он в хвойном лесу и при механическом дроблении воды в свободной атмосфере – например, во время морского прибоя или сильного дождя, у высоких водопадов и быстрых горных речек. И опять-таки, ни у одной из стран мира не сохранились столь обширные пространства с кислородом особого, самого высокого качества. Особенно много таких территорий в горах России, например, на плато Путорана.

Ни одна территория не сопоставима с Россией по объемам и продолжительности целебного воздействия талых вод. Установлено их оздоравливающее воздействие на человеческий организм. Многие убеждены, что постоянное употребление талых снеговых и ледниковых вод – основной фактор долголетия жителей Кавказа, Памира, Сибири [1].

В отечественной географической литературе термин «ландшафтотерапия» первым, по-видимому, употребил Д. Л. Арманд [2, с. 7]. Если туристическую географию рассматривать как широкое поле постдисциплинарных исследований и практик, то ландшафтотерапия образует как бы ядро этой постдисциплинарности. Будучи тесно связанной с естественно-научными компонентами науки о человеке, ландшафтотерапия связует между собой медицину, психотерапию и ландшафтоведение. Такое положение самого широкого естественно-гуманитарного моста вовсе не означает хорошее положение. Области взаимного пересечения различных дисциплин, как правило, лежат на периферии каждой отдельной из них и относятся к маргиналиям неясной философии.

Возникает вопрос: насколько географ имеет право быть в определенной степени врачом и рекомендовать людям те или иные ландшафты для подъема жизненных сил? А почему бы нет. О лечебных свойствах многих растений современные медики почти ничего не знают, но с ними знакома старая народная медицина.

Логично предположить, что подобного рода трансдисциплинарное содружество возможно и между медициной и географией. Ориентирована ландшафтотерапия должна быть на естественные внемедикаментозные методы лечения, главным из которых является возврат к холистической медицине и целительству природными средствами. Конечно, поприще такой помощи требует тонкого понимания. Зато и служит переориентированию географии от преобразования природы и ее охраны к преображению человека и его спасению.

Список литературы

1. Алексеев, В. Р. Талая вода – криогенный ресурс планеты / В. Р. Алексеев // География и природные ресурсы. – 2012. – №1. – С. 14–24.
2. Арманд, Д. Л. Нам и внукам / Д. Л. Арманд. – М. : Мысль, 1966. – 254 с.
3. Брунов, В. В. О влиянии геологических структур на деятельность людей / В. В. Брунов // Экология промышленного производства. – 2006. – №1. – С. 26–35.
4. Делёз, Ж. Что такое философия / Ж. Делёз, Ф. Гваттари. – М. : Академический Проект, 2009. – 261 с. – (Философские технологии).
5. Прошутин, В. Л. О феномене геопатогенных зон / В. Л. Прошутин // Проблемы экспертизы в медицине. – Ижевск : Экспертиза, 2001. – №3. – С. 24–30.
6. Рерих, Н. К. Цветы Мории; Пути Благословения; Сердце Азии : монография / Н. К. Рерих. – Рига : Виеда, 1992. – 261 с. – (Междунар. Центр Рерихов).
7. Соколов, А. Б. Введение в современную западную историографию : учебное пособие / А. Б. Соколов. – Ярославль : Изд-во ЯГПУ, 2002.
8. Фуко, М. Надзирать и наказывать. Рождение тюрьмы / Мишель Фуко ; пер. с франц. В. Наумова. – М. : Ad Marginem, 1999. – 480 с.
9. Чижевский, А. Л. Атмосферное электричество и жизнь / А. Л. Чижевский // Земля во Вселенной. – М. : Мысль, 1963. – С. 422–442.
10. Чижевский, А. Л. На берегу Вселенной. Воспоминания о К. Э. Циолковском / А. Л. Чижевский. – М. : Айрис Пресс, 2007. – 448 с.
11. Hoon-key, Yoon. Environmental Determinism and Geomancy : Two Cultures, Two Concepts / Yoon Hoon-key // Geojournal. – 1982. – 6.1. – Pp. 77–80.
12. Lawson, V. Geographies of care and resonibility / V. Lawson // Annals of the Assotiation of American Geographers. – 2007. – 91. – Pp. 1–11.
13. Milligan, C. Landscapes of Care / C. Milligan, J. Wiles // Progress in Human Geography. – 2010. – Vol.34 (6). – Pp. 736–754.
14. Williams, A. Therapeutic landscapes : Geographies of health / Allison Williams (Editor). – Aldershot : Ashgate Press, 2007. – 400 p.

ТУРИСТИЧЕСКАЯ ГЕОГРАФИЯ В ПОСТДИСЦИПЛИНАРНОЙ ИНТЕГРАЦИИ

TOURIST GEOGRAPHY IN THE POSTDISCIPLINARY INTEGRATION

Ю. Н. Голубчиков, *ведущий научный сотрудник кафедры рекреационной географии и туризма географического факультета МГУ имени М. В. Ломоносова, кандидат географических наук; golubchikov@list.ru*

В. И. Кружалин, *заведующий кафедрой рекреационной географии и туризма географического факультета МГУ имени М. В. Ломоносова, доктор географических наук, профессор; kruz@ikio.msu.ru*

Yu. N. Golubchikov, *leading scientist of the cathedra recreational geography and tourism of Geographical Faculty of the Moscow State University, Ph. D., Moscow; golubchikov@list.ru*

V. I. Kruzalin, *head of the cathedra recreational geography and tourism of Geographical Faculty of the Moscow State University, Professor, D. of Science, Moscow; kruz@ikio.msu.ru*

Аннотация. *Неудачи в математизации географического знания пробудили более широкие гуманитарно-географические исследования интердисциплинарного, трансдисциплинарного и постдисциплинарного характера. Постмодерн стирает дисциплинарную разобщенность и мог бы стать философской методологией географии. Туристическая география и краеведение более активно вбирают постдисциплинарные подходы интегрированных исследований. По самой своей естественно-гуманитарной сути, они могут выступить лидером интеграционного знания.*

Ключевые слова: *гуманитарная география, туристическая география, краеведение, постдисциплинарность, постмодерн*

Abstract. *Failure in mathematization of geographical knowledge awakened broader human-geographic issues of interdisciplinarity, transdisciplinarity, and postdisciplinarity. Postmodern erases the disciplinary divisions and could be the philosophical methodology of geography. Tourism geography and area studies could actively incorporate in the postdisciplinary realm of integrated studies. By its very essence, the natural-human unity of geography may be the leader of postdisciplinary integration of knowledge.*

Keywords: *human geography, tourism geography, local area study, postdisciplinarity, postmodern*

Среди нерешенных общих проблем географии, проблему ее единства В. С. Преображенский именовал первой. «Любопытно, но не оправдано: в Москве ни в Институте географии, ни на геофаке МГУ в послевоенные годы не было создано ни академических сводок, ни монографических работ, обосновывающих единство географии» [10, с. 100–101]. В. С. Преображенский также отмечал, что ландшафтоведение не выживет, если не будет считаться не общегеографической, а лишь физико-географической наукой и не станет рассматривать человека по отношению к ландшафту не как внешнюю силу, а как его компонент [8].

Сегодня широко сознается, что дальнейшее дисциплинарное размежевание становится уже препятствием процессу познания. В ответ появляются наддисциплинарные синтезирующие направления наук. Среди них нашла себе место гуманитарная гео-

графия. «Неустранимая специфика и одновременно достоинство гуманитарной географии в том, что она исследует качественно особые процессы на стыке природных, экономических, социальных, политических и иных явлений в рамках тех или иных пространственных систем – пишут Ю. Н. Гладкий и А. Н. Петров. – Даже этой сентенции, ориентирующей гуманитарную географию на исследование корреляционных связей в мегасистеме «природа-общество», вполне достаточно для того, чтобы идентифицировать данную отрасль фундаментального научного знания» [5, с. 23].

Единое знание гуманитарной географии логически подразделяется на интегративные субдисциплины, находящиеся на соответствующих стыках географии с науками о человеке [4, 11]: экономикой (экономическая география), социологией (социальная география), культурологией (культурная география), психологией (поведенческая география), медициной (рекреационная география), политикой (политическая география), эстетикой (эстетическая география), философией (теоретическая география), эпистемологией (информационная география, когнитивная география), экологией человека (антропогеография), историей (историческая география, история колонизаций) и т. д. Во всех случаях характер связей этих наук с природой является мерилом их пребывания в географии, а не в культурологии, экономике, социологии и т. д. Туризм можно рассматривать и как прикладное приложение гуманитарной географии, и как динамический метод познания географической среды. Добротные туристические обзоры тех или иных территорий – это и есть их гуманитарная география.

По всей видимости, предметом рассмотрения гуманитарной географии следует считать географическую среду в ее самых диверсифицированных проявлениях. Особенности людей и характер образуемых ими народов в огромной степени предопределены их природной средой. «Посеешь характер – пожнешь судьбу» – говорит старинная пословица. Значит и исторические судьбы народов предопределены, в определенной степени, географической средой. Психический индивидуальный и национальный характер – явление природное.

Особое внимание уделяет гуманитарная география мобильности человеческих масс, благодаря которой человек расселился по земному шару, распространились мировые религии, прошла европеизация земного шара. Мобильность лежит в основе миграционных процессов – от трудовых, образовательных, рекреационных и переселенческих до обмена, торговли, межкультурных взаимодействий и завоеваний. Развитие транспортных коммуникаций и сетевых технологий привело к невиданной доселе мобильности человеческих масс и, соответствующему ускорению хода всей мировой истории. Туризм становится частью науки о мобильности человеческих масс и в то же время сдвигает в сторону пространственного подхода все поле социально-экономических дисциплин [15, 13, 16].

Вопрос выживания человеческой цивилизации является важнейшим из тех, что предстают перед гуманитарной географией. Любая крупная катастрофа, вроде извержения вулкана Эйяфьельйокудль в апреле 2010 г., наглядно смыкает физическую географию с географией экономической. Поэтому важнейшей темой гуманитарной географии следует признать те угрозы, что могли уже угрожать человечеству, и те, что могут дестабилизировать его в будущем и уже, может быть, сегодня нарушают фундаментальные константы человеческого существования. Немалой заботой оформляющейся науки являются и проблемы оздоровления человечества. Отсюда повышенное внимание к продлевающей и оздоравливающей жизнь человека рекреационной географии. «Успехи географии всегда оказывались полезными для других наук и для общего миропонимаия, и они были бы еще полезнее, если бы другие науки – особенно это относится к истории и наукам о человеке – не страдали еще некоторой односторонностью и больше сознавали бы свою географическую основу» [2, с. 6].

В. В. Преображенский, Т. Д. Александрова, Л. В. Максимова [9] приходят к выводу, что развитие гуманитарной географии на Западе привело к появлению знаний, которые трудно идентифицировать с какой-либо из традиционно выделяемых отечественной наукой отраслей. Почти каждый западный университет имеет кафедру гуманитарной географии. Подчеркивается центральное и общенаучное положение гуманитарной географии в западной науке, подобное тому, которое занимает общее землеведение среди физико-географических наук [9, 4, 5].

Особая сила гуманитарной географии заключена в ее публицистичности и журнализме – прямых методиках продвижения науки к постмодерну. Нельзя не заметить, что в отечественной науке эти направления высоко не ценятся и за положительные многими не считаются. Публикация в вестнике малоизвестного университета, входящего однако в список рецензируемых журналов ВАК, рассматривается как научная и пригодная для отчетности научного сотрудника. Но та же публикация в «Независимой газете» или в журнале «Эксперт», статьи которых прямо ложатся на столы президентов и губернаторов, таковыми не считаются и в список научных не включаются.

Между тем, публицистичность и журнализм поднимают географию на постдисциплинарный уровень и особенно важны в век рекламы и имиджевых продвижений. Именно они формируют в общественном сознании образ территории. Отражают в ней «самое-самое», ее неповторимое начало, выигрышное представление, преимущественное использование. Без такого подхода невозможно, например, представить развитие туристической географии.

В 2010 г. в России выходит первое учебное пособие для университетов по гуманитарной географии, составленное во многом с физико-географических позиций [6]. В его рамках гуманитарная география вбирает в себя самые разнообразные стороны страноведения, отечествоведения, краеведения, геотуристики, геополитики, исторической географии, палеогеографии, землеведения, истории географических открытий, географии культур и религий, военной географии, антропогеографии, народоведения, пейзажеведения, североведения, поведенческой географии, неогеографии, когнитивной географии, имиджиологии. Тем самым гуманитарная география сближает физическую географию с экономической, а их вместе – с науками историческими и культурологическими. На этой высшей ступени интеграции сливаются воедино естествознание с наукой о человеке, история с географией, геология с идеологией, землеведение со страноведением. В таком сближении и заключена высшая прелесть географической науки.

Перефразируя афоризм Клода Леви-Стросса, можно сказать, что в географии XXI век будет веком гуманитарной географии, или географии не будет вообще.

Гуманитарную географию можно рассматривать как наддисциплинарный синтез географических знаний, непопадающих в рамки традиционного деления географии на физическую и экономическую.

Наддисциплинарные исследования подразделяются канадским туристико-географом Аллисоном Гиллом на четыре уровня: междисциплинарные, интердисциплинарные, трансдисциплинарные и постдисциплинарные [12]. Не исключено, что предложенное деление излишне утяжелено и не всегда успешно приложимо, но и последовать за ним применительно к географии представляется заманчивым.

На междисциплинарном уровне объект исследуют различные науки, но между их представителями не прослеживается реального взаимодействия и перспективы теоретической интеграции [12]. Примером подобного подхода может, наверное, служить исследование верхней 1–2-х метровой толщи грунта. Подходят, допустим, к шурфу почвовед, геоморфолог, мерзлотовед, грунтовед и ландшафтовед. Почвовед рассматривает почву и материнскую породу, на которой сформировалась почва. Он убежден

в отличных от других тел свойствах почвы. Заключаются они в ее плодородии. А тем, что еще лучшим плодородием обладает лунный грунт реголит, почвовед не вспоминает. Не принимает он во внимание и то, что плодородием обладает любой субстрат. Подразделяет почвы почвовед, однако, не по плодородию, а по географическому положению. Например, в тундре развиты тундровые почвы, в тайге – таежные, подзолистые, бурые, в степи – черноземы, в пустынях – сероземы. «Так классифицировать почвы, как классифицируют их до сих пор, все равно, что разделять животных по цвету, величине и т. д.» – писал академик В. Р. Вильямс [1].

Глядя на почвенный шурф почвовед интересуется прежде всего процессами вертикального перемещения вещества в почвенной толще, которые ведут к ее дифференциации на почвенные горизонты. А вот геоморфолога интересуют в первую очередь процессы горизонтального смещения вещества в той же толще (сползания грунта). Внимание мерзлотоведа привлекают процессы промерзания и протаивания, зимние режимы верхней грунтовой толщи, наличие в ней длительной сезонной мерзлоты. Грунтовед сосредоточен на несущей способности толщи, ее деформационных характеристиках, механической устойчивости. Ландшафтовед, разглядывая шурф, ищет в нем признаки отличий от другого шурфа в другом месте. Они позволяют ему подтвердить правильность выделенных им ландшафтных единиц.

Получается, разные ученые занимаются одной и той же толщей, а смотрят в разные стороны, а не друг на друга. Разумеется, есть работы на стыках и по почвенному криогенезу, и о почвенно-гидротермических движениях, но не просматривается общей методологии и теории единого объекта. Зато все специалисты охотно привлекают к своим исследованиям частные методы физико-химических и математических наук.

Следующие уровни интеграции Аллисон Гилл именует «интердисциплинарным» и «трансдисциплинарным». Между ними автор проводит нюансы, но для краткости рассмотрим их как единый трансдисциплинарный. На этом уровне прослеживаются более интегрированные теоретические, концептуальные и методологических разработки, между ними происходит определенная гомогенизация [14, 12].

Примером трансдисциплинарности может служить гуманитарная география. Ей присущи методологический плюрализм и предметное разнообразие при определенной теоретической интеграции. Гуманитарная география не охраняет свои границы с той энергией, как иные науки. Интеллектуальное вдохновение черпается ею из всевозможных сфер, а в самой гуманитарной географии трудятся ученые из других областей, художники, фотографы, режиссеры, журналисты.

Все последние десятилетия на трансдисциплинарную роль географии перемещается центр внимания ведущих географических школ. Президентское послание Томаса Баервальда Ассоциации американских географов (AAG) именуется, например, «Обзор географии как междисциплинарной науки» (Baerwald, 2010) (в понимании Гилла, «трансдисциплинарной»). О необходимости интеграции дисциплинарных и интердисциплинарных подходов в принятии решений географического характера пишет авторитетный журнал Science (Earth System., 2010).

Окончательным призывом к выходу из дисциплинарных квартир является возобладание парадигмы постмодерна. Философия постмодерна в релятивизме. Он отказывается от создания универсальных объяснительных моделей, тем более «единственноверных» теорий. Весь XX век продемонстрировал тщетность их созиданий. Целое и часть рассматриваются как равноправное и равнодостаточное. Любая часть глаза не менее важна, чем сам глаз, без нее он может быть утрачен. Клетка не менее сложна, чем организм или их совокупность [14].

Постмодерн идет дальше и дает право на сосуществование друг с другом не только идеологий, но и разных гипотез. Дискуссии между сторонниками разных точек зре-

ния бесплодны, ибо каждый остается при своем мнении и элементы одной гипотезы редко вливаются в другую. Методолог науки Пол Фейерабенд (1986) доказывает, что теория произрастает из имманентной исследователю мировоззренческой парадигмы. Приступая к исследованиям, ученый уже имеет определенный «скелет» теории. Затем «подгоняет» под нее факты, т. е. полученным в опытах «мясом» фактов «оклеивает» именно этот, избранный им заранее, а не какой-нибудь другой «скелет». Его оппонент теми же самыми фактами подкрепит совсем иную гипотезу, в корне противоречащую первой.

Туристическая география и краеведение вбирают в себя постдисциплинарные подходы более, чем остальная география. Это вопросы глобально-локальных отношений, мобильности, конструирования образа территории, медицинского туризма (Hannam, 2008). Поэтому туристическая география может сыграть важную роль в интеграции широкого круга географических, сервисных и образовательных отраслей. Для этого она должна притязать на трансдисциплинарную методологию и разработку собственных туристско-краеведческих методов познания мира.

Постмодернизм мог бы стать и методологией всей географии. Соответствующая новой эпохе идеология уже выработана в ее недрах и заключена в известной всем географам парадигме, которую без особых, вероятно, ошибок можно выразить словами: «все связано со всем и представляет собой настолько единое целое, что между любыми понятиями и явлениями можно всегда обнаружить связь».

Заявив о своем естественно-гуманитарном предмете, география постмодерна сможет не только обрести более серьезное признание, но и выступить лидером постдисциплинарного интеграционного знания.

Список литературы

1. Вильямс, В. Р. Значение трудов В.В. Докучаева в развитии почвоведения / В. Р. Вильямс // В кн. : Докучаев, В. В. Русский чернозем. – М.-Л. : Сельхозгиз, 1936. – С. 5–34.
2. Геттнер, А. География, её история сущность и методы / А. Геттнер ; под ред. Н. Баранского. – М.-Л. : 1930. – 416 с.
3. Гладкий, О. В. Географія і втрачена єдність / О. В. Гладкий // Наукові записки Вінницького педунверситету. – Сер. Географія. – 2010. – Вип. 21. – Вінниця, 2010. – С. 63–67.
4. Гладкий, Ю. Н. Гуманитарная география в зеркале антропогеографии / Ю. Н. Гладкий // Региональные исследования. – Смоленск : Смоленский гуманитарный университет, 2010. – №1 (27). – С. 5–15.
5. Гладкий, Ю. Н. Гуманитарная география: понятийный статус и самоидентификация / Ю. Н. Гладкий, А. Н. Петров // Известия РАН. – Сер. Географическая. – 2008. – №3. – С. 15–25.
6. Голубчиков, Ю. Н. Основы гуманитарной географии / Ю. Н. Голубчиков. – М. : Инфра-М, 2010. – 368 с.
7. Голубчиков, Ю. Н. Энергетико-физический подход к изучению природных комплексов / Ю. Н. Голубчиков // Вопросы географии. Геофизика ландшафта (теоретические аспекты, подходы к моделированию, результаты). – М. : Мысль, 1981. – Том 117. – С. 88–95.
8. Преображенский, В. С. Острые проблемы ландшафтоведения на рубеже веков / В. С. Преображенский // Изв. РАН. – Сер. Геогр. – 1998. – №3. – С. 14–19.
9. Преображенский, В. С. География в меняющемся мире. Век XX / В. С. Преображенский, Т. Д. Александрова, Л. В. Максимова. М. : ИГАН, 1997. – 273 с.

10. Преображенский, В. С. Я – географ / В. С. Преображенский. – М. : ГЕОС, 2001. – 292 с.
11. Соколова, А. А. К вопросу о гуманитарных направлениях в географии : трудности диалога / А. А. Соколова // Региональные исследования. – Смоленск : Смоленский гуманитарный университет, 2011. – №3 (33). – С. 59–69.
12. Gill, A. Travelling down the road to postdisciplinarity? Reflections of a tourism geographer / A. Gill // The Canadian Geographer / Le Géographe canadien, 2012. – Vol. 56. – Issue 1. – Pp. 3–17.
13. Hannam, K. Editorial : Mobilities, immobilities and moorings / K. Hannam, M. Sheller, J. Urry // Mobilities. – 2006. – 1(1). – Pp. 1–22.
14. Lawrence, R. J. Beyond disciplinary confinement to imaginative transdisciplinarity / R. J. Lawrence // Tackling wicked problems through the transdisciplinary imagination ; ed. V. Brown, J. Harris, and J. Russell. – London : Earthscan, 2010. – Pp. 16–30.
15. Sheller, M. The new mobilities paradigm / M. Sheller, J. Urry // Environment and Planning. – 2006. – A 38(2). – Pp. 207–226.
16. Warf, B. The spatial turn : Interdisciplinary perspectives / B. Warf, S. Arias (eds.). – New York : Routledge, 2009.
17. Николаенко, Д. В. Сочинения [Электронный ресурс] / Д. В. Николаенко. – Электрон. текстовые данные. – С.-Пб. : Амадеус, 2002. – 3-е издание. – 1 электрон. опт. диск (CD-ROM). – Загл. с этикетки диска. (URL : http://www.hiv-aids-epidemic.com.ua/content1.htm).

КОМПЕТЕНТНОСТНАЯ МОДЕЛЬ ПОДГОТОВКИ МАГИСТРОВ КАК ОСНОВА ФГОС ВПО ПО НАПРАВЛЕНИЮ 034600.68 – «РЕКРЕАЦИЯ И СПОРТИВНО-ОЗДОРОВИТЕЛЬНЫЙ ТУРИЗМ»

COMPETENCE MODEL OF MASTER STUDENTS' TRAINING AS THE BASIS OF FEDERAL STATE EDUCATIONAL STANDARD OF HIGHER PROFESSIONAL EDUCATION, DIRECTION 034600.68 – «RECREATION AND SPORTS REMEDIAL TOURISM»

С. А. Гониянц, *заведующий кафедрой «Методика комплексных форм физической культуры» ФГБОУ ВПО «РГУФКСМиТ», кандидат педагогических наук, профессор, г. Москва; mkffk@yandex.ru*

S. A. Goniyants, *head of department of Methods of Complex Forms of Physical Education, Ph. D., professor, Russian State University of Physical Education, Sport, Youth and Tourism (SCOLIPE), Moscow; mkffk@yandex.ru*

Аннотация. *Раскрыто интегративное содержание основных компетенций, формируемых при подготовке магистров по направлению 034600.68 – «Рекреация и спортивно-оздоровительный туризм».*

Показана острая необходимость подготовки высококвалифицированных научно-педагогических кадров – магистров для сферы рекреации и туризма, основная деятельность которых направлена на разработку и реализацию специальных рекреационно-оздоровительных двигательных режимов, инновационных технологий проведения занятий, мероприятий, ориентированных на формирование духовных ценностей и нравственности, профилактику и устранение психофизических пере-

напряжений и восстановление физического состояния различных социально-демографических групп населения средствами и методами физической рекреации и спортивно-оздоровительного туризма.

Ключевые слова: *направление подготовки, магистр, компетенции, физическая рекреация, спортивно-оздоровительный туризм*

Повышение качества жизни населения Российской Федерации, сохранения и укрепления их здоровья в условиях современного общества, с присущими ему особенностями социально-экономического и научно-технического развития имеет первостепенное значение.

Общепризнано, что в её решении одно из ведущих мест отводится специально-организованной рекреативно-оздоровительной деятельности и профессиональному мастерству научно-педагогических кадров, работающих в этой сфере.

Проблема актуализируется следующими обстоятельствами:

- по экспертной оценке Всемирной торговой организации, Россия обладает большими рекреационно-туристскими возможностями, превышающими аналогичные ресурсы всех европейских стран вместе взятых;
- за последние 15–20 лет в России широкое распространение получили целевые и многоотраслевые фитнес-клубы, Велнес и Спацентры;
- возрождаются профилактические рекреационно-оздоровительные центры на предприятиях, а санаторно-курортная практика отдыха и лечения на период 2010 г. располагала около 5 000 учреждениями, которые остро нуждаются в высококвалифицированных специалистах, осуществляющих профилактическое оздоровление населения средствами и методами туризма и рекреации, по крайней мере, в следующих двух направлениях: ежедневном компенсаторном восстановлении (в т. ч. уик-энд) психофизических сил человека и расширенном – в процессе санаторно-курортного отпускного периода, в домах отдыха и на турбазах, в лечебно-профилактических центрах и рекреационно-оздоровительных структурах национальных парков и земель. Подчеркнем, что за последние годы, на государственном уровне неоднократно решался вопрос о необходимости интеграции курортного дела с лечебно-оздоровительным туризмом и физической рекреацией.

Очевидно, что и здесь необходимы в первую очередь высококвалифицированные научно-педагогические кадры по организации и разработке программ физкультурно-оздоровительной, туристско-оздоровительной и рекреационно-реабилитационной, деятельности, отвечающие за разработку и реализацию специальных рекреационно-реабилитационных двигательных режимов, инновационных технологий проведения занятий, мероприятий, ориентированных на профилактику и устранение психофизических перенапряжений, восстановление физического состояния и формирование духовных ценностей и нравственности, различных социально-демографических групп населения средствами и методами рекреации и туризма.

Начавшаяся в конце XX века содержательная и структурная интеграция отечественного профессионального образования (в том числе подготовки кадров для индустрии туризма и санаторно-курортного дела, для учреждений отдыха и рекреации, в области физической культуры и спорта) – в международное образовательное пространство т. е. в систему, так называемых, «общих образовательных знаменателей», – Болонский процесс, настоятельно требовало ускорить процесс адаптации выпускников к условиям возрастающей конкуренции на рынке труда. А именно, с одной стороны – способствовать тому, чтобы процесс их подготовки был более гибким, вариативным, отвечающим потребностям основных групп населения к различным формам

занятий и видам рекреационно-оздоровительной деятельности. С другой, – учитывая стратегические интересы и почти столетние физкультурно-образовательные традиции России, необходимо было сохранить их, но разработать принципиально новые образовательные технологии, обеспечивающие универсальность, фундаментальность и их практическую направленность.

В связи с этим особо остро встала проблема разработки и оптимизации технологии профессиональной подготовки кадров именно по оздоровительно-рекреативным формам физической культуры, отдыха и туризма, где в большей степени ощущается дефицит высококвалифицированных научно-педагогических кадров.

Отметим, что вступление России в Болонский процесс значительно углубило требования не столько к процессу обучения, сколько к результату высшего профессионального образования, который формулируется в категориях «компетенция»/ «компетентность» и отражает суть новой парадигмы – подготовка высококвалифицированного, компетентного специалиста, готового к работе в условиях возрастающей конкуренции на рынке труда. В терминах Европейской образовательной системы (ЕСК) понятие компетенции, помимо когнитивной и операционно-технологической составляющих, включает также мотивационную, этическую, социальную и поведенческую составляющие, определяющие систему ценностных ориентаций выпускника (В. А. Сластенин, В. Д. Шадриков, Ш. К. Бабанский, Л. В. Хуторский, Л. В. Мардахаев, И. А. Зимняя, В. И. Байденко, Ю. Г. Татур). При этом, указанные компетенции формируются не только содержанием осваиваемой студентов ООП, но и образовательной средой вуза, организацией учебного процесса, образовательными технологиями, включая практики, самостоятельную работу студента, его участие в научно-исследовательской работе (НИРС), в общественной жизни вуза и т. п. Таким образом, по отношению к знаниям, умениям, навыкам (ЗУН), широко используемым и в ныне действующих ГОС ВПО, компетентностные модели подготовки выпускников-магистров имеют комплексный, интегративный характер, включающий совокупность ЗУН и социально-личностные качества.

Интегративный характер сформированных компетентностных моделей подготовки по общему мнению ведущих ученых обусловлен ее структурой, которая включает: знания, – как обусловленные практикой необходимые сведения обо всех сторонах деятельности магистра по рекреации и туризму. Они составляют основу для формирования: умений, навыков, специфических личностных качеств и профессиональных компетенций. В частности:

- умений как усвоенный материалом способ выполнения действий, обеспечиваемый совокупностью приобретенных знаний;
- навыков в виде полифункциональных действий, сформированных путем дидактически оправданного повторения, характеризующегося высокой степенью освоения и отсутствием поэлементной сознательной регуляции и контроля;
- качеств личности магистра, отражающих сформированность всех компонентов его психики – процессов, свойств, образований, состояний, специфика которых определяется влиянием условий и факторов профессиональной деятельности;
- профессиональной позиции магистра и высокую мотивацию достижений, т. е. его устойчивые установки и ориентации, систему отношений и оценок внутреннего и окружающего опыта, реальности и перспектив, а также собственные притязания в процессе трудовой деятельности. Поэтому, структура профессиональных компетентностей включает в себя когнитивный, операционально-деятельностный, эмоционально-волевой и мотивационный компоненты.

С точки зрения технологии обучения предложенная нами модель формирования

профессиональных компетенций магистра по рекреации и туризму включает в себя цель формирования профессиональных компетенций, модульные блоки содержания и подготовки студентов, принципы, определяющие процесс обучения, совокупность образовательных технологий и организационно-педагогические условия эффективного формирования профессиональных компетенций студентов.

Естественно, что при определении профессиональных компетенций, мы опирались на фундаментальные исследования о формировании содержания профессионального туристского образования и подготовки конкретных специалистов для сферы рекреации и туризма, представленные в работах А. В. Квартальнова, И. В. Зорина, А. А. Федулина, А. И. Сеселкина, В. Д. Чепика, Л. В. Курило, Н. Т. Пироженко, Г. А. Папиряна, А. Д. Чудновского и др.

Представленный ниже материал, как мы отмечали выше, опирается на исследования перечисленных выше авторов, десятилетний опыт подготовки специалистов по ГОС ВПО 032103.65 – «Рекреация и спортивно-оздоровительный туризм» в РГУФКСМиТе, обобщенный анализ, более чем пятилетнего опыта подготовки специалистов по данному стандарту в 18 вузах РФ и наконец, на экспертом опросе 13 экспертов, среди которых 3 топ-менеджера туристских фирм г. Москвы, 3 руководителя (зам. министра, начальники департаментов) министерства спорта, туризма и молодежной политики, 5 профессоров и 2 доцентов учебных заведений, ведущих подготовку кадров по данному стандарту. Коэффициент конкордации (W) между тремя группами экспертов по каждой из перечисленных ниже компетенций колеблется в пределах $W = 0{,}71–0{,}96$.

При этом, технология формирования профессиональных компетенций будущих магистров по рекреации и туризму включает следующие педагогические условия: максимально эффективное использование рефлексивных возможностей интерактивных форм и методов обучения, поэтапность формирования компетентностей в ходе образовательного процесса, мотивированность учебной и профессиональной деятельности студентов, актуализацию личностного саморазвития, гуманизации содержания профессионального образования, реализацию системы дидактических принципов на основе компетентностного подхода.

Обобщенные виды и компетенции профессиональной деятельности

В научно-исследовательской деятельности (НИ):

- способен и готов самостоятельно анализировать состояние и динамику объектов деятельности, выявлять актуальные проблемы и ставить конкретные задачи их решения;
- способен и готов изучать, критически оценивать научно-педагогическую информацию, отечественный и зарубежный опыт по тематике исследований, созданию новой продукции;
- способен проводить патентный поиск и исследовать патентоспособность и показатели технического уровня разработок, использовать процедуры защиты интеллектуальной собственности;
- способен и готов использовать в профессиональной деятельности современные технологии, средства и методы научных исследований;
- способен планировать и проводить аналитические, имитационные и экспериментальные исследования; способен критически оценивать данные и делать выводы;
- готов осуществлять математическое моделирование процессов и объектов на базе стандартных пакетов автоматизированного проектирования и исследований.

В научно-педагогической деятельности (НП):

- готов к научному поиску эффективных средств, методов, технологий спортивно-оздоровительного туризма и рекреативно-оздоровительной деятельности, их использованию в педагогической деятельности;
- способен анализировать, обобщать и транслировать передовой педагогический опыт спортивно-туристской и рекреативно-оздоровительной деятельности;
- способен применять свои знания и педагогический опыт при решении проблем в новой или незнакомой климато-географической и социальной среде;
- способен интегрировать знания комплексного характера, формулировать заключения на основании неполной или ограниченной информации, принимая во внимание социальную и этическую ответственность, связанную с их применением;
- способен донести свои выводы и знания вместе с их ясным и недвусмысленным обоснованием до специалистов и неспециалистов;
- способен и готов логически верно, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь;
- способен и готов вести диалог, дискуссию, деловое и профессиональное общение, применять методы психолого-педагогического и речевого воздействия на личность и коллектив для достижения поставленных профессиональных целей;
- способен к непрерывному самообразованию.

В организационно-управленческой деятельности (ОУ):

- способен и готов аккумулировать знания в области организационно-управленческой деятельности;
- способен организовать индивидуальную и коллективную работу со всеми категориями населения в конкретных видах спортивно-оздоровительного туризма и физической рекреации, готов к кооперации с коллегами;
- способен и готов к принятию организационно-управленческих решений, связанных с профессиональными рисками;
- готов самостоятельно разрабатывать организационно-нормативные документы и использовать их в своей деятельности;
- способен определять приоритеты при решении актуальных проблем и задач организационно-управленческой деятельности.

В проектной деятельности (Пр):

- способен и готов к формированию целей проекта (программы) решения задач, критериев и показателей достижения целей, построению структуры их взаимосвязей, выявлению приоритетов решения задач;
- способен планировать процесс и прогнозировать результаты профессиональной деятельности;
- способен подготавливать и согласовывать задания на разработку проектных решений;
- способен использовать знание технологий проектирования структуры и содержания профессиональной деятельности;
- способен и готов разрабатывать практико-ориентированные программы в области спортивно-оздоровительного туризма и физической рекреации с учетом реальных и прогнозируемых потребностей личности и общества.

Частно-предметные, ключевые профессиональные компетенции.

МАГИСТР ДОЛЖЕН ОБЛАДАТЬ

педагогическая деятельность:

- способностью самостоятельно определять цели и задачи педагогического процесса спортивной, рекреационно-оздоровительной, туристско-краеведческой, рекреационо-досуговой и рекреационно-реабилитационной деятельности;
- способностью отбирать адекватные поставленным задачам средства и методы учебно-тренировочной, туристско-образовательной, рекреационно-досуговой и рекреационно-реабилитационной деятельности с учетом этно-культурных и социально-демографических факторов;
- готовностью использовать на практике средства, методы и приёмы обучения двигательным действиям, связанным с учебно-тренировочным, рекреационно-оздоровительной и туристско-краеведческой деятельностью, контролировать эффективность их выполнения, разрабатывать и использовать приемы их совершенствования;
- способностью определять величину нагрузок, адекватную психофизическим возможностям индивида в различных климатогеографических условиях мест проведения занятий и мероприятий по циклам различной продолжительности;
- способностью на практике внедрять инновационные технологии туристских и рекреационно-оздоровительных услуг во все типы учебных заведений, в туристско-рекреационные и санаторно-курортные учреждения;
- готовностью использовать комплекс мер осуществления мониторинга физического состояния индивида, его пригодность к занятиям одним из видов туризма и рекреационно-оздоровительной и реабилитационной деятельности;
- способностью оценивать эффективность используемых средств и методов в учебно-тренировочном процессе, рекреационно-оздоровительной, туристской, коррекционной и консультационной деятельности;
- способностью на практике осуществлять комплекс мер по разработке и соблюдению правил и норм охраны труда, и техники безопасности занимающихся в процессе тренировочной, соревновательной, рекреационно-оздоровительной и туристской деятельности;
- готовностью использовать основные методы защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий;
- готовностью использовать компьютерную технику, компьютерные программы для планирования учебно-тренировочного, рекреационно-оздоровительного, рекреационно-реабилитационного и туристского спортивно-оздоровительного процесса, учета выполняемых нагрузок, контроля за состоянием занимающихся, их корректировки, а также решения других практических задач;
- готовностью использовать мультимедийные технологии;
- способностью критически оценивать свои достоинства и недостатки, наметить пути и выбрать средства развития достоинств и устранения недостатков, проявляет готовность к самоорганизации и самоуправлению;
- способностью формировать личность обучающихся в процессе рекреативных форм занятий и спортивно-оздоровительным туризмом, краеведческой и экскурсионной деятельности использования других средств сохранения и увеличения физической дееспособности личности, ее приобщению к общечеловеческим ценностям, к здоровому образу жизни;
- способностью к формированию устойчивой мотивации на профессиональную

деятельность личности, её профессиональный рост и развитие;
- готовностью к творчеству в профессиональной деятельности, способен формировать активную жизненную позицию и условия для социализации личности в процессе рекреационно-оздоровительной и туристской деятельности.

организационно-управленческая деятельность:

- способностью осуществлять свою профессиональную деятельность, руководствуясь Конституцией Российской Федерации, законами Российской Федерации, нормативными документами и нормативно-правовыми актами Министерства образования и науки Российской Федерации, структуры органов управления физической культурой, спортом и туризмом на муниципальном, региональном и федеральном уровне;
- готовностью общаться с клиентами, коллегами, деловыми партнерами, работать в команде, вести переговоры, деловую переписку и делопроизводство, соблюдает деловой этикет и корпоративную культуру;
- способностью проявлять инициативу, в том числе в ситуациях риска, брать на себя всю полноту ответственности;
- готовностью подчинять личностные интересы потребностям занимающихся, общественным и корпоративным интересам с целью успешной реализации спортивного, туристского и рекреационно-оздоровительного продукта;
- способностью реализовать технологии турагентской и туроператорской деятельности;
- готовностью к организации и обеспечению контроля качества оказываемых туристско-рекреационных услуг;
- готовностью практически осуществить маркетинг и реализовать технику продаж туристских и рекреационных услуг;
- способностью пользоваться русским и иностранным языками, как средством профессионального делового общения;
- готовностью организовывать и проводить рекреационно-оздоровительные, физкультурно-массовые, туристские, краеведческие и спортивные мероприятия в учреждениях образовательного, культурно-досугового, санаторно-курортного, рекреационно-оздоровительного и туристско-краеведческого профиля;
- способностью (в рамках должностных функций) работать с финансово-хозяйственной документацией в сфере рекреации, санаторно-курортного комплекса и туризма;
- способностью конструировать и продвигать туристско-оздоровительный продукт и циклы обслуживания туристов;
- способностью конструировать циклы оздоровительно-рекреационного обслуживания различных социально-демографических групп населения и туристов;
- готовностью планировать и организовывать деятельность населения по применению различных ценностей и средств туризма и краеведения, рекреации и реабилитации в целях укрепления здоровья и социальной адаптации личности;
- готовностью разрабатывать программы, режимы занятий по спортивно-оздоровительному туризму, двигательной рекреации и реабилитации населения, подбора соответствующих средств и методов их реализации по циклам занятий различной продолжительности;

научно-исследовательская деятельность:

- способностью определять цели и задачи исследования;
- способностью использовать современные методы исследования проблем сферы

рекреации и туризма;
- способностью на практике применять адекватные поставленным задачам методы и методики исследования;
- способностью на практике исследовать рынок туристских и рекреационно-оздоровительных услуг и их потребителей;
- готовностью обрабатывать, анализировать и оформлять результаты исследований, используя компьютерную технику и компьютерные программы.

Представленные выше материалы дают нам основание полагать, что подготовка магистров по данному направлению увеличит научно-педагогический потенциал индустрии туризма и рекреации и опосредованно будет способствовать укреплению здоровья и социальной защищенности населения.

СОЗДАНИЕ ВСЕРОССИЙСКОГО РЕЙТИНГА СУБЪЕКТОВ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ ПО УРОВНЮ РАЗВИТИЯ ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА

CREATING OF THE ALL-RUSSIAN RATING OF RUSSIAN FELERATION SUBJETS BY TOURISM-INDUSTRY LEVEL

В. И. Добросоцкий, *координатор народного проекта «Большое Золотое Кольцо России», доктор экономических наук, профессор, г. Москва*

В. И. Кружалин, *вице-президент Национальной академии туризма, директор Института комплексных исследований образования МГУ, заведующий кафедрой рекреационной географии и туризма географического факультета МГУ имени М. В. Ломоносова, доктор географических наук, профессор; kruz@ikio.msu.ru*

В. Г. Смирнов, *заведующий кафедрой экономики социо-культурной сферы Московского государственного университета культуры и искусств, доктор экономических наук, профессор*

Н. В. Шабалина, *доцент кафедры рекреационной географии и туризма географического факультета МГУ имени М. В. Ломоносова, кандидат географических наук; natshab@yandex.ru*

В связи с усилением конкуренции на рынке туристских услуг, с принятием Федеральной целевой программы «О развитии внутреннего и въездного туризма в РФ на 2011–2016 гг.», а также провозглашением туризма приоритетным направлением развития регионов, остро встает вопрос о разработке научно-обоснованного комплексного оценочного показателя развития туризма в субъектах РФ.

В отличие от многих других отраслей экономики туризм не приводит к истощению природных ресурсов. Будучи экспортоориентированной сферой, туризм проявляет большую стабильность по сравнению с другими отраслями в условиях неустойчивой ситуации на мировых рынках. Туристская индустрия оказывает стимулирующее воздействие на развитие сопутствующих туристско-рекреационной сфере направлений экономической деятельности, таких как транспорт, связь, торговля, производство сувенирной продукции, сфера услуг, общественное питание, сельское хозяйство, строительство и других, выступает катализатором социально-экономического развития регионов. – (Примеч. авторов).

Как показывает мировой опыт решения аналогичных задач, оценку уровня развития туризма целесообразно осуществлять на основе применения идеологии рейтинга, происходящего от английского термина *«rating»* – оценка, порядок, классификация,

которая позволяют по-новому взглянуть на роль конкурентоспособности в социально-экономическом развитии стран и регионов мира.

Рейтинг позволяет осуществить субъективную оценку какого-либо плохо измеримого явления по заданной шкале, основан на объединении в группы системных индикаторов в виде индикаторов устойчивого развития, способствующих, продвижению стран на мировом рынке туристских услуг. – (Примеч. авторов).

В нашей стране решение данной задачи предполагается осуществить в виде создания Всероссийского рейтинга субъектов РФ по уровню развития индустрии туризма. Данный рейтинг призван стать одним из наиболее эффективных методов государственной политики регионального социально-экономического развития в современных условиях.

Наиболее востребованным в настоящее время является национальный рейтинг регионов РФ по потенциальным возможностям, современному состоянию и динамике развития индустрии туризма для решения ключевых социально-экономических и политических задач регионов в контексте приоритетов вышеупомянутой Федеральной целевой программы [1].

Для реализации данной проблемы силами ведущих ученых МГУ Культуры и искусств и МГУ имени М. В. Ломоносова по заказу Федерального агентства по туризму были впервые в истории организации туристско-рекреационной деятельности в России разработаны и апробированы методические рекомендации по составлению всероссийского рейтинга субъектов Российской Федерации по уровню развития индустрии туризма регионов РФ применительно к внутреннему и въездному туризму.

В рамках выполненной разработки:

1. Предложена методика оценки развития туризма в регионах РФ.
2. Произведено выявление лидирующих субъектов и направлений развития индустрии туризма в регионах РФ по текущему состоянию индустрии туризма на основе экспертной оценки.
3. Составлен рейтинг регионов Российской Федерации на основе индекса туристско-рекреационного развития (на примере ЦФО).
4. Осуществлена разработка методических рекомендации по составлению рейтинга развития индустрии туризма в субъектах РФ.

Методика оценки развития туризма в регионах РФ включает разработку:

- алгоритма оценки субъектов РФ по уровню развития индустрии туризма, его научно-методическое обоснование;
- номенклатуры индикаторов устойчивого развития индустрии туризма и параметров оценки субъектов РФ по уровню их развития, а также их оптимизацию;
- инструментария формирования единой информационно-аналитической базы данных на основе индикаторов устойчивого развития и параметров, характеризующих состояние и динамику развития индустрии туризма с целью повышения эффективности управления отраслью;
- применение метода экспертного опроса для получения интегральной оценки регионов РФ по уровню развития индустрии туризма;
- алгоритма проведения сравнительных количественных и качественных оценок состояния индустрии туризма в регионах РФ.

Предложенный алгоритм оценки субъектов РФ по уровню развития индустрии туризма представляет собой совокупность действий по определению подходов (на основе количественной и качественной оценок), критериев (индикаторов устойчивого развития) и видов оценок (частных, интегральных и комплексных) для создания всероссийского рейтинга субъектов РФ.

Данный алгоритм:

- предполагает полную и объективную оценку уровня развития индустрии туризма в регионах России;
- основан на комплексном анализе необходимого массива достоверной статистической информации о состоянии туризма в регионах;
- требует разработки рекомендаций по сбору статистической информации, которые осуществлены в рамках разработки методических рекомендаций по составлению рейтинга развития индустрии туризма в субъектах РФ.

Индикаторы устойчивого развития рассматриваются в качестве основы и инструмента принятия решений о приоритетных направлениях развития туризма на территории и каждый из них с помощью оптимального набора параметров, дающих количественное и качественное представление, характеризует возможности развития региональных туристско-рекреационных систем.

Ввиду объективных сложностей, связанных со сбором достоверной статистической информации при оценке состояния индустрии туризма использовалось два подхода: на основе индикаторов и экспертного опроса ведущих туроператоров.

Сопоставление показателей производилось двумя методами:

1. Методом сравнения итоговых результатов для случаев наличия корреляционной зависимости данных на основе индикаторов и экспертного опроса ведущих туроператоров.
2. Получения комплексного показателя, учитывающего результаты обработки статистической информации и экспертного опроса. При этом весомость экспертных оценок принята равной 0,3, а аналитических показателей – 0,7.

В итоге рассчитывается комплексный показатель, интегрирующий аналитическую оценку и мнение экспертов.

Номенклатура индикаторов и показателей оценки уровня развития индустрии туризма в регионах РФ определила состав информационно-аналитической базы данных.

Выявление лидирующих субъектов и направлений развития индустрии в регионах РФ по уровню развития туризма на основе экспертной оценки включает:

- разработку методики выявления лидирующих субъектов и направлений развития индустрии туризма;
- определение лидирующих субъектов индустрии туризма;
- определение лидирующих субъектов в туристских зонах;
- выявление лидирующих субъектов и направлений развития индустрии туризма в Центральном Федеральном округе.

Разработка методики включала: разработку укрупненной схемы методики выявления лидирующих субъектов и направлений развития индустрии туризма, включающей упорядочение терминологии, формирование экспертной группы и оценочных параметров уровня развития туризма (на уровне РФ и субъектов РФ, а также с учетом их весомостей), определение лидирующих направлений развития индустрии туризма, формирование туристских зон, определение лидирующих субъектов и определение лидирующих субъектов в туристских зонах.

В составе экспертной группы приняли участие 25 туроператорских компаний, занимающихся туристской деятельностью в ЦФО, представители Российского союза туриндустрии (РСТ), ассоциации туроператоров России (АТОР), сотрудники МГУ имени М. В. Ломоносова и МГУ Культуры и искусств.

Определение лидирующих направлений развития индустрии туризма осуществлено на основе анализа данных информационного портала Министерства спорта, туризма и молодежной политики [3], который включает следующие виды туризма: культурно-познавательный; пляжный; деловой; событийный; оздоровительный; эко-

логический; охота и рыбалка; активный и религиозный. Данные направления было приняты за основу для формирования туристских зон.

Определение лидирующих субъектов, в том числе в туристских зонах, производилось путем ранжирования на основе значений баллов, определенных экспертами в соответствии со специально разработанными алгоритмом и шкалами оценок.

В качестве примера осуществлено выявление лидирующих субъектов, в том числе в туристских зонах, и направлений развития индустрии туризма в Центральном Федеральном округе.

Составление рейтинга регионов Российской Федерации на основе индекса туристско-рекреационного развития (на примере ЦФО) реализовано путем:

- проведения экспертного опроса по уровню туристско-рекреационного развития в регионах ЦФО;
- осуществления оценок природного и культурно-исторического потенциалов развития в регионах ЦФО, условий (предпосылок) для социально-экономического развития туристско-рекреационного потенциала (туристской инфраструктуры) регионов;
- интегральной оценки туристско-рекреационного потенциала;
- оценки активности регионов ЦФО по туристско-рекреационному развитию;
- формирования рейтингов регионов ЦФО на основе индекса туристско-рекреационного развития.

Основой формирования и развития туристско-рекреационных систем является туристско-рекреационный потенциал территории, под которым понимается совокупность туристско-рекреационных ресурсов, их территориальных сочетаний и условий, способствующих удовлетворению потребностей населения в туристской и рекреационной деятельности» [2].

Потенциал в общем смысле – это средства, источники, которые могут быть использованы для достижения определенных целей. В нашем случае – для организации туристско-рекреационной деятельности на определенной территории. – (Примеч. авторов).

Туристско-рекреационный потенциал территории, рассматривается в данном исследовании в качестве исходной базы для оценки предпосылок и перспектив развития отдыха, уровень которого определяется на основе показателей, характеризующих природную (геологические, геоморфологические, климатические, гидрологические, биологические, почвенные) и культурно-историческую составляющую (памятники, музеи, заповедники и т. д.).

Ресурсную основу туристско-рекреационного потенциала составляют природные, культурно-исторические ресурсы, а также их территориальные сочетания. – (Примеч. авторов).

Экспертный опрос проводился по специально разработанным анкетам, в которых по 4-х бальной шкале осуществлялась оценка уровня культурно-исторического потенциала каждого из 18 субъектов ЦФО, социально-экономических условий, а также динамики развития туризма, характеризующей активность субъекта. На основе алгоритмов нормирования в каждой из перечисленных трех групп показателей все субъекты были ранжированы с 1-го по 18-е место.

Экспертный опрос для оценки уровня природного потенциала не применялся, т. к. он рассчитывался по репрезентативной совокупности объективных показателей.

При оценке природного туристско-рекреационного потенциала регионов ЦФО учитывались природные туристско-рекреационные ресурсы в виде природно-территориальных комплексов, их компонентов и свойств, таких как привлекательность (аттрактивность), контрастность и чередование ландшафтов, экзотичность, уникаль-

ность, размеры и формы туристских объектов, возможность их обзора. Были выделены следующие группы природных условий организации отдыха: геоморфологические (рельеф территории); гидрологические; климатические (биоклимат); лесные ресурсы; комплексные (ландшафтные).

Оценка культурно-исторического потенциала регионов ЦФО проводилась на основе следующих показателей:

1. Количество музеев и выставочных комплексов.
2. Средняя посещаемость музеев.
3. Количество культурно-досуговых предприятий (театры, кинотеатры, объектов и др.).
4. Число спортивных сооружений.
5. Количество памятников истории, культуры, архитектуры.
6. Количество культовых объектов.
7. Количество объектов Всемирного культурного наследия.

Социально-экономические факторы развития рекреации и туризма имеют двойную природу: с одной стороны они выступают как туристско-рекреационные ресурсы территории (например, инфраструктурные объекты), а с другой – как условия реализации природных и культурно-исторических предпосылок (например, инвестиционный климат территории). Этим обусловлено выделение в данном исследовании отдельного блока – блока индикаторов социально-экономического развития туристско-рекреационного потенциала субъектов ЦФО.

Для дифференциации регионов по социально-экономическим условиям развития индустрии туризма использовались следующие показатели:

1. Индекс развития человеческого потенциала (ИРЧП).
2. Инвестиционный климат территории.
3. Транспортная доступность.
4. Текущие затраты на охрану окружающей среды.
5. Криминогенная ситуация в регионе (число зарегистрированных преступлений на 1 000 жителей).
6. Количество койко-мест в санаторно-курортных учреждениях.
7. Количество койко-мест в гостиницах и аналогичных средствах размещения.
8. Количество мест в объектах общественного питания.
9. Кадровое обеспечение индустрии туризма.

В соответствии с классическим пониманием туристско-рекреационный потенциал представлен тремя блоками: природным и культурно-историческим потенциалами, а также наличием социально-экономических условий реализации туристско-рекреационного потенциала регионов.

На основании полученных данных произведен расчет интегральных значений для каждого субъекта ЦФО по совокупному туристско-рекреационному потенциалу. Индикаторы туристско-рекреационной активности субъекта эффективности использования туристско-рекреационного потенциала территории включали в себя показатели эффективности управления туристско-рекреационной сферой субъекта, оценку маркетинговой активности регионов, безопасности туристской деятельности, а также данные по работе предприятий туристской индустрии, взятые в сравнении с предыдущими отчетными периодами.

Основные оценочные параметры:

1. Наличие и реализация программ развития туризма в регионе.
2. Наличие особых экономически территориально развитых зон (ОЭТРЗ) и территорий с особым режимом налогообложения.
3. Расходы на развитие и поддержку малого предпринимательства на 1 жителя.

4. Прирост числа занятых в гостиницах и ресторанах.
5. Инвестиции в туристскую инфраструктуру.
6. Наличие региональных нормативных актов о развитии туризма.
7. Наличие специализированной инфраструктуры для людей с ограниченными физическими возможностями и др.

С целью дифференциации значимости анализируемых параметров для блоков параметров, характеризующих социально-экономические условия реализации туристско-рекреационного потенциала и туристско-рекреационную активность субъектов в продвижении территории, были введены весовые коэффициенты от 1 до 3.

Интегральная оценка культурно-исторического потенциала, социально-экономических условий регионов ЦФО и туристско-рекреационной активности субъектов была получена на основе «взвешивания» аналитического и экспертного показателей. Соотношение весов аналитических данных и экспертных оценок было принято 0,7 и 0,3, соответственно.

Формирование рейтинга регионов ЦФО на основе индекса туристско-рекреационного развития производилось в соответствии с рассчитанными значениями уровня развития туризма, которые были переведены в качественные категории (5 групп) уровня развития туризма: высокий; относительно высокий; средний; относительно низкий и низкий.

Для совместного анализа развития индустрии туризма и возможностей туристско-рекреационной деятельности была составлена матрица (табл. 4), по одной оси которой располагается комплексный туристско-рекреационный потенциал региона (учитывающий природный, культурно-исторический потенциалы и социально-экономические условия реализации), а по другой – уровень развития индустрии туризма (показатель активности регионов в развитии индустрии туризма).

С позиций освоения туристско-рекреационного потенциала территорий, наиболее пристальное внимание должно быть уделено регионам, располагающимся в выделенных областях I и II матрицы. Регионы, попавшие в область I матрицы, не имея значительного туристско-рекреационного потенциала, тем не менее, пытаются активно его использовать.

Таблица. 4.

Матрица соотношения туристско-рекреационного потенциала и активности регионов по развитию туризма

Активность регионов / *Туристско-рекреационный потенциал*	*Высокая*	*Относительно высокая*	*Средняя*	*Относительно низкая*	*Низкая*
Высокий	Москва			**II**	
Относительно высокий		Московская Владимирская	Ярославская	Тверская	
Средний	**I**				Воронежская
Относительно низкий		Калужская	Белгородская Смоленская	Рязанская Липецкая	Костромская
Низкий				Ивановская Орловская Брянская Курская	Тамбовская Тульская

Напротив, регионы области II матрицы упускают свою «выгоду», имея достаточно высокий потенциал. Они характеризуются низким уровнем активности по реализации туристско-рекреационной деятельности.

Основными положениями исследований, позволяющих объективно оценить туристско-рекреационный потенциал территории, являются:

1. Комплексность оценки туристско-рекреационного потенциала, т. е. изучение и оценка всех возможных ресурсов и условий территории, определяющие ее туристскую привлекательность.
2. Учет внутренних и внешних факторов, способствующих или препятствующих развитию туризма в данной местности, способных оказать воздействие на количественную характеристику туристских потоков в данную местность, определяющих условия формирования и развития туристско-рекреационных систем.
4. Определение рисков развития туристско-рекреационной деятельности, связанных с внутренними и внешними факторами развития туристско-рекреационных систем.
5. Определение объектов, представляющих наибольший интерес для туристов, с целью дальнейшего использования данной информации при проектировании туристской деятельности: ориентации на тот или иной вид туризма, разработке туристского продукта и др.

Разработка методических рекомендаций по составлению рейтинга развития индустрии туризма в субъектах РФ включает следующие составляющие:

- рекомендации по управлению развитием индустрии туризма на основе оценки значений индикаторов информационно-аналитической базы данных природного и культурно-исторического потенциалов регионов РФ, социально-экономического развития туристско-рекреационного потенциала регионов РФ, а также активности туристско-рекреационной деятельности в регионах;
- рекомендации по сбору статистической информации о развитии индустрии туризма в регионах России.

При выполнении данной разработки учтен опыт создания международных и национальных туристских рейтингов, а также общенаучная база создания системы рейтингов в различных сферах социально-экономической деятельности мирового сообщества.

Актуальность разработки методических рекомендаций усиливается следующими факторами:

1. Россия располагает огромным потенциалом для развития внутреннего и въездного туризма. Природное и культурно-историческое разнообразие нашей страны позволяет развивать практически все виды туризма, включая наиболее распространенные по потребительским предпочтениям: рекреационный туризм (туризм с целью отдыха и развлечений), культурно-познавательный, паломнический, деловой, спортивный, экстремальный, лечебно-оздоровительный, экологический, сельский, образовательный, научный и т. д.
2. Размах российских туристских пространств, величина транспортных составляющих, а также средняя по всему миру продолжительность турпоездки, колеблющаяся в пределах 3–4 дней, позволяют рассматривать многие регионы РФ как самостоятельные туристские дестинации.
3. Разработанные индикаторы устойчивого развития туризма в регионах могут быть использованы для создания системы национальных, региональных рейтингов, рейтингов муниципальных образований, в сфере туризма: туроператоров, турагентов, популярных дестинаций, турпродуктов, отдельных видов туризма и т. д.
4. Наличие и совершенствование системы индикаторов устойчивого развития индустрии туризма позволяет их использовать для научно-методического сопровождения развития туризма и в образовательных целях.

Методологической основой комплексной оценки уровня развития туризма в регионах РФ (т. е. создания системы туристских рейтингов) являются теоретические и прикладные работы по проблемам регионального развития и управления туристской индустрией, в частности материалы федеральных и региональных органов исполнительной власти в субъектах Российской Федерации, статистическая база данных по Российской Федерации и ее субъектам, муниципальным образованиям, публичная информация (СКАН, СМИ, интернет), зарубежный опыт составления туристских рейтингов, экспертные оценки профессионалов туристского бизнеса.

В результате выполненной работы созданы:

- механизмы формирования благоприятных конкурентных условий для развития внутреннего и въездного туризма, а также по привлечению российских и зарубежных инвестиций;
- система стимулирования реализации государственно-частного партнерства на основе софинансирования процесса развития туристско-рекреационных комплексов в регионах.
- системы стимулирования развития индустрии туризма в регионах, мониторинга и контроля ключевых отраслевых индикаторов.

Список литературы

1. Кружалин, В. И. О создании системы федеральных и региональных рейтингов развития туризма / В. И. Кружалин, Н. В. Шабалина, В. В. Валькова // Вестник Национальной академии туризма. – С.-Пб., 2011. – №18. – С. 9–12.
2. Шабалина, Н. В. Эволюция представлений о туристско-рекреационном потенциале как основе формирования и развития туристско-рекреационных систем / Н. В. Шабалина, В. С. Власов // Туризм и рекреация: фундаментальные и прикладные исследования : Труды III Международной научно-практической конференции. МГУ имени М. В. Ломоносова, географический факультет, Москва, 24–25 апреля 2008. – М. : Советский спорт, 2008. – С. 391–399.
3. Добро пожаловать в Россию! [Электронный ресурс] // Информационный портал о туризме в России ; Ростуризм. – URL : http://www.welcome2russia.ru. Проверено 24.05.2012.

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СОДЕРЖАНИЯ И ТЕХНОЛОГИИ ТЕОРЕТИКО ПРАКТИЧЕСКОГО ОБУЧЕНИЯ СТУДЕНТОВ В РАМКАХ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ТУРИСТСКОГО ОБРАЗОВАНИЯ ПО ГОС ВПО 100200 «ТУРИЗМ»

Ю. В. Жилкова, *заведующая кафедрой туризма и сервиса РГУФКСМиТ, кандидат педагогических наук, Москва; kirimova@mail.ru*

З. В. Макаренко, *доцент кафедры туризма и сервиса РГУФКСМиТ, кандидат педагогических наук, Москва; kirimova@mail.ru*

Yu. V. Zhilkova, *head of department the tourism and service, docent, Ph. D, Russian State University of Physical Education, Sport, Youth and Tourism, Moscow, Russian Federation; kirimova@mail.ru*

Z. V. Makarenko, *docent of department the tourism and service, Ph. D, Russian State University of Physical Education, Sport, Youth and Tourism, Moscow, Russian Federation; kirimova@mail.ru*

Тенденция движения к новому качеству высшего образования проявляется через комплексный, системный, междисциплинарный и интегральный характер требований к уровню подготовленности выпускников вузов для выполнения профессиональной деятельности, в этой связи возрастает значимость совершенствования содержания и технологии теоретико-практического обучения студентов в рамках профессионального туристского образования по ГОС ВПО 100200.62 «Туризм».

В проблемное поле педагогических исследований профессиональное туристское образование вошло сравнительно недавно, но уже к настоящему времени получены очевидные результаты. Анализ теории и практики профессионального туристского образования показал, что эффективным направлением профессиональной туристкой подготовки является компетентностный подход – оптимизирующий структуры, содержание, методы, формы, особенно в части построения профессионального обучения.

Мы исходили из того, что профессиональная подготовка студента относится к центральным проблемам вузовской дидактики, и что современная система образования вносит свой вклад в становление сущностных сил человека, его социально ценных мировоззренческих и нравственных качеств, необходимых в будущем. Гуманистическая философия образования направлена на благо человека, на создание экологической и нравственной гармонии в мире. Мы рассмотрели исторические этапы формирования дидактической системы, начиная с работ Я. Коменского, И. Г. Песталоцци, А. Дистервега, И. Ф. Гербарта, Д. Дьюи, М. Монтессори. Характерные признаки формирующейся дидактической системы, которые раскрываются в работах В. В. Краевского, И. Я. Лернера, М. Н. Скаткина через переход от рецептивно-отражательного к конструктивно-деятельностному построению обучения [5].

На этапе теоретического осмысления проблемы, мы пришли к выводу, что сущностная особенность современной дидактической системы – научить учиться самостоятельно. Другими особенностями системы являются: единство преподавания, учения, саморазвития; единство дидактических и воспитательных воздействий; единство личностной и структурно содержательной составляющих процесса обучения; процессуальная гибкость; многослойность и комплексность решаемых задач [1].

Дидактическая система модульного обучения берет свое начало от программированного обучения в трудах Б. Ф. Скинера, Дж. Расселла, Б. Гольдшмид, М. Гольдшмид, К. Курха, которая позволяет преодолеть фрагментарность программированного обучения путем создания целостной наглядной программы, а также выявление проблемной подачи содержания в модуле, заимствованной из проблемного обучения. Интеграция проблемного обучения с другими типами обучения привела, в частности, к созданию теории проблемно-модульного обучения [10].

Изучение научно-педагогической и специализированной литературы туристской направленности позволило нам в рамках исследования выявить существенные связи и отношения между субъектом, объектом и предметом туризма. Например, в работах И. В. Зорина они рассматриваются, представляя туристику как синтез знаний о теории и практике туристской деятельности, создается гносеологическая модель, где выделены три ведущих подсистемы: турист; индустрия туризма; туристский продукт.

Вместе с тем, отдельные исследования институциональной, адаптивной и рекреационной функций педагогики туризма создают предпосылки к созданию оптимальной системы подготовки кадровых ресурсов для всех видов туристской деятельности (В. А. Квартальнов, И. В. Зорин и др.) [4, 2].

В связи с этим в последние годы предпринимаются попытки осуществить синтез разных точек зрения и обозначить новую комплексную науку о теории и практике туризма – туристику [3], которая выступает в междисциплинарных исследованиях как метанаука об объекте, субъекте и предмете туристской деятельности.

Учитывая становление непрерывной системы профессионального туристского образования в сфере туристской деятельности и формирования содержания профессионального туристского образования теоретические основы ее становления разработаны в фундаментальных исследованиях В. А. Квартальнова [4] и И. В. Зорина [6] .

Многие специалисты констатируют, что на высшую школу интенсивно влияют рыночные отношения. Университеты состязаются за государственные ассигнования, получение заказов от крупных фирм и компаний на научные и конструкторские разработки, за привлечение в свои стены лучших студентов и преподавателей. Процесс коммерциализации высшей школы неоднозначно оценивается в обществе. Диверсификация профессионального туристского образования вызвана необходимостью стандартизации (унификации) профессионального туристского образования и расширением спектра образовательных программ для модернизации профессионально-квалификационной структуры кадров в сфере туризма.

Для реализации образовательных целей проводятся не только ознакомительные занятия, связанные с осмотром предприятий размещения, знакомство с их инфраструктурой и услугами, но и практические семинары с управленческим и обслуживающим персоналом этих предприятий. Такая возможность в подготовке бакалавра по туризму с учетом региональной специфики считается приоритетной.

Еще одним важным аспектом совершенствования технологии теоретико-практического обучения является знакомство с деятельностью ведущих туристских выставок-ярмарок, среди которых в Москве надо выделить «MITT», «Интурмаркет», «Отдых», «MITF». Посещение данных выставок знакомит с инновациями в туристской сфере, расширяет представление о международном, российском и региональном туристских рынках, формирует навыки делового общения в туризме, определяет на перспективу цели и задачи участия в подобных мероприятиях, т. е. формируется целый комплекс менеджерских знаний, умений и навыков.

В исследованиях технология теоретико-практического обучения представляет собой законченную единицу образовательной программы, которая формирует знания, умения и навыки, сопровождается их контролем на выходе. В основном технология состоит из следующих компонентов: описание целей и задач, относящихся к содержанию образования; описание результатов обучения (знания, навыки, переносимые компетенции); обучение на лекциях, семинарах, практике, ситуации и культура обучения; процедуры оценивания/аттестации; описание общей нагрузки студентов.

Мы видим, что в целом совершенствование технологии предполагает следующие формы деятельности студентов:

- учебная деятельность академического типа, например, лекция, которая принимает образ блока информации, соответствующего определённому уровню сложности;
- учебно-профессиональная деятельность, где студент выполняет реальные исследовательские и практические функции, используя при этом интеллектуальные дидактические компоненты адаптивных образовательных систем в сочетании с традиционными формами совершенствования профессиональных компетенций;
- учебно-практическая деятельность на базе туристских и гостинично-ресторанных предприятий региона.

Темпы обновления знаний, невероятный поток информации, которая устаревает быстрее, чем студент окончит очередной курс, невозможно отразить и «втиснуть» в учебные программы стандарта. В этих условиях необходимо обновлять оперативную часть опыта на основе современных требований туристского рынка, без которого студент не сможет считаться подготовленным к профессии.

Преодоление репродуктивного стиля в теоретико-практическом обучении обеспечивает познавательную активность и самостоятельность мышления студентов. В этой связи одним из основных направлений совершенствования технологии обучения является развитие междисциплинарности и полипрофессиональности.

Оно предусматривает не только усвоение определенного количества знаний по различным дисциплинам, но и освоение эффективных умений и навыков для решения различного рода задач профессиональной деятельности. Обществу требуется профессионал, который, выходя на работу, уже обладает определенным творческим, управленческим, личностным опытом.

Совпадение интересов самих работодателей и выполнение порученной работы студентом имеет значительную мотивационную цель, ибо так важно в профессиональном образовательном процессе заниматься подготовкой конкретных практических материалов под заказ реального предпринимателя, с возможной перспективой использования будущего специалиста в этой туристской компании [6].

При использовании гипотезы аддитивности (при условии независимости единичных компетенций) в этом случае оценка комплексной (групповой) компетенции формируется как ее комплексная (аддитивная) оценка или рейтинг реализации компетенции. Данный подход реализуется в современной тестовой квалиметрии, когда оценка «компетенции – знания» по отношению к какому-то сложному разделу формируется как сумма набранных баллов по отдельным тестам. Очевидно, в настоящее время мы наблюдаем некое размывание этой категории – от компетенции как некоей оценочной процедуры, или некоей системы ЗУНов, которые проверяются соответствующими тестовыми (аттестационными) испытаниями, или другими оценочными средствами, – к компетенциям, отражающим только отношения, только знания, только диспозиции в коллективе [9].

В последние годы проводились исследования, посвященные сравнению работы успешных и неуспешных руководителей организаций. Производился мониторинг учебных программ аудиторных модулей, тестирование различного уровня по общепрофессиональным дисциплинам, дисциплинам специализации и т. д. Безусловно, эти исследования смогут объяснить сложившуюся ситуацию, описанную немного выше.

Общемировая тенденция движения к новому качеству высшего образования проявляется в усилении требований к уровню подготовленности выпускников вузов для выполнения профессиональной деятельности, которые приобретают комплексный, системный, междисциплинарный и интегральный характер. Но в сложившийся ситуации, мы считаем, необходимо, продолжая мониторинг и процесс совершенствования аудиторных занятий, уделить должное внимание и практическим модулям, а в дальнейшем заняться тесной взаимосвязью элементов общей профессиональной и практической подготовки.

Накопление опыта методической и учебной работы в Российском государственном университете физической культуры, спорта, молодежи и туризма, а также теоретический анализ научно-методической литературы, апробация содержания и методики преподавания специальных дисциплин на кафедре туризма и сервиса, практического обучения в подготовке студентов туристского вуза позволили получить первые результаты экспериментальных исследований, разработать учебно-методические рекомендации для занятий различных форм по специальным дисциплинам для студентов РГУФКСМиТ по направлению 100200.62 «Туризм».

Основные положения и результаты работы докладывались и обсуждались на заседаниях кафедры туризма и сервиса РГУФКСМиТ, на семинарах и конференциях для аспирантов и соискателей РМАТ, а также на III Всероссийской научно-практической

конференции с международным участием «Развитие непрерывного образования» в Красноярске (2010 г.), на Международной научно-практической конференции «Современная модель профессионального туристского образования и ее законодательное обеспечение» (2010 г.), на Международном научно-практическом форуме «Туризм и рекреация» (2010, 2011 гг.).

Исследование позволило переработать методические рекомендации по специальным дисциплинам направления «Туризм», совершенствовать программы, практические и семинарские занятия. Реализация совершенствования содержания и технологии теоретико-практического обучения на базе компетентностного подхода облегчила студентам направления «Туризм» вхождение в режим производственной практики; оказало положительное влияние на количественные показатели и периоды времени по окончании вуза, так, например, в 2011 г. решили вопросы трудоустройства еще в период окончания вуза более 50% выпускников кафедры.

Совершенствование технологии на базе компетентностного подхода представляет собой методологию образовательной деятельности выпускающей кафедры вуза по формированию профессиональной компетентности будущего профессионала.

1. Современная дидактика постепенно переходит от рецептивно-отражательного к конструктивно-деятельностному построению обучения. Представители современной дидактики отвергают представления Дьюи, Монтессори и их последователей о том, что педагог является только «наблюдателем и советчиком», а также концепцию Гербарта, согласно которой педагог является лишь передатчиком знаний учащимся. Они утверждают руководящую роль педагога в новой нарождающейся дидактической системе, признавая одновременно исключительную роль самостоятельной работы в личностном формировании учащегося. Сущностная особенность современной дидактической системы – научить учиться самостоятельно.
2. Современные социально-экономические условия должны отражаться в содержании профессионального образования. Выпускники туристского вуза должны быть готовы к реалиям современного мира и находить решения в условиях рыночных отношений.
3. Диверсификация профессионального туристского образования должна происходить с учетом потребностей рыночной экономики, социальных запросов населения и международных тенденций развития туризма и образования. Она вызвана необходимостью стандартизации (унификации) профессионального туристского образования и расширением спектра образовательных программ для модернизации профессионально-квалификационной структуры кадров в сфере туризма.
4. Совершенствование технологии теоретико-практического обучения и его содержания в профессиональном туристском образовании происходит через практикоориентированные занятия, что позволит студентам получить знания и умения, способствующих раскрытию творческого потенциала, и в будущем будет способствовать карьерному росту.
5. Совершенствование технологии теоретико-практического обучения должно происходить на основе междисциплинарного подхода, что дает возможность студенту освоить профессиональные технологии деятельности туроперейтинга, анимации, управления персоналом и др.
6. Программа совершенствования технологии теоретико-практического обучения должна представлять собой методический план действий в сроки определенные принципами и условиями.

Список литературы

1. Анисимов, В. В. Общие основы педагогики : учеб. для вузов / В. В. Анисимов, О. Г. Грохольская, Н. Д. Никандров. – М. : Просвещение, 2006. – 574 с.
2. Зорин, И. В. Профессиональное образование и карьера в туризме / И. В. Зорин, А. И. Зорин. – М. : Советский спорт, 2005. – 528 с.
3. Зорин, И. В. Туристика : монография / И. В. Зорин, В. А. Квартальнов. – М. : Советский спорт, 2001. – 288 с.
4. Квартальнов, В. А. Туризм : теория и практика : Избр. труды. В 5-ти т. – Т. 5. Методика профессионального обучения и подготовка специалистов по туризму в России / В. А. Квартальнов. – М. : Финансы и статистика, 1998. – 248 с.
5. Казакова, А. Г. Педагогика профессионального образования : монография / А. Г. Казакова. – М. : Экон-Информ, 2007. – 551 с.
6. Мазуряк, Т. В. О необходимости соответствия профессионального туристского образования основным задачам и требованиям современной туристской отрасли / Т. В. Мазуряк // Международный форум «Молодежь. Спорт. Туризм» : Квартальновские научные чтения, Москва, 18–20 февраля 2004 г. – М. : Советский спорт, 2004. – С. 307–308.
7. Методология профессионального туристского образования : монография / И. В. Зорин [и др.]. – М. : Советский спорт, 2001. – С. 7–60.
8. Преображенский, В. С. Теоретические основы рекреационной географии / В. С. Преображенский. – М. : Наука, 1975. – 224 с.
9. Субетто, А. И. Онтология и эпистемология компетентностного подхода, классификация и квалиметрия компетенций / А. И. Субетто. – С.-Пб. ; М. : Исследоват. центр проблем кач-ва под-ки спец-ов, 2006. – 72 с.
10. Чошанов, М. А. Гибкая технология проблемно-модульного обучения / М. А. Чошанов. – М. : Народное образование, 1996. – 157 с.

СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ МЕХАНИЗМЫ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ В ТУРИЗМЕ

Е. Г. Киякбаева, *аспирант кафедры рекреационной географии и туризма географического факультета МГУ имени М. В. Ломоносова; ekiyakbaeva@gmail.com*

Переход на рыночную экономику способствовал резкому развитию сферы услуг. Рост дохода населения, активное развитие транспортной инфраструктуры, открытие межгосударственных границ привели к тому, что доля индустрии туризма заняла лидирующую позицию в сфере услуг. Туристская отрасль, являющаяся катализатором экономического развития и сложной по составу отраслью, в основе своей имеет природопользование. И уже сейчас необходимо обеспечить переход на устойчивое развитие отрасли с соответствующими изменениями во всех ее составляющих, особенно касающихся использования природных ресурсов.

Учитывая особенности в неравномерном развитии регионов России, при формировании стратегии устойчивого развития отрасли туризма в нашей стране должен приниматься во внимание аспект особенностей каждого субъекта в отдельности. Однако объективно можно утверждать, что в качестве основных форм реализации перехода на устойчивое развитие отрасли должны стать наиболее эффективные инвестиционные проекты, осуществляемые совместно государством и бизнесом, поддержка наукоем-

ких производств и развитие высоких технологий. Важным направлением реализации данного подхода в туризме является развитие различных форм государственно-частного партнерства (ГЧП).

Начиная с 2005 г. с принятием Федерального закона №115-ФЗ «О концессионных соглашениях» в России начался процесс создания правовой среды ГЧП [2]. Концессионные соглашения представляют собой форму ГЧП, при котором бизнес привлекается либо в эффективное управление государственной собственностью, либо в оказание услуг, обычно оказываемых государством, на взаимовыгодных условиях. Данная форма партнерства используется и в туристской отрасли. Так, туристскими объектами концессионного соглашения являются объекты здравоохранения, объекты образования, культуры, спорта, объекты, используемые для организации отдыха граждан и туризма, и прочие объекты социально-культурного назначения.

В туристской отрасли, согласно Концепции федеральной целевой программы «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011–2018 годы)», ГЧП предполагает «эффективное взаимодействие всех органов власти, туристского бизнеса, научных и общественных организаций в реализации масштабных туристских проектов и программ, направленных на развитие туристской привлекательности регионов, увеличение внутреннего и въездного туристских потоков, повышение качества туристских продуктов» [7].

Н. Л. Пахомовой и К. К. Рихтером определены некоторые принципы успешного ГЧП на основании зарубежного и отечественного опыта:

- совместное финансирование инновационных проектов с сохранением управления проектами со стороны бизнеса или специализированных посредников;
- диверсификация видов партнерства со стороны государства;
- постепенная замена традиционных инновационных институтов новыми институтами на принципах большей эффективности;
- создание доверительной среды к новым институтам;
- привлечение бизнес-посредников с целью снижения риска коррупции и низкой квалификации государственных чиновников в оценке проектов;
- замена государством финансовой поддержки другими услугами, например, информационными услугами, обучением персонала, содействием в сертификации;
- государственная поддержка не отдельных предприятий малого и среднего бизнеса, а их групп или отраслевых ассоциаций [11].

В отечественной туристской отрасли существует **два основных эффективных направления** реализации ГЧП:

- **формирование особых экономических зон (ОЭЗ) туристско-рекреационного типа;**
- **создание туристских кластеров.**

При проведении сравнительного анализа можно отметить следующие различия между перечисленными выше направлениями: особые экономические зоны создаются на уровне Правительства РФ и регламентированы Федеральным законом, кластеры, в свою очередь, являются более свободной формой партнерства. Основными «барьерами» в быстром формировании ГЧП в туристской отрасли России являются: для особых экономических зон – сложности в преодолении «препятствий» (например, конкурсный отбор) при достижении федерального уровня; для кластеров – потребность в определенных компетенциях (лоббистские и финансовые) представителей бизнеса, которые позволят ускорить процесс согласований на первоначальном этапе создания кластера. В связи с этим, можно сделать вывод, что идеальным вариантом создания туристского кластера является его инициация со стороны властей [5].

Туристско-рекреационная зона представляет собой особую экономическую зону, создаваемую для развития и оказания услуг в сфере туризма. Целями создания туристско-рекреационных зон являются: повышение конкурентоспособности туристской деятельности, развитие лечебно-оздоровительных курортов. Вместе с тем, создание туристско-рекреационных зон способствует обеспечению благоприятного инвестиционного климата в России, появлению конкурентоспособного туристского продукта, переводу индустрии отдыха и путешествий на инновационный путь развития.

Туристско-рекреационные зоны могут создаваться на территории одного или нескольких муниципальных образований. В момент создания зоны, на территории могут располагаться земельные участки, находящиеся в пользовании граждан и юридических лиц. Объекты инфраструктуры, располагающиеся на территории туристско-рекреационной зоны могут находиться в различных формах собственности, включая частную. И что вполне обоснованно и с тем крайне важно, данный тип особых экономических зон может включать в себя особо охраняемые территории.

Для организаций, имеющих статус резидента туристско-рекреационной зоны, разработан ряд налоговых льгот. К ним относятся: 30% ограничение на перенос убытков на последующие налоговые периоды; специальный коэффициент к амортизации собственных основных средств; а также пониженная налоговая ставка налога на прибыль.

С февраля 2007 г. постановлениями Правительства РФ в России создано семь особых экономических зон туристско-рекреационного типа: в Краснодарском и Ставропольском краях, в Иркутской области, в Республике Бурятия, в Республике Алтай и Алтайском крае, в Калининградской области.

С марта 2010 г. на территории острова Русский Приморского края также создана туристско-рекреационная особая экономическая зона [13].

Главной целью формирования туристско-рекреационных зон является создание благоприятного инвестиционного климата, привлечение инвестиций в туристские, рекреационные и курортные центры России, что вкупе должно привести к инновационному и технологическому «прорыву» в туристской отрасли региона.

В осуществлении технологического «прорыва» важную роль должна сыграть региональная интеграция предприятий и организаций, выполняющих такие функции, как проведение научных исследований, подготовка кадров, производство продукции. Результатом этого становится наукоемкий продукт, созданный усилиями всех участников этого процесса, где наиболее правильной формой их объединения является **кластер**. Формальным признаком возникновения кластера может стать региональная программа, для выполнения которой консолидируются интересы промышленных предприятий, органов власти, финансовых и образовательных учреждений. Эффект в этом случае достигается за счет конкурентных преимуществ высокотехнологичной продукции и сокращению транзакционных издержек благодаря научно-производственной и технологической кооперации компаний. Вступление в кластер является добровольным. Главным мотивом объединения предприятий с разными собственниками является результат (прибыль, улучшение качества товаров и услуг и т. д.). Роль федеральных и региональных властей заключается в общей поддержке реализуемых проектов, обеспечении гарантий возврата инвестиций, и не требует существенных финансовых вложений. В результате власть получает общее оживление региональной экономики и диверсификацию экономической структуры, влекущими за собой рост занятости, увеличение количества налогоплательщиков и налогооблагаемой базы, появление удобного механизма взаимодействия с бизнесом, снижение зависимости от отдельных бизнес-групп. Равномерное распределение рисков между всеми участниками кластера, определенно, является существенным пре-

имуществом данной формы организации инновационной деятельности для бизнеса. Создание подобных объединений различных структур обеспечивает переход региона к устойчивому развитию.

В качестве основных предпосылок в создании инновационных кластеров могут выступать территориальная близость участников; заинтересованность участников в достижении общей цели; возможность постоянного обмена информацией и взаимодействия друг с другом; наличие достаточного количества участников. Немаловажно, что для успешного создания и функционирования кластера важна инициатива участников объединения [12].

Результатом создания региональных кластеров является значительное повышение продуктивности и новаторства. Участники объединения получают преимущества в виде положительного опыта, снижения затрат, совместного использования одних и тех же услуг и поставщиков. Постоянное взаимодействие внутри кластера способствует формальному и неформальному обмену знаниями и сотрудничеству между организациями с взаимодополняющими активами и профессиональными навыками. Успешно действующий кластер постоянно привлекает новые компании, инвестиции, услуги и поставщиков, а также создает резерв профессиональных кадров. Образовательные учреждения получают предпосылки дополнительного расширения своих возможностей. Соперничество между фирмами стимулирует конкурентоспособность и подталкивает к постоянному развитию, что необходимо в условиях глобализации.

Список литературы

1. Бокарев, С. А. Устойчивое развитие регионов России в процессе глобализации: диссертация : дис ... канд. экон. наук : 08.00.01 / Бокарев Сергей Анатольевич. – Тамбов, 2005. – 168 с.
2. Федеральный закон от 21 июля 2005 г. №115-ФЗ «О концессионных соглашениях» : с изменениями и дополнениями // ГАРАНТ : Информационно-правовой портал. – URL : http://base.garant.ru/12141176/. Проверено 27.03.2012.
3. Енгоян, О. З. Механизмы устойчивого развития: экологические аспекты формирования региональной экономической политики [Электронный ресурс] / О. З. Енгоян // Электронная библиотека образовательных ресурсов АлтГТУ им. И. И. Ползунова. – URL : http://elib.altstu.ru/elib/books/Files/pv2011_04_02/pdf/007engoyan.pdf. Проверено 05.04.2012.
4. Захаров, А. Н. Государственно-частное партнерство в российском туризме / А. Н. Захаров, А. А. Игнатьев // Российский внешнеэкономический вестник. – М., 2011. – №3. – С. 11–17.
5. Кластер-блокбастер / Юлиана Петрова // Секрет фирмы : журнал. – 2010. – №7. – С. 64–69.
6. Комендантова-Аманн, Н. П. Устойчивое развитие как фактор экономической безопасности : на примере стран с экономикой переходного периода и регионов России : дис ... канд. экон. наук : 08.00.05 / Комендантова-Аманн Надежда Павловна ; [Место защиты: С.-Петерб. ун-т МВД РФ]. – С.-Пб., 2008. – 162 с.
7. Концепция федеральной целевой программы «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011–2018 годы)» [Электронный ресурс] / Правительство РФ : официальный Интернет-портал. – URL : http://government.ru/gov/results/11494/. Проверено 21.03.2012.
8. Ларионов, Е. Н. Концепция устойчивого развития и ее реализация в условиях глобализации : на примере стран Африки : дисс ... канд. экон. наук : 08.00.14 /

Ларионов Евгений Николаевич; [Место защиты: Ин-т Африки РАН]. – М., 2009. – 231 с.
9. Хачмамук, Р. В. Устойчивое развитие туризма в территориально-рекреационном комплексе : дисс ... канд. экон. наук : 08.00.05 / Хачмамук Руслан Вячеславович. – Сочи, 2004. – 195 с.
10. Чултэм, Ч. Устойчивое развитие социолого-экономической системы общества и показатели его оценки : дисс ...канд. экон. наук : 08.00.01 ; 08.00.05 / Чултэм Чулуунцэцэг. – М., 2004. – 176 с.
11. Экономика отраслевых рынков и политика государства : учебник / Н. Л. Пахомова, К. К. Рихтер ; СПбГУ. – С.-Пб., Экономика, 2009. – 816 с.
12. Кластер : экономика [Электронный ресурс] // Википедия : Свободная энциклопедия. – URL : http://ru.wikipedia.org/wiki/Кластер_(экономика). Проверено 19.03.2012.
13. Туристско-рекреационная_зона [Электронный ресурс] // Википедия : Свободная энциклопедия. – URL : http://ru.wikipedia.org/wiki/Туристско-рекреационная_зона. Проверено 17.03.2012.

О СИСТЕМЕ РЕЙТИНГОВ В ТУРИЗМЕ

К. В. Кружалин, *доцент кафедры рекреационной географии и туризма географического факультета МГУ имени М. В. Ломоносова, кандидат географических наук; kvkmsu@gmail.com*

Глобализация и другие интеграционные процессы, активно развивающиеся в мире, стимулировали создание феномена рейтингов, которые отражают положение того или иного государства в табели о рангах по различным вопросам политического, социально-экономического развития и прочим показателям. Рейтинги определяют местоположение любой страны путем сравнения разнообразных показателей, что в конечном итоге отражается в их ранжировании на основе интегральных оценок. Феномен рейтингов заключается в том, что они позволяют огромный объем информации, характеризующей развитие стран, свернуть в количественные показатели и сделать их сопоставимым.

В последние годы благодаря инициативам UNWTO и ряда других международных организаций стали создаваться международные рейтинги по уровню развития туризма. Закономерно встает вопрос о необходимости рейтингов в туризме.

Прежде всего рейтинг определяет место любой страны по уровню развития туризма. Рейтинг оказывает стимулирующее воздействие на продвижение страны на международном рынке туристских услуг. И, наконец, рейтинг является инструментом управления развитием туризма на международном уровне, а внутри страны на национальном, региональном и муниципальном уровнях.

Наибольшее признание получил международный рейтинг под названием «Индекс конкурентоспособности туризма», созданный Центром по глобальной конкурентоспособности и эффективности при Всемирном Экономическом Форуме (г. Давос). Этот рейтинг издается один раз в два года, а последний был опубликован в 2011 г. и включал 139 стран мира.

Первые три места заняли Швейцария, Германия и Франция. Российская Федерация в соответствии с этим рейтингом занимает 59 место в мире и 33 место в Европе. Структура рейтинга включает 15 базисных групп показателей, из которых 14 первых являются обязательными, а 15-я, посвященная изменению климата, из-за сложности

подбора показателей пока не используется. В табл. 5 приводится сравнение Швейцарии и России по всем показателям, используемым в рейтинге.

Таким образом, в оценке индекса конкурентоспособности туризма используется 75 показателей, объединенных в 14 групп, характеризующих различные аспекты развития туризма.

Рейтинги, включающие большое количество разнообразных показателей, наиболее объективно отражают местоположение страны по уровню развития туризма. Такой рейтинг можно отнести к разряду многомерных. Рейтинг, отражающий одну из групп показателей, можно назвать профильным. В туризме к профильным рейтингам следует отнести например: рейтинг по безопасности и защищенности туристов; по туристской инфраструктуре; по уровню гостеприимства и т. д.

Из числа профильных рейтингов Россия наиболее высокое место занимает по «здоровью и гигиене» (11 место). Наихудшие результаты Россия имеет по профильному рейтингу «уровень гостеприимства» (136 место). По административно-правовому регулированию Россия занимает лишь 126 место из 139 участвующих в рейтинге стран мира.

Профильные рейтинги, в свою очередь, содержат фокусные рейтинги, которые могут определяться по одному – двум показателям. Например: рейтинг приоритетности туризма в политике государства; рейтинг по расходам государства на туризм; рейтинг качества автомобильных или железных дорог и пр.

Таблица 5.

Рейтинг Швейцарии и России
по критериям Индекса конкурентоспособности туризма (Источник: [1])

Показатель	*Швейцария*	*Россия*
1	*2*	*3*
Итоговое место из 139	*1*	*59*
Группа 1: административно-правовое регулирование	18	126
Распространенность иностранной собственности	17	126
Защищенность права собственности	1	128
Благоприятность для инвестиций	26	127
Визовая политика	42	126
Участие в двусторонних соглашениях в сфере гражданской авиации	65	125
Прозрачность государственной деятельности	5	105
Время, необходимое для открытия бизнеса	80	97
Затраты на открытие бизнеса	25	36
GATS (ВТО) индекс	75	нет данных
Группа 2: устойчивость окружающей среды	2	98
Строгость экологического законодательства	4	96
Обеспечение экологического законодательства	3	115
Устойчивость развития туристского сектора	9	116
Выбросы CO2	80	119
Сосредоточенность на частных вопросах	43	17
Виды под угрозой исчезновения	6	82
Число ратифицированных природоохранных соглашений	16	94
Группа 3: безопасность и защищенность	2	113
Потери бизнеса от терроризма	26	93
Доверие полиции	6	128

Продолжение Таблицы 5.

1	2	3
Потери бизнеса от преступности и агрессии	12	90
Аварийность на автотранспорте	5	98
Группа 4: здоровье и гигиена	13	11
Обеспеченность врачами	6	3
Качество санитарных условий	1	72
Доступность качественной питьевой воды	1	62
Больничные места	29	2
Группа 5: приоритетность туризма	14	102
Приоритетность туризма в политике	21	122
Расходы государства на туризм	19	91
Эффективность маркетинга и брендинга	7	119
Полнота статистической отчетности	75	22
Своевременность обновлений данных о туризме	12	72
Группа 6: воздушная инфраструктура	13	30
Качество воздушной инфраструктуры	5	104
Обеспеченность местами на внутренних рейсах	56	5
Обеспеченность местами на международных рейсах	25	19
Отправлений на 1000 жителей	17	56
Плотность аэропортов	52	59
Число открытых авиаперевозчиков	10	7
Важность как международного транспортного узла	6	93
Группа 7: наземная транспортная инфраструктура	5	95
Качество автомобильных дорог	3	125
Качество железных дорог	1	31
Качество портов	35	93
Качество общественного городского транспорта	1	101
Плотность дорожной сети	15	123
Группа 8: туристская инфраструктура	8	45
Обеспеченность гостиничными номерами	9	88
Наличие известных компаний по аренде автотранспорта	40	40
Обеспеченность банкоматами	13	28
Группа 9: информационная инфраструктура	2	46
Объем использования Интернета бизнесом	15	71
Количество пользователей Интернетом	10	74
Телефонные линии	2	37
Абоненты широкополосного Интернета	3	51
Абоненты мобильной телефонной связи	35	9
Группа10: ценовая конкурентоспособность туризма	127	75
Аэропортовые сборы и таксы на билеты	101	78
Паритет покупательной способности	136	30
Объем налогообложения	10	97
Цена на топливо	97	51
Цены на гостиницы	100	105

Продолжение Таблицы 5.

1	2	3
Группа 11: трудовые ресурсы	1	78
Уровень начального образования	65	3
Уровень среднего образования	42	76
Качество системы образования	2	78
Доступность услуг по повышению квалификации	1	67
Повышение квалификации на базе работодателя	2	90
Трудовое законодательство об увольнении и найме	4	75
Процедура приема на работу иностранцев	10	124
Распространенность ВИЧ/СПИД	79	106
Потери бизнеса от ВИЧ/СПИД	13	62
Средняя ожидаемая продолжительность жизни	2	96
Группа 12: уровень гостеприимства	34	136
Открытость туризма	68	111
Отношение населения к иностранцам	19	136
Рекомендуемость бизнес партнерами	15	132
Группа 13: природные ресурсы	16	27
Число объектов ЮНЕСКО	17	4
ООПТ	18	70
Качество окружающей среды	5	118
Количество известных видов	100	35
Группа14: культурные ресурсы	9	35
Число объектов ЮНЕСКО	38	13
Спортивные стадионы	17	94
Частота международных событий	13	39
Экспорт индустрии искусства	1	31

Анализ фокусных рейтингов показал, что наилучшие данные Россия имеет по показателю обеспеченности больничными местами (2 место) и обеспеченность медперсоналом (3 место). Столь высокие места в фокусных рейтингах позволили занять достаточно высокое место в профильном рейтинге по здоровью и гигиене. Однако, нам хорошо известно, что столь высокие места в рейтингах реально не обеспечивают качественное медицинское обслуживание российских и иностранных туристов. Поэтому в рейтингах важно сочетать не только количественные, но и качественные экспертные показатели.

Опыт создания международных рейтингов, в том числе и по туризму, свидетельствует о том, что его можно с успехом распространить на создание национальных рейтингов. Россия находится на пороге создания национального рейтинга субъектов РФ по уровню развития туризма.

Учеными МГУ имени М. В. Ломоносова и Московского государственного университета культуры и искусств предложена методика создания национального рейтинга на основе разработки комплексного оценочного показателя – индекса развития туризма в регионах РФ. Этот индекс представляет собой интегральную оценку, характеризующую совокупность туристско-рекреационного потенциала регионов, со-

циально-экономические условия и активность регионов в сфере развития туризма. Важно подчеркнуть наличие в рейтинге показателя оценки уровня активности регионов.

Официальный общенациональный рейтинг по развитию туризма в регионах РФ пока отсутствует, но весьма высока вероятность его создания в 2013 г. Этот рейтинг определит местоположение региона по уровню развития туризма, окажет стимулирующее развитие на продвижение региона на национальном и международном рынке туруслуг и может стать инструментом управления развитием туризма на национальном, региональном и муниципальном уровнях. Предполагается, что вслед за национальным рейтингом будут создаваться по прозрачной и объективной методике региональные рейтинги, охватывающие все входящие в них муниципальные образования.

Таким образом, по инициативе и под руководством Министерства культуры и Федерального агентства по туризму в ближайшие годы должна быть создана система рейтингов, оценивающих развитие индустрии туризма на федеральном, региональном и муниципальном уровнях. На каждом из этих уровней набор индикаторов и показателей, характеризующих степень развития туризма, должен быть индивидуален. При этом, имеется группа постоянных показателей, присутствующих на всех административных уровнях организации туризма. В зависимости от темпов и качества развития туризма группа переменных показателей может трансформироваться, а также может измениться их весовой коэффициент.

Такие изменения в наборе индикаторов и показателей должны проводиться одновременно для всех регионов страны. Успешная реализация проекта по созданию системы рейтингов возможна в том случае, если будет создана единая информационно-аналитическая база данных, а на ее основе будет организован и начнет функционировать национальный информационный туристский портал.

Наличие предлагаемой системы рейтингов позволит создать рейтинги представителей различных отраслевых сегментов индустрии туризма: туроператорских и турагентских компаний, гостиниц и прочих средств размещения, объектов питания, развлечения и т. д.

Мировая и отечественная практика составления и использования рейтингов свидетельствует о том, что они не только стимулируют работу предприятий и организаций туриндустрии, но и являются инструментом для принятия управленческих решений по поддержке активно развивающихся территорий разного ранга, их администраций и конкретных представителей турбизнеса.

В этой связи создание российского рейтинга может эффективно использоваться для реализации Федеральной целевой программы «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011–2018 годы)».

Список литературы

1. The Travel & Tourism Competitiveness Report 2011 : Beyond the Downturn [Text] / Editors : Jennifer Blanke (Director, Lead Economist, Head of the Centre for Global Competitiveness and Performance), Thea Chiesa (Associate Director, Head of Aviation, Travel & Tourism) ; World Economic Forum. – Switzerland, Geneva : SRO-Kundig, 2011. – 501 p.

НЕКОТОРЫЕ АСПЕКТЫ ОЦЕНКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

SOME ASPECTS OF THE ASSESSMENT OF EFFICIENCY OF TOURIST AND RECREATIONAL ACTIVITY

И. В. Ланцова, *профессор Конаковского филиала РМАТ, доктор географических наук, г. Конаково; liveco@rambler.ru*

I. V. Lantsova, *professor of the RMAT Konakovsky branch, Doctor, Konakovo, Russia, liveco@rambler.ru*

Аннотация. *Развитие туристско-рекреационной деятельности, как и любого вида деятельности, зависит от наличия, количества и качества ресурсов, необходимых для тех или иных видов отдыха. Так, культурно-познавательный туризм должен быть обеспечен культурно-историческими ресурсами, лечебно-оздоровительный – лечебными ресурсами, экологический, спортивный и экстремальный виды туризма – соответствующими природными ресурсами. Учитывая многоаспектность туристско-рекреационной деятельности оценку её эффективности можно провести, только используя интегральный показатель рекреационной ценности территории.*

Ключевые слова: *эффективность рекреационной деятельности, оценка ресурсов*

Развитие любой отрасли хозяйства определяется количеством и качеством ресурсов, необходимых для её функционирования. Точно также и при планировании, организации и функционировании туристско-рекреационной деятельности необходимо, прежде всего, оценить ресурсы для её осуществления.

Рекреационное ресурсоведение, учитывая многоплановость самих рекреационных ресурсов, а также разнообразие их использования, базируется на следующих положениях:

1. Исследование и оценку рекреационных ресурсов следует проводить по их отдельным категориям:
   - природные;
   - природно-антропогенные;
   - антропогенные;
   - трудовые.
2. Оценка рекреационных ресурсов проводится не для рекреации вообще, а для конкретных видов туристско-рекреационных занятий.
3. При оценке рекреационных ресурсов особое внимание уделяется определению их надёжности и безопасности для отдыхающих.
4. Развитие туристско-рекреационного использования территорий зависит от наличия, объёмов, качества и состояния рекреационных ресурсов. В связи с этим возникает необходимость в проведении следующих оценок рекреационных ресурсов:
   - оценка структуры рекреационных ресурсов;
   - оценка запасов (объёмов) ресурсов;
   - медико-биологическая (физиологическая) оценка;
   - санитарно-гигиеническая оценка;
   - психолого-эстетическая оценка;
   - технологическая оценка;
   - экологическая оценка;
   - экономическая оценка.

5. При рекреационном использовании ресурсов должна решаться двуединая задача: поддержание первоначального качества ресурса для целей туризма и рекреации и охрана ресурса от рекреационных нагрузок.

Только такой методический подход к решению данной проблемы позволяет максимально точно определить ценность конкретной территории для туристско-рекреационного освоения и оценить допустимые масштабы этого освоения с учётом её рекреационной ёмкости.

С точки зрения комплексной оценки эффективности туристско-рекреационной деятельности необходимо исходить из того положения, что эта многоаспектная деятельность состоит из трёх основных блоков:

- экологический;
- социально-экономический;
- медико-биологический.

Очевидно, что все три блока взаимосвязаны и взаимообусловлены. Изменения в одном блоке непременно вызовут изменения взаимосвязанных параметров в других блоках.

Именно **экологическое состояние территории** определяет возможность и интенсивность туристско-рекреационного природопользования.

В последнее время экологическая ситуация в ряде регионов России оценивается как крайне напряжённая. Так, в промышленно развитых районах отмечается довольно высокий уровень загрязнения атмосферного воздуха, природных вод и почв, и, как следствие этого, ухудшение экологического состояния в целом. В результате этого резко снижается ценность природных рекреационных ресурсов.

Любая рекреационная деятельность осуществляется с целью восстановления физических сил человека и улучшения его психологического состояния. В связи с этим экологические факторы являются приоритетными по отношению к другим, включая и экономические.

Начальным этапом проведения экологической оценки является районирование территории по степени загрязнённости компонентов природной среды. Районирование проводится на основе анализа характера и интенсивности природопользования в регионе.

Для участков с высокой степенью загрязнённости компонентов природной среды оценку природных рекреационных ресурсов можно не проводить, т. к. они не могут представлять интереса для туристско-рекреационного использования именно в силу неблагоприятной экологической ситуации.

Оценка экологического состояния компонентов природной среды должна проводиться с учётом требований конкретного вида отдыха и туризма к параметрам и качеству компонентов природной среды.

Таким образом, **экологический блок** имеет два аспекта рассмотрения:

- влияние экологической ситуации туристско-рекреационного региона на возможность (целесообразность) развития туристско-рекреационного природопользования;
- воздействие туристско-рекреационной деятельности на экологическое состояние природных сред.

Эти два аспекта представляют собой двуединую задачу, решение которой возможно только при комплексном подходе.

В данном контексте следует, прежде всего, обратить внимание на следующие вопросы:

- оценка экологического состояния региона с точки зрения возможности его туристско-рекреационного освоения;
- проведение экологического аудита рекреационных территорий;
- определение требований различных видов туризма и рекреации к параметрам и качеству природных сред;

- выявление межотраслевых противоречий между рекреацией и другими отраслями хозяйства;
- выявление внутриотраслевых противоречий между отдельными видами туризма и рекреации;
- определение допустимых рекреационных нагрузок по видам отдыха на природные экосистемы;
- оценка туристско-рекреационного потенциала территории;
- разработка системы мероприятий по повышению эффективности туристско-рекреационного природопользования;
- составление схемы перспективного туристско-рекреационного освоения территории (акватории) регионов.

При исследовании экологического блока туристско-рекреационного природопользования, в силу его многоаспектности, на различных этапах применяются различные методологические подходы и методы.

Для получения комплексной информации об экологическом состоянии региона требуется просмотреть, отобрать и проанализировать большое количество информации, имеющейся по данному региону в различных организациях и ведомствах по различным направлениям исследований.

Этот этап работ включает:

- сбор информации по физико-географическому, климатологическому, геоморфологическому, биологическому, гидрологическому и гидрохимическому, почвоведческому и геохимическому, ландшафтному направлениям, а также об экологическом состоянии территории;
- сбор и статистическую обработку информации о направлениях и интенсивности хозяйственного использования территории региона;
- сбор и анализ имеющейся в природоохранных органах, ведомственных архивах и т. д. информации о состоянии компонентов природной среды.

Туристско-рекреационное природопользование включает большой спектр видов отдыха и спорта, каждый из которых предъявляет определённые требования к параметрам и качеству природной среды.

В последнее время всё более интенсивно развиваются так называемые экстремальные виды отдыха и туризма, к которым относятся дайвинг, скейтборд, виндсёрфинг, роллинг, параплан, прыжки с парашютом на скейтборде, прыжки на амортизаторе с мостов и в пропасть, сложные переходы (в том числе в пустынях и горах), заплывы, сплав на плотах по горным рекам, авто- и моторалли, рискованные горные восхождения без кислорода на запредельные высоты, как пешком, так и на мотоциклах, велосипедах и даже автомобилях. В связи с этим всё большее количество территорий, объектов и компонентов природы включаются в категорию «природные рекреационные ресурсы».

Социально-экономический блок туристско-рекреационной деятельности предусматривает решение следующих задач:

- проведение инвентаризации и оценка имеющихся природных, природно-антропогенных и антропогенных ресурсов для развития туристско-рекреационной отрасли;
- проведение экономической оценки рекреационных земель и объектов;
- выявление существующих и потенциальных потребностей местного населения в развитии (или организации) существующей инфраструктуры для целей внутреннего туризма и рекреации;
- оценка экономических возможностей населения по осуществлению туристско-рекреационной деятельности;

- проведение социологических опросов по выявлению тенденций развития туристско-рекреационной отрасли и её ориентации на выездной или внутренний туризм;
- выявление существующих и потенциальных потребностей в развитии (или организации) существующей инфраструктуры для целей въездного туризма: а) отечественного и б) международного;
- оценка экономических возможностей региона по инвестированию туристско-рекреационной деятельности;
- определение возможной окупаемости вложенных затрат в развитие туристско-рекреационной инфраструктуры;
- оценка экономической эффективности туристско-рекреационного развития региона.

Медико-биологический блок является как бы результирующей составляющей от состояния первых двух блоков.

Состояние здоровья людей напрямую зависит от экологического состояния региона, степени загрязнения природных сред и уровня жизни населения. С этих позиций необходимо провести анализ данных медицинской статистики для решения следующих задач:

- выявить заболевания, носящие «региональный» характер, т. е. вызываемые экологическими причинами;
- выявить заболевания, носящие профессиональный характер, т. е. развивающиеся в результате трудовой деятельности на предприятиях (или участках) вредного производства;
- определить направленность и виды отдыха и (или) лечения, необходимые для организации системы оздоровления определённых категорий населения;
- оценить необходимость и масштабы организации полноценного (длительного или кратковременного) отдыха или лечения в пределах региона проживания;
- на основе полученных данных оценить необходимость и масштабы выездного и въездного туризма;
- оценить эффективность туристско-рекреационных мероприятий по оздоровлению населения на основе анализа динамики больничных листов;
- оценить необходимость реконструкции, переориентации или строительства новых учреждений отдыха и лечения с учётом региональных особенностей и имеющихся лечебных или оздоровительных рекреационных ресурсов;
- оценить медико-биологическую ценность компонентов природной среды.

Медико-биологическая оценка позволяет выявить степень комфортности рекреационных ресурсов для восстановления физических и психологических сил и здоровья отдыхающих и проводится в основном для лечебно-оздоровительных видов отдыха, т. е. по оздоравливающим показателям природных ресурсов. В состав медико-биологической оценки входят:

- Оценка лечебно-оздоровительной роли геоморфологических ресурсов (возможность создания терренкуров – маршрутов дозированной ходьбы, развития оздоровительных и спортивных видов отдыха – пеший, конный туризм, прогулки на лыжах и т. д.). Оцениваются генетические и морфометрические характеристики рельефа (глубина и густота расчленения рельефа, крутизна склонов, сочетание положительных и отрицательных форм рельефа, наличие, распространение и интенсивность проявления опасных экзогенных процессов).
- Характеристика климата с точки зрения укрепления здоровья (амплитуды колебания температуры воздуха, повторяемость, направление и скорость ветра, режим влажности, осадков и т. д.). Оценивается благоприятность климатических показателей для развития зимних или летних видов отдыха.

- Оценка растительного покрова по его воздействию на здоровье человека (видовой состав, наличие растений, выделяющих фитонциды, наличие лекарственных растений и их распространение и др.) и возможности проведения лечебно-оздоровительных мероприятий.
- Оценка имеющихся на территории лечебных ресурсов (минеральные воды, лечебные грязи и т. д.).
- Оценка акватории водных объектов для развития лечебно-оздоровительных видов отдыха (оздоровительное купание, прогулки на весельных и парусных судах и др.).

Санитарно-гигиеническая оценка проводится для определения безопасности компонентов природной среды для здоровья отдыхающих по микробиологическим, химическим и физическим показателям.

При этом оцениваются санитарно-гигиенические характеристики атмосферного воздуха, почв, поверхностных и грунтовых вод, донных отложений и растительности. Критерием оценки являются действующие санитарно-гигиенические нормативы (ГОСТ, СНиП, СанПиН и т. д.).

Санитарно-гигиеническая оценка проводится с учётом региональных показателей заболеваемости населения.

Проблема повышения эффективности туристско-рекреационного использования территорий (акваторий) должна решаться регионально и поэтапно:

1 этап – проведение инвентаризации всех рекреационных ресурсов региона и оценки рекреационного потенциала;

2 этап – оценка компонентов природной среды и природных экосистем для различных видов туризма и рекреации, а также оценка историко-культурного наследия;

3 этап – определение структуры видов отдыха для различных экосистем и туристско-рекреационных объектов и определение допустимых рекреационных нагрузок;

4 этап – разработка региональной программы и схемы перспективного туристско-рекреационного освоения региона.

Выводы:

1. Развитие рекреационного природопользования зависит от наличия, объёмов, качества и состояния рекреационных ресурсов.
2. Оценки рекреационных ресурсов по запасам и комфортности для различных видов отдыха по климатическим, химическим, микробиологическим, экономическим и др. показателям, а также технологическая оценка являются количественными. Остальные оценки в основном предполагают экспертный характер их проведения, в результате чего их объективность зависит от корректности выбора оцениваемых параметров и критериев оценки.
3. Экологическая оценка проводится по всем компонентам природной среды, но определяющим является параметр наиболее значимый для данного вида отдыха.
4. Повышение эффективности туристско-рекреационного использования территорий (акваторий) возможно при проведении анализа структуры и запасов имеющихся природных, природно-антропогенных, антропогенных и трудовых рекреационных ресурсов с учётом их устойчивости к рекреационному воздействию и разработке на его основе схемы перспективного развития туристско-рекреационной отрасли региона.

УЧЕБНАЯ ФИРМА В ПОДГОТОВКЕ ТУРИСТСКИХ КАДРОВ

TRAINING COMPANY IN THE PREPARATION OF TOURIST PERSONNEL

Е. М. Лобоцкая, *профессор РМАТ, Западно-Подмосковный институт туризма – филиал РМАТ, кандидат педагогических наук, Московская обл., Одинцовский р-н, пос. Большие Вязёмы; lobs@g2.ru*

А. С. Царёв, *доцент кафедры управления персоналом Западно-Подмосковного института туризма – филиала РМАТ, кандидат педагогических наук, Московская обл., Одинцовский р-н, пос. Большие Вязёмы; kafedra.sport@gmail.com*

Аннотация. *В статье рассматривается опыт применения образовательной технологии «Учебная фирма» в практико-ориентированной подготовке менеджеров спортивного туризма, описываются коммерческие проекты, внедренные студентами.*

Ключевые слова: *образовательная технология, учебная фирма, профессиональная подготовка, активный туризм, тур, активная программа.*

Abstract. *The article considers the experience of using educational technology «TRAINING COMPANY» in practice-oriented training of managers of sports tourism, described commercial projects introduced by students.*

Keywords: *educational technology, training company, professional training, active tourism, tour package, active program.*

Изначально образовательная технология «Учебная фирма» возникла в Европе в 90-х, как деловая игра. Основываясь на принципе «делая – познаю», студенты выполняют должностные функции сотрудников реального предприятия, теоретические аспекты бизнеса постигаются в практике.

Учебная фирма – это своего рода экономический тренажёр, предоставляющий возможности узнать основы и тонкости разных специальностей, понять общие принципы функционирования современной фирмы как субъекта экономической деятельности, проявить творческие и интеллектуальные способности каждому участнику процесса.

Но туристские организации, принимая на практику студентов, не несут ответственности за содержание и качество прохождения ими учебной практики. Практика зачастую сводится к выполнению мелких поручений, незначительных функций, не раскрывающих всего объема квалификационных характеристик специалиста. Таким образом, выпускники зачастую демонстрируют несоответствие между высоким уровнем теоретических знаний и недостаточным уровнем практических навыков.

Кафедра спортивно-оздоровительного и экстремального туризма Западно-Подмосковного института туризма – филиала РМАТ основной своей задачей поставила практико-ориентированную подготовку менеджеров для туристских организаций занимающихся туристско-спортивным оперейтингом, специалистов активного туризма.

Практической базой для осуществления процесса дополнительной подготовки студентов как специалистов активного туризма стал созданный при кафедре спортивно-оздоровительного и экстремального туризма сотрудниками кафедры Центр активного туризма. Главная задача функционирования Центра активного туризма – это разработка, создание, проверка и дальнейшая реализация своих активных туров, совер-

шенствование навыков обучаемых в сфере активного туризма. Работа Центра, все этапы создания и работы активного тура или мероприятия выполняются студентами.

Для овладения навыками организации и проведения активных туристских мероприятий, получения собственного опыта участия в активных турах были организованны первые практические выходы студентов кафедры спортивно-оздоровительного и экстремального туризма и обучаемых по курсу «Активный туризм». Сначала это были непродолжительные занятия в полевых условиях, позже выходы в Подмосковном регионе на два–три дня, и один раз в семестр проводился выезд на 7–10 дней. Первый учебно-тренировочный маршрут студентов по мере отработки и устранения «слабых мест» стал первым туристским продуктом Центра активного туризма, который был выведен на коммерческую реализацию для туристов как тур «Пещерные города Крыма». Тур, являясь учебно-тренировочным маршрутом, управлялся руководителями из числа обучаемых, все работы по предварительной подготовке тура, непосредственно на маршруте и по окончании тура, выполняли студенты – участники тура.

В течении нескольких лет тур «Пещерные города Крыма» успешно предлагается туристам агентствами и непосредственно Центром активного туризма. Маршрут проходит от Бахчисарая до Ялты, через древние пещерные города: Чуфут-Кале, Тепе-Кермен, Мангуп-Кале, а так же через интересные природные объекты. Программа рассчитана на 11 дней: 7 дней – активный маршрут по Горному Крыму (около 100 км) и 4 дня экскурсионные поездки и анимационные мероприятия в Ялте, Севастополе и других интересных местах Южного берега Крыма.

Насыщенность маршрута экскурсионными объектами выдвигает дополнительные требования к студентам-инструкторам, помимо походного и инструкторского опыта студенты должны обладать знаниями в области истории, культурологи, чтобы проводить экскурсии по этим достопримечательностям. При организации туров мы столкнулись с проблемой нехватки инструкторов по активному туризму, которые должны не только уметь управлять туристской группой на маршруте, но и выполнять роль аниматора, а при работе с детской группой и вожатого, т. е. знать основы педагогики и психологии.

Следующими турами Центра стали летняя и зимняя программы в Приэльбрусье в посёлке Терскол. По нашему замыслу основной идеей этих программ была общедоступность практически для любого желающего отдыхать активно. Программа «Приэльбрусье летом» организована как активный тур, построенный на ежедневных радиальных выходах из базовой точки. Изначально базой летней программы являлся полевой лагерь, но позже базовый лагерь стал размещаться на территории пансионата, в номерах с набором основных удобств, таким образом, активное общение с природой стало еще доступнее, в группах появились туристы даже в возрасте 4 лет. По программе туристы посещали известнейшие места Баксанской долины: склоны Чегета, водопад Девичьи косы и обсерваторию, долины Адыл-Су, Адыр-Су, Шхельды, южный склон высшей точки Европы г. Эльбрус. Для туристов, настроенных на более серьезные испытания и яркие впечатления, предлагается программа с восхождением на г. Эльбрус.

Подготовка инструкторов для работы в Приэльбрусских программах также имеет свою специфику. Традиционно группы коммерческих туристов собираются из путешественников ранее не знакомых друг с другом, что остро ставит перед инструкторами и аниматорами задачу формирования сплоченного коллектива и контролирования психологического климата. Важнее чем в других проектах в Приэльбрусье стоит вопрос физической подготовки инструкторов, ведь программа проводится на высотах более 2 000 м над уровнем моря, а в варианте с восхождением до высоты вершины Эльбруса – 5 642 м над уровнем моря.

Таким образом, за первый год работы активных программ Центра активного туризма в них приняли участие более 120 туристов из Подмосковья, Москвы, Санкт-Петербурга, Нижнего Новгорода, Кемерово, Самары и других городов. Также прошли стажировку все обучаемые по специализации «менеджмент спортивного туризма». Программы были полностью разработаны, протестированы и подготовлены к реализации студентами, обучающимися по курсу, они же выполнили все функции, связанные с работой туров. Таким образом, студенты получили возможность заниматься любимым делом и при этом зарабатывать, а Центр активного туризма Западно-Подмосковного института туризма приобрел средства для своего развития.

ПРЕДПОСЫЛКИ КОСМИЧЕСКОГО ТУРИЗМА

PREREQUISITES OF SPACE TOURISM

М. Н. Ломоносов, *ученый секретарь Оргкомитета конференции, старший научный сотрудник кафедры рекреационной географии и туризма географического факультета МГУ имени М. В. Ломоносова, действительный член Российской академии космонавтики имени К. Э. Циолковского; minilom@yandex.ru*

С. В. Крошнин, *студент кафедры рекреационной географии и туризма географического факультета МГУ имени М. В. Ломоносова, sergiysw@gmail.com*

M. N. Lomonosov, *Scientific Secretary of the Organizing Committee, Senior researcher, Department of recreation geography and tourism, Faculty of Geography, Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russia; minilom@yandex.ru*

S. V. Kroshnin, *student, Department of recreation geography and tourism, Faculty of Geography, Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russia; sergiysw@gmail.com*

До недавнего времени туризм был связан исключительно с географической оболочкой Земли. В настоящее время туризм выходит за рамки нашей планеты и становится явлением космическим. В космическое пространство все более активно входит частный сектор, который разрабатывает и реализует конкретные бизнес-проекты в ряде видов космической деятельности, в частности в области космического туризма.

Космический туризм, как и любой другой вид туризма, имеет множество истоков: мотивационный, исторический, философский, морально-этический, социальный, юридический, экономический, организационный, технологический, экологический и т. д. Истоки рождают, соответственно, предпосылки появления и развития космического туризма, перечень которых, в достаточной мере условно, можно представить в следующем виде:

- мотивационная;
- научно-теоретическая;
- технологическая;
- фундаментальная;
- прецендентная или презентативная;
- нормативно-правовая.

Краткое описание предпосылок

Мотивационная предпосылка. Природное любопытство, стремление к познанию и преобразованию окружающего мира являются основой побудительных мотивов к полетам в космос. Издревле человечество мечтало о путешествиях на небо, и эти мечты отражались в мифах, легендах, эпосах, сказках, в сочинениях писателей-фантастов,

философиях и религиях практически всех стран мира. Для полета герои эпоса часто использовали силы природы и птиц, либо мистические силы. Один из первых мифов приводится в «Царском списке» Шумера: царь Этана поднялся на небеса на орле в поисках «растения рождения». Александр Македонский в античном романе взлетает на грифонах, да так высоко, что Земля становится «маленьким кружочком». Лукиан Самосатский во II в. до н. э. описал вихрь, поднявший корабль и направивший его к Луне. Мистические силы в священных текстах возносят на небо пророка Илию и пророка Мухаммеда. Рукотворный способ полета описывается в древнегреческом мифе о Дедале и Икаре.

Полет с помощью машин описывается уже в Новом времени. В книге французского писателя Сирано де Бержерака «Иной свет, или Государства и империи Луны» (1649 г.) герой улетает на Луну с помощью ракет. Выдвинутая автором идея последовательного срабатывания ракет сейчас используется в многоступенчатых системах.

Другие авторы выдвигали множество фантастических способов полета в космос и достижения Луны. В романе английского поэта Джорджа Байрона «Дон Жуан» (1818–1824 гг.) упоминается паровая машина. Американский писатель Эдгар По описал полет на Луну на воздушном шаре в рассказе «Необыкновенное приключение некоего Ганса Пфааля» (1835 г.) Французский писатель Александр Дюма (сын) предложил для полета вещество, отталкиваемое Землей, в романе «Путешествие на Луну» (1865 г.), а в романе другого француза Ашиля Эро «Путешествие на Венеру» (1865 г.) описывается ракетный аппарат. В известных романах Жюля Верна «С Земли на Луну» (1865 г.) и «Вокруг Луны» (1870 г.) герои летят на спутник в ядре огромной пушки.

Первая космическая станция описана американским писателем Э. Э. Хейлом в повести «Кирпичная Луна» (1869 г.) Искусственный спутник появляется в романе Жюля Верна «Пятьсот миллионов Бегумы» (1879 г.) Снаряд, предназначенный для уничтожения целого города, из-за ошибки в расчетах приобретает слишком большую скорость и преодолевает земное тяготение.

Давление солнечного света, отраженного неподвижным большим экраном на корабль, обеспечило полет с Луны на Венеру и Меркурий героям произведения «Необыкновенные приключения русского ученого» Ж. Ле-Фора и А. Графиньи (Франция) (1889–1896 гг.). Немецкий писатель Курт Лассвиц в романе «На двух планетах» (1897 г.) пишет о веществе, придающем невесомость космическому кораблю. Английский писатель Г. Уэллс в романе «Первые люди на Луне» (1901 г.) использовал идею гравитационного экрана.

Русский писатель А. Богданов в сочинении «Красная звезда» (1908 г.) для полета на Марс выбрал «минус-материю» в сочетании с реактивным двигателем, использующим энергию атомного распада вещества, а Б. Красногорский в романе «По волнам эфира» (1913 г.) описывает полет к Луне и обратно на космическом корабле, снабженном большим экраном для использования давления солнечного света в качестве движущей силы. Американские писатели А. Трен и Р. Вуд в романе «Вторая Луна» (1917 г.) описывают «ракетный двигатель на ядерной энергии».

Научно-теоретическая предпосылка. Большинство фантастических способов полета человека, вроде запуска из пушки, оказались непригодными. Что касается идеи полета человека в межпланетное пространство с помощью ракет, впервые освещенной в середине XVII в. Сирано де Бержераком и повторенной в середине XIX в. Ашилем Эро, а в какой-то мере и Жюлем Верном, то она оказалась вполне реальной на данном этапе развития науки и техники: и с использованием в ракетах химической энергии, как у Сирано де Бержерака и Жюля Верна с их пороховыми ракетами, и с использованием источника ядерной энергии для ракетного двигателя, как у А. Богданова и

Артура Трена и Роберта Вуда. Верной оказалась и идея использовать прямое световое давление, впервые предложенная Б. Красногорским.

Пороховая ракета была известна много сотен лет назад, сначала в Китае, затем в Индии и Европе. Применялась она как боевое средство для решения вспомогательных задач и для устройства увеселительных фейерверков. В XVI–XVII вв. было опубликовано несколько трудов, освещавших вопросы ракетной техники, например работы Ванноччо Бирингуччо в 1540 г., Казимира Семеновича в 1650 г., с описанием простых и составных, многоступенчатых ракет. Идея полета на ракете принадлежит китайцам. Согласно одной из легенд, мандарин Ван Гу в XVI в. пытался использовать пороховые ракеты для полета, но погиб от их одновременного взрыва.

В труде И. Ньютона «Система мира» (1731 г.) описано выведение тела с поверхности Земли на орбиту спутника Земли путем сообщения ему необходимой для этого скорости движения. Первая теория движения ракет была предложена У. Муром (1810–1813 гг.), а более строгое ее изложение дано в учебнике П. Г. Тейта и У. Дж. Стила по динамике точки (Кембридж, 1856 г.). Научный проект пилотируемого ракетного летательного аппарата принадлежит ученому-революционеру Н. И. Кибальчичу (1881 г.). В 1893 г. немецкий изобретатель Г. Гансвиндт предложил проект пассажирской пороховой ракеты для полета на планеты.

Основоположником космонавтики, разработавшим теорию ракетного полета и основные принципы построения ракетно-космических систем, автором первых научных планов проникновения человека в межпланетное пространство и завоевания космоса на благо человечества является Константин Эдуардович Циолковский (1857–1935 гг.). Опубликованная им в 1903 г. работа «Исследование мировых пространств реактивными приборами» и последующие ее дополнения являются фундаментальным вкладом в сокровищницу мировой науки. Эти исследования К. Э. Циолковский начал еще в XIX в., изложив их в 1883 г. в рукописи «Свободное пространство». Теоретические разработки К. Э. Циолковского позже были подтверждены и дополнены научными исследованиями как в СССР, так и за рубежом: во Франции – Робером Эно-Пельтри в 1913, 1928, 1930–1935 гг., в США – Робертом Годдардом в 1919, 1936 гг., в Германии – Германом Обертом в 1923, 1929 гг. и другими выдающимися учеными.

Технологическая предпосылка. Технологической предпосылкой следует считать создание космических аппаратов, пригодных для полета человека в космос. В начале 1944 г., во время Второй мировой войны, запущенная из Пенемюнде (Германия) ракета V-2 достигла высоты 189 км, совершив таким образом первый суборбитальный полет. После окончания войны в двух ведущих державах мира, СССР и США, началась активная разработка ракетных программ: в СССР ее возглавил С. П. Королев, а в США – Вернер фон Браун. На пути к космическим достижениям пришлось решить множество технических проблем, в том числе разработать способы ориентации и стабилизации аппаратов в космическом пространстве и запуска жидкостного ракетного двигателя в условиях невесомости. Благодаря этому стало возможным проведение исследований Луны и планет с помощью автоматических межпланетных станций и запуска спутников на высокоапогейные орбиты.

Начало космической эры связано с запуском советского «Спутника» на орбиту Земли 4 октября 1957 г. Шаг, ставший прелюдией полета человека в космос, был сделан 19 августа 1960 г. В этот день гигантская ракета-носитель, преодолев плотные слои атмосферы, вывела на околоземную орбиту обитаемый космический корабль весом 4 600 кг. Впервые такой тяжелый груз был поднят на высоту в 300 км. Кроме того, произошло еще одно значительное событие: совершив 17 оборотов вокруг планеты, обитаемый корабль-спутник возвратился на Землю. Космическими путешественниками на корабле были собаки Белка и Стрелка, а также кишечные палочки, стафилококки, клетки ра-

ковой опухоли, плесневые грибки, традесканции, мухи, мыши. Иными словами, биологические разведчики космоса были представлены довольно обширной иерархией живых существ – от низших бактериофагов до высокоорганизованных млекопитающих. В результате благополучного возвращения «биокосмонавтов» на Землю и обобщения всех полученных научных данных медики и биологи, наконец, дали положительный ответ на вопрос о том, что человек выживет при полете в космос. В результате началась активная подготовка к запуску первого пилотируемого корабля.

Космическая деятельность стала неотъемлемой частью деятельности человечества. Достаточно упомянуть телекоммуникации, навигацию, дистанционное зондирование, космическую биологию и физиологию, материаловедение, астрономические исследования и т. д.

Фундаментальная предпосылка. 12 апреля 1961 г. состоялся полет в космос гражданина СССР Ю.А. Гагарина. Этот полет доказал принципиальную возможность пребывания человека в космическом пространстве. Это событие поразило весь мир и в значительной мере способствовало тому, что космическая наука оказалась в центре внимания ученых всей планеты, а имя первого космонавта стало известно каждому цивилизованному человеку Земли. 5 мая 1961 г. состоялся первый суборбитальный полет человека. Американский астронавт Алан Шепард на космическом корабле Freedom 7 достиг высоты 186,5 км. Спустя четыре года, 18 марта 1965 г., летчик-космонавт СССР Алексей Леонов первым вышел в открытый космос. В результате этого первого в мире полета с выходом человека в открытый космос была доказана возможность жизнедеятельности организма в условиях космического пространства при использовании автономной системы жизнеобеспечения. 21 июля 1969 г. ступил первым на поверхность Луны американский астронавт Нейл Армстронг.

Прецендентная или презентативная предпосылка. 28 апреля 2001 г. запущен космический корабль «Союз ТМ-32» с первым космическим туристом на борту Деннисом Тито, который находился до 6 мая 2001 г. в российском сегменте Международной космической станции (МКС). Следует отметить, что до Тито на станции «Мир» совершили полет два непрофессионала: японский журналист Тоёхиро Акияма (его полет оплачивался телекорпорацией TBS) в 1990 г. и англичанка Хелен Шарман, химик из г. Шеффилд (ее полет оплачивался за счет общественных и корпоративных средств) в 1991 г. Попытка полета 28 января 1986 г. американской учительницы Кристи Маколифф закончилась печально: она погибла вместе с космонавтами во время аварии космического корабля «Челленджер».

Нормативно-правовая предпосылка. Эта предпосылка вытекает из международного космического права [7], основой которого является межправительственный Договор «О принципах деятельности государств по исследованию и использованию космического пространства, включая Луну и другие небесные тела» [4] (краткое название: Договор о Космосе), заключенный в 1967 г. между государствами-депозитариями СССР, США и Великобритания и в настоящее время объединяющий более 100 стран. Согласно статье I Договора о космосе исследование и использование космического пространства, включая Луну и другие небесные тела, осуществляются на благо и в интересах всех стран, независимо от степени их экономического или научного развития, и являются достоянием всего человечества. Космическое пространство, в отличие от воздушного пространства, является территорией общего пользования, т. е. территорией всех стран. Корректного определения нижней границы космоса, т. е. границы между атмосферой Земли и космическим пространством (линия Кармана) пока нет, поэтому в соответствии с определением Международной авиационной федерации в качестве линии Кармана условно принимается высота 100 км над уровнем моря. Космический туризм, как один из видов космической деятельности, не противоречит статье I Договора о космосе, но для его ус-

тойчивого развития исключительно важное значение имеет нормативно-правовая база. Государство, которое осуществляет космическую деятельность, несет международную ответственность за всю эту деятельность, включая космический туризм, и в этой связи его задачей является правовое решение вопросов сертификации, лицензирования, страхования космического туризма, как и любой другой коммерческой космической деятельности в рамках согласованного международного права. Но в настоящее время единая международная законодательная, нормативно-правовая база и правовая база страхования для массового космического туризма отсутствует.

Следует отметить некоторые попытки в этой области РФ и США, лидеров в космическом туризме на данный момент. К числу основополагающих правовых актов в сфере космической деятельности в России относится Закон РФ «О космической деятельности» (1993 г.) [1]. В Законе прямо не говорится об использовании в целях туризма космического пространства, но, тем не менее, косвенно допускается такая возможность: космический туризм относится, по терминологии Закона, к «иным видам деятельности, осуществляемой с помощью космической техники». Правовой статус членов экипажа и других участников космического полета (к ним относятся и туристы) определен в статье 20 Закона, а также рядом двусторонних соглашений между Федеральным космическим агентством и соответствующими органами и организациями других государств. В соответствии со статьей 27 Закона иностранные организации и граждане, осуществляющие космическую деятельность под юрисдикцией Российской Федерации, пользуются правовым режимом, установленным для организаций и граждан Российской Федерации, в той мере, в какой такой режим предоставляется соответствующим государством организациям и гражданам Российской Федерации.

США на сегодняшний день – единственное государство, принявшее национальное законодательство, специально предназначенное для регулирования космического туризма [5]. В США были приняты поправки (2004 г.) к Закону (1984 г.) о коммерческих космических запусках (Commercial Space Launch Amendments Act) [2]. В этих поправках делается различие между «экипажем» и «участниками космического полета». Так, в состав экипажа входят лица, нанятые лицензиатом, его правопреемником или их подрядчиками и субподрядчиками, которые осуществляют деятельность в рамках «найма, имеющую прямое отношение к запуску, возвращению или иной эксплуатации ракеты-носителя или возвращаемого аппарата с людьми на борту». «Участник космического полета» определен как лицо на борту ракеты-носителя или возвращаемого аппарата, не входящее в состав экипажа. Понятие «участник космического полета» охватывает и космических туристов.

Ранее было отмечено, что начало космическому туризму положил в 2001 г. американский бизнесмен Деннис Тито, который на российском корабле Союз был доставлен на МКС. Особый правовой статус космонавтов и членов экипажа МКС, их взаимоотношения на МКС регламентированы в отдельном документе – Кодексе поведения экипажа МКС, вступившем в силу 1 октября 2000 г. В 2001 г. вступило в силу Соглашение «Принципы, касающиеся процессов и критериев отбора, назначения, подготовки и сертификации членов основных экипажей МКС и экспедиций посещения», подписанное участниками проекта МКС. Оно регламентирует условия совершения полета на МКС и определяет две категории членов экипажа: профессиональные астронавты (космонавты) и участники космических полетов. Профессиональным астронавтом (космонавтом) считается лицо, прошедшее официальный отбор, получившее в своем космическом агентстве соответствующую квалификацию и зачисленное в штат отряда астронавтов (космонавтов). В категорию участников космических полетов отнесены лица, отобранные для полета («спонсируемые») одним или несколькими космическими агентствами – партнерами в программе МКС

для выполнения коммерческих, научных и других программ, а также представители космических агентств, не являющихся партнерами по МКС, – инженеры, ученые, учителя, журналисты, кинооператоры или туристы. Соглашение устанавливает правила отбора членов экипажа и их включения в состав основных экспедиций и экспедиций посещения на МКС. Агентство-спонсор должно проверить своего кандидата на медицинскую пригодность к долгосрочному или краткосрочному полету по согласованным критериям, а также установить, может ли кандидат успешно работать как член международного космического экипажа. В частности, должны быть проверены опыт работы кандидата, качество работы в условиях стресса, способность к работе в команде, высокие моральные качества, гибкость, адаптируемость и мотивация для участия в полете. Член экипажа должен знать условия Кодекса поведения и быть готовым к их исполнению. В связи с тем, что английский язык является официальным языком станции, Соглашение требует от каждого кандидата, чтобы он хорошо говорил и читал по-английски, дополнительно в отношении командира, пилота и бортинженера уточняется, что для них обязательно хорошее владение английским и русским языком.

Участники космических полетов могут иметь статус исследователя (visiting scientist), коммерческого пользователя или туриста. Им не могут быть даны задания по сборке МКС, ее эксплуатации или техническому обслуживанию. В зависимости от профессиональных возможностей туриста его степень участия в жизнедеятельности экипажа оговаривается отдельно. Если судить по состоявшимся полетам, особой программы у них не было. У каждого туриста были индивидуальные планы: например, второй, южноафриканский миллионер Марк Шаттлуорт, во время полета в основном сидел у иллюминатора, смотрел в космическую даль и фотографировал.

В 2007 г. утверждены Правила Федерального управления гражданской авиации США о требованиях, которым должны соответствовать экипаж и участники пилотируемых космических полетов [3]. Согласно Правилам, компании-операторы ракетносителей обязаны соблюдать условия лицензии на осуществление коммерческих космических полетов, предоставлять экипажу и участникам информацию о мерах обеспечения их безопасности. Участники космического полета (пассажиры) должны быть дополнительно проинформированы о степени риска космического полета в целом, в частности, полета в ракете-носителе компании-оператора. Правила также устанавливают определенные медицинские требования и стандарты подготовки экипажа и участников полета, а также определяют систему контроля за состоянием окружающей среды и обеспечением жизнедеятельности.

Неотъемлемой частью космической деятельности является страхование. В настоящий момент обязательное страхование гражданской ответственности перед третьими лицами осуществляет Федеральное космическое агентство. Страховые суммы, как правило, варьируются от 150 до 500 млн долл. США.

Совокупность предпосылок космического туризма, представленная авторами в данной работе, по сути, образует его фундаментальный базис. Каждый вид человеческой деятельности, а тем более новый, каким является космический туризм, должен обеспечивать необходимые и достаточные условия устойчивого развития и себя, и земной цивилизации в целом. Поэтому представляется важным осознание необходимости разработки концепции устойчивого развития цивилизации в рамках ноосферы, что является прямой задачей глобалистики как науки. Отсутствие такой концепции в настоящее время может привести к дискредитации интенсивной «колонизации» космического пространства, в целом, и зарождающейся индустрии космического туризма, в частности, а также к непредсказуемым последствиям для человечества. Но, прежде всего, авторы ставят перед собой в качестве неотложной задачи проведение

проблемно-ориентированного анализа и оценки степени зрелости предпосылок космического туризма с учетом социально-гуманитарного и этического аспектов [6].

Список литературы

1. Закон РФ от 20 августа 1993 г. N 5663-I «О космической деятельности»: по состоянию на 21 ноября 2008 г. [Текст] / Президент РФ Б. Н. Ельцин ; Дом Советов России. – М. : Ось-89, 2008. – 32 с.
2. Commercial space launch amendment act [Text] / 108th Cong., 2d Sess. – Public Law No. 108/492, 2004. – 118 Stat. 3974.
3. Human Space Flight Requirements for Crewand Space Flight Participants : A Rule by the Federal Aviation Administration on 12/15/2006 [Text] // Federal Register : The Daily Journal of the United States Government. – Department of Transportation, USA, 2006. – Pp. 75616 -75645.
4. Договор о принципах деятельности государств по исследованию и использованию космического пространства, включая Луну и другие небесные тела : одобрен 21-й сессией Генеральной Ассамблеи ООН 19 декабря 1966 г., вступил в силу в 1967 г. [Электронный ресурс] // Официальный сайт UNOOSA. – URL : http://www.unoosa.org/oosa/ru/SpaceLaw/gares/html/gares_21_2222.html. Проверено 11.03.2012.
5. Вылегжанин, А. Космос в международно-правовом контексте [Текст] / Александр Вылегжанин, Мариам Юзбашян // Международные процессы. – 2011. – Т. 9, №3 (27) : Сентябрь–декабрь. – С. 18–30.
6. Ломоносов, М. Н. Этический аспект космического туризма [Текст] / М. Н. Ломоносов, М. Н. Бурдаев, Ю. И. Фивенский // Труды IV Междунар. науч.-практ. конференции «Туризм и рекреация: фундаментальные и прикладные исследования» : МГУ имени М. В. Ломоносова, географический ф-т, Москва, 28–29 апреля 2009 г. – М., 2009. – С. 168–176.
7. Писаревский, Е. Л. Правовые основы космического туризма [Текст] / Е. Л. Писаревский // Туризм : право и экономика. – М.: Юрист, 2006. – №2. – С. 9–14.

СОСТОЯНИЕ И ТЕНДЕНЦИИ КОСМИЧЕСКОГО ТУРИЗМА

CONDITION AND TENDENCIES OF SPACE TOURISM

М. Н. Ломоносов, *ученый секретарь Оргкомитета конференции, старший научный сотрудник кафедры рекреационной географии и туризма географического факультета МГУ имени М. В. Ломоносова, действительный член Российской академии космонавтики имени К. Э. Циолковского; minilom@yandex.ru*

С. В. Крошнин, *студент кафедры рекреационной географии и туризма географического факультета МГУ имени М. В. Ломоносова, sergiysw@gmail.com*

M. N. Lomonosov, *Scientific Secretary of the Organizing Committee, Senior researcher, Department of recreation geography and tourism, Faculty of Geography, Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russia; minilom@yandex.ru*

S. V. Kroshnin, *student, Department of recreation geography and tourism, Faculty of Geography, Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russia; sergiysw@gmail.com*

В данной работе авторами представлен информационный обзор состояния, тенденций космического туризма, рассмотрен один из типовых сценариев возможного развития туризма и отмечен его основной недостаток.

Проведенные в разных странах исследования потенциального рынка космического туризма, в частности США, Канаде, Великобритании, Германии и Японии, показали заинтересованность людей космическим туризмом и их возможность и готовность платить за космическое путешествие. На этом основании определена прогнозная оптимистическая оценка спроса на этот вид услуг, которая в определенной мере стимулирует разработки специальных космических носителей, более экономичных и простых, чем традиционные ракеты, и пригодных для массового космического туризма. Одна из разработок была выполнена в ходе конкурса Ansari X Prize. Для зарождающейся индустрии космического туризма представляют интерес, в первую очередь, аппараты для суборбитальных и орбитальных полетов. В этой связи целесообразно привести кратко некоторые ключевые моменты развития космического туризма (событий и реализаций проектов), основанных на хронологии О. А. Базалука [5] и дополненных авторами из разных источников:

1944 г. – Ракета V-2, запущенная из Пенемюнде, достигла высоты 189 км, совершив таким образом первый суборбитальный полет.

1961 г. – Американский астронавт Алан Шепард совершил первый суборбитальный полет на космическом корабле Freedom 7, достигнув высоты 186,5 км.

1962 г. – Установлен неофициальный мировой рекорд высоты – 107,960 км на экспериментальном пилотируемом суборбитальном самолете USAF X-15.

1984 г. – В Великобритании увидела свет первая серия публикаций Дэвида Ашфорда на тему создания летательного аппарата для туристических полетов в космос.

1985 г. – Гари Хадсон представил общественности проект дизайна многоразового одноступенчатого воздушно-космического аппарата «Phoenix» (вертикальные взлет и посадка). Фирма Pacific American Launch Systems вместе с туристической компанией Society Expeditions дали старт проекту «Project Space Voyage». За 50 тыс. долл. каждому желающему предлагалось в течение короткого промежутка времени побывать на низкой околоземной орбите. Тем не менее, популярностью инициатива не пользовалась.

1986 г. – На очередном Международном Конгрессе Астронавтики (IAF Congress) представлен доклад на тему «Вероятные экономические последствия развития космического туризма».

1986 г. – Гибель космического корабля «Челленджер» 28 января во время взлета. Все находившиеся на борту космонавты погибли, включая Кристи Маколифф. Школьная учительница должна была стать первым в истории NASA гражданским членом экипажа корабля. Спустя некоторое время, правительство США ввело запрет на полеты в космос непрофессионалов.

1989 г. – На Международном Конгрессе Астронавтики компания Shimizu Corporation, работающая в сфере строительства, представила дизайн проекта орбитального отеля.

1990 г. – В статусе космонавта-исследователя журналист Тоёхиро Акияма совершил полет на станцию «Мир». Его полет оплачивался телекорпорацией TBS.

1991 г. – За счет общественных и корпоративных средств совершила полет на станцию «Мир» англичанка Хелен Шарман.

1993 г. – Организация Japanese Rocket Society (JRS) объявила о старте кампании по развитию космического туризма как вида предпринимательской деятельности. Результаты проведенного на территории Японии масштабного аналитического исследования показали, что среди 3 030 опрошенных респондентов подавляющее большинство с большим интересом следят за ходом развития отрасли и хотели бы стать космическими туристами.

1995 г. – Результаты социально-аналитических исследований в Канаде, США, Германии подтвердили заинтересованность общественности в космическом туризме.

1996 г. – В Сент-Луисе, США, объявлен старт конкурса «X-Prize». Согласно положениям конкурса «X-Prize» требуется создать трехместный летательный аппарат, способный достигать высоты 100 км. Первая организация, которая на собственные или предоставленные частными лицами средства разработает такую систему и проведет два полета с интервалом в две недели, получит приз в размере 10 млн долл.

1998 г. – Учрежден первый японский космический туроператор Spacetopia Inc. Компания Daimler-Benz Aerospace GmbH, один из партнеров-спонсоров Первого Международного Симпозиума по вопросам Космического Туризма, начала собственную программу по изучению вопросов космического туризма.

2001 г. – 28 апреля запущен космический корабль «Союз ТМ-32» с первым космическим туристом на борту Деннисом Тито.

2001 г. – 21 июня агентство NASA, впервые за 40 лет своего существования, провело социологический опрос жителей США, в ходе которого им удалось определить уровень заинтересованности и отношение общества к космическому туризму.

2004 г. – 21 июня частный космический корабль многоразового использования SpaceShipOne (детище Virgin Galactic) при публичном (порядка 27 тыс. зрителей) испытательном полете за пределы земной атмосферы достиг высоты 111,996 км, побив прежний рекорд 107,960 км (1962 г.).

2004 г. – 4 октября Фонд X-Prize объявил создателей SpaceShipOne, компанию Scaled Composites, победителями соревнования.

2004 г. – 23 декабря президент США Джордж Буш подписал закон, регламентирующий права на проведение частных полетов людей в космос. Согласно этому документу, граждане США имеют полное право совершать полеты в космос на частных летательных аппаратах на свой страх и риск.

2005 г. – 27 июля компании Scaled Composites и Virgin Group объявили о создании совместного предприятия Spaceship Company для разработки и запуска летательных аппаратов SpaceShipTwo и White Knight 2.

2005 г. – 17 октября компания Virgin Galactic начала прием заявок желающих стать космическими туристами.

2007 г. – Пресс-служба Bigelow Aerospace объявила о намерениях компании ближе к 2010 г. построить космический отель. Заявление американской компании последовало сразу после того, как испанская Galactic Suite сообщила о намерениях построить отель для космических туристов до 2012 г.

2007 г. – Трансъевропейский аэрокосмический гигант EADS-Astrium объявил о начале разработки суборбитального самолета двойного назначения (для туристов и как суборбитальный сверхбыстрый транспорт для бизнесменов). Самолет взлетает с обычного аэродрома и достигает высоты более 100 км.

2008 г. – В России началась разработка частного ракетоплана для космического туризма. Ракетоплан доставляется транспортным самолетом на высоту нескольких десятков км, затем отделяется от самолета и самостоятельно поднимается на высоту 100 км.

2009 г. – 20 июня впервые проведен обряд бракосочетания (30-летняя Эрин Финнеган и 31-летний Ноа Фулмор из Нью-Йорка) в условиях невесомости на борту специально модифицированного самолета Боинг-727-200 на высоте нескольких тысяч метров над Мексиканским заливом под руководством космического туриста Ричарда Гэрриота [1].

2010 г. – 12 октября состоялся первый пилотируемый полёт коммерческого суборбитального космического корабля SpaceShipTwo VSS Enterprise, созданного в компании Virgin Galactic. Полёт, выполнявшийся без двигателей, был парящим, его цели заключались в том, чтобы проследить за динамикой освобождения кораб-

ля, произвести начальную оценку систем управления и последствий остановки двигателей, сравнить устойчивость и управляемость с предсказаниями компьютерных моделей, оценить подъёмную силу и сопротивление, совершить спуск и посадку. Планируется, что космический корабль SpaceShipTwo будет поднимать на суборбитальную высоту шестерых пассажиров и двух пилотов. Первоначальная цена билетов для космических пассажиров – около 200 тыс. долл. за место. SpaceShipTwo, разработанный Scaled Composites и конструктором Бёртом Рутаном, представляет собой усовершенствованный вариант самолёта-ракеты SpaceShipOne, победителя конкурса Ansari X Prize в 2004 г.

2010 г. – 23 октября в штате Нью-Мексико (США), в 70 км к северу от города Лас-Крусес, открыли взлётно-посадочную полосу первого в мире частного космодрома «Америка» (другое название – The New Mexico Spaceport Authority Building), на рис. 10 показан вид космопорта. Руководитель проекта – всемирно известный архитектор Норманн Фостер. Космодром получил от Федерального управления авиации лицензию на прием и отправку частных суборбитальных космических кораблей в 2008 г.

2011 г. – Роскосмос объявил о первой заявке потенциального космического туриста на полет вокруг Луны на российском космическом корабле «Союз», предполагается, что он может состояться в 2017 г.

2012 г. – Японская компания «Obayashi Corporation» приступила к разработке и реализации идеи К. Э. Циолковского о создании космического лифта длиной 96 000 км для доставки туристов в Космос. По планам лифт должен быть готов к 2050 г.

2012 г. – Принято решение о строительстве первого российского туристского космопорта на родине Ю. А. Гагарина в Смоленской области (в 20 км от места рождения Ю. А. Гагарина).

2012 г. – 25 мая к МКС впервые причалил частный космический корабль Dragon, испытания которого были успешно проведены в 2010 г., когда он доставил в Космос головку сыра.



Рис. 10. Частный космодром в Нью-Мехико (Источник: [11])

Хронология выборочных фактов из современной истории космического туризма дает представления о зарождении индустрии космического туризма и о том, как она стремительно набирает «обороты». Космический туризм привлекает все большее внимание общества и бизнеса. В настоящее время индустрия космического туризма находится в стадии активного формирования. На рис. 11 приведен список ведущих компаний космического туризма.



Рис. 11. Лидеры индустрии космического туризма (Составлен авторами)

Организацией полётов туристов с 2001 г. занимаются Роскосмос в сотрудничестве с американской компанией Space Adventures. Всего эти компании до настоящего времени (апрель 2012 г.) отправили на орбиту восемь первых космических туристов (из них Чарльз Симони – дважды). Подготовка перед полетом проводится в Звёздном городке под Москвой, а также в небольших самолётах, имитирующих невесомость. После стольких удачных полётов стало очевидно – космический туризм стал реальностью и может приносить доход. Началась активная работа над созданием частных космических кораблей. В самой ближайшей перспективе ожидаются суборбитальные полеты.

В развитии массового космического туризма четко прослеживаются тенденции поэтапной реализации туристских проектов, которые схематично можно представить в следующем виде [2].

Этап 1:

- Появление турпродукта на рынке;
- Монополия и высокая стоимость продукта.

На первом этапе тур будет иметь достаточно высокую цену. Это связано с монополией одной компании (Virgin Galactic) и уникальностью услуги.

Этап 2:

- Выход на рынок новых компаний;
- Совершенствование кораблей;
- Снижение стоимости продукта;
- Значительное увеличение числа туристов.

На втором этапе цена снизится за счет выхода на рынок других компаний и начала конкурентной борьбы. Также следует ожидать совершенствование технических

средств, снижение затрат на одного космического туриста за счет увеличившегося оборота. Проведенные в Великобритании исследования показали, что значительную долю потенциального рынка космического туризма составляет молодое поколение (около 70% респондентов в возрасте до 19 лет согласны полететь в космос). Обратная ситуация наблюдается в сегменте старше 60 лет – 70% : респондентов не готовы лететь в космос из-за отсутствия интереса, слишком большого возраста или попросту «невозможности» такого полета.

Этап 3:

- Насыщение рынка суборбитальных полетов;
- Создание космических отелей.

На третьем этапе, через 5–10 лет после начала массового космического туризма, ожидается насыщение рынка суборбитальных полетов. Для сохранения интереса к космическим турам компаниям нужно будет создать космические отели.

Этап 4:

- Туристские полеты на Луну;
- Лунные отели.

На четвертом этапе начнутся полеты на Луну и создание лунных отелей.

Космический туризм приобретет массовый характер при запуске на орбиту и развертывании сети космических отелей, тогда в его определении могут появиться, по аналогии с «земным» туризмом, термины «перемещение и размещение». Надувные космические корабли впервые были разработаны НАСА в 1960-х гг. Ранние прототипы собирались из камер с плотной майларовой оболочкой. Следующее поколение использовало резиновые камеры с покрытием из кевлара. Когда в 2000 г. Конгресс США прекратил финансирование этой программы, миллионер Роберт Бигелоу получил лицензию на государственные патенты и начал модернизировать их с целью дальнейшего коммерческого использования. Испытания запусков модулей Genesis I и Genesis II прошли успешно.

К 2014 г. Бигелоу планирует приступить к сборке орбитального комплекса, который условно называется «Наутилус» – до тех пор, пока кто-нибудь не выкупит право на имя. Это будут соединенные между собой модули: Sundancer и BA330 для клиентов, еще один Sundancer для проживания обслуживающей станцию команды Bigelow Aerospace и модуль-причал, в котором разместится корабль-перевозчик [6].

Создание лунного отеля планируют также гостиничные сети Premier Inn [9] и Hilton [7]. Владелец последней сети Баррон Хилтон предлагал создание космических отелей еще в 1967 г., но тогда это предложение не было воспринято всерьез [4].

Развитие космического туризма невозможно без создания разветвленной инфраструктуры космической индустрии туризма, к которой относятся: наземные компоненты – туроператоры, космопорты, транспортные компании, производственные фирмы, средства размещения и питания, медицинские центры, специальные учебные заведения по подготовке квалифицированных кадров для индустрии космического туризма и т. д.; космические комплексы – службы по поддержанию порядка и оказанию помощи терпящим бедствие, госпитали и медицинские станции для профилактики и лечения заболеваний, службы связи, навигации и других коммуникаций, заправочные станции, ремонтные станции, средства коммуникации, транспортные сети и средства по перемещению в околоземном пространстве (космические хабы для регулярного сообщения с Землей и транзитных пересадок и др.), отели, круизные суда, лаборатории, заводы для производства космических лайнеров непосредственно на орбите (для снижения стоимости и увеличения габаритных размеров) и т. д.; экологические и оперативные службы – уборка кос-

мического мусора, мониторинг и предупреждение о солнечных вспышках и иных опасных явлениях [3; 8; 10].

NASA ожидает оборот этой отрасли около 1 млрд долл. к 2022 г. [12].

Во многих странах мира активно ведется проектирование и строительство туристских космопортов, в частности в одном только Карибском бассейне запланировано 6 космодромов:

- три космодрома на американском побережье Мексиканского залива – Gulf Coast Regional Spaceport (штат Техас, в районе г. Хьюстон), South Texas Spaceport (штат Техас, в районе г. Браунсвилл, недалеко от мексиканской границы), Spaceport Alabama (штат Алабама, в районе г. Мобил);
- в Мексике принято решение о размещении космодрома на полуострове Юкатан около г. Четумаль, недалеко от границы с Белизом (побережье Карибского моря, менее 300 км от Мексиканского залива);
- Куба планирует строительство на своей территории космодрома;
- в 2014 г. будет построен космопорт на острове Кюрасао, самоуправляемом государственном образовании в составе Королевства Нидерландов, расположенном в 80 км от берегов Венесуэлы.

Таким образом, Карибский бассейн будет «окольцован» космодромами. Строительство космодромов и формирование других элементов «наземной» инфраструктуры индустрии космического туризма ведется и во многих других регионах мира, что характеризует активную подготовку к реализации разрабатываемых проектов туристского освоения космического пространства.

Один из долгосрочных сценариев развития космического туризма (до 2030 г., в части космической инфраструктуры) отображен на рис. 12. Данный сценарий рассчитан на поток туристов 5 млн чел. в год с постоянным проживанием в Космосе 70 тыс. чел.

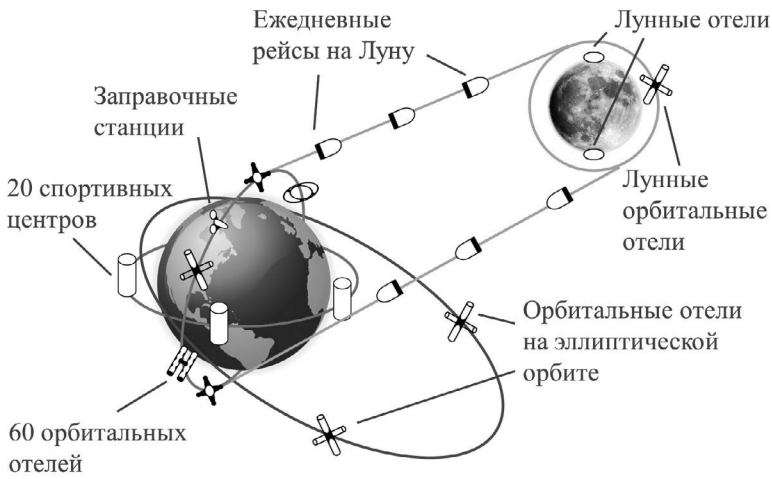

Рис. 12. Космический туризм в 2030 (Источник: [3])

Существуют также и другие, более или менее, подобные сценарии развития индустрии и рынка космического туризма, перспективные планы в которых связаны с освоением других планет Солнечной системы и выходом за ее пределы. Но, как отмечают авторы данной публикации, в них, главным образом, сквозной является идея коммерциализации Космоса, исходя из практически неограниченного потенциального рынка космического туризма, и совершенно отсутствует научное обоснование космического туризма как необходимой компоненты стратегии устойчивого развития человечества.

Для восполнения этого пробела необходим всесторонний анализ космического туризма с социально-гуманитарной и этической точек зрения [1].

Список литературы

1. Ломоносов, М. Н. Этический аспект космического туризма [Текст] / М. Н. Ломоносов, М. Н. Бурдаев, Ю. И. Фивенский // Труды IV Междунар. науч.-практ. конференции «Туризм и рекреация: фундаментальные и прикладные исследования» : МГУ имени М. В. Ломоносова, географический ф-т, Москва, 28–29 апреля 2009 г. – М., 2009. – С. 168–176.
2. Abitzsch, S. Prospects of Space Tourism [Text] / S. Abitzsch // European Aerospace Congress (9th) 1996: Visions and Limits of Long-term Aerospace Developments. Symposium vom 14. und 15. Mai 1996 in Berlin. – Berlin, 1996. – Pp. 99–112.
3. Collins, P. The Space Tourism Industry in 2030 [Text] / P. Collins // Space 2000: proceedings of SPACE 2000 ; the seventh International Conference and Exposition on Engineering, Construction, Operations and Business in Space, February 27 – March 2, 2000, Albuquerque, New Mexico. – Pp. 594–603.
4. Hilton, B. Hotels in space [Text] / B. Hilton // In : American Astronautical Society conference proceedings, 1967. – Preprint AAS 67-126. (Available from: http://www.spacefuture.com/archive/hotels_in_space.shtml.).
5. Базалук, О. А. Хронология развития космического туризма [Электронный ресурс] / О. А. Базалук // Международное философско-космологическое общество. – URL : http://www.bazaluk.com/conference/268/comments.html. Проверено 07.03.2012.
6. Надувные гостиницы в космосе [Электронный ресурс] / Дэвид Юэлт // Журнал Forbes. – URL : http://www.forbes.ru/svoi-biznes/predprinimateli/72166-naduvnye-gostinitsy-v-kosmose. Проверено 12.03.2012.
7. First on the Moon for the Hilton [Electronic resource] // Resonance Publications, Inc. – URL : http://www.resonancepub.com/space.htm. Проверено 12.03.2012.
8. Future Space Transportation Study [Electronic resource] // Space and Tech. – URL : http://www.spaceandtech.com/company/projects_fsts.shtml. Проверено 02.04.2012.
9. Get a good night's kip… on the moon [Electronic resource] // Metro newspaper. – URL : http://www.metro.co.uk/weird/148862-get-a-good-nights-kip-on-the-moon. Проверено 12.03.2012.
10. Orbital Infrastructure 2050 [Electronic resource] // Space Tourism Society. – URL : http://www.spacetourismsociety.org/STS_Projects/2050_Plan_files/2050 Orbital Infrastructure.pdf. Проверено 30.03.2012.
11. The New Mexico Spaceport Authority Building [Electronic resource] // Italy Internet-portal : Laltra. – URL : http://www.laltra.it/wp-content/uploads/2011/10/ASTRO-1.jpg. Проверено 25.03.2012.
12. U.S. Space tourism set for takeoff by 2014, FAA says [Electronic resource] // Reuters. – URL : http://www.reuters.com/article/2012/03/20/us-usa-space-tourism-idUSBRE82J0W720120320. Проверено 24.03.2012.

ПРОБЛЕМЫ КОСМИЧЕСКОГО ТУРИЗМА

PROBLEMS OF SPACE TOURISM

М. Н. Ломоносов, *ученый секретарь Оргкомитета конференции, старший научный сотрудник кафедры рекреационной географии и туризма географического факультета МГУ имени М. В. Ломоносова, действительный член Российской академии космонавтики имени К. Э. Циолковского; minilom@yandex.ru*

С. В. Крошнин, *студент кафедры рекреационной географии и туризма географического факультета МГУ имени М. В. Ломоносова; sergiysw@gmail.com*

M. N. Lomonosov, *Scientific Secretary of the Organizing Committee, Senior researcher, Department of recreation geography and tourism, Faculty of Geography, Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russia; minilom@yandex.ru*

S. V. Kroshnin, *student, Department of recreation geography and tourism, Faculty of Geography, Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russia; sergiysw@gmail.com*

Авторы данной работы при изучении истоков космического туризма составили перечень его основных предпосылок, в который вошли следующие предпосылки: мотивационная; научно-теоретическая; технологическая; фундаментальная; прецендентная или презентативная; нормативно-правовая. На основании их рассмотрения может возникнуть иллюзия готовности человечества к массовому космическому туризму, но при этом встает вопрос: а являются ли эти предпосылки, с учетом степени их зрелости, необходимыми и достаточными для развития космического туризма как компоненты устойчивого развития земной цивилизации?

Чтобы получить ответ на этот вопрос, следует принять во внимание и проанализировать следующие нерешенные проблемы космического туризма:

1 Понятийные, терминологические проблемы, формирование целей и задач космического туризма, определение его места в системе мирового туризма.
2 Отсутствие концептуальной стратегии устойчивого развития человечества с учетом всех видов космической деятельности, включая космический туризм.
3 Отсутствие единой международной законодательной, нормативно-правовой базы, правовой базы страхования для космического туризма.
4 Безопасность космического туризма.
5 Природные и техногенные риски.

Краткий анализ проблем

Авторы отмечают, что термины «космический туризм», «космический турист» корректно не определены и используются на практике достаточно условно, впервые они введены неофициально компанией Space Adventures при подготовке совместно с Роскосмосом первых частных лиц к полету в космос. В отношении первых космических туристов в официальных документах применяются термины «участники космического полета», «пассажиры». Термин «космический турист» в средствах массовой информации обозначает частных лиц, которые совершили, или готовятся совершить, космический полёт, оплатив его на коммерческой основе. В работе [6] приводится следующее определение термина «космический туризм»: «...космический туризм – это вид туризма, целью которого является использование космического пространства, включая наблюдение за космическими объектами и явлениями, и осуществляемое посредством участия в космическом полете, а также с помощью космической и иной инфраструктуры на Земле».

В приведенных трактовках терминов «космический турист» и «космический туризм» наблюдается механический перенос привычных «на слух» понятий «туризм», «турист», которые определены как термины с привязкой к географической оболочке Земли, причем корректность их «земных» определений достаточно проблематична и по этому поводу дискуссии не прекращаются. Так, например, если сравнить определения:

- туризм – это активный отдых, влияющий на укрепление здоровья, физическое развитие человека, связанный с передвижением за пределы постоянного места жительства (ООН, 1954 г.);
- туризм – один из видов активного отдыха, представляющий собой путешествия, совершаемые с целью познания тех или иных районов, новых стран и сочетаемые в ряде стран с элементами спорта (Всемирная конференция по туризму, проведенная ВТО в Мадриде, 1981 г.);
- туризм – это деятельность лиц, которые путешествуют и осуществляют пребывание в местах, находящихся за пределами их обычной среды, в течение периода, не превышающего одного года подряд, с целью отдыха, деловыми и прочими целями (Статистическая комиссия ООН, 1993 г.),

то видно, что трансформация понятия «туризм» происходит в сторону «вымывания» из него рекреационной составляющей, да и гуманитарная завуалирована.

Исключительно к географической оболочке относятся цели и задачи «земного» туризма и весь разработанный понятийный аппарат. Поэтому понятийный аппарат, терминология, цели и задачи «космического туризма», его место в системе туризма и совместимость с ним, соотносимость космического туризма и Глобального этического кодекса туризма и т. д., являются предметом специальных научных исследований. При этом представляется интересным и целесообразным вариант совершенствования, адаптации и расширения понятийного аппарата «земного» туризма применительно к космическому пространству.

Развитие мировой космической деятельности в современную эпоху, эпоху начала XXI в., имеет характерную особенность: негативные процессы, сопровождающие деятельность, начинают стремительно превалировать над ее позитивным смыслом. Эта особенность проявляется в явных признаках деградации экосистемы Ближнего космоса, нарушении экологического баланса между Землей и Космосом. Для предотвращения, в том числе и по этой причине, надвигающегося нусогенного кризиса, т. е. кризиса смысла существования человечества, необходима стратегия устойчивого развития, по определению В. И. Вернадского, ноосферы. Такая стратегия пока не разработана, есть только отдельные разрозненные ее блоки. В этом плане выделяются конструктивные философско-аналитические исследования космонавта-испытателя С. В. Кричевского, в которых он обоснованно доказывает необходимость принятия парадигмы устойчивого социоприродного развития в качестве концептуальной основы стратегии развития человечества, предполагающей гармоничное сбалансированное сочетание земной и космической деятельности [3, 2]. В рамках этой парадигмы и должно быть определено место космического туризма в общей стратегии развития человечества. Такая стратегия в отношении космической деятельности с учетом космического туризма должна сопровождаться не просто отдельными национальными законодательствами, а разработкой единой международной законодательной, нормативно-правовой базы, включая частное право, и правовой базы страхования для массового космического туризма, которые в настоящее время отсутствуют.

Безопасность, сохранение жизни и здоровья туриста, является необходимым условием устойчивого развития индустрии космического туризма. На всех этапах космического полета (старт, непосредственно полет, спуск на Землю) и в послеполетный реа-

даптационный период здоровье туристов подвергается различным рискам. Вероятность катастрофы космического корабля остается всегда отличной от нуля, поэтому первоочередной задачей развития и совершенствования космической техники является минимизация этой вероятности. В 1957–2010 гг. в мире было произведено 6 853 запусков космических аппаратов, из них 6 264 успешно, т. е. аварийность составляет примерно 8,6% [4]. Среди катастроф космических кораблей – пожары, разгерметизация, отказ автоматики и навигационных систем на борту, столкновения с космическими твердыми частицами и фрагментами космического мусор и т. д. Катастрофы вызывают сильный резонанс в обществе. Для исключения негативной роли человеческого фактора индустрия космического туризма должна быть обеспечена квалифицированными пилотами, техническими специалистами, операторами наземных служб и т. д.

Космические полеты сопряжены с множеством других факторов риска, которые связаны как с космической средой, так и средой самого корабля. Изучение механизмов адаптации человеческого организма к специфическим условиям новой окружающей среды является приоритетным направлением космической медицины с первых полётов человека в космос. В центре внимания находятся биологические и физиологические эффекты связанные с отсутствием гравитации, «эффект морской болезни», факторы дестабилизации и стабилизации вестибулярного аппарата, и другие феномены. Данные об изменениях физиологии организма при кратковременном и долговременном пребывании в экстремальных космических условиях способствуют развитию более глубокого понимания внешних причин, влияющих на человеческое здоровье. В условиях космической среды следует учитывать психологические факторы. Например, в ходе любых экстремальных испытаний может проявиться так называемый феномен «группового мышления», негативные эффекты которого способны подвергнуть серьезнейшему риску успешность реализации всего проекта. В рамках исследований космической психиатрии многолетнее изучение деятельности космонавтов показывает возможность развития таких нарушений, как расстройства адаптации, соматоформные нарушения, расстройства мышления и настроения, а также более специфические синдромы, такие как неврастения. В случаях длительных космических путешествий вероятность проявления психических отклонений может возрастать экспоненциально. Например, согласно статистическим данным российской космической медицинской науки, риск развития тяжелых астенических реакций имеет прямую корреляцию с длительностью пребывания в космосе, а в случае превышения четырехмесячного срока наблюдается резкий рост числа таких реакций.

Установлено, что отсутствие геофизических полей на борту космического носителя, свойственных наземным условиям, создает серьезную опасность для нормального функционирования организма человека. В частности, у космонавтов наблюдаются:

- Нарушения пространственной ориентации, возникают иллюзорные ощущения и симптомы болезни движения, такие как головокружение, тошнота и рвота.
- Нарушения работы сердечно-сосудистой системы, установлено уменьшение размеров сердца, после полета сердечная активность временно ухудшается, причем процесс реадаптации к нормальной гравитации протекает весьма напряженно и сопровождается ухудшением общего физического состояния и снижением работоспособности.
- Нарушения обмена веществ: невесомость влияет на баланс жидкости, обмен белков, жиров, углеводов, минеральный обмен, а также на некоторые эндокринные функции. У большинства космонавтов в полете происходило уменьшение массы тела, однако, после полета вес в большинстве случаев, хотя и не всегда, восстанавливался в течение нескольких дней. Основная часть дефицита

веса была связана с потерями воды (в том числе и внутриклеточной жидкости), терялись также электролиты, в частности калий, натрий и хлориды.

- Нарушения костно-мышечной системы: практика длительных космических полетов продемонстрировала необходимость учёта опасностей связанных с атрофией мышц. При длительных перелётах изменяется структура скелета и количество кальция в костях, что также может стать серьёзной проблемой.

На борту космического носителя является проблемой поддержание на должном уровне санитарно-гигиенического состояния. Разнообразные процессы, происходящие на борту космического корабля, являются важным источником загрязнений искусственной газовой атмосферы. Многие из этих загрязнений встречаются в виде твердых или жидких аэрозолей. Приготовление пищи может явиться источником таких газов, как акролеин, окись углерода и формальдегид, а также твердых частиц, наподобие копоти. Процедуры личной гигиены, включающие умывание и бритье, приводят к образованию аэрозолей. Озон может возникать при работе электростатических фильтров, применяемых для удаления частиц из воздуха. Он также может образовываться за счет ультрафиолетового облучения, применяемого для ограничения количества микроорганизмов. Любое электрическое оборудование, создающее коронный или искровой разряд, будет также являться источником выделения озона.

Многие из предложенных систем для регенерации кислорода из двуокиси углерода во время длительных полетов работают при повышенных температурах. Если газовая атмосфера содержит органические соединения, последние могут частично или полностью распадаться при прохождении через кислородные регенераторы. Продукты распада часто оказываются более токсичными, чем исходное вещество.

При использовании щелочных процессов для удаления CO_2 может выделяться значительное количество тепла, отвод которого представляет дополнительную проблему. Объем искусственной атмосферы космического корабля невелик, поэтому в этом герметично замкнутом ограниченном объеме обитатели его становятся основным источником выделения тепла и водяных испарений. Совместно с механизмами космического корабля, выделяющими тепловую энергию, они являются источником тепловой нагрузки на систему управления микроклиматом.

Особое беспокойство вызывает проблема микробиологической безопасности на борту космического носителя [9]. Изоляция людей и оборудования в герметически замкнутом пространстве может приводить к постепенному накоплению в воздухе химических загрязнений и микрофлоры до токсического и инфекционного уровней. В космическом корабле рост микроорганизмов возможен не только на покровах человеческого тела, но и на других поверхностях. Рост бактерий, грибков и, возможно, водорослей наблюдается на поверхностях кабины космического корабля при наличии достаточного количества адсорбированных питательных веществ и воды. Воздействие космической среды на микроорганизмы изучено недостаточно. Исследования показывают, что бактерии, побывавшие в космосе, становятся значительно более болезнетворными и агрессивными, нежели их земные аналоги [7]. Должен быть введен послеполетный карантин и надлежащий медицинский контроль туристов, в противном случае это может привести к появлению на Земле новых опасных штаммов вирусов и бактерий.

Сотрудники отдела микробиологической безопасности Института медико-биологических проблем (ИМБЛ) РАН при изучении микрофлоры орбитальных станций «Салют» и «Мир» составили каталог микроорганизмов (порядка 300 видов), обитающих на станциях и представляющих опасность для людей и техники. На Международной космической станции (МКС) обнаружено 76 видов микроорганизмов (грибы, патогенные бактерии и «микробы-технофилы, вызывающие биокоррозию). Ученые

ИМБЛ РАН на основании исследований состава микробов в организмах космонавтов на борту МКС установили, что в условиях невесомости происходит изменение состава: увеличивается доля вредных для здоровья микробов. Это изменение является причиной для ряда негативных явлений, в частности, таких как дисбактериоз, дерматит, ухудшение самочувствия, заболевания слизистых оболочек, волос. Поэтому признано необходимым составление микробиологических паспортов космонавтов. Только сравнительно недавно в науке появилось понимание роли микроорганизмов в состоянии здоровья человека и, что следует рассматривать не просто отдельные виды микробов, а микробиом в целом. Здоровый человеческий биом содержит более 10 тыс. микробов. Ученые США в рамках проекта «Микробиом человека» работают над составлением генетической карты распределения микробов в теле человека и изучением коллективного поведения столь важного для жизнедеятельности человека микросообщества.

Авторы неслучайно акцентируют внимание на микробиологической опасности, в частности для туристов, которая создает риск специфических заболеваний, нарушения иммунной системы и мутации генов. На Земле достаточно негативных примеров генной инженерии, связанных с генномодифицированными бактериями. Но одно дело, когда космонавты-исследователи совершают научный и гражданский подвиг во имя познания Вселенной, и другое – когда без должной и тщательно обоснованной подготовки, сводящей к минимуму все возможные опасности и угрозы, происходит массовое вторжение в заведомо агрессивную среду с риском и непредсказуемыми последствиями для здоровья нынешних и будущих поколений.

Угрозу для туристов, которую трудно переоценить, представляет космическая радиация. Воздействие радиации приводит к соматическим и генетическим эффектам, причем генетические эффекты (мутагены, хромосомные абберации) могут быть вызваны сколь угодно малыми дозами облучения. Радиационная угроза, также как и микробиологическая, относится и к туристам и их последующим поколениям.

Космическая деятельность приводит к целому ряду экологических проблем на Земле и в Космосе, природных и техногенных рисков на всех ее рабочих этапах (запуск носителя, работа в Космосе, утилизация носителя или его возвращение на Землю) [1, 5]. Например, негативные стороны запусков космических носителей, в связи со строительством ряда космодромов (частных и государственных) на побережье Мексиканского залива, рассмотрены в статье настоящего сборника Трудов конференции-2012: Ломоносов М. Н. Мексиканский залив: «устойчивая» тенденция деградации окружающей среды. В статье приведены экологические опасности запусков, особенно, вблизи акваторий:

- Экологические риски. К ним относятся, в частности, шум в звуковом и электромагнитном диапазонах, загрязнения почвы, воды, атмосферы, образование озоновых «дыр», через которые проникает губительное для биоты и людей жесткое космическое излучение.
- Нарушение природных метеоусловий. Это выражается, в частности, в сбоях прогнозов погоды и аномалиях погоды (аномальные жара, засуха или летом – снег, зимой – дождь), в повышении грозовой активности в районе запусков.
- Провоцирование метеокатастроф. К ним относятся, в частности, ураганы, торнадо, токсичные осадки. Установлено, что, например, каждый запуск носителя «Шаттл» вызывает не менее двух разрушительных ураганов в Северной Атлантике, Карибском море и Мексиканском заливе, а через неделю после запуска – метеокатастрофы в Закавказье. Рекорд количества годовых аварий, более 200, на морских нефтегазодобывающих объектах в Мексиканском заливе был установлен в 2005 г. в результате воздействия на них трех мощных ураганов: Катрины, Риты и Денниса.

- Влияние на сейсмичность Земли. Это, в частности, приводит к провоцированию техногенных малоглубинных землетрясений.

Общеизвестна хроническая проблема «космического мусора» в Ближнем Космосе, которая привела к нарушению природного баланса динамической системы Земля-Космос.

На основании выявления и анализа проблем космической деятельности авторы пришли к следующей оценке предпосылок массового космического туризма в аспекте соответствия их необходимым и достаточным условиям развития космического туризма, как нового вида космической деятельности: все включенные в авторский перечень предпосылки (мотивационная; научно-теоретическая; технологическая; фундаментальная; прецендентная или презентативная; нормативно-правовая) являются необходимыми, но недостаточными на современном этапе развития человечества для внедрения туризма в Космос. Недостаточность предпосылок вытекает из анализа мировой космической деятельности:

- Отсутствует доминанта мотивационной предпосылки космического туризма – морально-этическая составляющая [5]: следует осознать, что космическая деятельность в настоящее время относится к опасным видам деятельности, и, что туризм, внедряясь в эту деятельность, во-первых, становится соучастником негативных процессов космической деятельности и несет ответственность за них, и, во-вторых, массово вторгаясь в Космос, порождает новые угрозы для жизни, здоровья и благополучия человечества и природной среды в целом.
- Научно-теоретическая и технологическая предпосылки «не созрели» до разработки и реализации новых физических принципов выхода человека в космическое пространство и перемещений в нем без негативных последствий для самого же человека, Земли и Космоса. Космонавт-испытатель С. В. Кричевский аргументировано утверждает: «...при существующих технике и технологиях высокоэффективные глобальные системы в ОКП (окружающее космическое пространство – прим. авт.), успешное коммерческое освоение космоса невозможны» [8].
- Фундаментальная предпосылка, открывшая для человечества дорогу в Космос и обеспечившая принципиальную возможность взаимодействия с Космосом, тем не менее, не устраняет угрозы для безопасного пребывания человека в новой для него среде и не обеспечивает гарантии для сохранения здоровья нынешнего и будущих поколений человечества.
- Прецендентная или презентативная предпосылка связана с первым космическим туристом и означает начало эпохи доступности Космоса для масс, но, с другой стороны, это «пробный камень» для человечества: осознает ли оно, что приобретает и что теряет при преждевременном вторжении индустрии туризма в Космос.
- Недостаточность нормативно-правовой предпосылки выражается в отсутствии единой международной правовой базы для космического туризма.

В результате проведенного авторами анализа космического туризма, как нового вида туризма, выявлен ряд проблем вне правового поля космической деятельности. По своей сути они относятся к разряду этических проблем, решение которых, как правило, опирается на общественное мнение и профессиональные этические нормы. Проблемы носят принципиальный и актуальный характер, т. к. касаются вопроса о месте космического туризма в системе туризма, в целом, и соответствия его основным положениям Стратегии устойчивого развития человечества.

Принципиальный вывод авторов заключается в следующем:

Совокупность изученных предпосылок не обеспечивает необходимые и достаточные условия для нормального, в гармонии с Природой и обществом, развития массового космического туризма и поэтому космический туризм в настоящее время в том виде, как он развивается и планируется, не может быть признан полезной и целесообразной компонентой устойчивого развития человечества, более того, он находится в противоречии с нормами Глобального этического кодекса туризма.

Этот вывод созвучен с этическими предупреждениями авторитетных ученых с мировым именем в отношении использования Космоса, в частности:

- Американский ученый Пол Л. Чонка, будучи директором Института теоретических наук в Университете штата Орегон, еще в 1978 г. в документе «Колонизация космоса – Да, но не сейчас» («Space Colonization – Yes, But Not Now»), представленном на рассмотрение в Комитет по науке и технике Конгресса США, предупреждал, что преждевременная активная космическая экспансия вместо решения проблемы выживания человека может привести к обратному эффекту.
- Российский ученый Р. Г. Апресян, член Всемирной комиссии по этике научного знания и технологии ЮНЕСКО с 2004 г., профессор кафедры этики МГУ, заведующий сектором Института философии РАН, занимаясь вопросами этики использования космического пространства, считает, что космическая деятельность оказывает негативные воздействия на окружающую среду, на здоровье космонавтов, и относит к этическим проблемам также космический туризм, в целом, операторов космической деятельности, коммерческие космические агентства, туристскую и другую частную деловую активность за пределами Земли. При активном участии Р. Г. Апресяна в настоящее время указанная комиссия готовит документы по этике использования космического пространства, по этике ученых.

Список литературы

1. Дмитриев, А. Н. Техногенное воздействие на природные процессы Земли : Проблемы глобальной экологии [Текст] / А. Н. Дмитриев, А. В. Шитов. – Новосибирск : Издательский дом «Манускрипт», 2003. – 140 с.
2. Кричевский, С. В. Аэрокосмическая деятельность : Междисциплинарный анализ [Текст] / С. В. Кричевский. – М. : Книжный дом «Либроком», 2012. – 384 с.
3. Кричевский, С. В. Стратегия освоения космоса в XXI веке в парадигме социоприродного развития [Текст] / С. В. Кричевский // Материалы конференции : «XLI Научные Чтения памяти К. Э. Циолковского», г. Калуга, 12–14 сент. 2006 г. – Калуга, 2006. – С. 143–144.
4. Крылов, А. Космическая деятельность России, США, Китая и Индии / Александр Крылов [Текст] // Технологии и средства связи. – М. : Издательский дом «Гротек», 2011. – №6. – С. 52–54.
5. Ломоносов, М. Н. Этический аспект космического туризма [Текст] / М. Н. Ломоносов, М. Н. Бурдаев, Ю. И. Фивенский // Труды IV Междунар. науч.-практ. конференции «Туризм и рекреация: фундаментальные и прикладные исследования» : МГУ имени М. В. Ломоносова, географический ф-т, Москва, 28–29 апреля 2009 г. – М., 2009. – С. 168–176.
6. Писаревский, Е. Л. Правовые основы космического туризма [Текст] / Е. Л. Писаревский // Туризм : право и экономика. – М. : Юрист, 2006. – №2. – С. 9–14.

7. Бактерии-космонавты становятся гораздо опаснее [Электронный ресурс] / Еженед. «Аномальные новости» – URL : http://www.anomaliy.ru/article/11739/371. Проверено 20.03.2012.
8. Кричевский, С. В. Аэрокосмическая деятельность: Философско-методологический анализ : автореферат докторской диссертации [Электронный ресурс] / Кричевский Сергей Владимирович // Интернет-портал : Бесплатная научная библиотека авторефератов диссертаций. – URL : http://dissers.ru/avtoreferati-dissertatsii-filosofiya/a406.php. Проверено 23.03.2012.
9. Основы микробиологии [Электронный ресурс] // Сайт для начинающих изучать медицинскую микробиологию, паразитологию, иммунологию. – URL : http://collegemicrob.narod.ru/microbilogy/. Проверено 25.03.2012.

ПОДГОТОВКА ПРОФЕССИОНАЛОВ ДЛЯ СФЕРЫ ТУРИЗМА: ОСОБЕННОСТИ СОДЕРЖАНИЯ ОБРАЗОВАНИЯ

Л. Ю. Попова, *аспирантка кафедры рекреационной географии и туризма географического факультета МГУ имени М. В. Ломоносова; popova.l.msu@gmail.com*

Начало подготовки кадров для сферы туризма в России было положено в 1900-х годах, когда появились первые курсы подготовки экскурсоводов при туристских обществах и горных клубах. В 1902 г. в Крымском горном клубе начали подготовку руководителей экскурсий из числа школьных учителей. В 1907 г. при Российском обществе туристов была создана комиссия по образовательным экскурсиям для школьников, которая занималась вопросами проведения учебных экскурсий в крупных городах, и для обучения экскурсоводов при комиссии были открыты курсы по подготовке руководителей экскурсий, на которых читали лекции общеобразовательного цикла и давали сведения о конкретных (заданных) экскурсионных маршрутах. Аналогичная работа проводилась при различных учебных заведениях и ведомствах, педагогических институтах и музеях. В 1910-е гг. с развитием экскурсионной практики в ряде городов страны начали открываться кратковременные экскурсионные курсы. В первой половине 30-х гг. курсы по обучению общественных кадров технике и тактике туристских походов начали регулярно работать во многих городах Советского Союза. В Москве Центральный совет Общества пролетарского туризма и экскурсий (ОПТЭ) открыл краткосрочные туристские курсы, на которых велись занятия как с отрывом от производства, так и по заочной форме обучения. ОПТЭ столкнулось со сложной проблемой организации учебного процесса по формированию инструкторов туризма, которых надо было обучить технике туризма и технике походов, научить предупреждать возможный травматизм во время путешествий, оказывать первую медицинскую помощь и т. п. Одними из самых известных курсов были курсы инструкторов горного туризма, организованные еще под эгидой Российского общества туристов в июне 1929 г. в районе Безенги на Центральном Кавказе. На курсы было отобрано 15 человек. В течение месяца они изучали технику движения по скалам и ледникам, приемы страховки. Закончились курсы прохождением группой ряда перевалов и покорением некоторых вершин, в том числе и Эльбруса [4].

Кроме того, в эти годы в отдельных вузах начали проводиться занятия по туризму, которые не входили в учебные планы и посещение которых определялось самими студентами. Следующим этапом становления подготовки туристских кадров стало введение туристских дисциплин в программы высших учебных заведений. В середине 30-х гг. ряд высших учебных заведений Москвы и Ленинграда на основании реше-

ний ученых советов ввел в учебный процесс факультативные занятия по туризму на географических и этнографических факультетах. В ноябре 1969 г. решением Президиума Центрального совета по туризму и экскурсиям ВЦСПС в г. Сходня Московской области были образованы Центральные туристские курсы с зональными курсами в Москве, Ленинграде, Красноярске и Киеве. С их открытием в СССР была создана структура регулярной подготовки и переподготовки кадров для туристско-экскурсионных организаций страны, которая на долгие годы (вплоть до начала 90-х) являлась основным звеном в системе кадрового обеспечения сферы туризма [4].

Но начавшаяся во второй половине 1980-х годов перестройка и последующий распад СССР привели в разрушению единой всесоюзной туристско-экскурсионной системы. В 1990-х годах, с развитием предпринимательства и индустрии туризма в целом, стала постепенно формироваться целостная система подготовки туристских кадров. Появились первые государственные образовательные стандарты (ГОС) высшего и среднего профессионального образования по специальностям туризма и гостеприимства, а также по другим специальностям, имеющим туристские специализации. Многие высшие и средние учебные заведения страны открыли подготовку специалистов по этим специальностям, создав соответствующие кафедры или факультеты. Появились и первые профильные туристские учебные заведения. Далее процесс становления системы туристского образования пошел в основном по пути открытия в существующих разнопрофильных вузах структурных подразделений (институтов, факультетов или кафедр) для подготовки специалистов для сферы туризма. Однако, по мнению многих работодателей, первые выпускники-специалисты по туризму, пришедшие на работу в туриндустрию в 2001–2002 годы, не отличались высоким качеством подготовки. Согласно результатам проведенных исследований, низкое качество подготовки специалистов было обусловлено несовершенством ее содержания, устанавливаемого действующим ГОС. Образовательные стандарты следующего поколения (образца 2000 года) отличались в лучшую сторону от предыдущих, однако и они не удовлетворяли туриндустрию. Основные их недостатки были связаны со слабой адаптированностью к требованиям рыночной экономики, жестким регламентированием содержания образования и параметров «процесса» в ущерб задачам «на выходе», недостаточным учетом мировых тенденций в развитии образования и т. п. Даже специальность «Социально-культурный сервис и туризм» не удовлетворяла ни учебные заведения, ни работодателей, ни практиков туризма. Предъявлялись претензии к содержанию подготовки и перечню изучаемых дисциплин. В ГОСе не было видно основных, профильных дисциплин (по объему и наименованию), составляющих стержень подготовки специалиста, формирующих его облик. Все дисциплины были как бы равнозначны, большинство имели примерно одинаковый объем (80–120 часов). Притом, наблюдалось явное преобладание предметов, относящихся к сфере быта, сервисной деятельности, и отсутствовали в необходимом объеме экономические и управленческие дисциплины. Например, в ГОСе имелась дисциплина «Сервисная деятельность», но отсутствовала «Туристская деятельность», да и вообще туризм в явном виде отсутствовал [4].

Секция при Минобразовании Российской Федерации, изучавшая вопросы качества подготовки специалистов, пришла к выводу, что в содержании подготовки специалистов по социо-культурному сервису включены знания, умения и навыки, которые являются избыточными для специалистов туристской отрасли, а ограниченный объем подготовки, предусматриваемый ГОС, не позволяет вводить дополнительные дисциплины, действительно необходимые для формирования компетентного специалиста по туризму.

Другие специальности и соответствующие ГОСы также не полностью соответствовали требованиям индустрии. Например, ГОСы второго поколения по специальнос-

ти «Экономика и управление на предприятии (по отраслям)», в плане которой также готовились специалисты по туризму, был разработан УМО по образованию в области производственного менеджмента, что наложило производственный отпечаток на содержание ГОСа. Стандарт был ориентирован в основном на крупные промышленные предприятия и производственные фирмы, что сказывалось на изучаемых дисциплинах. Например, были обязательными такие дисциплины как «Экономика предприятия», «Экономическая оценка инвестиций», «Планирование на предприятии», «Организация, нормирование и оплата труда на предприятиях отрасли», «Организация производства на предприятиях отрасли», «Экономика недвижимости» и др. Таким образом, ГОС был перегружен экономическими и управленческими дисциплинами, при острой нехватке специализированных предметов по туризму и рекреации [4].

Для выхода из создавшегося положения было необходимо открытие других туристских специальностей и введение соответствующих ГОСов. В 2005 г. были введены направление и специальность «Туризм». Их введение было важным и серьезным шагом на пути улучшения формы и содержания стандартов, однако и они не избежали многих недостатков ГОСов первого и второго поколений. Среди главных недостатков назывались: отсутствие возможности измерения знаний студентов и способов контроля компетенций, представление учебного материала не в виде крупных интегрированных блоков (модулей), а в привычных циклах со многими малообъемными дисциплинами.

В итоге, к 2009-ому году, строго говоря, существовало три специальности и одно направление подготовки, которые можно с полным основанием назвать туристскими. Это – специальности: 032103 «Рекреация и спортивно-оздоровительный туризм», 100103 «Социально-культурный сервис и туризм», 100201 «Туризм» и направление 100200 «Туризм» (бакалавриат и магистратура) [2]. В 2008 – 2010 гг. российская система образования столкнулась с проблемами перехода на уровневую систему образования, реализации Болонских принципов и реализации новых ФГОС. Реализация новых стандартов требовала документальной разработки новых образовательных программ по направлениям «Туризм» и «Гостиничное дело»: учебных планов, учебных программ, программ практик, программ итоговой аттестации, УМК и т. д.

Для совершенствования содержания подготовки профессионалов для индустрии туризма следует обратиться к западному опыту и рассмотреть образовательные программы вузов Западной Европы по направлению «Туризм». Что касается подготовки бакалавров, стандартная программа западного вуза рассчитана на 4 года. Учебный план состоит из блока базовых предметов (Basic education subjects), обязательных предметов (Compulsory subjects) и предметов по выбору (Optional subjects). Кроме того, в программу входят обязательные практики на предприятии индустрии и написание дипломной работы. Базовые дисциплины: «Введение в экономику» (Introduction to economics); «Введение в бизнес» (Introduction to business); «Введение в право» (Introduction to law); «Прикладная статистика» (Applied statistics); «География» (Geography); «Туризм и земельные ресурсы» (Tourism and land resources); «Информационные технологии» (Information technology and study skills); «Управление персоналом» (Human resource management). Обязательные дисциплины: «Основы туризма» (Tourism basics); «Экономика туризма» (Tourism economics); «Анализ сектора туризма» (Analysis of the tourism sector); «Бухгалтерский учет» (Accounting); «Управленческий учет» (Management accounting); «Управление бизнесом» (Business management); «Финансовый менеджмент» (Financial management); «Стратегический маркетинг» (Strategic marketing); «Культурное наследие» (Cultural heritage); «Стратегическое планирование для туристских предприятий» (Strategic planning of tourism companies). Дисциплины по выбору: «Картография» (Cartography); «Электронный маркетинг» (Computerized marketing); «Бухгалтерский учет (продвинутый уровень)» (Advanced accounting); «Туристские

дестинации и их продвижение» (Tourism destinations and public promotion); «Право в туризме» (Tourism law); «Гастрономия и энология» (Gastronomy and oenology); «Диетология и питание» (Nutrition and dietetics); «Управление туристскими компания» (Tourism company management); «Управление туристским офисом» (Tourist office management); «Операционный менеджмент, управление качеством и экологический контроль» (Operations, quality and environmental management); «Управление культурным наследием» (Cultural heritage management); «Менеджмент в службе работы с клиентами» (Customer service management); «Финансовый менеджмент и контроль запасов» (Financial management and stock control); «Экскурсоведение» (Tourist guide); «Информационные технологии в гостиничном менеджменте» (Information technology applied to hotel management); «Макроэкономика в туризме» (Macroeconomics applied to tourism); «Микроэкономика в туризме» (Microeconomics applied to tourism); «Методы исследований» (Research methods and techniques); «Событийный менеджмент» (Event management); «Досуг и тематические парки» (Leisure and entertainment theme parks); «Землепользование в туризме» (Land use of tourism policies); «Трудоустройство» (Work placement); «Туристский продукт» (Tourist products); «Реклама в туризме и связи с общественностью» (Advertising and public relations); «Ресторанное обслуживание» (Catering); «Туристские информационные системы» (Tourist information systems); «Социология и психология в туризме» (The sociology and psychology of tourism); «Вопросы гостиничного менеджмента» (Hotel management issues); «Транспорт, логистика и распределение» (Transport, logistics and distribution); «Туризм и устойчивое развитие» (Tourism and sustainability).

В течение первого года основное время уделяется изучению базовых дисциплин и обязательных дисциплин, притом, большая часть времени (75%) отведена базовым. А дисциплины по выбору и практические занятия в течение первого года отсутствуют. В течение второго года студенты продолжают изучать базовые и обязательные дисциплины, и, кроме того, в учебный план добавляются предметы по выбору. На третьем году обучения базовые дисциплины в учебном плане не присутствуют, основное время уделяется обязательным дисциплинам и практическим занятиям. Четвертый год полностью посвящен изучению дисциплин по выбору и написанию дипломной работы.

Типичная магистерская программа со специализацией «Менеджмент в туризме» продолжается 2 года (4 семестра), процесс обучения сконцентрирован на таких секторах, как туристская политика, география и экономика, международные учреждения и организации, туристская мотивация, служба работы с покупателем и забота о нем, информационные технологии в туризме. Проводятся серии практических консультаций и тренингов, например, по специализированным компьютерным программам, технологии продаж, конфликтологии. Студенты изучают туризм, географию, экскурсоведение, организацию деятельности туристского агентства, создание турпродукта и организацию деятельности туристского оператора, компьютерные системы бронирования, бухгалтерский учет на предприятиях индустрии, выездной туризм, въездной туризм, функционирование авиакомпаний; и авиатарифы, воздушный кодекс и международные отношения.

Приведем перечень основных специализированных предметов по направлению «Туризм» и рассмотрим, в чем заключается обучение по ним.

«Открытие туристского предприятия»: анализ экономических, политических, социальных, технологических и специальных элементов, которые создают структуру туризма; изучение природы различных видов туристских предприятий, их формы развития, международные отношения с другими туристскими предприятиями.

«Организация туристских предприятий и управление ими»: изучение туристского предприятия как организации; изучение поведения человека на предприятии, испол-

нение обязанностей, отношения на уровне группы, динамика власти и влияния, лидерство, умение урегулировать конфликты и т. д.; прорабатывается организационная конфигурация на самом высоком уровне и развиваются управленческие навыки.

«Основные принципы туристского бизнеса»: анализ основных концепций туристского бизнеса и их практического применения; изучение различных уровней, на которые опирается политика туризма: международный, национальный, региональный и местный; ознакомление с темами, связанными с разработкой, планированием и развитием стратегий туристского бизнеса.

«Экономика туризма»: анализ места туристского сектора в экономике страны; анализ туристского рынка в его развитии; изучение причин, способствующих реализации туристского спроса.

«Структура туристского рынка»: изучение спроса и предложения в области туризма с акцентом на структуру туристского рынка, его компонентов и форм посредничества.

«Производство и распределение туристского продукта»: анализ туристских ресурсов и различных видов туризма, а также изучение деятельности всех участников производства и распределения туристского продукта: туристских операторов, туристских агентств, транспортных систем и т. д.

«Культура и социология туризма»: анализ культурных и социокультурных аспектов, которые определяют характер туристского спроса.

«Туристская нормативная база»: изучение юридических норм и законов, связанных с туристским сектором, как на национальном, так и на международном уровнях.

«Территориальные туристские ресурсы»: изучение географии туризма (факторы и процессы развития туризма, региональное распределение спроса и предложения, локализация туристских достопримечательностей и центров отдыха).

«Культурное наследие»: изучение историко-художественных и культурных ценностей; анализ культурного наследия как туристских ресурсов с точки зрения исследования, защиты, управления, сохранения, реставрации и распределения.

«Туристский маркетинг»: изучение всей совокупности коммерческих функций предприятий; анализ создания туристской продукции, ее распределение, установление цен и сотрудничества с другими туристскими предприятиями.

«Управление в сфере туризма»: изучение стратегических проблем, связанных с индустрией туризма; изучение маркетинга и принципов управления туристскими предприятиями; анализ макроэкономических факторов, связанных с развитием туризма, воздействия туризма на общество и окружающую среду; изучение методов исследования в туризме и формирования государственной политики по отношению к туризму.

«Транспорт»: изучение различных транспортных систем и их характеристик; анализ роли транспорта в туризме и системы транспортирования, а также управления различными способами транспортирования. В пределах различных секторов индустрии путешествий анализируются проблемы управления, связанные с эксплуатацией авиалиний и аэропортов, новые методы распределения и новые тенденции в данной индустрии; также анализируются ситуации, связанные с туризмом в городской системе транспортирования, пассажирские системы, международное воздушное и морское транспортирование.

«Стратегический маркетинг в индустрии туризма»: глубокое изучение принципов маркетинга и проблем, связанных с организацией путешествий с акцентом на стратегическом маркетинге, международном и внутреннем маркетинге туристских услуг.

«Финансовый менеджмент в индустрии путешествий»: углубленное изучение бухгалтерского учета, финансового анализа и финансового планирования на предприятиях туриндустрии.

«Туризм и развитие курорта»: изучение характера развития курорта и генерирования турпотоков в пределах данного региона, отношения характеристик природных ресурсов и собственности, контроль управления характеристиками; экономическая важность государственных и национальных отраслей промышленности курорта.

«Воздействие туризма»: рассматриваются экологические, экономические, социальные, культурные и политические воздействия различных видов туризма.

Несколько отличаются по содержанию программы по направлению «Экологический туризм», «Национальные парки и туризм» и т. п. Подобные программы включают гораздо большее число естественно-научных дисциплин (география, климатология, экология, естествознание, биология, медицина), а также содержат ряд специализированных дисциплин: курсы по социологии, психологии, маркетингу, управлению; лесоводство, географию, антропологию, политологию, экономику, статистику, архитектуру пейзажа, городское и региональное планирование. Имеется также множество специализированных предметов: «Управление национальными парками и национальными природными ресурсами», «Администрирование парков и зон отдыха», «Управление туристскими ресурсами», «Сохранение природных ресурсов», «Управление экологическими системами», «Туризм и окружающая среда», «Оценка воздействия туризма на окружающую среду», «Развитие природных ресурсов».

В России новые ФГОС были разработаны с учетом западного опыта, они предполагают формирование принципиально новой многоуровневой и многопрофильной системы туристского образования, направленной на обеспечение потребностей различных субъектов туристской деятельности. В настоящее время подготовка кадров для индустрии туризма осуществляется по следующим основным направлениям: 100200 «Туризм», 100100 «Сервис», 101100 «Гостиничное дело», 034600 «Рекреация и спортивно-оздоровительный туризм». Кроме того, осуществляется подготовка по направлениям, близким к туризму: 071800 «Социально-культурная деятельность», 072300 «Музеология и охрана объектов культурного и природного наследия».

Основным новшеством для отечественной образовательной практики по сравнению с предыдущими стандартами является то, что ФГОС определяет в качестве базовой (обязательной) по набору дисциплин лишь половину образовательной программы бакалавра. В «обязательной» части программы (за исключением нескольких позиций) на первое место поставлены не жестко закрепленные учебные курсы, а требования к формируемым у студента в результате изучения соответствующего цикла дисциплин компетенциям. Содержательное наполнение второй (вариативной, или профильной) половины образовательной программы становится прерогативой вуза, в помощь которому учебно-методическими объединениями или иными компетентными группами экспертов должны быть созданы ориентировочные (рекомендованные) программы по конкретным направлениям подготовки.

Оценить качество подготовки по данным направлениям можно будет только через несколько лет.

Список литературы

1. Байков, Е. А. Подготовка кадров для сферы туризма: некоторые современные аспекты / Е. А. Байков // Вестник Национальной академии туризма. – С.-Пб., 2008. – №1 (5). – С. 72–74.
2. Власова, Т. И. Система туристского образования в России : состояние и перспективы / Т. И. Власова // Вестник Национальной академии туризма. – С.-Пб., 2009. – №4 (12). – С. 55–59.

3. Долженко, Г. П. Исторический очерк подготовки кадров для сферы туризма в высших учебных заведениях Советского союза и Современной России / Г. П. Долженко // Вестник Национальной академии туризма. – С.-Пб., 2008. – №4 (8). – С. 71–74.
4. История российского туризма : учебное пособие / [Алексеев В. И. [и др.] ; под общей редакцией Т. И. Власовой] ; Национальная академия туризма, Балтийская академия туризма и предпринимательства. – С.-Пб. : Д.А.Р.К., 2009. – 432 с.
5. Морозова, Н. С. Международный опыт подготовки кадров для туристской индустрии / Н. С. Морозова // Вестник Национальной академии туризма. – С.-Пб., 2008. – №4 (8). – С. 74–77.

ТУРИЗМ И БУДУЩЕЕ СИСТЕМЫ ООПТ РОССИИ

TOURISM AND THE FUTURE OF RUSSIA CONSERVATION AREA SYSTEM

Е. Б. Поспелова, *старший научный сотрудник кафедры рекреационной географии и туризма географического факультета МГУ имени М. В. Ломоносова, кандидат биологических наук; parnassia@mail.ru*

E. B. Pospelova, *senior researcher, Department of recreation geography and tourism, Faculty of Geography, Lomonosov Moscow State University, Ph. D. in Biology, Moscow, Russia; parnassia@mail.ru*

В июне 2011 г. Президент РФ поручил Госдуме и правительству доработать и принять во втором чтении проект изменений в Федеральный закон об особо охраняемых природных территориях [9]. К сожалению, этот законопроект в предложенной редакции вряд ли сможет привести к улучшению положения в системе заповедного дела; как считают представители Гринпис, он может, напротив, стимулировать уничтожение уникальной системы российских ООПТ. Проект, в частности, допускает изымать земли заповедников, национальных и природных парков; возводить в биосферных заповедниках туристические объекты; преобразовывать заповедники в национальные парки; по решению правительства вести в последних любое строительство.

О туризме на территориях ООПТ специалистами в области природоохранной деятельности уже много лет ведется напряженная дискуссия. Обозначились 3 концепции. Имеющие большой опыт работы в заповедниках ученые и практики [1, 17] категорически отрицают любое вмешательство в природные комплексы ООПТ. Сторонники туризма, напротив, всячески приветствуют это направление деятельности ООПТ, считая, что принцип полной заповедности можно слегка и нарушить ради идеи экологического просвещения [4, 8] и ради дополнительного дохода для самих ООПТ и создания рабочих мест для местного населения. И некое промежуточное направление – туризм допускается, но при соблюдении необходимых ограничений, в настоящее время превалирует, в основном благодаря тому, что сами ООПТ поставлены практически в безвыходное положение – либо развивай туризм, либо не будет средств ни на науку, ни на охрану, поскольку заповедник заведомо внесен вышестоящими органами в список «бесперспективных», и дополнительного финансирования он не получит.

Уже сейчас ведется строительство спортивных объектов в заповедниках и национальных парках (далее НП) северного Кавказа, планируется добыча нефти и газа

на территории ООПТ европейского севера, проводится газопровод через зону Всемирного природного наследия ЮНЕСКО на Алтае, много и других примеров нарушения существующего законодательства о запрещении любого рода хозяйственной деятельности на землях ООПТ. На этом фоне разрешение развивать экологический туризм на территории заповедников и усиление туристической деятельности в национальных и природных парках кажется невинной забавой. Тем более, что в последнее время даже непримиримые в прошлом противники туризма в заповедниках [2] признают, что хотя это и зло, но зло неизбежное, к которому необходимо быть максимально готовым и разработать все возможные меры для минимизации ущерба природной среде, рассмотреть все компромиссные варианты, при которых возможно хотя бы относительно гармоничное сочетание природоохранной деятельности и познавательного туризма. Таким образом, следует признать, что экологический туризм на ООПТ – явление состоявшееся, но вот перспективы его массового развития в нашей стране в настоящее время весьма неопределенны. Для понимания причин этого необходимо провести хотя бы общее сравнение системы ООПТ России с другими странами. Для большей корректности сравнения его следует провести с теми странами, которые сходны с нами по природным условиям, не касаясь экзотических парков Африки и Южной Америки, которые, конечно, трудно сравнивать с российскими и по привлекательности и, соответственно, по посещаемости. Это в первую очередь Канада и США.

Природный ресурсный потенциал США и Канады весьма сходен с Россией, поскольку их территория охватывает те же физико-географические зоны. В обеих странах существует весьма обширная сеть ООПТ, причем категории их очень разнообразны – в Канаде 31 категория [5], в США – 25 категорий, охватывающих 397 территорий под управлением Службы Национальных парков [20]. В нашей системе ООПТ имеется 7 категорий, причем только 2 – заповедники и НП находятся в федеральном подчинении, заказники, памятники природы могут находиться также и в ведении региональных органов управления, природные парки – только региональные, органы местного самоуправления могут устанавливать и иные категории ООПТ. В ведении Министерства природных ресурсов и экологии – 102 заповедника, 43 НП, 70 заказников и 28 памятников природы, 55 природных парков подчиняются регионам. Если же суммировать данные по всем типам ООПТ, то в России их насчитывается 13 804 (включая 9 235 региональных памятников природы и 4 276 региональных заказников). Для сравнения – в Канаде 23 794 ООПТ разного статуса.

Тем не менее, далеко не все ООПТ как российские, так и зарубежные, подходят для целей познавательного и экологического туризма. В России это НП, природные парки и, по новым веяниям, также и заповедники. В США это в основном НП, в Канаде еще и рекреационные территории и парки территориального подчинения. Если считать только НП, то в Канаде их 42 (считая 5 национальных парковых резерваций), в США – 58, в России – 43, плюс природные парки, которые по режиму и целевому назначению не отличаются от национальных. Таким образом, по числу территорий, развивающих экологический туризм, даже не считая тех заповедников, которые поставили себе эту задачу, Россия не сильно отстает от североамериканских стран.

Другой вопрос – посещаемость парков. Здесь, конечно, приоритет у американских – так, в год посещаемость НП США – 200–300 млн чел. (средние данные за 2008–2010 гг.), Канады – 12–13 млн чел. (средние данные за 2006–2010 гг.) [21]. В России, по данным 2008 г. [11], заповедники посетило 1 434 441 чел., в т. ч. по экологическим маршрутам (в организованных группах) прошло 609 680 чел., НП – 1 805 039 чел., по экологическим маршрутам – 1 489 406 чел. Т. е. даже если суммировать данные по

всем типам ООПТ, то получается около 3,5 млн чел., или в 70 раз меньше, чем в США и в почти в 4 раза меньше, чем в Канаде. Следует отметить, что данные по посещаемости природных парков очень отрывочны, но те немногие доступные цифры тоже впечатляют – так, парк «Оленьи Ручьи» в Свердловской обл. в 2009 г. посетило около 30 000 чел., парк «Донской» в Волгоградской обл. – 5 201 чел. (2010 г.), парк «Ергаки» в Красноярском крае – 2 500 чел. (2010 г.). С учетом общего количества природных парков получается тоже довольно внушительная цифра – порядка 700 тыс. чел. Но это все равно меньше, чем в североамериканских странах.

Если же сравнивать конкретные данные по посещаемости НП, то США являются безусловным лидером – из 58 парков посещаемость 20 из них более 1 млн чел. в год, и только в четырех она менее 10 000 чел. В Канаде только 3 парка «миллионера», посещаемость остальных очень различается, так, в шести она менее 100 тыс., в четырех – менее 10 тыс. и в восьми – менее 1 000 чел. в год, причем по годам она очень неравномерна [21]. В России только один НП в 2008 г. имел посещаемость свыше 1 млн, это городской парк «Лосиный остров», девять – более 100 тыс., 12 – менее 10 тыс., и только три – менее 1 000 чел., т. е. с Канадой это более или менее сравнимо.

Каковы же причины этого отставания? Основными факторами низкого турпотока в российских национальных парках считают их малочисленность, труднодоступность и слабое развитие инфраструктуры.

Как видно из вышеизложенного, по количеству ООПТ, развивающих туризм на своих территориях, Россия отстает не сильно. Обычно считают, что НП очень неравномерно распределены по территории нашей страны и вся территория за Уралом очень слабо ими освоена. Но, во-первых, эта территория также и очень неравномерно заселена, во-вторых, если учесть распространение природных парков, которые у местного населения пользуются не меньшей популярностью, то почти половина их сосредоточена именно за Уралом – только в Республике Саха (Якутия) их 6, по 4 – в Ханты-Мансийском АО, Республике Алтай и Камчатском крае, 2 в Республике Тыва и др., всего 26 из 55. В-третьих, уже и ряд заповедников успешно осваивают экологический туризм («Кроноцкий», «Столбы», «Байкальский» и др.). Т. е. распределение ООПТ по территории России сравнимо с США и Канадой, где также существуют относительно «пустые» участки.

Транспортная доступность ООПТ – другой важный аспект проблемы. Практически ко всем паркам Северной Америки можно добраться на автомобиле, за исключением северных территорий Канады и некоторых парков Аляски, там организуются чартерные авиарейсы, часто нерегулярные, а от аэродромов доставка туристов идет на снегоходах, лодках, автомобилях высокой проходимости и даже на собачьих упряжках. Тем не менее, даже эти отдаленные, можно сказать экстремальные места посещают от 200–700 чел. в год (Канада) до 3–9 тыс. (Аляска, США). Из наших НП собственно труднодоступны только два – «Берингия» и «Русская Арктика», на Европейской части дорожная сеть относительно хорошо развита, так что почти все НП доступны. Напротив, почти половина заповедников располагается в местах отдаленных от центра, так что доступны они только для местного, внутреннего туризма и для малочисленных групп энтузиастов, главным образом бёрдвотчеров. К наиболее посещаемым ООПТ относятся наиболее доступные – пригородные «Лосиный остров» и заповедник «Столбы», лежащий на трассе Москва–Петербург национальный парк «Валдайский», расположенные в популярных курортных местах «Куршская коса», «Сочинский», заповедник «Кавказский» и др.

Посещаемость НП (и заповедников) во многом зависит не только от их местоположения, но и от разнообразия турпродукта, предлагаемого конкретной ООПТ. Многие популярные парки предлагают посетителям, помимо экологических мар-

шрутов, горнолыжные трассы и альпинистские маршруты («Приэльбрусье», заповедник «Тебердинский»), осмотр памятников истории и культуры («Плещеево озеро», «Русский Север»), водные маршруты («Угра», «Водлозерский»), объекты религиозного туризма («Алханай»). Но, если вернуться к истинно экологическому туризму, то едва ли 10% посетителей национальных парков посещают их в составе организованных групп [10], а именно эти посетители в основном им и заинтересованы.

По данным информационного агентства «Туринфо» [12], востребованность экологического туризма в России крайне низкая. Лидирующее место в структуре внутреннего российского турпотока занимает пляжный туризм (38%), на втором месте – культурно-познавательный (20%), далее по популярности деловой туризм – 18%, за ним спортивный (экстремальный) – 8%, оздоровительный – 7%, круизный – 3%, сельский – 2%, а на экологический, событийный и паломнический туризм приходится по 1%. Экскурсии и поездки на природу в качестве приоритетного вида отдыха предпочитают люди старше 45 лет и пенсионеры [10], в меньшей степени – молодые одинокие люди (у них рейтинг этого вида стоит на 5-м месте, но все-таки присутствует, в отличие от категорий «молодые супружеские пары» и «семейные пары»). Опрос социологической службы фонда Ромир [14] также показал, что более половины (53%) россиян предпочитают проводить отпуск на пляже, причем только половина из них готова совмещать его с экскурсиями. 10% предпочитает дачный отдых, столько же – охотничье-рыболовный туризм, по 6% респондентов предпочли турпоходы и лечебно-оздоровительный отпуск. Лишь 5% россиян может назвать себя любителем активного отдыха (дайвинга, рафтинга, альпинизма и т. п.). Можем ли мы судить из этого обзора, что как только все заповедники проложат экологические тропы, нарушив при этом ряд столь тщательно охранявшихся долгие годы экосистем, построят базы отдыха и кемпинги, проведут дороги и автостоянки, в них нескончаемым потоком польются туристы, желающие «достичь гармонии с окружающей природой» (если от природы что-то еще останется?).

Таким образом, глядя на анализ приведенных цифр напрашивается простой вопрос – кто же будет потребителями этого вида туризма и будут ли оправданы затраты на эти глобальные преобразования сложившейся в России системы охраняемых территорий?

Исторически сложившийся менталитет российского горожанина в отношении отдыха в XIX в. не включал отдыха, сколько-нибудь похожего на экологический туризм, разве что охота и рыбная ловля были развлечением поместного дворянства. Состоятельные люди выезжали в основном на курорты и в санатории юга России и Европы, популярны были горные восхождения. Единственным видом путешествий, востребованных разными классами, было паломничество. Конечно, в ходе поездок люди осматривали как природные, так и исторические достопримечательности, но экскурсионного туризма не было. После революции, уже в середине 20-х годов, туризм начал активно развиваться, но превалировало также санаторно-курортное направление, хотя познавательный и спортивный «пролетарский» туризм также был очень популярен. В то время и создающиеся заповедники также были направлены не только на охрану, но и на познавательные экскурсии, хотя массовым это явление назвать трудно. Естественно, что в военные и послевоенные годы туризмом никто не занимался, многие заповедники были ликвидированы, и только в 60-е годы туризм вновь обрел популярность, но это был именно тот «классический» туризм в форме походов, категорийных маршрутов (горных, водных, лыжных), а в заповедниках туризм был крайне ограничен и существовал большей частью в форме школьных учебных троп и просветительской деятельности.

Экотуризм, как самостоятельное направление, в России начал оформляться во второй половине XX в., за основу был взят опыт зарубежных, главным образом европейских, НП, по их подобию начали создаваться и первые советские национальные парки. Т. е. эта форма туризма в России очень молодая, и пока не получила массовости, в отличие от США, где парки являются «национальной идеей» и где посещение их – наиболее популярный вид отдыха для любой американской семьи. У нас же большинство туристов, имеющих достаточные средства для отдыха, предпочитают зарубежные поездки, и не только на курорты, но и в экскурсионно-познавательных целях, или же организуют отдых другими способами. Это связано с несколькими причинами.

Во-первых, после того, как поездки за границу стали доступными, граждане России, после многих лет «невыездного» режима стремятся повидать мир, считая, как это часто бывает, что у себя дома они посмотреть все успеют.

Во-вторых, при общем уровне доходов населения далеко не все граждане России могут позволить себе дорогостоящие путешествия по стране. Сейчас слетать не только в Грецию или Испанию, но и в экзотические южноамериканские страны порой дешевле, чем добраться до таких отдаленных районов России, как Чукотка, Таймыр или центральная Якутия, с учетом не только авиаперелета, но и чтобы добраться собственно до территории заповедника или парка и вылететь оттуда обратно. Даже в ближние парки выбраться с семьей (а именно это наилучший вариант экологического путешествия) для многих достаточно затратно.

В-третьих, и это, пожалуй, одна из главных причин, общий уровень экологического воспитания (да и вообще воспитания) населения крайне низок. Знакомство с дикой природой не только не является приоритетом отдыха, оно вообще не рассматривается как его возможность. К сожалению, приходится констатировать, что уровень школьного, да и вузовского образования по этой дисциплине заставляет желать лучшего. И очень многое сейчас в этой области восполняют ООПТ своей эколого-просветительской деятельностью, но только среди населения близлежащих городов и поселков. Поскольку большинство их находится в отдалении от крупных городов, возникает ситуация, когда провинция опережает мегаполисы и крупные города, в частности, Москву, по степени экологического сознания населения. Большинство общедоступных СМИ (телевидение, радио) не затрагивают темы охраны природы, познавательного туризма, в рекламных роликах если и анонсируются путешествия, то только зарубежные. Правда, в интернет-сети имеются многочисленные сайты, освещающие деятельность ООПТ – это как собственные сайты заповедников, НП и отдельных природных парков, так и туристических компаний, специализирующихся на экотуризме [6, 15, 18, 19] Но приводимые цены на туры часто отбивают у потребителя всякое желание ехать в отдаленные уголки России «за экзотикой», а отдых в близлежащих районах менее интересен.

К сожалению, людей, которые действительно испытывают потребность общения с природой, ее познания, проникаются ее высоким духовным смыслом и испытывают истинную радость от диких ландшафтов, от встреч с животными, немного. Но они есть, и будем надеяться, они передадут эту способность своим потомкам, ученикам, и будущие поколения уже с большим интересом будут стремиться к отдыху подобного типа, а не к курортам Турции.

Но раз среди граждан России интерес к экотуризму пока невысок, или же по каким-то иным причинам спрос на этот вид туризма низкий, то иная картина должна существовать для въездного туризма из зарубежных стран. Из многочисленных источников известно, что во многих странах Западной Европы, Восточной Азии, Северной Америки интерес к экологическим путешествиям очень высок, что видно хотя бы из посещаемости зарубежных парков. Казалось бы, их должны интересовать парки России, долгое время (как и для нас западные) бывшие для них малодоступными,

уникальные природные ландшафты Сибири и Дальнего Востока, почти не затронутые антропогенным воздействием. Но, тем не менее, посещаемость наших ООПТ иностранными туристами невелика, и даже меньше, чем отечественными.

По опросным данным [11] доля иностранных туристов в общем потоке посетителей заповедников составила в 2008 г. 1% (438 чел.), НП – 1,5% (5 865 чел.). Среди них преобладают граждане Германии, Скандинавских стран, Франции и США, причем последние явно предпочитают посещать заповедники, что говорит об их потребности посещать по-настоящему нетронутые места. В целом же посещение НП у иностранных туристов более популярно, что связано как с их более удобным доступом (по количеству иностранцев лидируют приграничные парки «Куршская коса» и «Паанаярви»), так и с более развитой инфраструктурой. Впрочем, популярностью пользуются и парки Байкальского региона, а также «Лосиный остров». Природные парки и заповедники Дальневосточного округа чаще посещают туристы из Японии и Китая. В отличие от российского контингента туристов, зарубежные посетители более требовательны к уровню сервиса, качеству транспорта и ценовым категориям, что особенно касается авиации, преимущественно местной.

В связи с вышеизложенным возникает вопрос о перспективах развития экотуризма в России и связанных с этим перспективах сохранения и поддержания существующей сети ООПТ – а нужно ли вообще в России увеличивать поток туристов на территории ООПТ и как этого добиться?

Добиться, с точки зрения авторов поправок к Закону об ООПТ, можно, если допустить отчуждение части их территорий под объекты капитального строительства – кемпинги, турбазы, причем если для заповедников в проекте приводятся некие оговорки, типа «в рамках, предусмотренных настоящим законом», то в НП такое строительство предусматривается в массовых масштабах, без учета того, как повлияют крупные застроенные и в перспективе заселенные участки на заповедные ядра парков. Не секрет, что целью массового развития туризма в ООПТ является получение прибыли от их посещения, которая в России составляет 11,7 млн долл., в то время, как в США – 14 200 [7]. Особенно много ожидается от «брэндовых» модельных территорий. Таких сейчас выделено 9: 7 заповедников и 2 национальных парка [16]. Именно на их территориях предполагается развитие «цивилизованного познавательного туризма». Это уже сейчас наиболее привлекательные и посещаемые территории, но в то же время и обладающие уникальными экосистемами, восстановить которые при их нарушении будет чрезвычайно трудно, если не невозможно. В концепции развития системы ООПТ федерального значения предусматриваются меры по всестороннему развитию экотуризма, но серьезных изменений в порядке финансирования по остаточному принципу не предусматривается. Предполагается выделение средств на развитие туризма (но при этом всячески призываются инвесторы, которые могут арендовать у парка некую территорию, чтобы создавать на ней туристскую инфраструктуру), на охрану (но в обсуждаемых поправках к закону непосредственно инспектора ООПТ лишены прав на наложение штрафов за экологические нарушения), про развитие научных исследований говорится лишь вскользь, а ведь именно ООПТ должны являться базой для развития естественных наук, как территории с мало или вовсе ненарушенными экосистемами разных природных зон. Кстати, что касается прямых финансовых поступлений от деятельности НП, то в США доля этих средств составляет в суммарном бюджете парков около 12% , остальное – прямые дотации из федерального бюджета [3].

Концепция развития системы ООПТ на 2012–2020 гг. предусматривает создание в это период 23 заповедников и 28 НП [13]. Последние, в основном, будут создаваться на базе действующих заказников и региональных природных парков. Таким об-

разом, к 2020 г. у нас будет 71 НП, в которых и должен развиваться познавательный туризм. При этом непонятно – зачем преобразовывать в туристические объекты заповедники, изначальная задача которых – охрана природы, экологический мониторинг и научные исследования? Да, в охранной зоне их должны предусматриваться экологические тропы и прочие щадящие объекты, служащие целям экологического образования населения, воспитания школьников, преимущественно конкретного региона; да, допускается научный туризм – эти туристы всегда вполне адекватны по отношению к охраняемым объектам и серьезных нарушений от них не будет. Это волонтеры, бёрдвотчеры, научные сотрудники других заповедников и НИИ (в т. ч. зарубежных). Они, как правило, приезжают очень небольшими группами и не претендуют на высокий уровень условий проживания. Но ведь потенциал даже существующих НП использован далеко не полностью, что видно из приводимых выше цифр по их посещаемости. Необходимо развитие транспортной сети, создание в зоне хозяйственной деятельности парков благоустроенных кемпингов, а не гигантских турбаз и спортивных сооружений – для занятий спортом имеются специализированные базы отдыха, и не стоит совмещать «ежа с ужом» – углубленное познание дикой природы и теннисные корты или горнолыжные трассы. Необходима, в первую очередь, подготовка грамотных кадров для проведения подобных экскурсий и внедрение их в турфирмы. Эти кадры должны обучаться по специальным программам в вузах, специализирующихся в области туризма, на кафедрах охраны природы биологических факультетов университетов, возможно, для подготовки таких специалистов можно было бы проводить целевой набор с распределением непосредственно в НП. Для того, чтобы подготовленные гиды-инструктора шли работать в ООПТ, нужна достойная заработная плата, сейчас в большинстве ООПТ она просто нищенская.

Но для всего этого нужно, естественно, достаточное финансирование. Если будет продолжаться финансирование системы ООПТ России по остаточному принципу, то никакие новые законы и концепции не помогут – она просто перестанет функционировать, не дожив нескольких лет до своего столетнего юбилея.

Список литературы

1. Борейко, В. Е. Троянский конь экотуризма: смерть для заповедной природы [Текст] / В. Е. Борейко. – Киев, 2010. – 116 с. – (Серия : Охрана дикой природы. – Вып. 58.)
2. Бриних, В. А. Организация туризма в заповедниках: право на жизнь [Электронный ресурс] // Интернет-агентство «Направление РУ». – URL : http://www.apus.ru/site.xp/049050053049124049051054048055.html. (дата обращения: 25.03.2012).
3. Бухарова, О. Инвесторов зовут в парк : интервью с В. Б. Степаницким [Текст] / О. Бухарова // Российская бизнес-газета. – 2012. – 28 февраля.
4. Данилина, Н. Р. Экологическое просвещение в заповедниках: возможности, некоторые результаты и задачи [Текст] / Н. Р. Данилина // Сб. материалов: Экопросвещение и экотуризм: опыт и проблемы. – М.: Эколого-просветительский центр «Заповедники», 1999. – С. 1–6.
5. Дежкин, В. В. Особо охраняемые природные территории мира и некоторые проблемы российского заповедного дела [Электронный ресурс] / В. В. Дежкин // Электронный журнал BioDat. – URL : http://www.biodat.ru/doc/lib/degkin2.htm. (дата обращения: 26.03.2012).
6. Дерсу Узала [Электронный ресурс] / Дерсу Узала : Фонд развития экотуризма. – URL : http://www.ecotours.ru/ru/. (дата обращения: 30.03.2012).

7. Ежегодный совокупный доход от посещения особо охраняемых природных территорий [Электронный ресурс] // Интернет-портал Российской газеты. – URL : http://rg.ru/img/content/58/74/15/837_7.gif. (дата обращения: 30.03.2012).
8. Моралева, Н. А. Экологический туризм в России [Электронный ресурс] / Н. А. Моралева, Е. В. Ледовских // Интернет-портал Центра охраны дикой природы. – URL : http://www.biodiversity.ru/publications/odp/archive/n3%2822%29/st09.html. (дата обращения 25.03.2012).
9. О внесении изменений в Федеральный закон «Об особо охраняемых природных территориях» и отдельные законодательные акты Российской Федерации (проект) [Электронный ресурс] // Сайт Комитета ГД ФС РФ по по природным ресурсам, природопользованию и экологии. – URL : http://www.komitet2-21.km.duma.gov.ru/site.xp/052057124053053057.html. (дата обращения: 30.03.2012).
10. Обзор российского рынка выездного туризма [Электронный ресурс] // Российский деловой интернет-портал «Альянс Медиа». – URL : http://www.marketcenter.ru/content/document_r_4ce62f2c-efc3-45ca-9609-82eee7a7b11c.html. (дата обращения: 30.03.2012).
11. Отчет о НИР: Разработать аналитические материалы и предложения по совершенствованию государственной политики в сфере экологического туризма на ООПТ федерального значения. Часть 3. Проект концепции и основные направления экологического туризма на ООПТ федерального значения [Текст] / Ассоциация экологического туризма. – М., 2009. – (Ассоциация экологического туризма. Рукопись.)
12. Пляжный, экскурсионный и деловой туризм в России лидируют [Электронный ресурс] // Туристический портал : Utravel ru. – URL : http://www.utravel.ru/events/_aview_b9138811cat17. (дата обращения: 30.03.2012).
13. Развитие ООПТ [Текст] // Природно-ресурсные ведомости. – 2012. – №1–2, январь-февраль. – С. 2.
14. Российские туристы и кризис [Электронный ресурс] // Интернет-портал компании «Служба континентов». – URL : http://www.s-cont.ru/node/13625. (дата обращения: 30.03.2012).
15. Тенгри: экологический туризм [Электронный ресурс] // Сайт туроператора экологического туризма «Экологическое объединение ТЕНГРИ». – URL : http://www.tengri.ru/. (дата обращения: 30.03.2012).
16. Туризм на ООПТ [Текст] // Природно-ресурсные ведомости. – 2012. – №1–2, январь-февраль. – С. 4.
17. Штильмарк, Ф. Р. О проблемах природных заповедников и заповедного дела в России на современном этапе [Текст] / Ф. Р. Штильмарк // Экологические проблемы заповедных территорий России. – Тольятти, 2003. – С. 16–19.
18. Экологические активные туры по Горному Алтаю : Интернет-портал Eco Altai [Электронный ресурс]. – URL : http://www.ecoaltai.ru/. (дата обращения: 30.03.2012).
19. Экотуры по России : Интернет-портал Eco Travel [Электронный ресурс]. – URL: http://www.ecotravel.ru/. (дата обращения: 30.03.2012).
20. List of the United States National Park System official units [Electronic resource] // Electronic Encyclopedia Wikipedia. – URL : http://en.wikipedia.org/wiki/List_of_the_United_States_National_Park_System_official_units. (дата обращения 25.03.2012).
21. Parks Canada Attendance 2006-07 to 2010-11 National Parks, Park Reserves, & Marine Conservation Areas. [Electronic resource] // Site «Parks Canada». –

URL : http://www.pc.gc.ca/docs/pc/attend/table3.aspx. (дата обращения 25.03.2012).

ОРГАНИЗАЦИЯ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО КЛАСТЕРА ТУРИСТСКОЙ ДЕСТИНАЦИИ

Т. В. Рассохина, *заместитель директора Московского филиала РМАТ, декан факультета туристской индустрии, кандидат географических наук; rassohina@gmail.com*

Индустрия туризма имеет фрагментарную внутреннюю структуру. В обслуживании туристов участвуют предприятия размещения, общественного питания, транспорта, развлечений и т. д. Они входят в разные сектора индустрии туризма и обычно принадлежат разным владельцам и подчинены различным государственным ведомствам (Минспорттуризм, Митранс, Минсоцздравразвития, Минкультуры, Минобр и др.). Подготовка кадров для предприятий различных секторов туриндустрии, как правило, проводится различными образовательными учреждениями, часто никоим образом не осознающими взаимосвязь с туристской дестинацией. В этих условиях максимально актуальным становится формирование системы публичного управления образовательным процессом в туристской дестинации.

Для решения этих задач в дестинации формируется, наряду с классическим туристским кластером, образовательный кластер. Образовательный кластер – система обучения, взаимообучения и инструментов самообучения в инновационной цепочке наука-технологии-бизнес, основанная преимущественно на горизонтальных связях внутри цепочки [5]. На образовательный кластер в полной мере распространяется классическое определение: кластер – это географически сконцентрированная группа взаимосвязанных, дополняющих друг друга компаний и организаций, действующих в определенной сфере, одновременно конкурирующих и взаимодействующих в сферах общих интересов [3].

Образовательный кластер, как основной элемент инновационной системы, встроенный в туристский кластер, представляет собой совокупность образовательных учреждений всех уровней в пределах данной географической территории, работодателей; координирующих органов и органов власти, обеспечивающих функционирование туристской дестинации. При этом в связи с дискретностью туристского продукта и возможной географической разобщенностью различных циклов производства добавленной стоимости туристского кластера в него могут быть вовлечены образовательные и научные структуры, находящиеся вне границ туристской дестинации.

Учреждения образования не рассматриваются как часть цепочки накопления добавленной стоимости, поэтому выполняют в туристском кластере вторичную функцию кадрового и научно- исследовательского обеспечения. Регулирование их деятельности не входит в компетенцию органов управления туристской индустрией. Кроме того, не следует упускать и тот факт, что образовательные учреждения среднего и высшего образования являются крупными предприятиями, со значительной материальной базой, действующими на высококонкурентном рынке образовательных и научных услуг.

В России все четче проявляется тенденция формирования кластеров в системе образования [1, 5]. В современной научной литературе накоплена необходимая со-

вокупность знаний, которая может явиться предпосылкой для разрешения проблемы [2]. Исследованы различные аспекты интеграции образования, науки и производства; различные пути развития образовательных систем в регионе. В научных трудах рассматриваются различные проблемы интеграции в образовании, в частности: теоретико-методологические и методические основы педагогической интеграции; вопросы управления интеграцией образовательных учреждений [4].

В основе концепции развития образовательного кластера лежит ускорение инновационного развития при усилении взаимодействия его участников между собой и с отраслевым туристским кластером, что приводит к повышению конкурентоспособности образовательных учреждений на образовательном рынке, а так же к повышению качества персонала, появлению инноваций и увеличению инвестиций в туристской дестинации.

Образовательный кластер представляет собой элемент, встроенный в инновационный туристский кластер и представляющий собой совокупность:

- образовательных учреждений всех уровней образования в пределах данной географической территории и/или обеспечения отраслевой задачи;
- предприятий туристской индустрии и сопутствующих отраслей – работодателей;
- общественных организаций и местных сообществ, заинтересованных в развитии туристской дестинации;
- координирующих органов и органов власти, деятельность которых взаимосвязана с близлежащими производствами и развитием инновационной системы.

Модель управления образовательным кластером туристской дестинации основана на сочетании линейно-функциональных (традиционных) и программно-целевых (матричных) организационных структур. Она обеспечивает научно-методическое, информационно-коммуникационное сопровождение, а также иную поддержку их деятельности и взаимодействие региональных, муниципальных и общественных органов управления, участие в решении проблем образования различных заинтересованных субъектов. Организация системы управления образовательного кластера проходит в соответствии со следующими характеристиками системы:

- **цель** – создание системы устойчивого взаимодействия субъектов образовательного кластера с органами государственного и муниципального управления, предприятиями и бизнес-структурами, местным сообществом, основанной на четком распределении ролей, ответственности, долей участия, с целью подготовки высококвалифицированных и конкурентоспособных специалистов для кадрового обеспечения развития туристской дестинации;
- **задачи**: создание условий, обеспечивающих непрерывное профессиональное образование; структурно-функциональная интеграция учреждений профобразования и предприятий туристской индустрии; формирование единого образовательного пространства туристской дестинации; обеспечение условий для внешнеэкономической интеграции туристской дестинации; вовлечение общественности в решение проблем развития туристской дестинации; формирование положительных социально-психологических стереотипов, регламентирующих поведение людей по отношению к туризму, туристам и туристской индустрии;
- **принципы**: функционирование и развитие единой информационно-образовательной среды; использование проектно-целевого подхода к управлению; системный мониторинг изменений отношений в управлении образованием и туристской индустрией; расширение интеграции образовательных учреждений

с научными учреждениями, предприятиями туристской индустрии, органами управления, местным сообществом;

этапы формирования системы управления:

- аналитико-прогностический – оценка возможности формирования кластера и наличия заинтересованных участников;
- программно-целевой – разработка механизма формирования кластера: выявление участников, заинтересованных в создании взаимосвязей; определение принципов, на основании которых функционирует кластер: цели участников, общая стратегическая цель, стратегия развития; выявление взаимосвязей и взаимозависимостей внутри кластера; разработка положений, норм и правил обеспечения функционирования кластера;
- проектно-деятельностный – формирование структуры управления кластером и механизма его функционирования: определение членов координационного совета; формирование состава комитетов; определение функциональных обязанностей участников кластера; определение масштабов совместной деятельности участников, предлагающих рынку однотипные товары или услуги; определение кадрового состава предприятий и организаций кластера для осуществления конкретной деятельности;
- коррекционно-регулирующий – промежуточная оценка и выбор приоритетных направлений развития образовательного кластера, корректировка целей и задач системы управления;
- оценочно-информационный – оценка итогов функционирования образовательного кластера, оценка соответствия критериев реальным индикаторам развития;

• **методы**: партнерство; инвестирование; государственно-общественная экспертиза; лоббирование; мониторинг; общественная дискуссия;

• **критерии**: повышение качества подготовки кадров предприятий туристской индустрии; увеличение количества рабочих мест на предприятиях туристской индустрии; повышение уровня средней заработной платы на предприятиях туристской индустрии; повышение конкурентоспособности дестинации на российском и международном туристском рынке.

В результате, в системе образовательного кластера формируются тесные взаимосвязи, что обеспечивает ускоренный обмен информацией о потребностях туристской индустрии; упрощается доступ к знаниям, технологиям и оборудованию за счет совместного их использования и привлечения высококвалифицированных профессиональных кадров в образовательный процесс, создаются условия для непрерывного процесса совершенствования путем разработки и внедрения инноваций и модернизации технологий, что способствует устойчивому развитию туристской дестинации.

Для реализации системы управления образовательного кластера необходим механизм управления (рис. 13). Высший орган управления в образовательном кластере – координационный совет, который руководит деятельностью комитетов, осуществляющих планирование, организацию и контроль по видам деятельности в кластере: формирование квалификационных требований по подготовке и переподготовке кадров; формирование заказа на инновационные разработки; выявление образовательных учреждений и предприятий индустрии, способных вести инновационную деятельность; управление процессом привлечения инвестиций.



Рис. 13. Модель системы управления образовательного кластера туристской дестинации

Результативность кластера должна быть подтверждена его продуктом. Основным показателем развития инновационных процессов в образовательном кластере является индекс развития инновационного потенциала. Результатом его функционирования должны стать: проекты образовательных стандартов подготовки специалистов для туристской отрасли в соответствии со спецификой туристской дестинации; предложения по повышению квалификации кадров индустрии, долж-

ностных лиц, осуществляющих управление туристской отраслью соответствующей территории, а также научно-методическое обеспечение задач туристского кластера: научно-методическое обоснование мероприятий в рамках механизма государственного управления туристской отрасли (методики, прогнозы, проекты и др.); научная литература по тематике (монографии, словари, сборники статей, материалы конференций т. д.).

В то же время, реализация кластерной модели в организации профессионального образования может привести к ограничению самостоятельности учебных заведений, входящих в кластер, т. к. он задает всей системе целенаправленное поведение, ограничивая степень свободы своих субъектов. Однако, кластерная модель применима в качестве сильного внешнего воздействия на подсистему, позволяющего добиться максимального результата в минимально возможные сроки:

- интеграция образования и индустрии обеспечивает устойчивое функционирование и развитие каждого из субъектов, входящих в данную интегрированную систему;
- активное совместное функционирование образовательных учреждений профессионального образования в союзе с предприятиями и наукой создает условия для повышения их конкурентоспособности и инвестиционной привлекательности на рыках труда и образовательных услуг;
- совместная деятельность по наращиванию интеллектуального капитала гарантирует предприятиям и учреждениям профессионального образования подбор и подготовку высококвалифицированных кадров, что, в свою очередь, способствует развитию инновационных процессов в туристской дестинации;
- взаимодействие вузов с научными и производственными структурами в рамках интеграционных процессов обеспечивает значительное повышение качества образования, развитие инфраструктуры для осуществления инновационных технологий и создает возможность дальнейшего эффективного развития их взаимовыгодного сотрудничества.

Список литературы

1. Жиганов, А. Н. Подготовка компетентного специалиста-атомщика на интегративной основе / А. Н. Жиганов, С. А. Карпов, И. А. Цепаева // Высшее образование в России. – 2007. – №9. – С. 21–24.
2. Зорин, И. В. Современная модель профессионального туристского образования / И. В. Зорин // Международная научно-практическая конференция «Современная модель профессионального туристского образования и ее законодательное обеспечение»: пленарные доклады. – Химки : РМАТ, 2010. С. 14–28.
3. Портер, М. Конкуренция / Майкл Э. Портер ; пер. с англ. – М. : Издательский дом «Вильямс», 2006. – 608 с.
4. Терентьева, И. В. Государственно-общественное управление высшей школой : монография / И. В. Терентьева. – Казань : Изд-во «Отечество», 2008. – 183 с.
5. Шайдуллина, А. Р. Кластер как механизм интеграции образовательных учреждений и предприятий / А. Р. Шайдуллина // Известия Волгоградского государственного педагогического университета. – Волгоград, 2009. – №4 (38). – С. 50–54.

НАУЧНО-ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ МУЗЕЯ ЗЕМЛЕВЕДЕНИЯ МГУ И КАФЕДРЫ РЕКРЕАЦИОННОЙ ГЕОГРАФИИ И ТУРИЗМА ГЕОГРАФИЧЕСКОГО ФАКУЛЬТЕТА МГУ ИМЕНИ М. В. ЛОМОНОСОВА

М. Д. Рукин, *ведущий научный сотрудник Музея Землеведения МГУ, доктор технических наук, профессор, академик НАТ, РАКЦ, МАИ, Международной академии прогнозирования, член-корреспондент РНАН, «Почетный работник науки и техники Российской Федерации», лауреат премии М. В. Ломоносова и международной премии «Элита информациологов мира», «Заслуженный научный сотрудник МГУ имени М. В. Ломоносова»; ruckin.mihail@yandex.ru*

На II Международной научно-практической конференции «Туризм и рекреация», которая проходила на географическом факультете МГУ имени М. В. Ломоносова, мною была выдвинута идея о единстве целей и задач развития научных направлений учебно-научного Музея землеведения и кафедры рекреационной географии и туризма географического факультета МГУ имени М. В. Ломоносова во всех их «ипостасях»: учебно-воспитательного и научно-образовательного направлений деятельности естественно-научных музеев. Прошедшие после конференции пять лет показали правильность сформулированной идеи единства решаемых совместных задач. В плане реализации этой идеи мы продвинули её на уровень разработанной и предлагаемой для внедрения в практику учебного процесса МГУ совместной программы учебного курса по теме «Музееведение, геоэкология и международный экологический туризм».

Естественно-научные музеи появились с того времени, как человек стал себя осознавать как творца окружающего его мира. В IV в. до н. э. в Мессопотамии был создан музей, содержащий коллекции минералов и руд, необходимых при работе с сырьём и изготовления бронзы, а с III в. до н. э. – и для выплавки железа. В первые века до нашей эры в Индии уже существовал музей, в котором хранились классифицированные растения, животные и минералы, используемые в качестве лечебных средств. Термин «музей» появился в Древней Греции и обозначал учреждение, посвящённое музам («храм муз») – покровительницам искусств и наук. В это время людей притягивало всё удивительное и необыкновенное в природе – удивляли редкие растения, животные, минералы, огни, небесные явления, источники вод и т. д. Эти представления стали основой труда Аристотеля «Рассказы о диковинах», в котором описываются естественнонаучные парадоксы. Впервые «храм муз» появился в Ликее – в афинской школе Аристотеля в IV в. до н. э., где были собраны сотни различных видов животных и растений, а также минералов. Для сбора коллекции музея при содействии Александра Македонского были выделены и направлены в страны Малой Азии и Греции тысячи человек. В 323–286 гг. до н. э. музей возглавил Феофраст, написавший трактат «О камнях». Сбор растений и минералов осуществляли ученики учёного. Их доставляли многочисленные корнекопатели, дровосеки, смолокуры, рабочие. Естественнонаучное значение музеев античности не прекращалось 2 тыс. лет.

В России начало музейному делу положил Пётр I, создавший знаменитую Кунсткамеру. В 1755 г. М. В. Ломоносов, продолжая традиции этого образовательного учреждения, стал создателем Московского университета. В 1770 г. на медицинском факультете была организована новая кафедра естественной истории с преподаванием геологии и минералогии, Первым её профессором натуральной истории (зоологии, ботаники и минералогии) стал М. И. Афонин, положивший начало сбору естественнонаучных коллекций. Удивительные природные диковины и сегодня составляют сер-

дцевину экспозиции Музея Землеведения МГУ и именно они являются притягательной силой этого образовательного учреждения.

Подготовленная Музеем Землеведения МГУ учебная программа курса состоит из 4-х самостоятельных блоков, тесно увязанных между собой единым направляющим стержнем – единством целей и задач основных направлений педагогической и просветительской работы Музея и кафедры рекреационной географии и туризма географического факультета МГУ.

Первый блок включает определение музееведения, геоэкологии и международного экологического туризма как самостоятельного учебно-научного блока преподаваемых дисциплин. В этом блоке сформулированы: предмет исследования, даются научные толкования ключевых понятий музееведения, геоэкологии, экотуризма и оздоровительной рекреации. При раскрытии программы приводятся самостоятельные методы исследования социальной, геоэкологической и географической ситуации обеими структурами, подробно изложены история, теория, источниковедение и прикладные направления приложений учебной и воспитательной деятельности их в системе наук о Земле.

Во втором блоке рассматриваются научные и социальные направления деятельности музеев естественно-исторического профиля. В нем раскрываются понятия музейной сети и классификации естественно-исторических музеев. Отражаются основные социально-экологические функции естественно-исторических музеев и направления научной и образовательной деятельности Музея землеведения МГУ.

В третьем блоке представлен раздел о массовой идейно-воспитательной работе на базе учебно-научного Музея землеведения и кафедры рекреационной географии и туризма географического факультета МГУ. В этом блоке раскрывается содержание следующих разделов:

- цели и задачи, специфика массовой идейно-воспитательной работы;
- музейно-туристическая педагогика;
- виды и формы идейно-воспитательной работы;
- популяризация идей геоэкологии и экотуризма через информационную рекламу, экскурсионную и лекционную деятельность Музея и обозначенной выше кафедры, в том числе и проведение экотуров по Музею землеведения и ботаническому саду МГУ;
- организационные вопросы идейно-воспитательной и образовательной работы на единой информационной базе Музея землеведения и кафедры рекреационной географии и туризма географического факультета МГУ.

В четвертом блоке естественно-исторические музеи и кафедра туризма объединены в единый центр учебно-просветительской работы со студентами естественных специальностей МГУ имени М. В. Ломоносова. Это ещё раз подтверждает единство целей и задач Музея землеведения и кафедры рекреационной географии и туризма географического факультета МГУ.

Учебно-научный Музей землеведения МГУ – новый тип Музея, в котором сочетаются учебная, научная и методическая новизна показа нашей Земли и планеты в экспозициях семи высотных этажей (с 24-го по 31-й этаж) главного здания МГУ на Воробьевых горах.

Музей характеризуется комплексным показом всех научных направлений, связанных с формированием и развитием нашей планеты, её эволюцией во времени и пространстве.

Многочисленные карты и схемы экологического, географического, геологического, геоэкологического, биологического, почвоведческого содержания, коллекции минералов, горных пород, метеоритов, животных и растительных сообществ, во всем многооб-

разии и красоте раскрывают нашу Землю. Раскрывают её как планету Солнечной системы со всеми внутренними и внешними процессами: сейсмическими, вулканическими, космическими, подводными, атмосферными, биолого-почвенными и т. д.

Обзор Москвы с самых высших этажей со всех четырех сторон света, великолепная галерея высоко-художественных произведений известных художников во фризовых поясах каждого из семи этажей, серия скульптурных и художественных портретов отечественных и всемирно известных учёных (в том числе лауреатов Нобелевских премий), привлекают в Музей множество студентов и туристов со всего мира и создают Музею имидж крупнейшего экотуристического объекта России географической направленности.

Да и куда же еще пойти студенту, выезжая в туристическую поездку или на экскурсию в Москву, как не в музеи – культурного, исторического, учебно-образовательного, естественно-научного и краеведческого профилей. Только они дают наиболее объективную информацию о стране, в которой находишься и тратишь с большим трудом (у большинства студентов и туристов) заработанные и накопленные сбережения.

Ежегодно через Музей Землеведения МГУ, несмотря на его полузакрытый характер, проходит ежегодно более 80 тыс. посетителей: туристов, почётных гостей МГУ. В основном это – выдающиеся государственные деятели РФ, зарубежных стран, ученые, писатели, художники. Это и школьники и студенты Москвы, России, многих зарубежных стран.

Поэтому, естественно, возникает единство задач и целей таких научных направлений, как развитие геоэкологии, экотуризма в России и одновременное развитие Музеев благодаря посещению их, прежде всего молодёжью. И одна из главных задач для реализации этих целей – привлечение инвестиций, как международных, так и российских компаний в эти новые развивающиеся научные направления и отрасли.

Международный Совет музеев при ЮНЕСКО более 60 лет объединяет большую группу естественно-научных музеев мира, помимо художественных, историко-литературных и технических. Через некоторое время после открытия Музея землеведения МГУ в 1955 г., он также вошёл в международный Союз музеев мира. Только в СССР было на тот период 1035 музеев, из них 618 – естественно-научных (включая краеведческие). 72 музея было организовано при университетах СССР. Крупнейшими естественно-научными музеями в СССР наряду с учебно-научным Музеем землеведения МГУ, были на тот период, да и остаются на сегодня, Минералогический и Палеонтологический Музеи АН СССР, Геологический и Минералогический музеи в Московском геолого-разведочном институте (МГРИ), Зоологический и Антропологический музеи МГУ, Биологический Тимирязевский музей, Дарвиновский музей (Москва), Геологический и Минералогический музеи Ленинградского горного института и Всесоюзного геологического института (ВСЕГЕИ), Почвенный и Геологический музеи АН СССР в Ленинграде, Минералогический музей горного института Свердловска, Минералогический музей Иркутска и множество других музеев, включённых в систему Министерства высшего образования СССР.

Развитие естественно-научных музеев отражает развитие истории наук о природе и нашей планете. С начала XVIII века в истории естествознания происходит непрерывное накопление научных фактов о естественных процессах, формирующих нашу Землю. Это нашло отражение на формировании экспозиционного материала музеев мира. В большинстве случаев, особенно за рубежом, естественно-научные музеи представляют собой лишь хранилища коллекций натурных экспонатов, систематизированных в определенном порядке, в чём нам пришлось убедиться ещё раз после посещения минералогических музеев Фрайберга, Берлина и многих других городов Германии, недавнего посещения минералогического Музея при университете в г. Осло (Норвегия).

Во многих разделах учебно-научного Музея землеведения МГУ раскрыта история развития Земли как планеты Солнечной системы – от её образования и становления после Большого взрыва сверхновой и малой звезды (по одной из принятых классических гипотез) до появления разумного человека на ней. Эта история эволюции Земли представлена в борьбе и единстве противоположностей – эндогенных и экзогенных факторов. Главная причина первых факторов – энергия радиоактивного распада в недрах Земли, вторых – энергетические процессы Космоса, ядерной (плазменной) энергии Солнца и окружающей Землю атмосферы, ионосферы, защитных оболочек Земли, в том числе магнитных и радиационных поясов, озонового слоя Земли.

В Музее отражается единство материи Земли и Космоса, взаимодействие эндогенных и экзогенных процессов, природа планеты по географическим зонам и физико-географическим областям. Отображены способы сохранения благоприятной экологической обстановки Москвы и Подмосковья, показана стадийность развития растений и животного мира, дана детальная характеристика почв и раскрыты их связи с материнскими почвообразующими породами на уникальных примерах монолитов почв, отражены изменения почвенного покрова в зависимости от климатических условий и смены ландшафтных и физико-географических зон с севера на юг. Многочисленные гербарии в виде аппликаций по каждой зоне растительного и животного мира, в том числе уникальные коллекции бабочек, захватывают внимание туристов и просто посетителей Музея, будоражат мысли и будят воображение. Чучела и тушки животных представлены также по природным зонам. Физико-географические области, показанные в экспозициях Музея, раскрывают связь и процессы взаимовлияния между всеми природными комплексами.

Одним из главных направлений работы Музея землеведения МГУ, кроме учебной, экспозиционной и научной работы, является привлечение в Музей студентов и туристов со всех стран мира, во время их пребывания в Москве, в головном университете России, всех почетных гостей ректората, гостей многочисленных факультетских кафедр и многих научно- исследовательских институтов и научных центров МГУ, студентов и школьников России и зарубежных стран. И это не удивительно – естественно-научные музеи углубляют нравственность, повышают эстетический потенциал посетителей, развивают их наблюдательность и активизируют познавательный процесс. Они развивают у молодёжи понимание принципов экологической этики, необходимой для осмысления причин и последствий глобальных кризисов, переживаемых и усугубляемых человечеством, и поиск приёмов их разрешения. Этому способствуют и уникальные живописные картины, написанные в период ускоренной индустриализации страны по заказу Музея Землеведения МГУ при его создании в 1940–1950-х гг. На этих полотнах представлены разработки месторождений полезных ископаемых, после которых остаются техногенные бедленды, лишённые всякой растительности, облака пыли различных цветов над перерабатывающими предприятиями, обилие техники и главное – отсутствие человека, деятельность которого была направлена на преобразование природы, взять от неё всё что можно, и не ждать милости от неё. В этом историко-культурном отношении, в понимании природоразрушающего образа мыслей и характера деятельности людей прошлого Музей Землеведения МГУ выполняет функции, которые не могут осуществлять самые лучшие образовательные учреждения страны.

Естественно-научные музеи выполняют одну из главнейших задач кафедры рекреационной географии и туризма географического факультета МГУ имени М. В. Ломоносова и Музея Землеведения МГУ – популяризацию и пропаганду научных знаний в области наук о Земле, учат понимать особенности взаимодействия социума с окружающей его средой, выполняют важную функцию в области развития и эволюции

экологического образования. И в этом состоит его огромная воспитательная и гуманитарная задача, т. к. показывает элементы природы не обособлено, а в процессе взаимодействия с ними человека, что и является предметом геоэкологии.

В целом, за чуть более чем полувековой срок существования нашего музея, в нем побывали представители практически всех стран мира, а общее количество студентов, туристов и посетителей музея насчитывает сегодня уже более 4 млн чел.

В этом и есть суть общей платформы для решения совместных задач и достижения целей по развитию университетских кафедр, рекреаций и музеев, для привлечения в эту область внимания будущих бизнесменов-инвесторов и госбюджетных дотаций.

ТУРИСТСКИЕ ИНФОРМАЦИОННЫЕ РЕСУРСЫ КАК СОСТАВНАЯ ЧАСТЬ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ТУРИСТСКОГО ОБРАЗОВАНИЯ

TOURIST INFORMATION RESOURCES AS A COMPOUND PART OF THE PROFESSIONAL TOURISM EDUCATION

Е. Н. Сапожникова, *старший преподаватель кафедры «Технология и организация туристической деятельности», РГУТиС, г. Москва, sengeo@mail.ru*

E. N. Sapozhnikova, *senior teacher of Technology and Organization of Tourist activities department, RSUTS, Moscow, sengeo@mail.ru*

Изучение туристских ресурсов составляет важную и необходимую часть системы подготовки кадров для турбизнеса. Раздел «туристские ресурсы» является составной частью большинства учебных курсов (дисциплин) студентов-бакалавров по направлениям «туризм», «социально-культурный сервис и туризм» и даже «гостиничное дело». Формирование основных, базовых понятий, умений и навыков работы с туристскими ресурсами начинается у студентов, согласно положению ФГОС 3 поколения, при изучении специального, профилирующего курса «Туристское ресурсоведение». Постановка курса «Туристское ресурсоведение» связана с необходимостью решения ряда проблем, в первую очередь, разграничения теоретических дефиниций. Ресурсы понятие сложное, многопрофильное и поликомпонентное, но в настоящее время сложилась несколько парадоксальная ситуация, все ресурсы, используемые в туризме, называются туристскими ресурсами. Хотя, в силу различий специфики функционального назначения их следует разделить на две большие группы, ресурсы, используемые для 1) организации и 2) технологии туристской деятельности.

Первая группа, назовем их туристскими ресурсами организационного назначения, обеспечивает нормальное функционирование самих турфирм. В состав этой группы входят трудовые, финансовые, капитальные, производственные, технологические, инфраструктурные и другие виды ресурсов. Причем значимость отдельных видов ресурсов меняется во времени. В настоящее время происходит серьезная трансформация ресурсного потенциала. Она обусловлена внедрением организационных инноваций, основой которых являются знания и информация, подлинной силы развития туристской деятельности [1]. Перспективными формами реализации организационных инноваций являются туристские информационные (ТИЦ) и туристские консалтинговые центры (ТКЦ) [3]. Успешная деятельность этих центров тесно связана с пониманием и рациональным использованием информации как туристского ресурса технологического назначения.

Туристские ресурсы технологического характера (назначения) являются исходной сырьевой базой для создания или формирования турпродуктов, в первую очередь туруслуг. Единственным видом готового турпродукта является тур – конечный результат деятельности турфирмы. Но существует еще два вида турпродуктов: туруслуга и набор туруслуг, т. е. на туррынке одновременно представлены три вида турпродуктов. При этом каждый из них состоит из туруслуг – элементарной, единой и неделимой частицы любого турпродукта. Из туруслуг формируются наборы туруслуг и туры любых видов и направлений туризма, таким образом, туруслуга представляет собой не только объект купли-продажи на туррынке, но одновременно это исходный ресурс, используемый для создания второго и третьего вида турпродукта: набора туруслуг и тура. Однако, туруслуга также результат деятельности турфирмы и/или одного из поставщиков-партнеров. Основой создания любой туруслуги является первичный объект-ресурс, например, посещение музея: посещение – услуга, музей – первичный объект-ресурс. В результате в туризме одновременно присутствуют две группы ресурсов: первичные и вторичные. Вторичные туристские ресурсы представлены огромным количеством и разнообразием туруслуг, а первичные турресурсы – это те материальные объекты и нематериальные явления окружающего мира, на основе которых турфирмы или их партнеры формируют услуги, предлагаемые туристам. Ситуация в туризме в значительной степени аналогична сельскому хозяйству, где также имеются первичные ресурсы (земля, климат, воды) и вторичные (сельскохозяйственные машины и оборудование, семена и пр.).

Вторичные туристские ресурсы технологического характера, поскольку они являются результатом турдеятельности, изучаются в курсе «Основы туроперейтинга». Целью данной статьи является рассмотрение одного из типов первичных туристских ресурсов, информационных.

Первичные туристские ресурсы технологического назначения подразделяются на две группы, ресурсы необходимые для создания 1) туруслуг и 2) рекламных продуктов. Туристские ресурсы, используемые для создания рекламных продуктов, изучаются в курсе «Туристское страноведение». В экономической географии они называются условиями развития туризма и составляют основные разделы туристкой страноведческой характеристики: географическое положение, народонаселение, природа, историческое художественное наследие, современная художественная культура и экономика [8, 4, 11].

Для технологии создания туруслуг используется другая часть первичных туристских ресурсов технологического характера, они составляют предмет изучения курса «Туристское ресурсоведение». В состав этой группы ресурсов входят природные, экскурсионные, экономические, технологические и информационные ресурсы [5, 6, 7, 9]. Рамки данной статьи не позволяют остановиться на характеристике всех выше перечисленных типов турресурсов технологического характера.

Одним из наименее изученных типов ресурсов являются туристские информационные ресурсы. Однако, прежде чем перейти к рассмотрению состава, основных черт и особенностей туристских информационных ресурсов, необходимо ввести критерий позволяющий разграничить, отличить информационные ресурсы от любого другого типа туристских ресурсов, в первую очередь, экскурсионных ресурсов. Различие состоит в том, что объекты-ресурсы любых типов туристских ресурсов, кроме информационных ресурсов, имеют преимущественно предметно-материальный характер. Они имеют также непосредственную топологическую привязку к конкретной территории, местности, точке. Любой объект информационных ресурсов – это только информация, сохраненная и доведенная до туристов с помощью традиционных или современных видов контактов (средств связи или общения). Точнее это та часть «чистой» инфор-

мации, которую нельзя увидеть в реальном мире, определенной точке поверхности Земли. Например, рассказ о типичных чертах и особенностях архитектуры современной Красной площади, сопровождаемый показом соответствующих реально существующих объектов – знакомство с экскурсионными ресурсами; рассказ или беседа о времени и процессе строительства этих зданий и сооружений или о том, как выглядела Красная площадь во времена Ивана Грозного или Петра Первого – использование информационных ресурсов.

Существует несколько определений понятия «туристские информационные ресурсы (ТИР)». Одно из них, приведенное ниже, не имеет академической формы, но наиболее полно отражает (по мнению автора) роль и значение этого типа ресурсов в турбизнесе.

ТИР – информация о территории, ее истории, природе, людях, хозяйстве и культуре, полученная туристами: 1) непосредственно во время путешествия, 2) в ходе подготовки к нему, и 3) по прошествии некоторого времени как воспоминание [10].

Приведенное определение замечательно тем, что оно отражает двойственную природу туристских информационных ресурсов, включающую как условия, так и собственно ресурсы. В процессе подготовки к путешествию потенциальные туристы используют главным образом рекламные материалы и страноведческие описания, основу которых составляет характеристика условий развития туризма. Вернувшись из путешествия, туристы в воспоминаниях и рассказах о нем используют полученные во время (и до) турпоездки сведения, как о ресурсах, так и об условиях развития туризма, не разделяя их. К собственно информационным туристским ресурсам относится только информация, полученная туристами непосредственно во время путешествия, причем в форме туруслуг. Это означает, что определить какая часть информации является собственно туристским информационным ресурсом, может только квалифицированный специалист.

Для отбора необходимых первичных информационных ресурсов могут быть использованы практически любые источники информации: отрасли, виды или сферы человеческой деятельности (наука, культура, управление, экономика, география, история и пр.).

Хранение и распространение информации осуществляется на серверах, предоставляющих доступ к сервису Google Earth или аналогичным, сайтах, насыщенных мультимедийной информацией и 3D-моделями объектов, компьютерных дисках, видео- и аудиокассетах, дискетах, книгах, альбомах, картах и пр. [2]. В туризме к числу наиболее ценных носителей и распространителей ТИР относятся люди, владеющие необходимой информацией и умеющие передать ее в аттрактивной для туристов форме (организаторы и технологи, менеджеры, гиды и экскурсоводы).

Всю информацию, используемую как туристские информационные ресурсы, по формам хранения и передачи можно разделить на группы: текстовая, картографическая, цифровая, образно-визуальная, словесно-аудиальная, музыкально-аудиальная и смешанная.

Состав туристских информационных ресурсов изучен пока недостаточно, однако, выделяют следующие виды ТИР:

1. Географическая информация карт, схем, путеводителей и пр.
2. Топонимическая информация, объясняющая происхождение названий городов, сел, ландшафтов и т. п.
3. Мифы, сказки, легенды.
4. Литературные, научные и научно-популярные издания.
5. Произведения искусства, в том числе музыкальные.
6. Фильмы, спектакли, концерты.

7. Образы природы, людей, поселений, достопримечательностей.
8. Биографии реально существовавших выдающихся деятелей (художников, музыкантов, политиков, полководцев, ученых и пр.).
9. Характеристика легендарных, сказочных, мифических персонажей или мифологизированных личностей.
10. Характеристика творчества (творческих достижений и выдающихся успехов) замечательных людей.
11. История создания, строительства уникальных объектов.
12. Характеристика выдающихся событий или свершений в жизни страны, народа мирового или национального значения.
13. Характеристика феноменов или явлений в широком смысле слова (художественных стилей, социальных и промышленных революций и т. п.).
14. Характеристика явления, феномена в узком смысле слова, которое уже свершилось и закончилось, но оказало заметное влияние на культуру, историю или другие сферы жизни людей (например, школа барбизонцев, объединение «Могучая кучка», династия Романовых).

Учитывая неоднозначность и многоплановость туристских информационных ресурсов, а также тот факт, что информационные ресурсы представляют собой лишь один из пяти типов первичных туристских ресурсов технологического характера, определение перечня профессиональных и общекультурных компетенций, которые должны быть усвоены студентами во время изучения туристских информационных ресурсов, сложная проблема. Необходимо также принять во внимание, что по сложности и разветвленности состава компонентов и элементов информационные ресурсы значительно уступают любому другому типу ресурсов. Поэтому выделение дополнительных часов, особенно лекционных, на изучение информационных ресурсов нецелесообразно. Тем более что главную проблему разрешить все равно не удастся. Главную проблему составляет общий объем содержания, но для овладения объемом информации, используемой гидами во время, например, экскурсионной турпоездки, хотя бы в достаточном количестве нужны совместные усилия. Необходима координация профессиональных и общекультурных компетенций курса «Туристское ресурсоведение» с соответствующими компетенциями курсов «Туристское страноведение», «Экскурсоведение», «Основы туроперейтинга», «Технология внутреннего, въездного и выездного туризма» и ряда других.

Непосредственно в процессе преподавания курса «Туристское ресурсоведение» следует сосредоточиться на усвоении студентами знаний о видовом составе туристских информационных ресурсов, группировке по формам хранения и передачи информации, а также об основных способах подачи информации. Главный упор, на взгляд автора, имеет смысл сделать на приобретении практических навыков и формировании умений доводить информацию до потребителя – туриста. Решению этой задачи будет способствовать представление студентов о взаимосвязи между видами ТИР, способами подачи информации и формами хранения и передачи информации. Эту взаимосвязь можно представить в виде табл. 6.

Таблица 6.

Основные параметры характеристики туристских информационных ресурсов

№	*Виды ТИР*	*Формы хранения и передачи информации*	*Способы подачи информации*
1	2	3	4
1.	географическая информация	картографическая, текстовая, цифровая, образно-визуальная, словесно-аудиальная	беседа

Продолжение Таблицы 6.

1	2	3	4
2.	топонимическая информация	картографическая, текстовая, словесно-аудиальная	рассказ, беседа
3.	мифы, сказки, легенды	словесно-аудиальная, образно-визуальная	беседа, рассказ, демонстрация
4.	литературные, научные, научно-популярные издания	словесно-аудиальная, образно-визуальная	рассказ, беседа, демонстрация
5.	произведения искусства	образно-визуальная, музыкально-аудиальная, словесно-аудиальная	демонстрация
6.	фильмы, концерты, спектакли	то же	демонстрация
7.	образы природы, людей, поселений, достопримечательностей	то же	демонстрация
8.	биографии личностей	словесно-аудиальная, образно-визуальная	беседа
9.	характеристика персонажей или мифологизированных личностей	образно-визуальная, словесно-аудиальная, музыкально-аудиальная	рассказ, беседа
10.	характеристика творчества	словесно-аудиальная, музыкально-аудиальная, образно-визуальная	рассказ, демонстрация
11.	история создания или строительства	словесно-аудиальная, образно-визуальная	рассказ
12.	характеристика событий	образно-визуальная, словесно-аудиальная, музыкально-аудиальная	беседа
13.	характеристика феноменов в широком смысле слова	словесно-аудиальная, образно-визуальная	рассказ
14.	характеристика явлений в узком смысле слова	словесно-аудиальная, образно-визуальная	беседа

На практических занятиях студенты, организованные в бригады по 3–5 чел. выполняют работу по отработке трех основных способов подачи информации. Три практических занятия, три способа подачи информации: рассказ, беседа, демонстрация, включая интерпретацию особо значимых первичных объектов-ресурсов [3]. Наглядное представление о специфике организации этих практических занятий может дать табл. 7.

Таблица 7.

Группировка ТИР по способам подачи информации

Способы подачи информации	*Виды туристских информационных ресурсов*
рассказ	- характеристика явлений в широком и узком смысле слова - история создания или строительства - литературные, научные, научно-популярные издания
беседа	- биография личностей - характеристика событий - топонимическая информация
демонстрация	- образы природы, людей, поселений, достопримечательностей - фильмы, концерты, спектакли
рассказ/беседа и демонстрация	- мифы, сказки, легенды - характеристика творчества - характеристика персонажей и мифологизированных личностей - характеристика произведений искусства - географическая информация

Бригада последовательно для каждого из практических занятий выбирает один из способов подачи информации, далее один из предложенных видов туристских информационных ресурсов, самостоятельно определяет конкретный объект-ресурс для

исследования и готовит устное выступление (сообщение) с учетом особенностей форм хранения и передачи, которые характерны для данного вида информации. При этом следует обратить внимание студентов, что поскольку большинство объектов-ресурсов относится к крупным или средним формам, то достаточно выбрать один небольшой отрывок из исследуемого примера и на его основе подготовить сообщение. Это касается также фильмов, концертов или спектаклей. Сообщение по теме «демонстрация» предусматривает не только собственно демонстрацию или просмотр выбранного отрывка, но обязательные комментарий, предваряющий просмотр и обсуждение, завершающее демонстрацию.

Сочетание теоретических знаний и практических умений и навыков в области туристских информационных ресурсов будет способствовать формированию актуальных для студентов профессиональных и общекультурных компетенций, а также обеспечит непосредственную связь и преемственность предметных компетенций курсов «Туристское ресурсоведение», «Туристское страноведение» и «Основы туроперейтинга».

Список литературы

1. Александрова, А. Ю. Ресурсный потенциал туристской деятельности: новые подходы к определению, современные трансформации и перспективные направления развития [Текст] / А. Ю. Александрова // Туризм и рекреация : фундаментальные и прикладные исследования : труды V междунар. науч.-практич. конф. (Москва, геогр. ф-т МГУ им. М. В. Ломоносова, 28–29 апр. 2010 г.). – С.-Пб. : Д.А.Р.К., 2010. – С. 61–69.
2. Аноприенко, А. Я. Новые методы географии и использование информационного потенциала территорий в туризме [Текст] / А. Я. Аноприенко, В. Т. Дмитриева, Е. Н. Ерёмченко, В. И. Кружалин, И. Л. Семичастный // Туризм и рекреация : фундаментальные и прикладные исследования : труды V междунар. науч.-практич. конф. (Москва, геогр. ф-т МГУ им. М. В. Ломоносова, 28–29 апр. 2010 г.). – С.-Пб. : Д.А.Р.К., 2010. – С. 83–89.
3. Власова, Т. И. Инновационное развитие туристской отрасли в современных условиях [Текст] / Т. И. Власова // Туризм и рекреация : фундаментальные и прикладные исследования : труды VI междунар. науч.-практич. конф. (Санкт-Петербург, Балтийская академия туризма и предпринимательства, 27–28 апр. 2011 г.). – С.-Пб. : Д.А.Р.К., 2011. – С. 10–16.
4. Ивлиева, О. В. Оценка туристско-рекреационного потенциала Приазовья (Ростовская область) [Текст] / О. В. Ивлиева // Туризм и рекреация : фундаментальные и прикладные исследования : труды VI междунар. науч.-практич. конф. (Санкт-Петербург, Балтийская академия туризма и предпринимательства, 27–28 апр. 2011 г.). – С.-Пб. : Д.А.Р.К., 2011. – С. 390–394.
5. Колотова, Е. В. Рекреационное ресурсоведение [Текст] : уч. пособие для студентов, обучающихся по спец. «Менеджмент» / Е. В. Колотова. – М. : Российская международная академия туризма, 1999. – 135 с. – Библиогр.: с. 133–134.
6. Сапожникова, Е. Н. Проблемы сельского туризма и роль экономических туристских ресурсов в его развитии [Текст] / Е. Н. Сапожникова // Стратегия развития туризма и рекреации : материалы Международной науч.-практич. конф. (Махачкала, филиал ФГБОУ ВПО «РГУТиС» в г. Махачкале, 2011). – Махачкала, 2011. – С. 148–154.
7. Сапожникова, Е. Н. Социально-культурные и культурно-исторические ресурсы : специфика разделения и их роль в туристическом бизнесе [Текст] /

Е. Н. Сапожникова // Сервис в России и за рубежом. – Том 4 (14). – 2009. (http: // rguts.ru / electronic jornal. – 0420900058/0093)
8. Сапожникова, Е. Н. Страноведение. Теория и методика туристского изучения стран [Текст] : уч. пособие для студентов высших учебных заведений, обучающихся по специальности «Социально-культурный сервис и туризм» / Е. Н. Сапожникова. – 5-е изд., стер. – Москва : Академия, 2008. – 237, [1] с. – (Высшее профессиональное образование. Туризм).
9. Сапожникова, Е. Н. Классификация туристских ресурсов и ее роль в теории и практике туристского ресурсоведения [Текст] / Е. Н. Сапожникова // Образование и сервис : теоретические и практические аспекты : материалы науч.-практич. конф. (Калининград, филиал ФГБОУ ВПО «РГУТиС» в г. Калининграде, 20 мая 2011 г.). – Калининград, АКСИОС, 2011. – С. 98–101.
10. Туристский терминологический словарь: Справочно-методическое пособие [Текст] / Авт.-сост. И. В. Зорин, В. А. Квартальнов. – М. : Советский спорт, 1999. – 664 с.
11. Чибилёва, В. П. Особенности формирования туристско-рекреационного потенциала Оренбургской области [Текст] / В. П. Чибилёва // Туризм и рекреация : фундаментальные и прикладные исследования : труды VI междунар. науч.-практич. конф. (Санкт-Петербург, Балтийская академия туризма и предпринимательства, 27–28 апр. 2011 г.). – С.-Пб. : Д.А.Р.К., 2011. – С. 457–460.

ОПЫТ РЕАЛИЗАЦИИ МЕЖДУНАРОДНОЙ ИННОВАЦИОННОЙ ПРОГРАММЫ ПОДГОТОВКИ МАГИСТРОВ МЕНЕДЖМЕНТА ТУРИСТСКИХ ДЕСТИНАЦИЙ

А. И. Сесёлкин, *директор Института инновационных исследований в туризме Российской международной академии туризма, доктор педагогических наук, профессор, г. Химки, Московская область; sai45@mail.ru*

Известно, что магистратура даёт возможность продолжить обучение на более высоком уровне профессионального образования или получить второе высшее образование. Магистратура как второй уровень высшего образования является элитарным циклом получения образования. Это осознанный выбор сформировавшегося, уже имеющего высшее образование человека, пожелавшего получить более высокую квалификацию, систематизировать практический опыт и получить новые возможности для развития компетенций. Диплом магистра обеспечивает дополнительные конкурентные преимущества при карьерном росте и устройстве на работу. Во время обучения в магистратуре появляются прекрасные шансы приобрести полезные для дальнейшей деятельности деловые контакты.

Магистерские программы [3] Российской международной академии туризма (РМАТ) разработаны в полном соответствии с федеральными государственными образовательными стандартами, учитывают разнообразные образовательные цели обучающихся, предоставляют возможность получения международных сертификатов по дополнительным модулям подготовки: «Туристское управление объектами Всемирного культурного наследия» (кафедра ЮНЕСКО Университета Париж-1, Пантеон-Сорбонна), «Устойчивое развитие культурного туризма в муниципальных дестинациях» (Национальная школа администрирования, Франция); а также возможность получения «двойного диплома»: РМАТ и Миланского университета Бикокка (Италия).

Инновационная программа подготовки магистров «Менеджмент туристских дестинаций» [2] была разработана в РМАТ в 2010 г. и получила положительное заключение Учебно-методического объединения ВУЗов России по образованию в области менеджмента. Цель программы – подготовка специалистов нового типа для развития туристских дестинаций, способных осуществлять системный анализ и управление проектами в дестинациях, комплексное рекреационное планирование, обеспечивать вопросы взаимодействия с институтами и управляющими органами внешней среды в дестинации, сохранять и развивать объекты культурного и природного наследия в туристских дестинациях, моделировать экономически целесообразные проекты устойчивого развития туристских дестинаций.

Особое место в деятельности РМАТ занимают международные образовательные проекты – магистерские и бакалаврские программы, реализуемые с вузами-партнерами.

Естественным образом способствуя мобильности студентов и преподавателей, совместные образовательные программы, т. е. программы, реализуемые двумя или более вузами-партнерами, приобретают в настоящее время все большее значение для создания имиджа вуза, привлечения абитуриентов, вхождения субъектов образовательного процесса в мировое образовательное пространство. Самое важное заключается в том, что магистерские программы дают возможность студенту получить те знания и навыки, которые он не получил бы в своем вузе. Это и должно быть главным критерием при создании магистерской программы.

В настоящее время наиболее распространенными формами реализации совместных образовательных программ являются:

- аккредитованные и валидированные программы (признание одним вузом эквивалентности программы другого вуза собственной образовательной программе с возможной выдачей собственного диплома выпускникам университета-партнера);
- франчайзинговые программы (передача одним университетом другому права реализации своей образовательной программы при сохранении за собой права контроля качества подготовки);
- программы двойных и совместных дипломов (согласование учебных планов и программ, методов обучения и оценки знаний студентов, взаимное признание результатов обучения в вузах-партнерах, наличие общих структур управления программой, выдача совместного диплома).

Необходимо различать следующие понятия: совместная образовательная программа, совместная степень, двойная степень – с учетом рекомендаций Европейской ассоциации университетов:

- предпочтителен вариант, когда совместная степень отражена в едином документе, выданном вузами-участниками в соответствии с национальными законодательствами;
- следует проводить четкое различие между программами, ведущими к совместной и к двойной степени, с учетом целей учебных планов, моделей учебного процесса и защиты интересов обучающихся;
- участниками должны быть два или более вуза в двух или более странах;
- программы и интегрированные учебные планы разрабатываются и утверждаются совместно двумя или более вузами, что фиксируется в виде письменного двустороннего или многостороннего соглашения;
- при разработке магистерской программы должны самым тщательным образом оговариваться требования к итоговым компетенциям выпускников; нагрузка студентов должна описываться в терминах зачетных единиц по типу ECTS;

совместные степени и программы должны предполагать мобильность студентов, преподавателей и персонала;
- пребывание студентов в вузах-партнерах должно быть соизмеримо по срокам;
- необходимо разрабатывать принципы и общие стандарты обеспечения качества на основе взаимного доверия и признания национальных систем обеспечения качества;
- сроки обучения в вузах-партнерах и сданные там экзамены должны признаваться полностью и автоматически;
- следует полностью использовать механизмы, предлагаемые системой трансфера зачетных единиц (ECTS), и приложения к диплому (Diploma Supplement) европейского образца.

С учетом данных рекомендаций было разработано и подписано «Соглашение о двойном образовании, заключенное между Миланским университетом Бикокка и Российской международной академией туризма», согласно которому студенты магистратуры каждого из вузов получают возможность поступить в магистратуру вуза-партнера с перезачетом зачетных единиц (ECTS) по согласованному учебному плану и готовить выпускную квалификационную работу (магистерскую диссертацию) под совместным руководством итальянских и российских научных руководителей.

Для реализации соглашения на базе упомянутой выше программы подготовки магистров менеджмента туристских дестинаций РМАТ и анализа содержания образовательной программы подготовки магистров Миланского университета Бикокка «Экономика туризма» была разработана международная магистерская программа «Менеджмент туристских дестинаций и экономика туризма» [1]. В ноябре 2010 г. данная программа под названием «Master in Tourism Management» успешно прошла процесс сертификации качества по стандартам UNWTO.TedQual Всемирной туристской организации ООН.

В соответствии с соглашением в течение 2011/12 учебного года пять студентов второго года магистратуры РМАТ завершают обучение в Миланском университете Бикокка, а четыре студента магистратуры Миланского университета Бикокка – в РМАТ. В новом учебном году 6 магистрантов РМАТ выедут на обучение в Милан, а 5 магистрантов Миланского университета Бикокка приступят к занятиям в академии.

Образовательный процесс построен в соответствии с утвержденными интегрированными учебными планами магистерской подготовки, в которых дисциплины профессионального цикла сгруппированы по областям научных знаний и взаимно дополняют образовательные программы вузов-партнеров. При этом набранные зачетные единицы по дисциплинам первого года обучения взаимно перезачитываются.

Рассмотрим подробнее некоторые элементы организации учебного процесса в пилотной группе. Обучение итальянских магистрантов в РМАТ ведется на английском языке, а в Милане – на английском и итальянском языках. Изучение итальянского языка в объеме 160 акад. часов для магистрантов РМАТ было организовано на первом курсе магистратуры, а для итальянских магистрантов обучение русскому языку проводилось на втором курсе дополнительно к утвержденному учебному плану.

Кроме посещения учебных занятий по расписанию и консультаций научных руководителей итальянские магистранты приняли участие в форумах, конференциях и научных школах: Первый Калужский туристский форум («Этномир», 24–26 ноября 2011 г.); Межрегиональный туристский форум «История России в малых городах» (Кострома, 8–9 декабря 2011 г.); II Международная конференция по доступному туризму в России (Москва, 19 марта 2012 г.); Межвузовская научно-практическая конференция «Возрастающие риски в условиях нестабильной мировой экономики» («Unbalanced Global Economy and Rising Risks»), экономический факультет МГУ име-

ни М. В. Ломоносова, 28 марта 2012 г. Свои доклады по тематике научных исследований они представят на III Международной научной школе магистрантов, аспирантов и молодых ученых «Научные и образовательные проекты в туризме для устойчивого развития туристских дестинаций» (РМАТ, 22 мая 2012 г.).

Принимая участие в профильных туристских выставках-ярмарках Интурмаркет–2012 (Москва, 18–21 марта 2012 г.) и МІТТ–2012 (Москва, 22–24 марта 2012 г.), магистранты имели возможность сбора информационных материалов для своих диссертаций, проведения интервью с профессионалами турбизнеса из различных туристских дестинаций мира.

Большое внимание уделялось организации и проведению научно-исследовательской практики по изучению российских туристских дестинаций: обзорные экскурсии по Москве (октябрь 2011 г.); усадьба «Середниково» (ноябрь 2011 г.); Дмитров – малый исторический город Московской области (ноябрь 2011 г.); окрестности Сходни как лыжная дестинация (20.02.12 г.); музей-заповедник «Царицыно» («Масленица» 25.02.12 г.); музей-заповедник «Коломенское» (10.03.12 г.); Калуга как дестинация научного туризма (29–30.03.12 г.); «Золотое кольцо» как туристская дестинация (Владимир–Суздаль, 07.04.12 г.); Карелия как дестинация культурного и активного туризма (9–11.04.12 г.); Сергиев Посад как дестинация религиозного туризма (26.04.12 г.). В плане также ознакомление с музеем-усадьбой «Архангельское» (06.05.12 г.) и северо-западными туристскими дестинациями России (Псков–Великий Новгород–Санкт-Петербург, 9–14.05.12 г.).

Для организации научно-исследовательской работы магистрантов проводились еженедельные научные консультации тьюторов, а также научные семинары: «Туристика и основы научных исследований в туризме» – профессор И. В. Зорин (октябрь–ноябрь 2011 г.); «Туристские дестинации России» – профессор А. И. Сесёлкин (январь–февраль 2012 г.); «Правовое регулирование безопасности туризма» – профессор Е. Л. Писаревский (февраль–март 2012 г.); «Проблемы развития доступного туризма» – профессор А. Д. Бавельский (март 2012 г.). В наших планах научный семинар: «Развитие Москвы как туристской дестинации» – профессор С. П. Шпилько (май 2012 г.).

Контроль за ходом образовательного процесса в соответствии с соглашением осуществляется путем взаимных посещений вузов научными руководителями – директорами совместной программы с итальянской и российской стороны и их представителями (дважды в год).

В настоящее время итальянские и российские магистранты пилотной группы завершают работу над магистерскими диссертациями, посвященными актуальным проблемам менеджмента туристских дестинаций:

1. Формирование информационной доступности объектов туристского показа в дестинациях с применением современных коммуникационных систем.
2. Коммуникационные технологии продвижения России как туристской дестинации на итальянский туристский рынок.
3. Развитие молодежного туризма в городских туристских дестинациях (Турин, Флоренция, Санкт-Петербург).
4. Инновационные стратегии развития культурного туризма в малых исторических городах России и Италии.
5. Совершенствование статистики туризма в России на основе европейского опыта.
6. Агротуризм в современном мире, его значение и роль в экономике (на примере Италии и Украины).
7. Стратегия антикризисного управления в гостиничном секторе в Италии.

8. Разработка стратегии развития туристской дестинации (на примере Карелии).

Заключение

Одно из ключевых преимуществ обучения в магистратуре – это возможность сменить специализацию по отношению к бакалаврскому уровню образования. Таким образом, магистратура дает возможность стать обладателем двух разных и подчас уникальных наборов знаний, создать их уникальную комбинацию. Магистратура дает возможность уже осознанно скорректировать свою образовательную траекторию и пойти на ту магистерскую программу, которая в наибольшей степени отвечает дальнейшим карьерным устремлениям. Наличие у РМАТ вузов-партнеров по сети ЮНИТВИН, где магистранты могут пройти семестровую или даже двухсеместровую стажировку, также является неоспоримым достоинством наших магистерских программ. В наших планах – расширение сотрудничества с Географическим факультетом МГУ имени М. В. Ломоносова по данному направлению.

Список литературы

1. Международная образовательная программа высшего профессионального образования по направлению подготовки 080200 Менеджмент «Менеджмент туристских дестинаций и экономика туризма» [Текст] / РМАТ. – Химки : РМАТ, 2010. – 24 с.
2. Основная образовательная программа высшего профессионального образования по направлению подготовки 080200 Менеджмент «Менеджмент туристских дестинаций» [Текст] / РМАТ. – Химки : РМАТ, 2010. – 31 с.
3. Магистратура по направлению подготовки «Менеджмент» (080200) [Электронный ресурс] // Официальный сайт РМАТ. – URL : http://www.rmat.ru/rumagistrant. Проверено 23.03.2012.

НАУЧНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБОСНОВАНИЕ ТЕХНОЛОГИИ ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННОГО ОСВОЕНИЯ ТЕРРИТОРИЙ НА ОСНОВЕ НАРОДНЫХ ПАРКОВ

SCIENTIFICALLY-METHODICAL BACKGROUND OF THE TECHNOLOGY OF TOURIST-RECREATIONAL TERRITORY DEVELOPMENT ON THE BASIS OF PEOPLE'S PARKS

С. И. Смирнов, *заведующий кафедрой лесозащиты и охотоведения Брянской государственной инженерно-технологической академии, доктор сельскохозяйственных наук, профессор, г. Брянск; SI-Smirnov@yandex.ru*

S. I. Smirnov, *Department chairman of Forest protection and Hunting management of Bryansk State Engineering-technological Academy, Doctor of agricultural science, Professor, Bryansk; SI-Smirnov@yandex.ru*

Аннотация. *В статье показана возможность туристско-рекреационного развития территорий на основе сети трансграничных, межрегиональных и региональных туристско-рекреационных профилей и созданию на них системы интегральных туристско-рекреационных комплексов различного ранга в форме народных парков опре-*

деленного уровня организации, функционирование которых будет осуществляться, в первую очередь, на платформе малого инновационного предпринимательства, действующего на праве пользования составляющими природных и других ресурсов.

Ключевые слова: *туристско-рекреационный профиль, интегральный туристско-рекреационный комплекс, природный территориальный комплекс, народный парк, комплексный план управления народным парком*

Исследования проведены в различных природных территориальных комплексах, расположенных вдоль западных и юго-западных границ Российской Федерации от Белого моря до Черного моря, в рамках комплексной туристско-рекреационной экспедиции при поддержке со стороны малого предпринимательства, в контексте Стратегии развития Русского географического общества (РГО) на 2011–2015 годы, решений XIV Съезда РГО (2010 г.) и федеральной целевой программы «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011–2018 годы)».

Основная цель исследований заключалась в обосновании технологии туристско-рекреационного освоения территорий на основе народных парков, посредством формирования сети региональных, межрегиональных и трансграничных туристско-рекреационных маршрутов, в пределах границ туристско-рекреационных профилей и создания на них системы интегральных туристско-рекреационных комплексов в форме народных парков определенного уровня организации, функционирующих на платформе малого инновационного предпринимательства, осуществляющего свою деятельность в сфере использования природных и других ресурсов.

Для достижения цели исследований были поставлены следующие задачи:

- проанализировать нормативно-правое обеспечение туристско-рекреационной деятельности в РФ и особенности её осуществления на основе прав пользования лесными, охотничьими, рыбными и земельными сельскохозяйственного назначения ресурсами;
- исследовать туристско-рекреационный потенциал малого инновационного предпринимательства, осуществляющего свою деятельность в сфере использования природных и других ресурсов в пределах крупных ландшафтных образований Европейской части России / на примере туристско-рекреационного ландшафтно-экологического профиля «Природные территориальные комплексы Европейской части России от Белого до Черного морей»;
- обосновать технологию системного освоения туристско-рекреационных ресурсов Российской Федерации посредством формирования сети региональных, межрегиональных и трансграничных туристско-рекреационных маршрутов в пределах границ туристско-рекреационных профилей;
- разработать технологию туристско-рекреационного освоения территорий на основе интегральных туристско-рекреационных комплексов в форме народных парков определенного уровня организации, функционирующих на платформе малого инновационного предпринимательства, осуществляющего свою деятельность в сфере использования природных и других ресурсов.

На основании проведенных комплексных исследований подготовлены проектное решение [1–7] по формированию сети туристско-рекреационных профилей и маршрутов на территории Российской Федерации (региональных, межрегиональных, трансграничных и т. д.) и предложения по созданию на них серии интегральных туристско-рекреационных комплексов (ИТРК) различного ранга (простой, сложный и т. д.) в форме народных парков определенного уровня организации (элементарный, локальный, местный и т. д.).

Формирование сети туристско-рекреационных профилей и маршрутов позволит не только системно оценить уникальное природное, историко-культурное и этнографическое разнообразие России в рамках учебного, научного и познавательного внутреннего и въездного туризма, но и будет способствовать региональному развитию.

Функционирование народных парков предполагается осуществлять, в первую очередь, на платформе малого инновационного предпринимательства, действующего на праве пользования составляющими природных и других ресурсов (лесных, охотничьих, рыбных, земельных и т. д.) с оказанием разнообразных туристско-рекреационных услуг вплоть до VIP уровня.

В качестве каркаса предлагаемого проекта выступает сеть туристско-рекреационных профилей, внутри которых организуется серия туристско-рекреационных маршрутов учебной, научной и познавательной направленности, дифференцированных на большое число тематически разнообразных (например: природное разнообразие территорий; историко-культурное наследие в границах территорий; этнографические особенности территорий) групп типов, типов и вариантов типов маршрутов.

Конечная цель проекта заключается в содействии туристско-рекреационному освоению территории России на основе малого предпринимательства (ИП, ООО и др.), осуществляющего свою деятельность на праве пользования составляющими природных ресурсов (лесных, охотничьих, рыбных, земельных и т. д.), которое после соответствующих инноваций способно к оказанию разнообразных туристско-рекреационных услуг на основе Комплексного плана управления ИТРК в форме народный парк, разработанного на действующей нормативно-правовой основе.

Формы сотрудничества малого инновационного предпринимательства на трансграничных межрегиональных и региональных туристско-рекреационных маршрутах по оказанию туристско-рекреационных услуг в рамках турагентской деятельности разнообразны: от заключения соответствующего многостороннего соглашения (договора) с туркоординатором (турдиспетчером) до образования самостоятельного юридического лица, наделенного правами туроператора. При этом основу деятельности туркоординатора составляет работа по согласованию действий по оказанию услуг на туристско-рекреационных маршрутах между народными парками.

Программа работ, выполняемых при разработке Комплексного плана управления ИТРК в форме народный парк, включает:

- исследование туристско-рекреационного потенциала территории пользователя природными и другими ресурсами, ближнего и дальнего его окружения;
- обоснование концепции туристско-рекреационного освоения территории пользователя природными и другими ресурсами, ближнего и дальнего его окружения;
- разработку Комплексного плана управления ИТРК в форме народный парк;
- включение, выявленных туристско-рекреационных ресурсов на территории пользователя природными и другими ресурсами, ближнего и дальнего его окружения, в качестве полноценных составляющих на региональных, межрегиональных и трансграничных туристско-рекреационных маршрутах.

Туристско-рекреационный профиль (ТРП) представляет собой полосу на местности, проходящую в заданном направлении и максимально отображающую разнообразие туристско-рекреационных объектов и образований в пределах крупных природных территориальных (например: ландшафтные страны, зоны, области, провинции и т. д.) или административных территориальных (например: макрорегионы «С.-З. Европейской части России», «Ю.-З. Европейской части России» и т. д.) комплексов.

Формирование сети ТРП осуществляется преимущественно на основе географического и административного подходов, при этом ТРП дифференцируются на группы типов ТРП, типы ТРП и, в случае необходимости, на варианты типов ТРП.

В качестве примеров групп типов ТРП могут послужить сеть географических трансграничных групп типов ТРП под общим названием «Природные территориальные комплексы России», а также сеть административных трансграничных групп типов ТРП «По родным местам: от Москвы до самых до окраин», межрегиональных групп типов ТРП «Зеленое кольцо России» и региональных групп типов ТРП «Познай свой край».

В пределах конкретных ТРП располагается сеть туристско-рекреационных маршрутов (ТРМ) различного уровня и назначения, которые прокладываются для целей получения туристами туристско-рекреационных услуг (ТРУ) в пределах границ интегральных туристско-рекреационных комплексов в форме народных парков. Туристско-рекреационный маршрут (ТРМ) представляет собой линию на местности разной сложности, проходимую пешком или с использованием транспортных средств, на которой располагаются доступные для ознакомления туристов или для рекреационных целей объекты и образования.

Формирование сети ТРМ осуществляется в пределах ТРП также преимущественно на основе географического и административного подходов, при этом ТРМ дифференцируются на группы типов ТРМ, типы ТРМ и, в случае необходимости, на варианты типов ТРМ. Интегральный туристско-рекреационный комплекс (ИТРК) представляет собой пространственно агрегированную в пределах территориальных (природных, административных и т. д.) комплексов совокупность интегральных туристско-рекреационных ресурсов. Структуру ИТРК характеризуют: состав, строение и функционирование, составляющих его туристско-рекреационных объектов и образований (ТРОО):

- состав ИТРК оценивается в пределах групп типов ТРОО, типов ТРОО и вариантов типов ТРОО природного, культурно-исторического или этнографического назначения;
- строение ИТРК зависит от пространственного распределения ТРОО не только внутри ИТРК, но и логически или тематически связанных с ИТРК ТРОО в его ближайшем (до 25 км) и дальнем (до 100 и более км) окружении;
- функционирование ИТРК осуществляется на основе комплексного плана управления ИТРК, посредством инновационного участия малого предпринимательства, действующего на праве пользования составляющими природных и других ресурсов (лесных, охотничьих, рыбных, земельных и т. д.).

Интегральные туристско-рекреационные комплексы в форме народных парков различного ранга (элементарные, локальные, местные и т. д.) создаются по инициативе малого инновационного предпринимательства, осуществляющего свою деятельность преимущественно на праве пользования охотничьими, лесными, земельными и другими ресурсами, обладающими, в свою очередь, определенным туристско-рекреационным потенциалом.

Народный парк – интегральный туристско-рекреационный комплекс, представляющий собой пространственно агрегированную совокупность природных, историко-культурных, этнографических и других объектов и образований, имеющих туристско-рекреационную значимость, и предназначен для удовлетворения туристско-рекреационных потребностей населения и развития малого инновационного предпринимательства на основе Комплексного плана управления.

Функционирование народных парков осуществляется на основе комплексных планов управления народными парками, разрабатываемых по результатам туристско-рекреационного устройства территорий, на которые у малого предпринимательства имеются различные формы права пользования для целей ведения охотничьего, рыбного, лесного, сельского, и других форм хозяйства. В перечень основных структурных

составляющих народных парков включены: собственно туристско-рекреационные ресурсы; материальные туристско-рекреационные ресурсы и человеческие туристско-рекреационные ресурсы. Пользование туристско-рекреационными ресурсами (природными, историко-культурными, этнографическими и т. д.) в пределах народных парков на ТРМ осуществляется в рамках различных форм туризма (учебного, научного, познавательного и т. д.) посредством оказания ТРУ (вплоть до VIP уровня).

Интегральные туристско-рекреационные ресурсы представляют собой совокупность собственно туристско-рекреационных ресурсов, материальных туристско-рекреационных ресурсов и человеческих (трудовых) туристско-рекреационных ресурсов. Как правило, на территориях ИТРК в форме народных парков сформированных на праве пользования лесными, охотничьими, рыбными и другими ресурсами, наибольшую значимость имеет их биологическая составляющая – группа типов биотуристских ресурсов, состоящая, в свою очередь, из типов и вариантов типов биотуристских ресурсов продуцентов, редуцентов и консументов.

По отношению к биотуристским ресурсам при обосновании ИТРК необходимо проведение дополнительных действий, связанных с экологическим обоснованием порядка пользования ими в туристско-рекреационных целях и системы их экологического мониторинга, осуществляемого на популяционно-ландшафтной основе.

Комплексный план управления интегральным туристско-рекреационным комплексом в форме народного парка представляет собой совокупность мер, направленных на достижение задач, связанных с оказанием туристско-рекреационных услуг, в первую очередь в пределах территорий, на которую у малого предпринимательства имеются различные формы права пользования.

Программой работ, связанных с туристско-рекреационным устройством территорий, предусмотрено проведение трех этапов комплексных исследований: подготовительного, полевого и камерального. В процессе проведения подготовительных работ осуществляется сбор и анализ исходных данных для обоснования ИТРК, уточнение методики работ, формирование рабочих групп и т. д. Программой полевых исследований предусмотрено проведение на территории, предназначенной для организации ИТРК, натурных работ, связанных с оценкой структуры природных территориальных комплексов и контурным ландшафтно-экологическим обследованием туристско-рекреационного потенциала будущего народного парка, его ближнего и дальнего окружения. В камеральный период, на основании анализа полученных данных, осуществляется разработка комплексного плана управления интегральным туристско-рекреационным комплексом. Информационное сопровождение проекта предполагается осуществить на основе современных ГИС-технологий, с использованием дистанционных методов их туристского познания.

В течение 2010–2011 гг., в рамках проведенной комплексной экспедиции, осуществлено контурное рекогносцировочное туристско-рекреационное обследование территорий в полосе профилей «Природные территориальные комплексы России», «По родным местам: от Москвы до самых до окраин», «Зеленое кольцо России» и «Познай свой край», а также начаты работы по обоснованию сети интегральных туристско-рекреационных комплексов в форме народных парков в Брянской, Калужской, Орловской и Смоленской областях на платформе малого инновационного предпринимательства, осуществляющего свою деятельность в сфере охотничьего, лесного, рыбного и сельского хозяйства.

В 2012 г. предполагается продолжить работы по обоснованию и организации на туристско-рекреационном ландшафтно-экологическом профиле №1 «Природные территориальные комплексы Европейской части России от Белого до Черного морей» туристско-рекреационного маршрута «Дорога в Сочи» в рамках акции «Великая Рос-

сия» по направлению от Северного полюса вдоль западных и юго-западных границ Российской Федерации до субтропиков Черноморского побережья Северо-Западного Кавказа, с целью содействия развитию внутреннего и въездного туризма в России.

Сценарием предлагаемой акции предусмотрено перемещение под флагом Русского географического общества по линии туристско-рекреационного ландшафтно-экологического профиля «Природные территориальные комплексы Европейской части России от Белого до Черного морей» кубка со льдом и снегом, взятом на Северном полюсе от Мурманска до Сочи к моменту открытия Зимних олимпийских зимних игр (07 февраля 2014 г.) с целью символического придания местному снегу и льду арктических природных свойств, содействия Олимпийскому движению, вообще, Российскому спорта и Российской олимпийской сборной, в частности, а также для поддержания имиджа России в качестве Великой державы.

Список литературы

1. Смирнов, С. И. Биотуристские ресурсы лесных и других экосистем и перспективы их освоения на территории европейской части России / С. И. Смирнов // Лесной журнал. – С.-Пб., 2011. – №2.
2. Смирнов, С. И. Лесные и охотничьи интегральные туристско-рекреационные комплексы и их значение в социально-экологическом развитии сельской местности на территории макрорегиона «Ю.-З. Европейской части России» / С. И. Смирнов, П. В. Шматов, Е. В. Лукашов // Материалы Всероссийской научно-практической конференции «Творческое наследие В. В. Докучаева и современность». – Смоленск : Универсиум, 2011.
3. Смирнов, С. И. Основные составляющие туристско-рекреационного маршрута «Природные территориальные комплексы Европейской части России от Белого до Черного морей» / С. И. Смирнов // Материалы II-го международного форума «Туризм и гостиничный бизнес. Стратегия взаимодействия образовательных учреждений и работодателей» (С.-Пб., 24–25 ноября 2011 г.). – С.-Пб. : СПбГУСиЭ, 2011. – С. 179–180.
4. Смирнов, С. И. Основы управления интегральными биотуристскими ресурсами как составной частью природных туристских ресурсов / С. И. Смирнов // Материалы II международного семинара «Экологический туризм: тенденции, и перспективы развития в условиях глобализации». – С.-Пб. : Изд-во СПбГЛТА, 2010.
5. Смирнов, С. И. Перспективы туристско-рекреационного развития регионов Европейской части России на основе народных парков / С. И. Смирнов // Туризм и региональное развитие : сборник научных статей. – Смоленск : Универсум, 2011. – Выпуск 6.
6. Смирнов, С. И. Природные парки и их значение в устойчивом развитии территорий на Ю.-З. Европейской части России / С. И. Смирнов // Региональные и муниципальные проблемы устойчивого развития территорий : Сб. статей. М. : МГУЛ, 2007.
7. Смирнов, С. И. Туристско-рекреационное освоение Брянского лесного массива : современное состояние, проблемы и перспективы / С. И. Смирнов, П. В. Шматов, П. В. Нистратов, М. А. Котова // Материалы XI Международной конференции молодых ученых «Леса Евразии – Брянский лес». – М. : Изд-во МГУЛ, 2011.

ИННОВАЦИОННАЯ ПАРАДИГМА ОСНОВНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ ТУРИСТСКОГО ПРОФИЛЯ В ЮЖНО-УРАЛЬСКОМ ГОСУДАРСТВЕННОМ УНИВЕРСИТЕТЕ

Т. Н. Третьякова, *заведующая кафедрой туризма и социально-культурного сервиса Южно-Уральского государственного университета, доктор педагогических наук, профессор, г. Челябинск; ttn1@mail.ru*

Аннотация. *В статье рассматриваются педагогические подходы к разработке основной образовательной программы.*

Ключевые слова: *компетентностный подход, основная образовательная программа, компетенции, маркетинговая среда*

Стремительное развитие туристской индустрии в последние годы прошлого века, интенсивное развитие туристской инфраструктуры, развитие межкультурных коммуникаций и увеличение туристских потоков вызвали к жизни изменение туристского рынка труда. Возросший интерес к путешествиям, интерес к туристской деятельности и туристскому обслуживанию стимулирует потребность образовательного рынка в подготовке кадров для индустрии туризма.

Однако, значительное увеличение образовательного сегмента, позволяющего подготовить специалиста по туризму, пока не решает проблему подготовки компетентных специалистов туриндустрии, способных самостоятельно определять профессиональные цели и решать профессиональные задачи, выбирая соответствующие средства и методы их осуществления, проявляя профессиональную компетентность в среде туристского бизнеса. Практика показывает, что в условиях существующей системы образования невозможно сформировать профессиональную активность и инициативность профессионально-практической деятельности будущих специалистов туриндустрии.

Сложившаяся социокультурная и потребительская ситуация на туристском рынке предъявляет высокие требования к качеству туристского продукта, однако рынок труда, удовлетворяющий эти потребности населения, еще недостаточно обеспечен компетентными специалистами туристского профиля. Государственный образовательный стандарт высшего профессионального образования по специальностям «Социально-культурный сервис и туризм» и «Туризм» обуславливает структурно-содержательную направленность образовательной деятельности вуза, однако выпускники данного образовательного пространства не всегда готовы реализовать себя в практической деятельности в силу несформированности практических компетенций. Практика показывает, что каждое учебное заведение осуществляет профессиональную подготовку специалистов туриндустрии по-разному, в результате чего на рынок труда приходят специалисты, имеющие одинаковые теоретические знания, но разную сформированность профессиональных компетенций, как теоретического, так и практического уровня, что обусловлено отсутствием обоснованных методик подготовки специалистов туриндустрии. Все это предопределяет стремление преподавателей к поиску путей осуществления профессиональной подготовки, рост инновационных идей и концепций по вопросам профессиональной подготовки специалистов для туристской сферы.

Изменения в системе образования, происходящие в последнее десятилетие, стимулировали инновационную деятельность высшей школы и внедрение педагогических инноваций, нашедших отражение в реализации педагогических концепций профессиональной подготовки специалистов туриндустрии в образовательном пространстве России.

В условиях изменения образовательной парадигмы в системе профессиональной подготовки, ориентированной на рынок труда, все большую актуальность приобретает формирование профессиональных компетенций у будущих специалистов.

Анализ научной литературы показал, что в педагогических исследованиях накоплен большой объем изысканий, необходимых для постановки и решения отдельных аспектов инновационного подхода к формированию профессиональных компетенций у будущих специалистов. Так, теоретические аспекты подготовки компетентного специалиста нашли отражение в работах Н. М. Борытко, Е. В. Бондаревской, И. А. Колесниковой, Н. К. Сергеева, В. В. Серикова и др.; развитие профессиональных и личностных качеств специалиста нашло отражение в работах Н. В. Кузьмина, И. Я. Лернера, В. А. Сластенина и др.; психологическим основам профессиональной деятельности посвящены исследования Л. С. Выготского, А. Н. Леонтьева, С. Л. Рубинштейна, И. А. Зимней, А. К. Марковой и др.; формированию профессиональной направленности личности работника социокультурной сферы посвящены публикации Т. Н. Третьяковой, М. Е. Дуранова, Р. А. Литвак; проблемам качества туристского образования и стандартизации программ подготовки специалистов туриндустрии посвящены работы Т. И. Власовой, И. Булыгиной; теории и методики туристского образования – В. А. Кальней, В. И. Кружалина, А. Ю. Александровой, Е. Н. Сапожниковой, Н. П. Тархановой, Е. Н. Джанджугазовой и др.; проблемам и перспективам дополнительного образования и профессиональной переподготовки кадров в сфере туризма и гостеприимства посвящаются публикации А. А. Федулина, В. А. Горского, В. К. Романович, Т. Н. Ананьевой; различные аспекты учебно-методического обеспечения туристского образования рассматриваются в публикациях В. К. Романович, Е. Н. Субботиной, Н. С. Морозовой, М. А. Морозова, Г. И. Илюхиной, Н. И. Ковалевой и др.; большое внимание различным аспектам формирования профессиональных компетенций уделяется в работах О. В. Котляровой, И. А. Фрейнкиной, Т. В. Бай, Ю. А. Сыромятниковой, О. С. Третьяковой, Н. А. Гулиева, С. Б. Узденовой, И. И. Драгилевой, Т. Н. Третьяковой и др.

Переход высшей школы на новую систему профессиональной подготовки, ориентированную на компетентностный подход, обусловил разработку основных образовательных программ соответствующих направлений профессиональной подготовки в высших учебных заведениях.

С целью создания основной образовательной программы туристского профиля необходимо было определить парадигму туристского образования в условиях социокультурного пространства и маркетинговой среды туристского региона.

В процессе изучения различных аспектов проектирования основных образовательных программ нами был выявлен ряд противоречий между возросшей потребностью туристского рынка в специалистах, обладающих высоким уровнем профессиональных компетенций, профессиональной мобильностью и адаптивностью к условиям профессиональной деятельности, и недостаточной разработанностью обоснованного подхода к формированию профессиональных компетенций специалиста туриндустрии; между имеющимися исследованиями, посвященными вопросам формирования профессиональных компетенций, и недостаточным теоретическим обоснованием модели формирования профессиональных компетенций у будущих специалистов туриндустрии, отсутствием адаптивного содержания и организации данного процесса при разработке основных образовательных программ; между имеющимся педагогическим потенциалом образовательной деятельности вузов по формированию профессиональных компетенций специалиста туриндустрии и недостаточной разработанностью научно-методического обеспечения данного процесса.

Выявленные противоречия позволили определить социальную роль, сформулировать цель и определить задачи основной образовательной программы. Основная

образовательная программа по направлению 100400 «Туризм» введена в действие в сентябре 2011 г. Основная образовательная программа указанного направления представлена всеми блоками, рекомендованными учебно-методическим объединением вузов по образованию в области сервиса и туризма:

- пояснительная записка, основанная на раскрытии общих положений, требований и методик профессиональной подготовки;
- характеристика профессиональной деятельности выпускника;
- требования к результатам освоения основной образовательной программы;
- программа формирования компетенций;
- основные пути, методы и технологии формирования заданных компетенций при освоении основной образовательной программы;
- формы контроля, инновационные технологии, условия реализации ООП;
- матрица компетенций представляет собой структурированный компетентностно-ориентированный концепт, в котором представлены компетенции, учебные дисциплины, все виды практик и интерактивных занятий, научно-исследовательская работа студентов, итоговая государственная аттестация;
- модель компетенций разработана на основе обозначенных компетенций и государственного образовательного стандарта с выходом на перечень дисциплин, формирующих обозначенные компетенции;
- учебный план составлен на основе унификации гуманитарного и естественнонаучного блоков;
- рабочие программы разработаны на основе государственного образовательного стандарта, матрицы компетенций и компетентностной модели выпускника;
- программы практик разработаны на основе матрицы компетенций, компетентностной модели выпускника и квазипрофессионального подхода, как определяющего принципа формирования практических навыков будущих работников туриндустрии, с учетом реализации интерактивных занятий по принципу сквозной подчиненности и межпредметной интеграции.

Социальная роль ООП – предоставление студентам качественных образовательных услуг таким образом и в таком объеме, которые соответствуют высоким профессиональным и этическим стандартам и способствуют развитию у студентов личностных качеств и формированию совокупности компетенций в соответствии с требованиями ФГОС, обеспечивающих их академическую, социально-личностную и профессиональную мобильность и компетентность.

Цель ООП – подготовить квалифицированного специалиста, способного к разработке и реализации туристского продукта, обладающего качествами, удовлетворяющими требования потребителей. Задачи ООП:

- подготовить выпускников к проектной деятельности для решения задач, связанных с разработкой туристского продукта;
- подготовить выпускников к производственно-технологической деятельности с использованием инновационных, современных информационных и коммуникативных технологий в процессе разработки и реализации турпродукта;
- подготовить выпускников к организационно-управленческой деятельности, связанной с принятием оперативных управленческих решений, расчетом и оценкой затрат по разработке турпродукта, на конкретном предприятии;
- подготовить выпускников к сервисной деятельности в области обеспечения стандартов качества и норм безопасности комплексного туристского обслуживания;
- подготовить выпускников к научно-исследовательской деятельности, связанной с выработкой, обоснованием и внедрением инновационных технологий в деятельности предприятий туриндустрии.

Для решения поставленных задач нами разработана структурно-логическая модель формирования компетенций будущего работника туриндустрии в маркетинговой среде туристского рынка региона (рис. 14).

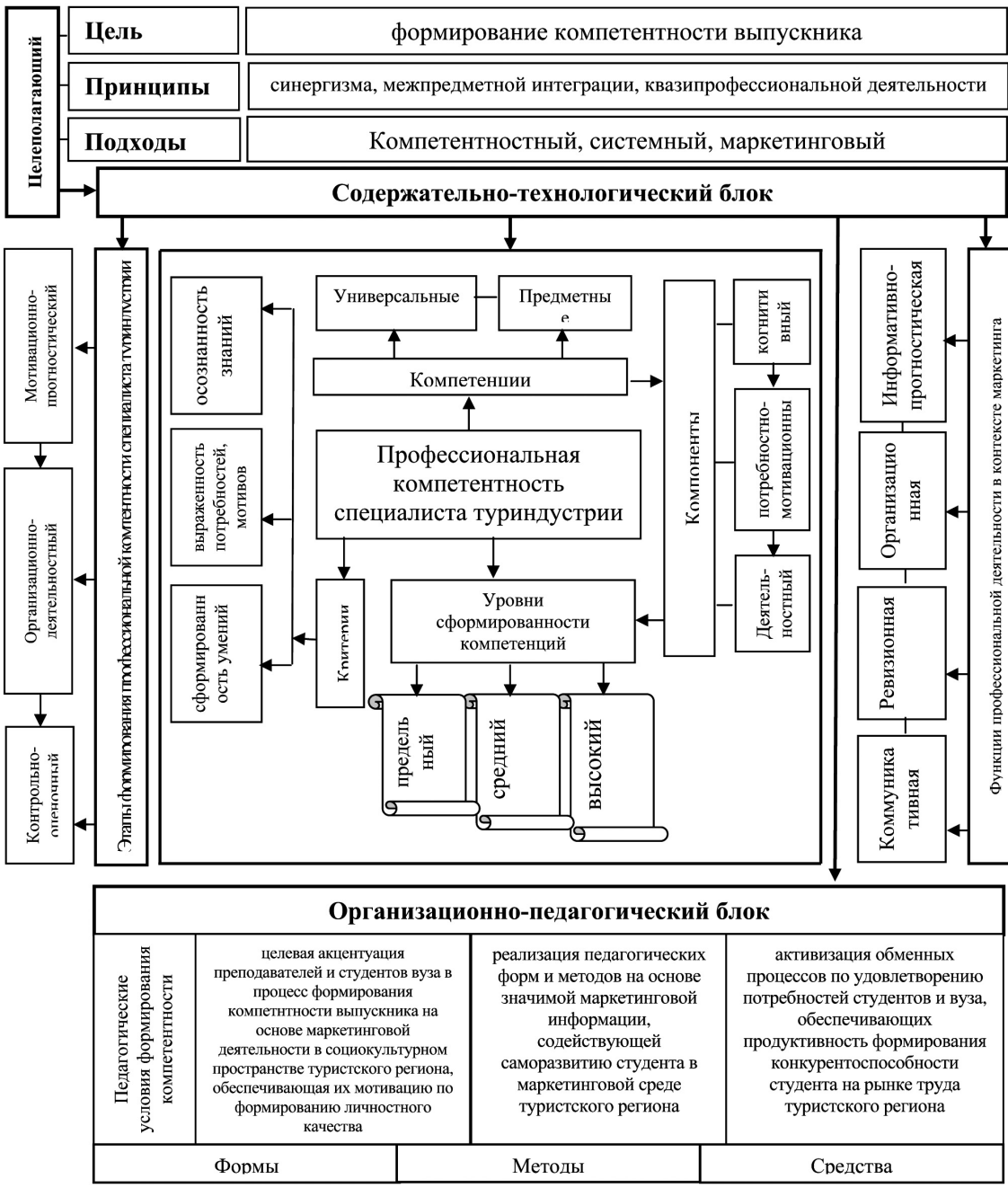

Рис. 14. Структурно-логическая модель формирования компетентности будущего специалиста туриндустрии в маркетинговой среде туристского рынка региона

Новизна такого подхода к разработке ООП заключается в уточнении сущностных характеристик профессиональных компетенций специалистов туриндустрии в контексте предметно-профессиональной специализации, включающей социально-личностные и общекультурные, общенаучные и инструментальные компетенции; в раскрытии содержания профессиональных компетенций специалиста туриндустрии; в

обосновании структуры профессиональных компетенций специалиста туриндустрии, представленной как совокупность взаимосвязанных компонентов: мотивационного, когнитивного и поведенческого; в установлении взаимосвязи между педагогическими условиями и динамикой формирования профессиональных компетенций будущего специалиста туриндустрии; в разработке практико-ориентированной модели формирования профессиональных компетенций специалиста туриндустрии, которая рассматривается как сложная и многоуровневая динамичная система, включающая взаимосвязанные блоки: целеполагания, содержательно-технологический, организационный (формы, методы, средства, принципы), критериально-оценочный и результативный; в научно-методическом обеспечении данного процесса, которое включает в себя методику реализации комплекса педагогических условий и технологий, дидактический и оценочно-критериальный инструментарий.

Теоретическая значимость ООП заключается в том, что в процессе ее последовательного освоения у будущего специалиста туриндустрии формируются социально-личностные, общекультурные, общенаучные, инструментальные компетенции, как основа целостного восприятия образа будущей профессии; обеспечивается продуктивность решения проблемы формирования профессиональных компетенций у будущих специалистов туриндустрии на основе построения целостного педагогического процесса с позиций педагогических инноваций, за счет внедрения виртуальных моделей и клиент-ориентированных технологий при организации и проведении выездных практических занятий и сквозных практик, позволяющих сформировать профессиональные компетенции на разных этапах и уровнях профессионально-практической подготовки.

Практическая значимость ООП определяется тем, что в ней разработаны:

- методика реализации клиент-ориентированных технологий в рамках программ практической подготовки специалистов туриндустрии в формате интерактивных выездных практических занятий;
- программное и научно-методическое обеспечение и дидактическое сопровождение процесса формирования профессиональных компетенций у будущих специалистов туриндустрии с позиций педагогических инноваций, представленное совокупностью факультативных занятий, практик и системой интерактивных выездных практических занятий, разработанных в методических рекомендациях по организации практических занятий по общепрофессиональным и специальным дисциплинам, факультативам и практикам;
- критериально-оценочный инструментарий позволяет определить уровни сформированности профессиональных компетенций у будущих специалистов туриндустрии с позиций этапно-содержательного подхода к организации учебного процесса, включающий критерии, диагностические и контрольно-измерительные материалы.

Разработанную основную образовательную программу мы считаем универсальной образовательной системой компетентностного обучения, основанную на принципах квазипрофессиональности и межпредметной интеграции, позволяющей реализовывать образовательные программы любого уровня. При этом ООП постоянно модернизируется в соответствии с задачами профессионального обучения и требованиями рынка труда.

Предложенная система организации учебного процесса, педагогические средства, формы и методы профессиональной подготовки могут найти применение при организации процесса обучения в высших и средних учебных заведениях по подготовке специалистов указанного образовательного пространства.

СТРУКТУРА СОЦИАЛЬНОГО МИРА СУБЪЕКТОВ РЕКРЕАЦИОННОЙ ТЕРРИТОРИИ (элементы теории, опыт моделирования)

STRUCTURE OF SOCIAL WORLD OF SUBJECTS OF RECREATIONAL TERRITORY (elements of theory, simulation experience)

В. А. Углов, *старший научный сотрудник лаборатории оптимизации землепользования кафедры рационального природопользования географического факультета МГУ имени М. В. Ломоносова, кандидат географических наук, старший научный сотрудник; v.uglov@mail.ru*

V. A. Uglov, *Senior Researcher, Land-use Optimization Laboratory, Department of Nature Management and Geoecology, Faculty of Geography, Lomonosov Moscow State University; Ph. D. in Geography, Senior Research Fellow; v.uglov@mail.ru*

В данном сообщении субъект рекреационной территории понимается в том представлении, в каком он дан в работе [3] – это «хозяин», местный житель, в той или иной мере участвующий в обеспечении отдыха рекреантов («гостей»), элемент «средовой» модели рекреационной системы. Понятие «социальный мир» субъекта рекреационной территории по объему и содержанию во многом совпадает с введенным в [3] понятием «среды местообитания» этого субъекта. Задача данной работы – опираясь на положения общей теории смысловой структуры социального мира человека [4], построить вербальную и графическую модели структуры социального мира конкретной социальной группы – субъектов рекреационной территории. Предполагается, что такие модели могут служить полезным инструментом для последующего более углубленного изучения проблем социального мира субъектов рекреационных территорий, в том числе с применением методов имитационного моделирования [5]. В соответствии с такой постановкой задачи необходимо вначале в тезисном виде изложить элементы теории смысловой структуры социального мира, следуя при этом представлению этой теории А. Шютцем в ряде его работ по феноменологической социологии [4].

Согласно А. Шютцу, социальный мир воспринимается человеком «...как прочное переплетение социальных отношений, систем знаков и символов с их особой смысловой структурой, институционализированных форм социальной организации, систем статуса, престижа и т. д.» [4, с. 265]. Человек «переживает социальный мир в первую очередь как *поле* своих действительных и возможных действий... Он группирует мир вокруг себя (как центра) в качестве *поля* доминирования» [4, с. 192–193] (курсив мой – В. У.). Об этом мире у человека имеется «социально приобретенное знание», служащее ему для интерпретации явлений этого мира и организации действий, ему адекватных. Это знание представляет собой обширную систему «типизаций» всего, что непосредственно или косвенно доступно человеку в социальном мире: людей, образцов их действий, мотивов, целей, а также всевозможных природных и социогенных вещей и т. п. Эти «...типизации на уровне повседневного мышления... возникают в ежедневном переживании мира, считающегося само собой разумеющимся, без всякого формулирования суждений или составленных по всем правилам высказываний...» [4, с. 268]. Так в любом своем обращении с социальным миром человек использует систему типизаций.

Поясняя понятие типизации, А. Шютц говорит, что «типизация состоит в уравнивании черт, релевантных для конкретной непосредственной цели, ради которой образуется тип, и в пренебрежении теми индивидуальными отличиями типизируемых

объектов, которые нерелевантны для такой цели» [4, с. 269]. Напомним, что слово «релевантность» происходит от английского relevant: значимый, существенный, важный для чего-либо, относящийся, подходящий к чему-либо. Поскольку цель всегда соотнесена с какой-либо теоретический или практической проблемой человека, то тип всегда бывает проблемно релевантным. Сама же проблема оказывается сосредоточием разнообразных типов объектов социального мира, которые могут быть сформированы для ее решения. Такая совокупность типов образует *область релевантностей* проблемы и рассматривается А. Шютцем как самодостаточный объект познания социального мира, как отражение его смысловой структуры.

Каждому образу жизни (личной и общественной) человека соответствует своя социально одобренная система типизаций, конституирующая особую структуру областей релевантностей. Для различных групп людей, выделяющихся в пределах социума в силу их чувства совместности и общности интересов, системы типизаций и областей релевантностей специфичны и образуют некие целостности. У каждой из групп свой мир, считающийся само собой разумеющимся. Каждый член их может сказать о своей группе «мы». Отсюда понятие «мы-группа». Общность и целостность систем типизаций и областей релевантностей для мы-группы «...можно легко понять: мир, принимаемый мы-группой как данность, представляет собой общую ситуацию, в которой на общем горизонте возникают общие проблемы, требующие типичных решений типичными средствами для достижения типичных целей» [4, с. 271].

Групповые целостности систем типизаций и областей релевантностей соотносятся с множеством взаимосвязанных проблем, допускающих членение по их важности для жизнедеятельности группы. Соответственно и области релевантности организованы в порядке превосходства и подчиненности и этот порядок различен для разных мы-групп. Для каждой группы такой порядок является элементом ее естественного мировоззрения и принимается как социально одобренная данность. Зачастую он в той или иной мере институционализирован, во всяком случае, социально контролируем членами мы-группы с помощью обычаев, морали, правил, ритуалов и т. п. Порядок (ранговый) превосходства и подчиненности областей релевантностей – также фундаментальное понятие теории смысловой структуры социального мира А. Шютца.

В пространство областей релевантностей, к составляющим их природным и социогенным вещам направлены разнообразные большие или меньшие интересы мы-группы и отдельных ее членов. Именно эти интересы мотивируют их мышление, проектирование, действование, создавая проблемы и цели их действий. Как пишет А. Шютц: «...Именно наш интерес разбивает непроблематичное *поле* предызвестного на независимые друг от друга *зоны различной релевантности* с учетом этого интереса, причем каждая из этих зон требует знаний различной степени точности» [4, с. 226] (курсив мой – В. У.). Здесь мы сталкиваемся с высшей единицей подразделенности области релевантности, а значит и смысловой структуры социального мира – *зоной релевантностей*.

Область релевантности, содержащей элементы, релевантные какой-либо крупной общей проблеме мы-группы, ее *«главному интересу»* (как, например, проблема жизнеобеспечения), А. Шютц предлагает подразделить на три зоны релевантности. Первая, внутренняя (циркумцентровая) зона области релевантности – это наиболее доступная, непосредственно наблюдаемая, а также измененная и переустроенная членами мы-группы часть ее социального мира. В ней материализуются и осуществляются ее проекты. Чтобы справляться с возникающими здесь ситуациями жизнеобеспечения, члены мы-группы должны обладать определенной техникой и навыками, точным пониманием того, почему, когда и где их следует использовать. К первой примыкает вторая зона релевантности, где «существуют *поля*, не доступные для на-

шего доминирования, но опосредованно связанные с зоной первичной релевантности, потому что они, например, снабжают нас готовыми орудиями, используемыми для достижения спроектированной цели, или создают условия, от которых зависит само наше планирование или его исполнение. С этими зонами меньшей релевантности, с возможностями, вероятностями и рисками, которые они могут содержать с учетом нашего *главного интереса*, достаточно быть просто знакомым» [4, с. 227]. Наконец, третья, внешняя зона области релевантности, элементы которой *в настоящее время* имеют лишь косвенное отношение к *главному интересу*, в нашем случае – к проблеме жизнеобеспечения мы-группы. В этой зоне лишь в особых условиях могут произойти изменения, которые могут повлиять на релевантностные ситуации в двух предыдущих зонах «...внося в них новые и неожиданные возможности и риски» [4, с. 227]. С внешней стороны к области релевантности по А. Шютцу примыкает зона абсолютной иррелевантности решаемой проблеме.

Из построений А. Шютца следует, что зоны релевантности внутренне неоднородны. Для обозначения единиц, составляющих структуру зоны, он использует различные термины, не давая им четкого определения: элемент, сегмент, сектор, регион. Наиболее подходящим наименованием следующей за зоной единицы структуры социального мира нам представляется сектор. Границы сектора отделяют совокупности природных и социогенных вещей социального мира, являющихся *средствами* или *целями* для решения подпроблем упомянутой выше большой общей проблемы (например, проблемы жизнеобеспечения мы-группы), т. е. релевантных этим подпроблемам.

Поскольку сообщение имеет главным образом методологическую направленность, мы остановимся на двучленном подразделении области релевантности на зоны и секторы релевантности. Разумеется, смысловая структура социального мира имеет и допускает более дробную дифференцировку. Использованные нами пространственные категории область, зона, сектор – это по сути категории не физического, а семантического (смыслового) пространства [1]. Места природных и социогенных вещей тех или иных типов, составляющих области релевантности проблемы (см. выше), А. Шютц понимал, конечно, не как места в физическом пространстве, имеющие определенные геодезические координаты.

Для иллюстрации метода и результатов построения моделей структуры социального мира субъектов рекреационной территории в качестве примера последних выбраны жители австрийской деревни Обергургл, именуемые далее мы-группой, обширная информация о социальном мире которых приведена в [5]. В числе прочих перед этой мы-группой стоит и проблема жизнеобеспечения. До второй мировой войны она решалась главным образом путем ведения сельскохозяйственной деятельности. Но по мере того, как Европа завершала послевоенное восстановление и начинала свой путь к экономическому процветанию, Обергургл становился местом паломничества туристов. Все большее число его жителей стали получать средства для жизни занимаясь туристским бизнесом.

В терминологии А. Шютца, после войны область проблемной релевантности начала стремительно расширяться и дифференцироваться и к настоящему времени смысловая структура повседневного мира мы-группы Обергургла стала чрезвычайно сложной. «Главный интерес» – проблема жизнеобеспечения – обросла сетью новых, ранее невиданных и постоянно множащихся подпроблем. С учетом методологической направленности работы, наше дальнейшее рассмотрение смысловой структуры социального мира мы-группы Обергургла будет весьма упрощенным, как и построение ее моделей.

До второй мировой войны мы-группа Обергургла была однородной. В настоящее время она разделилась на две отличающиеся и вместе с тем взаимосвязанные подгруп-

пы: 1) жителей деревни, занятых в рекреационном бизнесе; 2) жителей, добывающих средства к существованию сельскохозяйственным трудом, продукты которого поставляются и рекреантам. Немаловажно, что главным образом аграрии являются владельцами земель, используемых и перспективных к использованию в рекреационном бизнесе.

Первая зона релевантности, в которой располагаются природные и социогенные вещи, являющиеся предметами *главного интереса*, средствами и целями членов мы-группы Обергургла, вещи, о которых у этих членов имеется точное и твердое знание, с учетом вышесказанного может быть разделена на два сектора. В самых общих чертах состав релевантностей подгруппы, занятой в рекреационном бизнесе, включает следующие объекты: 1. Контингент рекреантов («зимних» и «летних»). 2. Природа (ландшафты) окрестностей Обергургла, освоенная к настоящему времени рекреационной деятельностью. 3. Семейные отели для проживания туристов. 4. Деятельность по обслуживанию туристов в отелях. 5. Технические средства для обеспечения пользования лыжными трассами и туристскими маршрутами (канатные дороги, подъемники, инвентарь и т. п.). 6. Контингент приезжих наемных работников – помощников в рекреационном бизнесе. Таков рекреационный сектор первой зоны релевантностей, в котором решается проблема жизнеобеспечения рекреационной подгруппы мы-группы Обергургла. Перечисленные выше релевантные объекты будем считать его подсекторами.

Аграрный сектор первой зоны в первом приближении включает следующие релевантности: 1. Сельскохозяйственные земли (обрабатываемые, сенокосы, пастбища и т. п.). 2. Сельскохозяйственных животных разных видов. 3. Комплекс материальных объектов для ведения сельскохозяйственного производства (постройки, техника, инвентарь, семена, корма для животных, удобрения и т. п.). 4. Природа окрестностей Обергургла как фактор сельскохозяйственного производства. 5. Контингент рекреантов как фактор, вызывающий деградацию этой природы и как потребителей продуктов сельского хозяйства. 6. Контингент приезжих наемных работников – помощников в аграрном производстве. Как видно, при кардинальной разнице рекреационного и аграрного секторов в них есть общие подсекторы.

Как показано выше, вторая зона релевантности включает элементы, играющие роль обеспечивающих релевантности первой зоны, но не доступные доминированию членов мы-группы и не предполагающие точного и твердого знания об их свойствах и функционировании. В общих чертах в этой зоне можно выделить такие релевантности, присущие мы-группе Обергургла в целом: 1. Энергоснабжение. 2. Водоснабжение. 3. Связь. 4. Дороги. 5. Региональная и местная власти с их кредитной, налоговой и экологической (природоохранной) политикой и строительным законодательством. Очевидна большая значимость этих релевантностей для подгруппы, занимающейся рекреационным бизнесом, чем для аграрной подгруппы. Однако при методической направленности работы не имеет смысла ставить эти секторы в соответствие с секторами первой зоны релевантностей.

Согласно описанию, данному А. Шютцем (см. выше), элементы третьей зоны релевантности имеют лишь косвенное отношение к предыдущим зонам и к мы-группе Обергургла. На основании работы [5], послужившей нам источником всей предыдущей эмпирии, можно заключить, что в число таких косвенных релевантностей необходимо включить следующие объекты и явления: 1. Не используемые в настоящее время объекты, представляющие рекреационный интерес в будущем (удаленные склоны гор, пригодные для устройства лыжных трасс, дальние привлекательные места, к которым могут быть проложены летние туристские маршруты и т. п.). 2. Удаленные сенокосные и пастбищные угодья, которые при подходящих условиях могут быть вов-

лечены в сельскохозяйственный оборот. 3. Экономическая ситуация в Европе, влияющая на возможности европейцев заниматься лыжным спортом и летним горным туризмом. 4. Пригодность и привлекательность для рекреации конкурентов – других горных районов Европы и мира. Здесь мы ограничимся указанием этих секторов третьей зоны релевантности мы-группы Обергургла, сознавая, что данный перечень может быть пополнен.

В итоге мы получили описание смысловой структуры повседневного мира мы-группы Обергургла для ситуации решения ею проблемы жизнеобеспечения, которое можно рассматривать как ее вербальную модель.

При построении графической модели структуры социального мира анализируемой мы-группы продуктивным оказалось использование технических приемов, применявшихся психологом К. Левиным для решения аналогичных задач [2]. Вначале мы-группа и область релевантности ее проблеме жизнеобеспечения изображаются, соответственно, как круг, вписанный в эллипс, но его не касающийся. Изобразив эти фигуры и сделав необходимые обозначения, получим наиболее обобщенную графическую модель смысловой структуры повседневного мира мы-группы (рис. 15). Назовем (по аналогии с представлениями К. Левина, но с учетом таковых А. Шютца) область внутри эллипса R вместе с кругом P *проблемным социальным пространством*. Граница между проблемным социальным пространством и областью абсолютной иррелевантности не жесткая и стабильная, а подвижная и динамичная: то, что для проблемы, решаемой мы-группой, сегодня иррелевантно, завтра может оказаться значимым, релевантным.

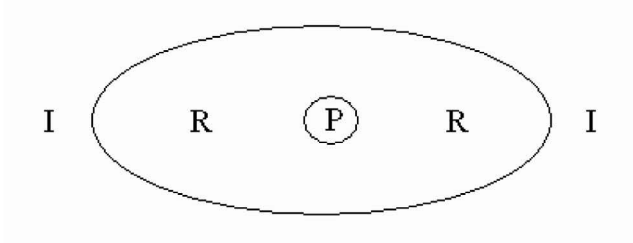

Рис 15. Обобщенная графическая модель смысловой структуры повседневного мира мы-группы. P – мы-группа, R – область проблемной релевантности, I – область абсолютной иррелевантности, (P+R) – проблемное социальное пространство

Далее, имеющаяся у нас информация о релевантностях по зонам и секторам, т. е. содержание вербальной модели, включается в проблемное социальное пространство, изображенное на рис. 14. Вариант того, как это можно сделать, показан на рис. 16.

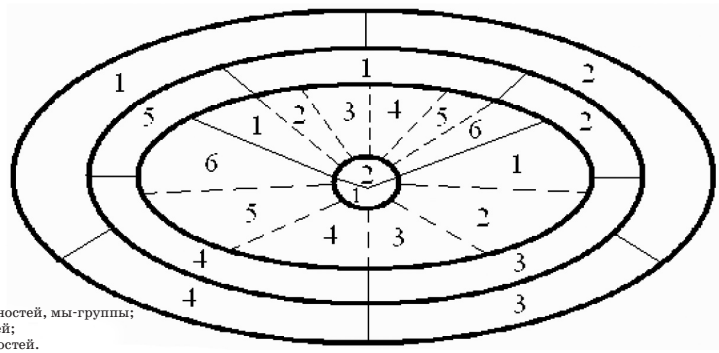

Рис. 16. Графическая модель смысловой структуры повседневного мира мы-группы Обергургла, конкретизированная для ситуации решения проблемы жизнеобеспечения, нумерация и характеристики секторов и подсекторов соответствуют приведенным в тексте (см. выше)

Конечно, этот вариант нужно рассматривать как грубое первое приближение решения поставленной задачи. Богатство методологии К. Левина [2] использовано здесь лишь в весьма малой степени. В частности, из-за того, что по недостатку места в работе совершенно не затронут вопрос о внутризональных отношениях релевантностей (т. е. они рассматриваются как равноценные и не взаимодействующие), секторы графической модели одинаковы по величине, не нагружены дополнительной информацией, границы между ними не дифференцированы по значимости и т. п. У К. Левина именно на этом направлении начинается настоящее углубленное исследование.

Но его главная идея и подход к ее реализации отражены на этом варианте в той мере, которая допускает продолжение и развитие исследований по построению и анализу более детальных графических моделей смысловой структуры социального мира, в особенности в аспекте ее пространственно-временной изменчивости. Очевидна продуктивность применения предлагаемых графических моделей для выявления географической специфики структур социального мира субъектов различных рекреационных территорий.

Что касается временного аспекта, то по-видимому имеет смысл попытаться найти какие-то показатели для выделов детализированной графической модели (рис. 15), допускающие хотя бы балловую оценку. Тогда, построив такие модели для разных временных периодов, можно будет анимационно визуализировать процесс изменения соотношений площадей зон, секторов и подсекторов, т. е. динамику социального мира субъектов рекреационных территорий как системы.

Список литературы

1. Кучинский, Г. М. Развитие феноменологического метода и Dasein-анализ / Г. М. Кучинский // Dasein-анализ в философии и психологии. –Минск: Изд-во Европейского гуманитарного университета, 2001. – С. 94–170.
2. Холл, К. С. Теория поля Курта Левина/ К. С. Холл, Г. Линдсей // Холл К. С., Линдсей Г. Теории личности. – М. : ЗАО Изд-во ЭКСМО-Пресс, 1999. – С. 288–337.
3. Шабалина, Н. В. Эволюция научных представлений о туристско-рекреационной системе как предмете исследований рекреационной географии / Н. В. Шабалина // Туризм и рекреация: фундаментальные и прикладные исследования: труды VI международной научно-практической конференции (Балт. акад. туризма и предприним. Санкт-Петербург, 27–28 апр. 2011 г.) – С.-Пб., Д.А.Р.К., 2011. – С. 160–168.
4. Шютц, А. Смысловая структура повседневного мира / А. Шютц. – М.: Институт Фонда «Общественное мнение», 2003.
5. Экологические системы. Адаптивная оценка и управление / под ред. К. С. Холинга. – М. : Изд-во «Мир», 1981.

ИСТОРИЯ РАЗВИТИЯ И СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ СПОРТИВНОГО ТУРИЗМА В РОССИИ

В. М. Федоров, *ведущий научный сотрудник географического факультета МГУ имени М. В. Ломоносова, кандидат географических наук; ipyf@mail.ru*

Спортивный туризм – это общенациональный вид спорта в России, отражающий национальные традиции России. Спортивным туризмом в России занимаются до

3 млн чел. Развитием спортивного туризма в России занимаются Туристско-спортивный союз России и его технический комитет – Федерация спортивного туризма России, которые объединяют более 70 коллективных членов, субъектов Российской Федерации [3].

Вид спорта «Спортивный туризм» включен во Всероссийский реестр видов спорта под номером 0840005411Я [2].

Туристско-спортивный союз России – правопреемник Российского общества туристов (РОТ), созданного в 1895 г., а так же правопреемник спортивного направления Центрального совета по туризму и экскурсиям СССР.

Туристское движение в России зародилось в конце XIX века. В то время в стране одна за другой стали появляться первые туристские организации: «Альпийский клуб» в Тбилиси (1877), «Предприятие для общественных путешествий во все страны света» в Петербурге (1885), «Крымский горный клуб» в Одессе (1890) с филиалами в Ялте и Севастополе (позднее – «Крымско-Кавказский горный клуб»), «Русский Тюринг-клуб» (общество велосипедистов) в Петербурге (1895) с отделениями в Москве, Киеве, Риге и др. В 1901 г. «Тюринг-клуб» был преобразован в Российское общество туристов (РОТ), ставшее крупнейшим туристским объединением в стране – к 1914 г. в его рядах насчитывалось около 5 тыс. членов [3].

Летопись туризма сохранила имена энтузиастов, совершивших поистине марафонские переходы по неизведанным маршрутам, имена первопроходцев и отважных спортсменов, участвовавших в пеших, лыжных, велосипедных, конных путешествиях, кругосветных странствиях, в байдарочных, шлюпочных и парусных походах.

Выдающимся спортивным мероприятием можно считать первое велосипедное кругосветное путешествие жителя русской колонии в Харбине Онисима Петровича Панкратова. «Я поехал в кругосветное путешествие как русский спортсмен, с национальным флагом нашей Родины», – записал в своем дневнике О. П. Панкратов, начиная это путешествие. 28 июня 1913 г. Харбин встречал своего героя. Почетный трофей – Бриллиантовая звезда украсила грудь российского спортсмена, проехавшего 50 тыс. км вокруг света.

В 1929 г. учреждается «Общество пролетарского туризма и экскурсий», в число членов которого в 1935 г. входило до 790 тыс. чел. С 1930 г. оно становится всесоюзным (ОПТЭ). Возглавлял его нарком Н.В. Крыленко [1].

Руководили самодеятельным туризмом и поддерживали его в те годы такие известные государственные деятели как зам. председателя Малого Совнаркома СССР (вице-премьер министр) В. П. Антонов-Саратовский, один из лидеров КОМИНТЕРНа А. Курелла, академик Н. П. Горбунов, известный полярный исследователь О. Ю. Шмидт.

Всего в то время в дальних и местных походах участвовало более 6 млн чел. В 1936 г. происходит реорганизация всей системы туризма в стране, внедрение новых организационных форм управления. 17 января 1936 г. ЦИК принимает постановление «О ликвидации ВОПТЭ» и возлагает руководство над работой в области туризма и альпинизма на Всесоюзный Совет физической культуры при ЦИК СССР.

В 20–30-е годы в СССР альпинизм и горный туризм в современном понимании этих слов считались единым видом ТУРИЗМА, и развивались государством в системе ОПТЭ. В начале XX века во всём мире поклонники горовосхождений назывались горными туристами. Альпинистами назывались только путешествующие в Альпах. Однако постепенно этот термин стал общим для всех любителей гор. В 30-х годах в СССР горный туризм и альпинизм не разделялись. Одни и те же спортсмены ходили как в перевальные походы, так и на вершины. В 40-е годы после разгрома ОПТЭ бывшие члены его горной секции ограничились восхождениями на вершины и стали альпинистами в современном смысле. С 90-х годов после ликвидации искусственных

запретов горные туристы стали включать в свои маршруты восхождения и траверсы вершин. Известны случаи, когда участники восхождения в рамках туристских походов занимали призовые места в чемпионатах по альпинизму, оставаясь всего лишь одним из нескольких элементов горного похода.

К середине 30-х годов в развитии туризма выделились два самостоятельных направления (туристско-экскурсионный и самодеятельный). Первое направление перешло в ведение ВЦСПС, где было создано Центральное туристско-экскурсионное направление (ТЭУ), а второе в ведение Всесоюзного комитета по делам физической культуры и спорта, где была создана Всесоюзная секция туризма. Начали создаваться секции туризма в ДСО и коллективах физкультуры. Спорткомитетом 26.03.1939 г. был введен значок «Турист СССР», в 1940 г. учреждено звание инструктора по туризму. Когда в 1936 г. для спортсменов были учреждены звания «Мастер спорта» и «Заслуженный мастер спорта», в числе Заслуженных мастеров – появился и турист: Н. М. Губанов.

В 1936 г. руководство туризмом в стране передано физкультурным организациям и ВЦСПС. В 1940 г. действовало несколько тысяч туристских секций на предприятиях, в учебных заведениях, было создано 165 туристских баз и лагерей. С 1 января 1940 г. туризм включен в комплекс ГТО.

В довоенный период широкий размах получил туризм среди школьников. В 1932 г. была создана центральная детская экскурсионно-туристская станция, после чего аналогичные станции стали создаваться во всех республиках и крупных городах. Созданная сеть станций детско-юношеского туризма действует и в настоящее время, число которых составляет более 400, а ежегодное число участников, организуемых этими учреждениями, составляет порядка 1,6 млн участников.

Большую поддержку спортивному туризму оказывал дважды Герой Советского Союза, доктор географических наук И. Д. Папанин, который возглавил перед войной Всесоюзную секцию туризма. «Нам нужны туристы» – сказал в июне 1941 г. на пленуме Всесоюзной секции туризма Всесоюзного комитета по делам физкультуры и спорта И. Д. Папанин, – «которые бы преодолевали сложные препятствия, умели ориентироваться по карте и компасу, жить в палатках, приготавливать на костре пищу. Туристы должны быть крепкими и выносливыми. При таких качествах они составят надежный резерв Красной Армии» [1]. И. Д. Папанин отмечал также необходимость тесной связи туристов с научно-исследовательскими учреждениями, т. к. «туристы могут пройти в такие труднодоступные места, куда не доберется научная экспедиция».

Активно поддерживал развитие туризма и Отто Юльевич Шмидт – академик, почетный полярник, блестящий математик, создатель одной из теорий происхождения Земли.

Всего в предвоенный период в самодеятельных походах – дальних и выходного дня участвовало почти 3 млн чел. различного возраста.

Война прервала деятельность туристских организаций. Понадобилось много лет для достижения довоенного уровня. Увлечение туристов, объединенных в туристские секции и клубы, сложными спортивными походами потребовало упорядочения системы подготовки на основе единых нормативных требований.

После окончания Великой Отечественной войны ВЦСПС и ЦК ВЛКСМ предпринял широкомасштабные действия по развитию туризма в стране. Уже в 1945 г. ВЦСПС принимает соответствующее решение. В трудное послевоенное время выделяются средства на восстановление и строительство новых турбаз и лагерей. Особый размах получило создание туристских клубов. Они стали центрами консультаций по прохождению спортивных маршрутов, местом работы маршрутно-квалификационных комиссий по видам туризма, являлись организаторами спортивного туризма.

В 1949 г. Всесоюзный комитет по делам физической культуры и спорта своим постановлением включил в Единую Всесоюзную спортивную классификацию туризм. Самодеятельным туристам стали присваивать спортивные разряды и звания. Руководство туризмом осуществлялось Союзом спортивных обществ и организаций СССР и ВЦСПС.

Начиная с 50-х годов стали действовать школы инструкторов туризма, а в конце 50-х – школы руководителей сложных походов по видам туризма. С середины 50-х годов началось бурное развитие самодеятельного туризма и его высшего проявления – спортивного туризма. В 1957 г. в стране работало более 50 туристских клубов, тогда как до войны существовал лишь один в Ростове-на-Дону. В 1958 г. самодеятельным спортивным туризмом занимались (разрядники) 428 156 чел., в 1959 г. – 946 418, в 1960 г. – 1 512 860 чел. Туризм стал действительно массовым видом спорта.

Первым председателем Всесоюзной секции туризма в 1956 г., ставшей в 1959 г. Федерацией туризма СССР, стал Е. А. Косарев. При центральных, республиканских и областных ДСО и ТЭУ ВЦСПС и облсовпрофов были созданы секции и федерации туризма.

В 1962 г. решением ВЦСПС ТЭУ были преобразованы в Центральный совет по туризму и экскурсиям (ЦСТЭ), республиканские и областные советы, в ведение которых полностью перешел самодеятельный туризм. При ЦСТЭ и советах на местах начали работать секции и комиссии по видам туризма, создавались областные и городские туристские клубы.

В 1976 г. ВЦСПС принял решение о создании единого общественного туристского органа – Федерации туризма ЦСТЭ и образовании соответствующих федераций на местах (Положение о федерациях утверждено ЦСТЭ и ВСДСО профсоюзов – протокол №7, п. 9 от 16 июля 1976 г.). Председателем Федерации был избран С. В. Журавлев – заместитель председателя Всесоюзного совета ДСО профсоюзов.

В 1985 г. Федерация стала называться Всесоюзной, а федерации на местах – республиканскими, краевыми и областными. Председателем Федерации стал известный турист, заслуженный мастер спорта В. Д. Тихомиров.

С 1971 г. проводились Всесоюзные, республиканские, областные соревнования на лучшее туристское путешествие, которые с 1981 г. преобразованы в Чемпионаты СССР, республик и т. п. (Постановление ЦСТЭ, протокол №16б, п. 5 от 22 мая 1980 г., согласованное с Комитетом по физической культуре и спорту при Совете министров СССР). В соответствии с постановлением Комитета по физической культуре и спорту от 22 августа 1980 г. призеры Чемпионатов СССР награждаются золотыми, серебряными и бронзовыми медалями. Во всесоюзных соревнованиях и чемпионатах ежегодно участвовало 100–150 команд.

К концу 80-х годов в системе советов по туризму было создано 950 областных, городских туристских клубов, объединяющих многотысячный общественный актив. Туристские секции и клубы работали в десятках тысяч коллективах физкультуры, которые охватывали соревнованиями, спортивными походами до 10 млн чел. На семинарах, школах, сборах различного уровня подготовлено более 500 тыс. инструкторов, руководителей походов, судей соревнований. В спортивных походах ежегодно участвовало более 200 тыс. туристов спортсменов (около 20 тыс. туристских групп).

Звание Мастер спорта СССР присвоено более 1 500 туристам.

На рубеже 80–90-х годов на территории бывшего СССР действовало более 60 общественных КСО, более 40 тыс. общественных комиссий, в работе которых участвовало около 700 тыс. туристов. В 1990 г. звание мастер спорта было присвоено 124 туристам, 1–3 разряд – 80 тыс. туристов, а значок «турист СССР» был вручен 250 тыс. туристов.

В 1992 г. после распада СССР был создан Международный туристско-спортивный союз, а в 2002 г. была учреждена Международная Федерация спортивного туризма, объединившая туристов стран СНГ и Прибалтики. Туристско-спортивный союз и Федерация спортивного туризма России стала работать при Госкомспорте России. Президентом стал ЗМС И. Е. Востоков. Спортивный туризм включен в Единую всероссийскую спортивную классификацию. С 1994 г. спортивным туристам присваиваются звания Мастера спорта, Мастера спорта международного класса и заслуженный мастер спорта.

Впервые спортивный туризм был введен в Единую спортивную классификацию в 1949 г. Это повлекло за собой развитие маршрутных и квалификационных (позднее маршрутно-квалификационных) комиссий, разработку классификации туристских походов. С 1965 г. разрядные требования включали присуждение разрядов и званий вплоть до звания Мастер спорта за совершение спортивных походов 5-й категории сложности (Постановление Президиума Центрального совета союза спортивных обществ и организаций СССР; протокол №4 от 19 марта 1965 г.). Начиная с 1994 г. в разрядные требования по спортивному туризму введено присуждение званий Мастер спорта международного класса за совершение спортивных походов 6-й категории сложности, соответствующих мировым достижениям, а также включены соревнования по туристскому многоборью, которые ранее назывались соревнованиями по технике туризма.

По существующим разрядным требованиям для выполнения норматива МС в туризме в соревнованиях спортивных походов спортсменам любителям необходимо не менее 10–12 лет. Норматив МСМК требует дополнительно 3–5 лет и выполняется только при условии прохождения маршрута, являющегося достижением Европейского или мирового уровня.

За период с 2000 по 2005 гг. было оформлено около 433 Мастеров спорта и 8 МСМК. За 10 лет туристы России оформили через ТССР 7 званий Заслуженного мастера спорта, более 600 туристов награждены почетным знаком «Заслуженный путешественник России».

На основании статистики спортивных походов в 2004 г. через структуры МКК ТССР было проведено 3 620 категорированных походов (30 464 участников походов по всем видам туризма), что составило 75% от уровня максимального развития туризма в 1989 г. (при этом статистику прислали только около 30% региональных членов).

В отличие от других видов спорта спортивный туризм требует минимальных затрат, т. к. тренировочный процесс и сами маршруты проходят в природной среде, не требуется дорогостоящих стадионов и специальных спортивных залов.

В настоящее время спортивный туризм включает 10 спортивных видов туризма (пеший, горный, водный, лыжный, велосипедный, автомобильный, мотоциклетный, конный, парусный и комплексный), соревнования в которых проходят по двум дисциплинам: маршруты и дистанции (туристическое многоборье). Маршруты и дистанции всех видов туризма классифицируются на 6 категорий (1–6 категории) в зависимости от сложности прохождения.

Туристическое многоборье (соревнования по технике туризма) получило развитие сначала на туристских слетах, где ставились дистанции по технике туризма. Их задачей была отработка техники преодоления препятствий, встречающихся на туристских маршрутах. Позднее стали проводиться специализированные соревнования по отдельным видам туризма. Особую массовость они получили во времена СССР, когда выделялись значительные средства не только на проведение соревнований, но также на проведение сборов и подготовку сборных команд городов и областей.

В систему спортивного туризма входит также ведомственная система детско-юношеских центров, относящихся к ведомству Министерства образования Российской

Федерации. В настоящее время на территории России действует порядка 400 центров, станций юных туристов, туристских баз, а также многочисленные отделы туризма Домов (Дворцов) творчества детей и юношества. По данным государственной статистики в 2003 г. в 28 тыс. объединениях учреждений дополнительного образования регулярно занимаются 425 тыс. обучающихся. В походах, ежегодно организуемых этими учреждениями, участвуют более 1,6 млн детей.

В системе детско-юношеских центров регулярно совершаются степенные походы и походы низкой категорийности и проводится большой календарь соревнований. Имеются ведомственные маршрутно-квалификационные комиссии для выпуска групп на маршруты, осуществляемые в соответствии с Правилами по спортивному туризму и ведомственным инструкциям.

В спортивном туризме родились замечательные традиции. К ним относится, например, ежегодный Фестиваль туристской песни имени В. Грушина, который проводится в Самарской области в Жигулях. Фестиваль стал по истине народным. Число участников 200–300 тыс. Валерий Грушин, именем которого назван фестиваль, – турист туристской секции Куйбышевского авиационного института, погиб, спасая детей на реке Уде в Саянах, где их группа осуществляла сплав. Фестиваль родился в клубе туристов Куйбышевского политехнического института. Возглавляют фестиваль – спортсмены туристы.

В 2011 г. зарегистрирована Международная федерация спортивного туризма – основной целью которой является развитие спортивного туризма на пространстве бывшего СССР, в Европе и Азии, организация чемпионатов Европы и Мира по спортивному туризму.

ТССР активно участвовал в разработке закона «О туристской деятельности» и проекта закона «О социальном туризме», принимал участие в разработке Федеральной целевой программы по туризму в РФ, Федеральной целевой программы по развитию физической культуры и спорту в РФ. ТССР разработано и утверждено Положение о системе подготовки кадров в спортивном туризме Российской Федерации. Также по заказу Минспорттуризма разработаны программы развития спортивно-оздоровительного туризма в России; обеспечения безопасности в спортивном туризме; инструкция по обеспечению безопасности в туризме (по заказу МЧС); классификация водных судов в целях упорядочения их регистрации в ГИМС; правила организации туризма в арктической зоне страны; программа развития детско-юношеского туризма в Российской Федерации. Разработаны принципы и технология создания центров в природной среде для развития спортивно-оздоровительного туризма; разработаны типовые положения о туристских клубах различного уровня; правила, требования и другая документация по организации и проведению спортивных туров.

В ТССР ежегодно формируется и реализуется календарь спортивных мероприятий международного, российского и регионального уровней, включающий более 100 мероприятий. Ежегодно проводятся Чемпионаты России, Розыгрыши кубков, Первенства.

Проводятся Чемпионаты, розыгрыши Кубков и Первенства в Федеральных округах, зонах России, а также субъектах РФ. Участники чемпионатов совершили уникальные первопрохождения мирового, европейского и российского уровней. Российские команды успешно проходят маршруты мирового уровня за рубежом. За последние десять лет проведено более 15 школ и туриад Всероссийского уровня по лыжному, пешеходному, горному и водному туризму.

ТССР осуществляется совместная работа, а также заключаются договора о совместной деятельности по развитию спортивно-оздоровительного туризма с общественными, государственными и коммерческими организациями (Государственной

Думой РФ, Советом Федерации РФ, Государственными органами управления Федерального уровня по туризму, физической культуре и спорту, ВНТО и другими организациями).

Список литературы

1. Долженко, Г. П. История туризма в дореволюционной России и СССР [Текст] / Г. П. Долженко. – Ростов-на-Дону : Изд-во Ростовского университета, 1988. – 192 с.
2. Признание видов спорта, Всероссийский реестр видов спорта [Электронный ресурс] // Интернет-портал Минспорта России. – URL : http://sport.minstm.gov.ru./13/463. Проверено 23.03.2012.
3. Туристско-спортивный союз России [Электронный ресурс] / Официальный сайт ТССР. – URL : http://www.tssr.ru. Проверено 15.03.2012.

ОБЗОР КЛАССИФИКАЦИЙ СТРАН ПО МОДЕЛЯМ СЕЗОННЫХ КОЛЕБАНИЙ В ТУРИЗМЕ

REVIEW OF CLASSIFCATIONS OF THE COUNTRIES ON MODELS OF SEASONAL FLUCTUATIONS IN TOURISM

М. А. Хлиманкова, *аспирантка кафедры рекреационной географии и туризма географического факультета МГУ имени М. В. Ломоносова; khlimankova@yandex.ru*

Ключевые слова: *туризм, сезонные колебания, классификация*

В настоящее время туризм как отрасль экономики играет большую роль. Это динамично развивающаяся отрасль экономики, которая постоянно набирает обороты. Так, по данным, Всемирной туристской организации (ЮНВТО) количество туристских прибытий в 2010 г. составило порядка 940 млн, что на 6,6% выше по сравнению с предыдущим годом. Доходы составили порядка 919 млн долл. в 2010 г., а экспорт туристских товаров и услуг составляет 6% от общемирового экспорта. Количество занятых работников в туристской отрасли составляет порядка 7% от общего числа работающего населения планеты [4, с. 2].

Как любая отрасль экономики туристская отрасль имеет свои особенности развития, и многие явления и процессы оказывают влияние на развитие этой отрасли. Одним из таких явлений являются сезонные колебания. По определению некоторых авторов, сезонные колебания в туризме – это временная неустойчивость, которая характеризуется изменением таких показателей как число прибытий с туристскими целями, расходы туристов, интенсивность движения на дорогах и использования других средств передвижения, занятость населения [2, с. 5]. Таким образом, сезонность – это глобальное явления, вызванное временным перемещением людей с туристскими целями, в результате изменения туристского спроса и предложения.

Сезонные колебания в туризме – это сложное и многогранное понятие. Сезонная неравномерность в туризме определяется целым рядом причин, которые можно объединить в две большие группы. К первой группе относятся причины, связанные с природно-климатическими условиями на определенной территории. Ко второй группе относятся социо-культурные и экономические причины. Эти причины непосредственно связаны с деятельностью людей и носят ярко выраженный социальный характер.

Причем, если до недавнего времени природно-климатические причины оказывали большее влияние на сезонные колебания в туризме, то в настоящее время социо-культурные и экономические причины выходят на первый план. Таким образом, сезонные колебания в туризме – это явление больше связанное с человеческой деятельностью, нежели чем с природно-климатическими условиями.

Для каждой страны, территории, каждого региона характерна своя модель сезонных колебаний. Рассмотрим некоторые классификации стран по моделям сезонных колебаний в туризме.

Первая классификация стран была произведена британским учеными Р. Батлером и В. Мао в 1997 г. Они выделили три типа территорий: односезонные, двухсезонные, бессезонные. К первому типу территорий принадлежат направления, для которых характерно в течение года наличие только одного высокого сезона и наблюдается значительное снижение туристской активности в другое время года. К этому типу относятся туристские направления средиземноморья, для которых количество туристских прибытий в летние месяцы может превышать в 10 раз количество туристов, прибывших в зимнее время. Ко второму типу относятся направления, для которых характерно наличие высокого туристского сезона и наблюдается значительный всплеск туристской активности в другое время года, отличное от высокого сезона. По мнению Р. Батлера и В. Мао, основным сезоном для таких направлений является летнее время года и вторым сезоном зимнее время года. Кроме того, существуют территории с двумя равнозначными туристским сезонами в течение года. Примером таких направлений являются страны Карибского бассейна. В зимнее время года это направление пользуется популярностью у европейцев (жители США, Канады, Европейских стран и т. д.), в то время как в летнее время этот регион посещают выходцы из стран Карибского бассейна, живущие за пределами данного региона. К третьему типу относятся территории, у которых индекс сезонных колебаний приближается к 1. Эти направления имеют незначительные колебания туристской активности на протяжении всего года. К таким территориям относятся Сингапур, Гонконг, а также направления, специализирующиеся на городском туризме. В основу данной типологии были положены данные о количестве туристских прибытий, сезонном колебании спроса и сезонной аттрактивности территории [2].

Другая классификация была предложена австрийскими и немецкими учеными О. Бендером, К. Ф. Шумахером и Д. Штайном. Они рассматривали сезонные колебания в туризме на территории Австрии и Германии. В основу их типологии была положена информация о количестве туристских прибытий, о количестве ночевок и продолжительности отдыха, целях туристских прибытий. В результате исследования они выделили три типа территории:

1. Территории с большими амплитудами сезонных колебаний. К таким территориям относятся уже сложившиеся туристские направления. Причем среди таких территорий можно выделить 4 подтипа:
   - 1.1 Территории с двумя определенными сезонами, с высоким туристским сезоном зимой. Примером такой территории могут служить Австрийские Альпы, а именно территория тирольской низменности.
   - 1.2 Территории с двумя определенными сезонами, с высоким туристским сезоном летом. Примером такой территории является территория Восточного Тироля в Австрии.
   - 1.3 Территории с высоким туристским сезоном летом и отсутствием туристской активности в другое время года. К таким территориям относятся районы озер Австрии.
   - 1.4 Территории с пиковым сезоном летом и «мертвым» сезоном зимой. Ярким примером таких направлений является немецкие прибрежные территории.

2. Территории с умеренными амплитудами сезонных колебаний. Это в основном регионы, которые тяготеют к городским центрам, частично туристские центры. Для этих регионов характерно наличие удлиненного туристского сезона летом, небольших всплесков туристской активности в межсезонье и зимой. Примером может служить территория Восточной Баварии.
3. Территории с небольшими амплитудами сезонных колебаний. Сюда относятся городские центры, территории, расположенные рядом с городами:
   3.1 Территории без определенного выраженного сезона, но с минимальным проявлением туристской активности в зимнее время.
   3.2 Территории с минимальными амплитудами сезонных колебаний в течение всего года [3].

Совершенно другая классификация была предложена доктором географических наук А. Ю. Александровой. В этой классификации были выделены два типа стран с различными сезонными волнами. К первому типу относятся страны северного полушария с умеренным климатом. Для этих стран характерно наличие пикового сезона летом (июль–август) и всплеск туристской активности с января по март. «Мертвый» сезон приходится на октябрь–декабрь. Ко второму типу относятся страны северного и южного полушария с экваториальным, субэкваториальным, тропическим и субтропическим климатом. В этих странах высокий сезон приходится на зимние месяцы года (декабрь–февраль), всплеск наблюдается летом (июль–август), а «мертвый» сезон характерен для весенних и осенних месяцев [1].

В данной статье рассматриваются лишь три классификации стран. Рассмотрение и изучение данного вопроса требует дальнейшего развития. Для многих стран, которые рассматривают туризм как значимую отрасль экономики, проблема сезонных колебаний в туризме стоит довольно остро. Для того чтобы выбрать нужное направление дальнейшего развития туризма, необходимо понимать к какому именно классу принадлежит та или иная территория.

Список литературы

1. Александрова, А. Ю. Структура туристского рынка / А. Ю. Александрова. – М. : ПРЕСС-Соло, 2002. – 384 с.
2. Baum, T. Seasonality in Tourism / T Baum, S. Lundtorp. – Oxford. : Elsevier Science Ltd, 2001. – 194 p.
3. Bender, O. Measuring Seasonality in Central Europe's Tourism – how and for what? / O. Bender, K. P. Schumacher, D. Stein // In : Schrenk, M. (Hg.) : CORP 2005. Proceedings of 10th Symposion on Information Technology in Urban- and Spatial Planning, February 22–25, Vienna University of Technology. Vienna, pp. 303–309.
4. World Tourism Organization : UNWTO Tourism Highlights [Electronic resource] // Site UNWTO. – URL: http://www.unwto.org/index.php. Проверено 04.04.2012.

АЭРОКОСМИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПОЗНАВАТЕЛЬНОГО ТУРИЗМА

AEROSPACE SUPPORT OF COGNITIVE TOURISM

Е. Р. Чалова, *ст. научный сотрудник лаборатории аэрокосмических методов кафедры картографии и геоинформатики географического факультета МГУ имени М. В. Ломоносова, кандидат географических наук; lakmtmgu@yandex.ru*

О. В. Вахнина, *научный сотрудник лаборатории аэрокосмических методов кафедры картографии и геоинформатики географического факультета МГУ имени М. В. Ломоносова; lakmmgu@yandex.ru*

E. R. Chalova, *senior scientist, Dr., Aerospace Methods Laboratory, Department of Cartography and Geoinformation, Faculty of Geography, M. V. Lomonosov Moscow State University; lakmmgu@yandex.ru*

O. V. Vahnina, *scientist, Aerospace Methods Laboratory, Department of Cartography and Geoinformation, Faculty of Geography, M. V. Lomonosov Moscow State University; lakmmgu@yandex.ru*

В настоящее время туризм становится массовым явлением, приобретающим черты глобального. Это касается практически всех аспектов туризма, как специфической формы деятельности людей: посещаемых территорий (от крупных культурных центров, до самых отдаленных уголков планеты), численности населения, так или иначе вовлечённого в эту сферу (туристов и обслуживающих их работников), продолжительности туров (от экскурсий выходного дня до длительных экспедиций), видов туризма, зависящих от выбора способа передвижения (какие-либо транспортные средства, пешеходный), и непосредственно связанных с целью путешествия (культурно-ознакомительная, этнографическая, религиозная, экологическая, отдых, развлечения и проч.). О масштабах явления красноречиво свидетельствует появление такого вида туризма, как космический.

Последний является в настоящее время уникальным явлением, доступным крайне ограниченному кругу людей, однако по силе воздействия на человека – физического, эмоционального и даже мировоззренческого – превосходит все остальные виды туризма. Практически для всех туристов самые сильные впечатления от полёта были связаны с наблюдением Земли из космоса, возникающим при этом ощущении Земли как единого дома, меняющем мировоззрение людей и вызывающем обеспокоенность экологической ситуацией на планете.

При всей специфичности и экстремальности этого вида туризма побудительные мотивы космических туристов и особенности программ полёта позволяют отнести его к познавательному туризму, приобретающему всё большую популярность. Объединяет познавательный и космический туризм и предоставляемая туристам возможность получения информации о Земле из космоса: в первом случае – в процессе непосредственного её наблюдения с борта космического корабля, во втором – при использовании космических снимков на территорию туристического маршрута. Благодаря интернет-сервисам Google и Yandex и возможности выхода в интернет не только со стационарных компьютеров, но и с различного вида навигаторов и коммуникаторов, использование космических снимков для получения геопространственной информации о территории стало широко распространенным явлением. Способствует этому и возрастающая мобильность населения, имеющего личный автотранспорт, благодаря чему познавательный туризм может развиваться как индивидуальный с возможностью построения маршрутов в зависимости от личных интересов. С точки зрения картографического обеспечения, такой индивидуальный туризм имеет как свои преимущества, так и явные недостатки, поскольку зачастую индивидуальный маршрут может оказаться недостаточно хорошо спланирован, а информация об интересующих объектах случайной или недостоверной. Между тем, при полной и достоверной информационной базе по маршруту передвижения любая поездка может приобрести элементы познавательного туризма. Возможно, такая информация в ближайшем будущем будет добавляться в качестве особой опции или «слоя» в автомобильные карты, из которых путешествен-

ники смогут получать сведения не только о развязках и поворотах, но и о местных достопримечательностях.

Во всяком случае потребность в такого вида сервисах существует уже сейчас, о чём свидетельствует посещаемость различного рода сайтов для автомобилистов и людей, предпочитающих индивидуальный туризм.

Независимо от того, планируется ли познавательный тур как индивидуальный, с самостоятельной разработкой маршрута, или коллективный с использованием услуг туристических агентств, его картографо-аэрокосмическое обеспечение должно удовлетворять требованиям достоверности и полноте информации.

Для тех, кто предпочитает планировать поездку самостоятельно, некоторые сайты предлагают информацию «Как добраться» с кратким описанием маршрута следования, иногда представленного тут же на схеме или даже космическом снимке. При этом на схеме указывается только конечная цель путешествия и полностью игнорируются достопримечательности, встречающиеся по пути.

Тем не менее, появляются сайты, уловившие потребности нашего времени и ставящие своей задачей разбудить желание «Не “домчаться от точки до точки”, а наоборот, не спеша, разглядывая попадающиеся по пути (и не очень) достопримечательности, осознать: у нас в стране есть куда поехать, есть на что посмотреть…» [4]. Наличие на таких сайтах космических снимков, отображающих территорию, как она есть, с узнаваемыми, не генерализованными или заменёнными на условные значки очертаниями объектов, со всеми особенностями растительного покрова, дорогами и народными тропами, не отображаемыми на картах, поможет не только лучше сориентироваться на территории, но и, возможно, подобно космическим туристам увидеть и осознать проблемы района, области, пробудить чувство ответственности за их обустройство.

В общем и целом сайты, предоставляющие информацию об объектах, можно разбить на три группы:

1. Сайты туристических компаний, содержащие информацию об интересующем объекте или территории, которая, как правило, имеет краткий информационный, или рекламный характер, и цель которой – заинтересовать потенциального потребителя услуг, не раскрывая подробностей о маршруте путешествия.
2. Сайты автомобилистов, наиболее сильная сторона которых – подробные инструкции о передвижении по маршрутам, комментарии автомобилистов, обмен личным опытом о маршрутах. В качестве примера одного из наиболее, на наш взгляд, удачных можно привести сайт «Планета дорог. Энциклопедия путешествий» [3]. Помимо разнообразной, хорошо организованной информации здесь выводится в интерактивном режиме космический снимок с нанесёнными на нём значками со ссылками на самые различные объекты, набор которых есть возможность выбрать по своему желанию (достопримечательности, медицинские учреждения, гостиницы, автосервисы и т. д.).
3. Краеведческие сайты, отражающие культурно-исторические и природные достопримечательности территории и представляющиеся в данном аспекте наиболее полезными. Среди оных можно упомянуть исторический сайт г. Боровска [2], содержащий интересные подробные описания достопримечательностей города и интерактивный космический снимок.

Перечисленные типы сайтов, в случае их хорошей организации, могут удачно дополнять друг друга. Уже сейчас сайты для автомобилистов дают ссылки на различные краеведческие сайты, а те, в свою очередь, помещают схемы проездов до культурно-исторических объектов. Вся эта информация подается в традиционной, понятной и удобной для восприятия, форме всплывающих окон, привязанных к точке на снимке, с фотографиями и текстом об объекте. Достаточно распространено использование так на-

зываемых «гибридных» карт, которые представляют собой космический снимок с элементами картографического содержания (чаще всего – дорог). При этом космические снимки используются в основном как фон-подложка, на которой размещаются окна ссылок. Подразумевается, что туристу достаточно интуитивного сопоставления изображённых на снимке и наблюдаемых в непосредственной близости от маршрута объектов. При этом нет необходимости осмысленного распознавания, дешифрирования космических снимков. Между тем, если проводить параллель с космическим туризмом, то одним из увлекательнейших моментов познавательного туризма в самых разных его проявлениях может быть именно дешифрирование космических снимков.

Использование современных космических снимков позволяет получать наиболее свежую информацию, сопоставление снимков, полученных в разные годы, – оценить изменения, произошедшие на изучаемой территории. Для включения этой составляющей в программу познавательного туристического маршрута необходимо выполнение некоторых минимальных требований: наличие популярного руководства по дешифрированию с описанием дешифровочных признаков основных объектов и, по возможности, дополнение космического снимка общегеографическими, экономическими картами и картами природы, которые могут стать опорой при дешифрировании, выполняемого туристами, и для проверки его результатов (рис. 17). Как показывает пример появившихся в последнее время сервисов типа «народная карта» в рамках интернет-проектов Yandex карты и Google map, составление самодеятельных карт вызывает интерес пользователей интернета. Однако подобные «карты» содержат зачастую много неправильной и случайной информации. Поэтому такой картографический и дешифровочный «ликбез» может быть полезен и в деле образования энтузиастов народных карт.



Рис. 17. Пример иллюстрации, обучающей дешифрированию лесной растительности

Проект создаваемого в лаборатории аэрокосмических методов географического факультета МГУ сайта «Территории Московского университета» [1] предполагает включение такой информации на территории, принадлежащие Московскому Университету или входящие в «сферу его интересов». Содержание сайта разносторонне освещает все территории университета (в различных регионах страны и за её пределами,

разнообразные и в географическом плане и в отношении культурно-познавательного окружения, расположенные в окрестностях учебно-научных баз, университетских городков, баз отдыха, филиалов МГУ, включённые в программы выездных практик и т. д.) и несомненно отвечает интересам туризма и краеведения.

Примером могут служить территории в окружении учебно-научной базы географического факультета МГУ «Сатино» в Калужской области (рис. 18). От деревни Сатино восемь километров до районного центра – г. Боровска, одного из древнейших городов Калужского края, обладающего статусом исторического города России. Из историко-архитектурных памятников наибольший интерес здесь представляет Свято-Пафнутьев Боровский монастырь, основанный в середине XV века. В городе есть дом-музей знаменитого русского учёного К. Э. Циолковского, начавшего в Боровске свою педагогическую и научную деятельность. Привлекает внимание и оригинальное оформление стен зданий фресками с изображением сценок из исторического прошлого, портретами видных деятелей города, выполненных художником Владимиром Овчинниковым.

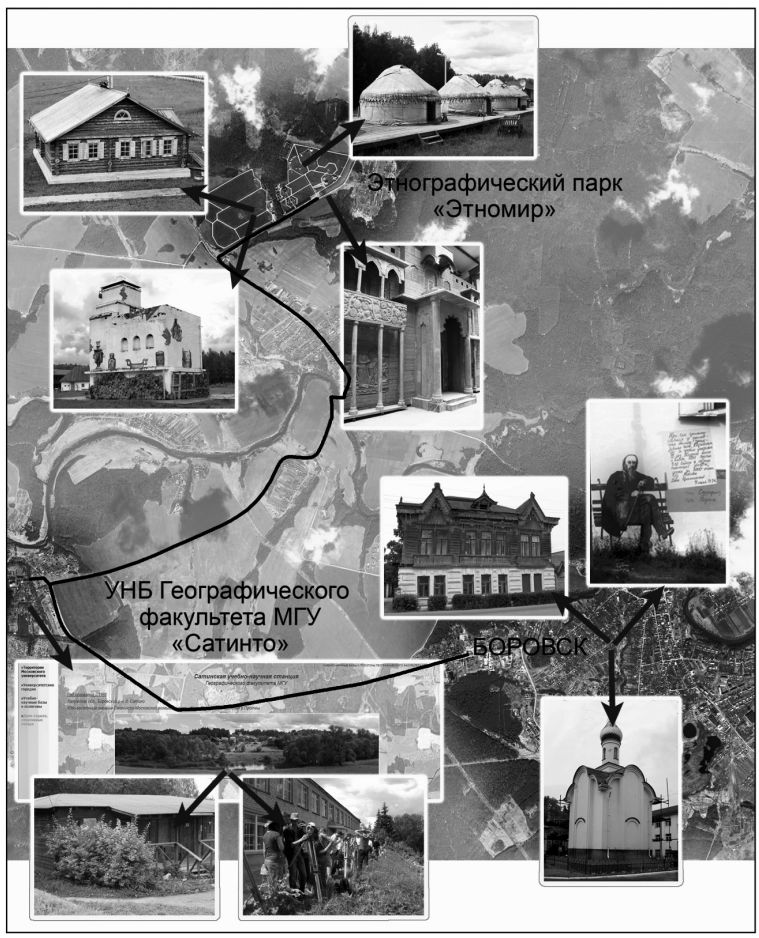

Рис. 18. Пример познавательных туристических маршрутов одного дня

К достопримечательностям окрестностей УНБ «Сатино» несомненно относятся и активно привлекающие туристов такие экскурсионные объекты как Этнографический парк «Этномир» и Парк птиц «Воробьи». «Этномир», позиционирующий себя как культурно-образовательный туристический центр, знакомит с жизнью, традициями и культурой народов мира посредством аутентично воссозданных этнодворов, среди которых есть, например Музей русской печи. Парк «Воробьи» располагает коллекцией из 2 000 птиц со всего мира и редких зверей. Эти объекты, хоть и образовавшие-

ся сравнительно недавно и продолжающие активно развиваться, уже стали не только местом для развлечений и семейного отдыха, но и серьезной образовательной и исследовательской базой.

Территории перечисленных туристических объектов хорошо опознаются на космических снимках высокого разрешения, предлагаемых информационно-поисковыми системами. Благодаря сочетанию сооружений, имеющими типовые и уникальные очертания, могут быть выделены как общие контуры территорий, так и отдельные объекты, что безусловно не только поможет туристам сориентироваться на местности, но и повысит интерес к самому процессу дешифрирования.

В итоге бывший совсем нетуристическим район становится привлекательным и для своих жителей, и для любознательных путешественников. В такой ситуации особенно важно, чтобы сведения краеведческой и туристической тематики, которые заинтересованные лица могут почерпнуть в интернете, были подготовлены специалистами и не только содержали комплексную достоверную информацию, но и были представлены в доступной и увлекательной форме, чему в большой степени способствуют аэрокосмические снимки.

Список литературы

1. Вахнина, О. В. Проект аэрокосмического Интернет-атласа территорий Московского университета [Текст] / О. В. Вахнина, Е. Р. Чалова // Вестн. Моск. ун-та. – Сер. 5, География. – 2007. – №3. – С. 60–65.
2. Боровск-1358 [Электронный ресурс] / Сайт города Боровска : Боровск-1358. – URL : http://www.borovsk-1358.ru/. (дата обращения: 25.03.2012).
3. Планета дорог : Энциклопедия путешествий [Электронный ресурс] / Сайт : Планета дорог. – URL : http://www.roadplanet.ru. (дата обращения: 25.03.2012).
4. По России на авто [Электронный ресурс] / Сайт : Автопутешествия по России. – URL : http://autotravel.ru. (дата обращения: 25.03.2012).

ФОРМИРОВАНИЕ ОТКРЫТОГО ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОСТРАНСТВА В ПОДГОТОВКЕ КОНЦЕПТОЛОГОВ МЕНЕДЖМЕНТА ГОСТЕПРИИМСТВА НА БАЗЕ РОССИЙСКОЙ МЕЖДУНАРОДНОЙ АКАДЕМИИ ТУРИЗМА (РМАТ)

THE FORMATION OF THE OPEN EDUCATIONAL ENVIRONMENT WHILE PREPARING MASTERS OF HOSPITALITY MANAGEMENT ON THE BASIS OF THE RUSSIAN INTERNATIONAL ACADEMY OF TOURISM (RIAT)

Т. С. Элиарова, *заведующая кафедрой менеджмента гостеприимства Московского филиала Российской международной академии туризма, кандидат педагогических наук, доцент; zavcaf@gmail.com*

Я. Ю. Сусликова, *преподаватель кафедры менеджмента гостеприимства Московского филиала Российской международной академии туризма; yana.syslikova@gmail.com*

T. S. Eliarova, *Ph. D., Professor, m. s. c. Chair of Hospitality Management of the Moscow branch of the Russian International Academy of Tourism; zavcaf@gmail.com*

Ya. Yu. Suslikova, *teacher of the Chair of Hospitality Management of the Moscow branch of the Russian International Academy of Tourism; yana.syslikova@gmail.com*

Аннотация. *В статье раскрыта уникальная особенность Российской международной академии туризма как учебного заведения высшего профессионального образования, формирующего открытое образовательное пространство в подготовке концептологов менеджмента гостеприимства.*

Ключевые слова: *магистратура, концептолог, открытое образовательное пространство, Болонский процесс*

Концепция долгосрочного социально-экономического развития РФ до 2020 г. определила инновационный путь развития страны. Такая стратегия требует от государства значительных инвестиций, в т. ч. в науку и образование. Так, по прогнозам Министерства экономического развития РФ, государственные расходы на образование увеличатся с 1,2 трлн руб. в 2007 г. до 5,8 трлн руб. в 2020 г. Однако, помимо повышения бюджетного финансирования, этот путь развития страны ставит перед системой ВПО ряд сложных задач:

- инновационный характер образования;
- его интеграция с наукой;
- высокое – на уровне международных стандартов – качество образовательных услуг;
- равная доступность качественного высшего образования;
- высокая адаптивность вузов к изменяющимся условиям, как в России, так и за рубежом;
- интеграция в международное образовательное пространство (Болонский процесс).

В настоящее время процесс сближения и гармонизации систем образования стран Европы следует рассматривать как часть закономерной прогрессивной интернационализации общественной жизни. В области образования интернационализация предполагает установление европейской зоны высшего образования, а также активизацию европейской системы высшего образования в мировом масштабе. В этой связи особенно актуальными представляются вопросы формирования открытого образовательного пространства и вхождение в него вузов РФ.

Что происходит в этом отношении в других странах-участницах Болонского процесса? К конференции, которая проходила в 2005 г. в Бергене (Норвегия), был проведен мониторинг среди 43 стран-участниц Болонского процесса с оценкой уровня внедрения двухступенчатой системы в своих вузах. Результаты показали, что в семнадцати странах – 81–100% студентов в 2005 г. уже обучались по такой системе, в шести странах – 51–80% студентов было зачислено на такие программы, в семи странах этот процент составил 25–50% и в шести странах – 1–24% [4]. Наконец, лишь в трех странах двухступенчатая система обучения отсутствовала в принципе. Таким образом, большинство стран в том или ином виде к 2005 г. уже внедрили в своих вузах эту систему в той или иной степени.

Формально в нашей стране введение магистерских программ тоже стало весьма распространённым явлением. Тем не менее, есть основания утверждать, что переход к двухуровневой системе образования затормозился на середине пути. Одна из причин заключается в том, что серьёзное развитие магистратуры по-прежнему сдерживается отсутствием соответствующих правительственных решений и целевого финансирования магистерских программ. Необходимость временного сохранения программы подготовки специалистов объясняется следующими обстоятельствами:

- обязательства перед студентами старших курсов, уже избравшими для себя пятилетнюю форму обучения;

- нежелательность потери конкурентного преимущества по сравнению с вузами, сохраняющими пятилетку;
- инерция сознания абитуриентов и работодателей, рассматривающих бакалавриат как «неполное» высшее образование;
- отсутствие выделенного бюджетного финансирования магистратуры.

В результате магистерские программы создаются по минимуму, а основная часть студентов продолжает учиться пять лет.

Наши данные в целом подтверждают, что вузы занимают позицию минимального развития магистерских программ. Почти во всех обследованных вузах (семь случаев) речь идет о незначительном числе магистерских программ (до пяти). Важно отметить, что в настоящее время статус степени бакалавра в общественном мнении не поднимается выше неоконченного высшего образования. Так, в целом по России только от 2 до 5% студентов-бакалавров выходит на рынок труда без продолжения обучения, 85–88% студентов-бакалавров предпочитают доучиться ещё один год и получить традиционный диплом специалиста, и лишь 10% бакалавров поступают в магистратуру [5].

Конечно, укрупнение магистерских программ не является самоцелью. Помимо обеспечения более гибкой специализации оно должно привести к более содержательному наполнению этих программ, не позволяя замыкаться в рамках одной выпускающей кафедры и порождая элементы конкуренции между кафедрами и преподавателями. Но в перспективе должно произойти увеличение не только числа магистерских программ, но и их масштаба.

Стоит заметить, что существуют и такие профили обучения, предложения по которым можно найти в одном или двух вузах. Одними из таких профилей являются «Международный гостиничный менеджмент» и «Креативный менеджмент». Данные магистерские программы были разработаны в РМАТ.

В РМАТ подготовкой специалистов и бакалавров в области гостиничного и ресторанного предпринимательства занимаются с 1991 г. В связи с этим, именно это направление магистратуры вызвало особый интерес в вузе.

Магистерская программа «Международный гостиничный менеджмент» разработана в соответствии с действующими российскими образовательными стандартами в целях подготовки магистров – практиков (концептологов) высокого профессионального уровня, способных осуществлять управление международными гостинично – туристскими комплексами, гостиничными цепями, сферой гостеприимства на региональном (муниципальном) и государственном уровнях.

Миссия (цель) магистерской программы «Международный гостиничный менеджмент» состоит в получении магистрами в сфере профессиональной управленческой деятельности комплексной специальности, состоящей из экономической и управленческой компоненты, овладение комплексом междисциплинарных управленческих и финансово-экономических знаний, необходимых для эффективной работы в областях управленческой и аналитической деятельности в международных организациях, органах государственного и муниципального управления.

В ходе обучения особое внимание уделяется знанию международных правил, рекомендаций, соглашений РФ с зарубежными странами в области международного сотрудничества в сфере гостеприимства и практики их применения.

Программой предусмотрено изучение требований законодательства, нормативной документации в области предпринимательства, а также правил классификации, сертификации и стандартизации средств размещения и умение применять их на практике; овладение современными технологиями производства ресторанной продукции и на этой основе осуществление управления предприятиями ресторанного бизнеса;

обучение организации эффективных коммуникаций в международном гостиничном менеджменте.

Таким образом, преимуществом магистерской программы является использование практически ориентированных методов обучения для приобретения магистрантами навыков международного гостиничного менеджмента.

Дисциплина «Креативный менеджмент гостеприимства» входит в модуль по выбору «Концептология гостеприимства в туристских дестинациях».

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование большого количества компетенций, таких как способность к изменению профиля своей профессиональной деятельности, способность обобщать и критически оценивать результаты, полученные отечественными и зарубежными исследователями; выявлять и формулировать актуальные научные проблемы; – умение разрабатывать концептуальные основы развития дестинаций (аспектов развития дестинаций) и другие.

Обучение по программе «Креативный менеджмент» проводится по четырём разделам:

1. Мышление как основа управленческой деятельности. Развитие концепций мышления. Системное управление креативностью (system managing creativity) в индустрии гостеприимства.
2. Организация творческого процесса. Нелинейные принципы управления в индустрии гостеприимства.
3. Креативность в управлении и управление креативностью. Современные технологии мышления и управления. Логика креативности. Требования к эффективным управленческим решениям (ЭУР) в индустрии гостеприимства.
4. Творческое воображение. Техника творчества. Управление индивидуальной и командной креативностью в предприятиях сферы гостеприимства.

Данная программа также направлена на подготовку концептологов высокого профессионального уровня, способных осуществлять управление международными гостинично-туристскими комплексами, гостиничными цепями, сферой гостеприимства на региональном (муниципальном) и государственном уровнях.

Все данные программы разработаны таким образом, чтобы будущие концептологи в процессе обучения, изучали не только теоретическую часть, но и практическую. Для этого студенты магистратуры проводят часть обучения зарубежом, а именно в Миланском университете Бикокка (Италия) и Университете Сорбонны (Франция), а также в Национальной Школе Администрирования (Франция).

По окончании обучения в магистратуре, студенты защищают магистерскую работу, а также при успешном обучении имеют возможность получения двух дипломов.

Стоит заметить, что магистерское образование – это образование именно для самого студента; ведь колледж и бакалавриат – это образование по запросам рынка; а магистратура – это получение специального образования, которое способствует личностному, духовному росту, а не технологическому.

Магистратура предполагает работу по индивидуальному плану, участие в престижных международных семинарах, персональный подбор преподавателей, что и даёт право этой ступени образования называться элитарной, клубной.

Сейчас это – самая выгодная и эффективная инвестиция в будущий карьерный рост и личностное развитие. Индивидуальная программа обучения построена таким образом, чтобы раскрыть творческий потенциал магистранта, научить его мыслить конструктивно, а не только технологически.

В идеале магистр может осуществить некий научный прорыв в менеджменте. Уже сам, опираясь на магистерскую базу, он будет достраивать собственное образование модулями, находясь даже за рубежом, т. к. полученное образование является образование международного уровня.

Список литературы

1. Сорокина, Н. Д. Управление новациями в вузах : социологический анализ / Н. Д. Сорокина. – М. : Канон+РООИ «Реабилитация», 2009. – 255 с.
2. Дудченко, В. С. Основы инновационной методологии / В. С. Дудченко. – М. : Институт социологии РАН, На Воробьевых, 1996. – 68 с.
3. Зорин, И. В. Образование и карьера в туризме: уч. пособие / И. В. Зорин. – М. : Советский спорт, 2000. – 224 с.
4. Rauhvargers, A. Bologna Process Development Between the Berlin and Bergen Ministerial Conferences (2003–2005) : 2005. – P. 1–24 [Electronic resource] // Академический информационный центр Латвии. – URL : http://www.aic.lv. Проверено 18.03.2012.
5. Christokhvalov, V. Bologna Process National Reports 2005–2007 : Russian Federation [Electronic resource] // Сайт Председателя Болонского процесса : Департамент образования и профессиональной подготовки Правительства Великобритании. – URL : http://www.dfes.gov.uk/bologna. Проверено 18.03.2012.

ТУРИСТСКИЙ РЫНОК: СОСТОЯНИЕ И ПРОГНОЗ РАЗВИТИЯ

ТУРИСТСКИЕ РЕСУРСЫ АЗЕРБАЙДЖАНА И ТУРЦИИ

TOURIST RESOURCES OF AZERBAIJAN AND TURKEY

Э. Д. Исмаилова, *докторант кафедры «История тюркских народов» Бакинского государственного университета, старший специалист по международным программам отдела Международных отношений и сотрудничества Бакинского государственного университета, г. Баку, Азербайджан; elmira_sh@mail.ru*

E. J. Ismayilova, *Ph. D. student of the Department of «History of Turkish nations», Baku State University, Senior Specialist on International Programs of the Department of International Relations and Cooperation, Baku State University, Baku, Azerbaijan; elmira_sh@mail.ru*

Ключевые слова: *Азербайджан, Турция, туризм, курорты*
Keywords: *Azerbaijan, Turkey, tourism, health resorts*

В настоящее время индустрия туризма является одной из наиболее динамично развивающихся сфер экономики. В экономике страны международный туризм выполняет следующие функции:

- является источником поступления валюты;
- создаются отрасли, обслуживающие сферу туризма;
- расширяет вклады в платежной баланс;
- обеспечивает занятость;
- повышает уровень благосостояния нации.

Туризм занимает третье место в экономике после нефтедобывающей и машиностроительной областей. Западноевропейские страны являются наиболее развитыми в туристическом отношении (более 70% мирового туристического рынка и 60% валютных поступлений).

Выделяют следующие виды туризма: маршрутно-познавательный; спортивно-оздоровительный; деловой; лечебный; горнолыжный; религиозный; учебный и др.

Азербайджан – страна, обладающая уникальной природой, многовековой историей, неповторимой культурой. Азербайджан, находящийся на перекрестке транспортных коридоров соединяющих Европу и Азию, обладает весьма большим туристическим потенциалом. На территории Азербайджана расположены более 6 тыс. историко-архитектурных памятников, большая часть которых находятся на маршрутах, проходивших по Великому шелковому пути. Из 11 климатических зон девять наличествуют на территории Азербайджана. В республике создано 12 природных и исторических заповедников, 17 заказников и охотничьих хозяйств, свыше 250 озер, более 1 200 больших и малых рек. Баку является уникальнейшим в культурно-историческом плане городом мира. На территории Ичери шехера, расположенного на 22 га, находятся 44 памятника, включенные в Фонд исторических памятников мира.

18 октября 1991 г. Азербайджан объявил свою государственную независимость. После падения Советского Союза государства, входящие в его состав, начали проводить мероприятия по определению будущей стратегии развития. У них было два выбора: 1) плановая экономика, основанная на социалистическую идеологию и общественную собственность и 2) свободная рыночная экономика, основанная на частную собственность. Вновь созданные государства выбрали именно второй путь развития [4, с. 214–215].

Приняв во внимание международные стандарты, Гаагскую декларацию о туризме, рекомендации UNWTO и мировой опыт в развитии туристской индустрии был подго-

товлен «Закон о туризме». Закон и другие акты о туризме обеспечили развитие в Азербайджане этой области, создание детальной национальной модели туристской индустрии, интегрирующей в мировую туристскую инфраструктуру и способной обеспечить сервис высокого стандарта.

Начиная с 1993 г. обстановка в Азербайджане стабилизировалась и большинство крупных финансово-промышленных компаний развитых стран переориентировали свои интересы на Азербайджан, располагающий уникальным рекреационно-ресурсным потенциалом [5].

Подписание «Контракта века» между Азербайджаном и консорциумом ведущих нефтяных компаний США, Англии, Саудовской Аравии, Норвегии, России, Японии, Турции и Италии значительно увеличило интерес к Азербайджану. Были подписаны соглашения в области туризма с Объединенным Королевством Великобритании и Северной Ирландии, Грецией, Китаем, Францией, Исламской Республикой Иран, Румынией, Турцией и странами СНГ. Эти соглашения обеспечивают координацию в сотрудничестве административных органов в области разработки совместных проектов, направленных на создание новых видов услуг, обучения персонала, обмена представителями, групп экспертов, а также литературы, организацию выставок, конференций и культурных мероприятий. В 2001 г. в нашей стране были предприняты серьезные меры, направленные на вывод туризма из кризисной ситуации, выявление его потенциальных возможностей и перспектив, а также на эффективное использование его резервов, обеспечение развития этой области по нарастающей линии и его превращения в одну из передовых отраслей. Приняв во внимание возникшие в сфере туризма республики проблемы, указом Президента Азербайджанской Республики №464 от 18 апреля 2001 г. Министерство молодежи и спорта было преобразовано в Министерство молодежи, спорта и туризма. В настоящее время министерство наряду с освоением международного опыта, путем эффективного применения внутренних потенциалов успешно выполняет работы для развития туризма.

6 июля 2001 г. был создан Союз развития туристической индустрии Азербайджана (СРТИА), который должен был способствовать созданию и развитию высокоэффективной туристической сферы. Основными целями Союза развития туристической индустрии Азербайджана были: развитие туризма во всех регионах республики, защита прав отдыхающих, оказание помощи для урегулирования нормативно – правовых актов в туристической сфере, организация семинаров и курсов для повышения квалификации работников туристической системы, оказание практической помощи туристическим компаниям республики, защита прав национальных производителей туристических услуг, повышение имиджа Азербайджана как страны, интересной для международного туризма.

После создания Министерства молодежи, спорта и туризма началась успешная работа в области пропаганды туризма. По заказу министерства были подготовлены более двадцати печатных продукций рекламного и информационного характера: «Справочник для туристов», атлас «Азербайджан – как есть», каталог «Добро пожаловать в Азербайджан», «Путеводитель по Азербайджану», туристические карты Азербайджана и Баку и т. д. Данные издания были подготовлены на азербайджанском, английском и русском языках. В 2001 г. Министерством был подготовлен специальный компакт-диск «Welcome to Azerbaijan», который был представлен на Генеральной Ассамблее Всемирной туристической организации, проведенной в Корее и Японии. В этом диске нашли отражение природа, культура, туристические ресурсы, музыка, кухня нашей страны. Наряду с этим была открыта также Web-страница этого диска «Tourism in Azerbaijan» [6].

Шагом к развитию международных отношений в сфере туризма стало вступление Азербайджана в 2001 г. в UNWTO. 25 сентября 2001 г. в столице Корейской Республики городе Сеуле на XIV Генеральной Ассамблее Всемирной туристической организации Азербайджанская Республика стала членом этой международной организации. Это позволило Азербайджану иметь право голоса в Генеральной Ассамблее UNWTO, участвовать во всех мероприятиях этой организации и, перенимая опыт передовых стран в области туризма, интегрироваться в мировую семью туристического сообщества.

Указом Президента Азербайджанской Республики от 18 апреля 2001 г. Министерство молодежи и спорта было преобразовано в Министерство молодежи, спорта и туризма. Новое министерство стало активно осуществлять международное сотрудничество для интеграции Азербайджана в мировой туристический рынок. Этому способствовало и создание 6 июля 2001 г. общественного объединения – Союза развития туристической индустрии Азербайджана (ATSIL), призванного помогать образованию в стране высокоэффективной туристической отрасли. После образования Министерства молодежи, спорта и туризма произошли большие изменения и в сфере пропаганды туризма. Осуществлена огромная деятельность в направлении информирования мировой общественности о туристических возможностях Азербайджана.

Новые перспективы развития туризма связаны также с участием Азербайджана в крупных трансконтинентальных магистральных проектах. Большие надежды связывались и с реализацией международного проекта «Великий шелковый путь». Азербайджан был включен в туристический трансконтинентальный маршрут «Великий шелковый путь», восстанавливающийся в результате сотрудничества Всемирной туристской организации и ЮНЕСКО. Всемирная Туристическая Организация еще в 1994 г. начала реализацию долгосрочного проекта по развитию туризма «Великий шелковый путь». Азербайджан является активным участником этого проекта. Этот путь имеет огромное значение с точки зрения развития экономики, транспортных артерий и туризма. Этот проект охватывает десятки государств от Японии до Великобритании и может сыграть поистине глобальную роль, поскольку в нем предусмотрено кардинальное преобразование всей инфраструктуры пути. Для успешной реализации Шелкового пути предполагается преобразование потенциального ресурса в комплексный туристический продукт. Включение Азербайджана в данный маршрут было закономерным. Наша страна – древний центр мировой культуры. На ее территории свыше 6 000 памятников археологии, архитектуры и культуры, которые находятся под контролем государства. Многие из них относятся к периоду до нашей эры. Таким образом, расположение Азербайджана на перекрестке транспортных путей, соединяющих Европу с Азией, уже является туристическим ресурсом.

Важным шагом на пути развития туризма в стране явились «План мероприятий» и Государственная программа по развитию туризма в 2002–2005 годах, которые были утверждены указом Президента страны от 27 августа 2002 г., под номером 1029 S [1, с. 4]. В связи с реализацией этого документа было разработано 7 маршрутов по стране (Баку–Хачмаз, Баку–Балаканы, Баку–Астара, Баку–Газах, Баку–Шуша, Баку–Нахчыван и туристический маршрут по столице). Данные маршруты были рассмотрены и утверждены Коллегией Министерства. Процесс создания инфраструктуры в регионах соответствующими органами производится на основании данных маршрутов.

В Азербайджане имеются все условия для развития туризма. Правительство уделяет особое внимание развитию туризма и созданию инфраструктуры в регионах, т. к. это способствует устранению безработицы, дает импульс развитию всех секторов. Развитие туризма в регионе зависит от средств обслуживания, близости к столице, от темпов развития предпринимательства и общего уровня развития экономики. Туризм, будучи

частью экономики, создает крепкую базу для мелкого и среднего бизнеса, способствует открытию новых рабочих мест и улучшению инфраструктуры.

Азербайджан обладает большим потенциалом для привлечения международных туристов на длительный период. Природное разнообразие, многочисленные исторические памятники, необыкновенная еда, а главное безопасность в стране – факторы, которые могут привлечь туристов [2, с. 3].

Турецкая Республика обладает большим туристическим потенциалом. Поэтому туризм выступает в качестве одного из вариантов международной специализации страны. Еще с древнейших времен территория Турции была одним из очагов развития цивилизации и мостом между Востоком и Западом [3, с. 304]. В Турции оставили свой след множество великих цивилизаций, о чем свидетельствует огромное количество разнообразных памятников. Территория нынешней Турции поочередно входила в состав Римской, Византийской, Сельджукской и Османской империй. Поэтому Турция богата памятниками всех вышеупомянутых культур. На территории этой страны существуют более двух с половиной тысяч древних поселений. Самой известной достопримечательностью Турции является Троя, найденная Шлиманом. Турция предлагает сегодня туристам свое живописное побережье, обольстительное великолепие Стамбула (бывшего Константинополя), природные диковины и сокровища искусства Каппадокии, фантастический город Памуккале («хлопковый город»), тайны Немрут-Дага. Загадочные руины Трои Гомера, эллинистическое великолепие Пергама, волнующие развалины Эфеса, Милет, Сарды, Галикарнас, Антиохия, Хаттуса – эти наиболее примечательные пункты археологического массива вызывают у каждого туриста искреннее уважение и восхищение. Турция – это сокровищница памятников древней культуры, запасник всемирного музея древностей. Турция восхищает приезжающих сюда туристов своими великолепными дворцами и древними мечетями, белоснежными статуями Римских граждан и памятниками Византийской культуры.

Началом становления туристического бизнеса Турции можно считать 1923 г. – год провозглашения Турецкой Республики. Но бурное развитие туризма в Турции начинается в 50-е гг. XX века. Современную Турцию с полным на то правом можно назвать экономически развитой страной. В рейтинге наиболее посещаемых стран Турция уверенно занимает 3 место. Каждый год на территорию этой страны съезжаются 47% от всей численности туристов мира. На сегодняшний день Турция благодаря быстрому развитию многочисленных летних и зимних курортов является одной из самых посещаемых в Европе стран. Развитие туризма в Турции позволяет сегодня стране увеличивать свой бюджет за счет иностранной валюты, развивать инфраструктуру рынка, поддерживать связи с другими странами и тем самым развивать экономику государства.

Как видно и Азербайджан, и Турция обладают большим потенциалом для привлечения международных туристов. Наличие уникальной природы, большого количества архитектурных и исторических памятников, морей, гор, развитых отелей, способных предложить туристам разнообразные услуги, с каждым годом привлекают все большее количество туристов. В обеих странах развитие туризма приходится на период после восстановления независимости. Мероприятия, проводимые правительствами независимых стран, способствовали развитию всех отраслей туризма, как летних, так и зимних. На сегодняшний день обе страны, благодаря быстрому развитию многочисленных летних и зимних курортов, являются одними из самых посещаемых в Европе стран. Все большее число людей со всего мира приезжают сюда, чтобы познакомиться с богатой историей и культурой, как Азербайджана, так и Турции. Развитие туризма в Азербайджане и в Турции позволяет сегодня увеличивать свой бюджет за счет иностранной валюты, развивать инфраструктуру рынка, поддерживать связи с другими странами и тем самым развивать экономику государства.

Список литературы

1. Гасанов, А. Современные международные отношения и внешняя политика Азербайджана : на азерб. яз. [Текст] / А. Гасанов. – Баку : Изд-во «Азербайджан», 2005. – 752 с.
2. Рагимов, С. Развивая туризм, мы вносим вклад в будущее [Текст] / С. Рагимов // Бакинский рабочий (газета). – 2007. – 12 сентября.
3. Салманов А. Международный туризм – залог хорошего отдыха и больших доходов [Текст] / А. Салманов // Вышка (газета). – 2001. – 3 августа.
4. Шереметьева, Т. Л. 100 мест на земле, которые необходимо увидеть [Текст] / Т. Л. Шереметьева. – М. : АСТ; Минск : Харвест, 2008. – 304 с.
5. Rapid Tourism Assessment: for the Azerbaijan Tourism Sector Development [Text] / Program presented by Citizens Development Corps to The Organization for Security and Cooperation in Europe (Office in Baku). – Baku, March, 2004.
6. Туристические проекты и мероприятия [Электронный ресурс] // Интернет-портал : Азербайджан. – URL : www.azerbaijans.com. Проверено 11.04.2012.

ОСОБЕННОСТИ МАРКЕТИНГА ТУРИСТСКИХ ДЕСТИНАЦИЙ

PECULIARITIES OF TOURIST DESTINATION MARKETING

Е. А. Шаповалова, *доцент кафедры туристического бизнеса Харьковского национального университета имени В. Н. Каразина, кандидат исторических наук, г. Харьков, Украина; lenashapovalova@ukr.net*

E. A. Shapovalova, *Associate Professor of Tourism Business Department, V. N. Karazin Kharkiv National University, Ph. D. (World History), Kharkov, Ukraine; lenashapovalova@ukr.net*

На современном этапе маркетинг дестинаций становится ключевой составляющей развития туризма в мире. Маркетингом дестинаций занимаются организации менеджмента дестинаций (DMO), международная ассоциация маркетинга дестинаций (DMAI), правительства, министерства и ведомства, средства массовой информации, неправительственные организации и др. [2, с. 1–2]. Они работают не только над маркетингом региона, но и занимаются стратегическим планированием развития туристских дестинаций.

При формировании и реализации концепций маркетинга дестинаций ведущие страны мира используют, в первую очередь, природные красоты и памятники архитектуры. Однако существует еще множество других возможностей для позиционирования региона, в частности путём развития событийного и шоппинг-туризма, обращения к истории региона, популяризации инфраструктурных объектов и др.

Цель данной работы – выявить возможности повышения аттрактивности дестинации при отсутствии природных конкурентных преимуществ, а также значимых архитектурных достопримечательностей и культовых сооружений.

Богатая история региона может стать источником вдохновения и широко использоваться в туризме. Различные исторические реконструкции, в частности, массовые постановки сражений (например реконструкция Грюнвальдской, Куликовской, Бородинской битв) помогают привлечь внимание к региону.

Многие города идентифицируют и рекламируют себя, используя имена известных личностей, проживавших ранее в регионе. Так, земля Саксония-Анхальт в Германии сделала акцент на фигуре Мартина Лютера, который родился в Эйслебене: «Земля Сак-

сония-Анхальт – край Лютера». Позиционируя себя таким образом, она опирается, прежде всего, на целевой рынок лютеран, который составляет не менее 70 млн чел. в мире [1, с. 182]. Зальцбург, в свою очередь, использует имя Моцарта, который здесь родился и провел своё детство. Портреты Моцарта в Зальцбурге повсюду: на рекламных стойках, в витринах магазинов, сувенирах и даже на логотипе туристского сайта города.

Каждый регион имеет специальные места для отдыха и развлечений, которые привлекают не только местное население, но и туристов. Традиционно это сады, скверы, парки, культурные центры, зоопарки, театры, кинотеатры, дискотеки, рестораны, кафе, бары, казино и др. В последнее время большую популярность приобретают различные тематические парки. Они становятся важными аттракторами туристских потоков в регион. По количеству посещений крупные тематические парки превосходят даже самые известные достопримечательности. Так, парижский Диснейленд в 2011 г. стал самой посещаемой дестинацией в Европе – его посетило 15,5 млн туристов, в то время как Лувр – 8,4 млн, а Эйфелеву башню – 6,6 млн чел. [4].

Фестивали и другие праздники являются важной частью имиджевой политики многих городов и регионов. Например, карнавал в Венеции ежегодно привлекает более полумиллиона туристов, а в его программу входят разнообразные балы, спектакли, костюмированные вечера. На площадях города проводят концерты, зажигают фейерверки, организовывают карнавальные представления, дают баллы-маскарады, а на улицах города выступают танцоры, жонглеры, фокусники, мимы и акробаты.

С развитием шоппинг-туризма, в маркетинговой политике региона неуклонно растет роль шоппинга. Многие европейские города уделяют значительную роль местам для шоппинга при формировании туристской дестинации. Обычно в центре старого города обязательно есть улица, где туристы могут купить любую сувенирную продукцию, одежду или традиционные для этой местности товары. Всемирную известность получили улицы Дроттнинггатан в Стокгольме, Курфюрстендам и Унтерденлинден в Берлине, Монте Наполеоне в Милане или Оксфорт Стрит в Лондоне, являющиеся важными аттракторами туристских потоков. Кроме того, с целью повышения привлекательности, европейские города круглый год проводят уличные ярмарки и фестивали. Ярким примером является Сорочинская ярмарка в Украине, которая пользуется огромной популярностью, как среди местного населения, так и туристов из зарубежных стран.

«Must dos» с традиционной составляющей являются ярким аспектом маркетинга дестинаций. Возможность не только увидеть, но и ощутить, попробовать что-либо самостоятельно, является интересным эмоциональным переживанием и побуждает туристов приезжать в такие места. Например, маленькое украинское село Опошня Полтавской области можно по праву назвать столицей украинского гончарства. В национальном музее-заповеднике можно не только ознакомиться с богатой экспозицией керамических изделий на 7 га, но и научиться основам гончарного дела, забрав домой, сделанный собственноручно сувенир.

Сувенирная продукция, в свою очередь, является важным фактором закрепления положительных ассоциативных представлений о туристской дестинации, играет большую роль в, так называемом, процессе «присвоения территории». Яркие и характерные для конкретной местности сувениры формируют положительный имидж туристской дестинации. Некоторые страны мира, например Япония, проводят специальные конкурсы для того, чтобы выбрать лучшую сувенирную продукцию.

Спортивные сооружения привлекают болельщиков и туристов по всему миру. Удачная игра местной спортивной команды может привлечь внимание к дестинации. Так, английский футбольный клуб из пригорода Манчестера – Манчестер Юнайтед – стал одним из самых популярных спортивных клубов. Он имеет более 330 млн болельщиков, а домашний стадион «Олд Траффорд» футбольной команды «Манчестер Юнайтед»

круглый год привлекает миллионы туристов со всего мира. Многие виды спорта имеют связь с конкретным городом, например Сент-Эндрюс в Шотландии претендует на звание родины гольфа. В городе находятся старейшие гольф-поля, расположенные вдоль берега Северного моря. В Сент-Эндрюсе ежегодно проходят престижные турниры. Сюда приезжают известные игроки, чтобы сыграть на старейшем (более 600 лет) гольф-поле мира – «St. Andrew's Old Course».

Сегодня сложно представить город без музея, это как город без спортивной команды или ярмарки. Музей является проводником культуры и традиций региона, представляет собой путь к популяризации города среди туристов. Еще никогда в истории Европы не открывалось так много музеев как в конце XX ст. Этот феномен является прямым результатом конкуренции между городами и желанием повысить свою привлекательность. Неудивительно, что Совет Европы с 1977 г. ежегодно присуждает Музейный приз лучшему музею Европы [3]. С целью показать ресурсы и возможности современных музеев с 1997 г. в Европе ежегодно проходит акция «Ночь музеев», посвященная Международному дню музеев. В эти дни музеи и галереи открывают свои двери для посетителей вечером и ночью, а также готовят специальные программы: выставки, концерты, спектакли, мастер-классы и др.

Ведущую роль в маркетинге дестинации играют туристские информационные центры (Tourist Information Centre – TIC), которые предоставляют туристам всю необходимую информацию о стране пребывания. Например, в Австралии «Tourism Australia», как и их предшественник – Австралийская туристическая комиссия (Australian Tourist Commission), с 1967 г. успешно реализуют маркетинговую стратегию популяризации Австралии на международном уровне как туристской дестинации. В течение этого времени Австралия зарекомендовала себя как новатор в области туристского маркетинга и создала один из самых успешных и популярных брендов в мире [5]. Например, бренд, разработанный «Tourism Australia», является частью более широкой концепции брендинга страны, который не только выделяет его среди других, но и делает более содержательным. «Вы не только посещаете Австралию, Вы проживаете ее». Подчеркивая уникальность Австралии как туристской дестинации для проведения выходных дней, «Tourism Australia» особо отмечает, что «на отдыхе Вы не выключаете Австралию, а включаете ее. Ваш уникальный опыт и люди, которых Вы встретите, позволит Вам почувствовать себя полным жизни» [6].

Наиболее популярным механизмом формирования туристических дестинаций является подчеркивание достопримечательностей, ради которых необходимо посетить страну или город, так называемых «TOP 10» или «Must sees». Уникальность всегда влияла на формирование туристического имиджа и выбор туристской дестинации. Так, на официальном словенском туристическом информационном портале можно найти не только необходимую информацию для туристов, но и ознакомится с «9 незабываемыми особенностями» Словении.

При формировании бренда региона некоторые страны используют особенности словообразования. Так, «I Amsterdam» (Я Амстердам) является слоганом города, что создает бренд города и его жителей. Он также воплощен в известной скульптуре «I Amsterdam», которая быстро стала символом Амстердама. Словения удачно использует слово «Love» (любовь) в названии страны (Slovenia) – «I feel SLOVEnia» (Я чувствую любовь, я чувствую Словению). Копенгаген выделяет слово «open» (открыть) в названии города – «Копенгаген. Открыт для Вас».

Удачный слоган создает платформу, опираясь на которую маркетинг туристской дестинации может быть усилен в будущем. Например, испанский слоган – «Все под солнцем» – короткий, понятный и полный смысла образ теплого города. Кроме того,

он достаточно ёмкий по содержанию, и его могут использовать правительственные и бизнес организации в своих маркетинговых проектах. Примером использования всеобъемлющего слогана является формулировка темы, которая побуждает дальнейшее развитие маркетинговых программ. Наиболее эффективны темы универсальные и гибкие, опирающиеся на реальность.

С целью привлечения туристов из-за рубежа чаще всего используется «мягкая сила», в частности информационная политика. Особенно большое значение ей уделяется в Японии. Она способствует позиционированию имиджа страны за рубежом. Продвижением туризма в Японии занимаются Правительство Японии, Министерство земли, инфраструктуры транспорта и туризма, Японское туристическое агентство (JTA) и Японская национальная туристическая организация (JNTO). Сегодня Япония прилагает все усилия, чтобы такие слова как красота, релаксация, ностальгия, фешенебельность, аппетитность, волнение, история, культура ассоциировались именно с ней [8].

Средства массовой информации (СМИ) имеют большие возможности для формирования имиджа туристских дестинаций. Многие страны регулярно размещают рекламную информацию в известных бизнес-изданиях, таких как «The Financial Times», «The Time» и др. Для мягкого, но постоянного формирования положительного туристского образа страны, используются журналы, распространяемые посольствами и информационными центрами за рубежом. Япония, например, в ежеквартальном журнале «Ниппония», который издается на семи языках, выделяет специальную рубрику «Японский клуб путешествий». Анализ публикаций журнала «Ниппония» с 1997 г. по 2011 г. позволяет сделать вывод, что в разделах журнала представлены не только памятники богатой истории и культуры Японии, но и просто города, старинные замки, торговые рынки, музеи и даже особенности японского гостеприимства [7].

Интернет имеет большие возможности для маркетинга туристских дестинаций. Например, официальный портал Швеции в Интернете – «Sweden.se» – создан для того, чтобы облегчить поиск информации о стране на разных языках. Портал «Sweden.se» служит общей платформой для пяти организаций, в задачи которых входит распространение информации о Швеции за рубежом.

С целью привлечения туристов страны проводят специальные международные маркетинговые и PR компании. Так, Япония запустила PR компанию «Добро пожаловать в Японию» («Yokoso Japan»), которая имеет не только отдельный вебсайт, но и собственную страницу в социальной сети «Facebook» и Интернет-сайте «Twitter».

Таким образом, отсутствие конкурентных природных преимуществ не является преградой для формирования позитивного туристского имиджа региона. Большинство ведущих городов мира удачно реализуют маркетинговые стратегии менеджмента туристских дестинаций, уделяя особое внимание событийному и шоппинг-туризму, обращению к истории региона, использованию инфраструктурных объектов, позиционированию региона в средствах массовой информации.

Список литературы

1. Котлер, Ф. Маркетинг мест. Привлечение инвестиций, предприятий, жителей и туристов в города, коммуны, регионы и страны Европы [Текст] / Ф. Котлер, К. Асплунд, И. Рейн, Д. Хайдер. – С.-Пб. : Стокгольмская школа экономики в Санкт-Петербурге, 2005. – 376 с.
2. A practical guide to Tourism Destination Management [Text] / UNWTO. – Madrid : UNWTO, 2007. – 162 p.

3. Council of Europe Museum Prize [Electronic resource] // PACE Web site : Council of Europe Parliamentary Assembly. – URL : http://assembly.coe.int/museum/prixmuseece/default.asp. Проверено 12.03.2010.
4. Disneyland Paris is Europe's top tourist destination [Electronic resource] // Internet-portal RFI. – URL : http://www.english.rfi.fr/france/20120406-disneyland-paris-europes-top-tourist-destination. Проверено 12.03.2012.
5. How we market Australia [Electronic resource] // Site : Tourism Australia. – URL : http://www.tourism.australia.com/en-au/marketing/default.aspx. Проверено 10.03.2010.
6. International Visitors [Electronic resource] // Site : Tourism Australia. – URL : http://www.tourism.australia.com/en-au/marketing/default_3934.aspx. Проверено 11.03.2010.
7. Nipponia [Electronic resource] // Web – Japan. – URL : http://web-japan.org/nipponia. Проверено 12.03.2010.
8. Tourism Nation Promotion Basic Plan [Electronic resource] // Internet-portal : MLIT Japan = Ministry of Land, Infrastructure, Transport and Tourism. – URL : http://www.mlit.go.jp/kankocho/en/kankorikkoku/kihonkeikaku.html. Проверено 09.03.2010.

BANSKO
ALL SEASONS RESORT

E. P. Yakova, *Manager, Bachelor of Arts in Business Administration, Bansko, Bulgaria; elena_yakova@yahoo.com*

Bansko is a great all seasons resort situated in South-Western Bulgaria. It is nestled at the foothills of one of the most beautiful Bulgarian mountains, Pirin. Bansko is not only equally attractive during the four seasons, but also attractive to Bulgarian and foreign tourists, offering them various conditions for rest, recreation, and holidays, which can satisfy even the most refined guests with a unique blend of tranquility and nature. The popularity of Bansko within and outside Bulgaria is due to the excellent conditions for ski and summer tourism combined with unique folklore and old-Bulgarian architecture [1, 3].

Situated about 160 kilometers of the capital city of Bulgaria Sofia and about 150 km of the second largest city in Bulgaria Plovdiv, Bansko has a favorable geographic location appreciated by lots of tourists. The town of Bansko is located on 925 m above sea level, while its skiing area is on 2 000–2 600 m. It is a climatic mountain resort with a short warm summer and long mild winter. The major source of purity and harmony comes from the natural might of Pirin mountain.

Bansko is considered to be developing ski resort number one in Europe and is the best ski resort in whole Bulgaria. The perfectly prepared and efficiently secured ski runs are stretched over 70 km. 25 km of modern high-capacity lift infrastructure stands for comfort and minimal waiting times. In addition, the fans of extreme winter sports will enjoy the fun park and the half pipe that will cause them an enormous adrenaline rush while boosting the latest tricks in front of an enthusiastic crowd.

Parents will find just the right conditions for their small ones. Nursery and Ski school give attentive and adept care to children and teenager, ensuring not only many positive emotions but also a decisive ski ability improvement over just a couple of days. No one has to bother about not having the right ski or board equipment on arrival – the wardrobes

located at the lower and upper Gondola lift stations are best equipped with everything ski and snowboard fans may need.

A number of cozy, dining establishments and ski-bars are to be found around the Bansko ski tracks, offering the tasty local cuisine along with fresh drinks. This would also be a perfect place for sunbathing. The geographical location high in the mountain and the technical capability of the resort with its more than 160 snow cannons secure snow coverage from December to May.

Bansko offers great fun and relaxation opportunities. The exciting mixture of well prepared ski tracks, modern lift infrastructure, many attractions, beautiful nature and warm hospitality suits skiers of all abilities and ages in just the right way making Bansko a true alternative to the Alps.

Throughout the rest of the year Bansko offers its visitors a perfect balance of temperatures and climate – spring full of unique blossoming flora; refreshing and energizing summer and golden autumn. After the long winter season the resort changes into a wonderful summer destination offering mountaineering, walking, hiking, hunting, fishing, biking and climbing [2]. When the snow melts in early June the Pirin mountain range reveals a fantastic area of peaks and lakes, threaded with well-marked hiking paths. Imagine a landscape of knife-sharp granite ridges and peaks, babbling mountain brooks overflowing from cold, clear glacial lakes, and alpine meadows bursting with fields of flowers. Hiking paths lead from the trailhead to mountain huts where hot soup and warm blankets will restore you for the following day on the trail. The marked paths are clear enough for seasoned hikers to follow, although a locally hired guide will be able to take you safely to hidden corners of the Pirin range.

The Pirin National Park, the largest one in Bulgaria and included in the world natural heritage list of UNESCO, is situated south of the town. Pirin and the area abound in thermal springs, endemic plant species, waterfalls, caves, nature reserves, rocks and peaks, together with protected centuries-old trees, thus presenting excellent conditions for eco tourism regardless of season.

The unique atmosphere of the old town of Bansko, the local customs, the cuisine and the architectural style make Bansko a popular destination for cultural tourism in Bulgaria and attracts visitors all year around. The history of the town is veiled back in the centuries. According to the many legends and local tales, some of which lay claim to being historically true, the founding of Bansko refers to the period after XV–XVI centuries. From that time is the reference of Bansko as a centralized settlement in an official document.

The town of Bansko is among those Bulgarian settlements, which were destined to play prominent role in the historical development of our people particularly at the time of powerful uplift of the nation during the epoch of revival. Its achievements do not depend on the unrelenting passing of years. They are implemented in the unique houses of the people of Bansko with high pine gateways and wood-carved ceilings, in the architecture and the exquisite iconostases of the churches, in the bold lines of the icons, created by local icon-painters, because here past and present interlink in a unique way.

Bansko is a real treasure town of national values, owning lots of prominent cultural monuments of original architecture and high artistic and historical value. There are over 130 architectural-historical monuments of culture in Bansko, 7 of which are of national importance. The museum complex has at its disposal one of the best and excellently functioning networks in the country. The museum objects in Bansko are an integral part of the unforgettable world of the past. Gathered there are objects from different epochs, archeological findings, unique costumes, early printed books and manuscripts, original icons and wood-carvings, rich picture material.

From the first day of the year, diversified with kukeri games till Mitrovden in the autumn, the town celebrates old and new holidays. Each year from the 17th to 24th of May, the holidays of the Bansko traditions are being organized. The summer tourist season is opened with them. Within the holidays ethnographic and culinary exhibitions, art and applied art exhibitions as well as topic evenings, devoted to the humor of Bansko, songs, folk dances, traditions could be attended. Simultaneously with this holiday, the festival «Between three mountains» is carried out. More than 800 international dance and vocal groups for authentic folklore participate in it.

Traditionally from the 8th till 13th of August, the International Jazz Festival takes place. Popular musicians from all over the world participate in it. On the open stage at the square in Bansko the music turns into a key of understanding among people.

Bansko provides opportunities for balneology tourism also. Only four kilometers away from Bansko is located the village of Banya with its thermal mineral springs and spa centers for treatment of lung and heart diseases. Such other places are the town of Dobrinishte (6 km away from Bansko) and the village of Ognianovo (40 km away from Bansko).

Nearby Bansko are located several golf courses, Pirin Golf and Country Club being the most popular of them. The approval of lan Woosnam designed golf course in it is an indication of the level of international interest. Attractive historical monuments around the town, appropriate for excursions, are the world famous Rila Monastery and Rozhen Monastery.

During the last couple of years Bansko is under a massive investment process with new hotels and resort facilities being under construction. The expectations are for even more dynamic market and greater demand from tourists during the next years. The property market is influenced by the thriving tourism in the mountain resorts, as the flow of tourists demands a better and more varied accommodation and new commercial real estates and holiday properties are built, sold and let in Bansko in order to suit the preferences of a wider range of visitors.

People who have visited the charming resort of Bansko keep coming back because Bansko is one magical symbiosis of history, tradition, culture, and entertainment. Everything, which the visitor finds our here – old architecture, heroic history, authentic folklore, century-old culture, preserved traditions and customs, specific cuisine, incredible humor and modern winter equipment – makes the mountainous town a unique symbol of the Bulgarian spirit. Feel welcome to come and experience it.

Bibliography

1. Everything about Bansko in one place [Electronic resource] / Web site : Bansko.org: everything about Bansko in one place. – URL : www.bansko.org. (2012, April 05).
2. Mountain Biking. Mountaineering [Electronic resource] / Site: Bulgaria: Bansko: All seasons resort. – URL: www.banskoski.com. (2012, April 07).
3. Municipality of Bansko [Electronic resource] / Site: Municipality of Bansko. – URL: www.bansko.bg. (2012, April 03).

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ОЦЕНКА РЕКРЕАЦИОННЫХ РЕСУРСОВ

Л. А. Арапова, *доцент Российского государственного гидрометеорологического университета, кандидат экономических наук, г. Санкт-Петербург; lyubov_arapova_5@mail.ru*

Впервые в научной литературе термин «рекреация» появился в США в конце 1890-х гг. в связи с введением второго выходного дня и отпусков, надо было разумно их использовать. Рекреация в переводе с латыни означает «восстановление» или «отдых». В последние годы появилось новое видение понятия «рекреация». Так, В. А. Квартальнов, в одной из своих работ («Энциклопедия туризма», 2003) приводит следующие определения рекреации:

- расширенное воспроизводство физических;
- интеллектуальных и эмоциональных сил человека;
- игра или развлечение, используемые для восстановления физических умственных сил;
- наиболее быстро развивающийся сегмент индустрии досуга, связанный с участием населения в активном отдыхе на открытом воздухе, приходящийся преимущественно на уик-энд;
- перестройка организма и человеческих популяций, обеспечивающая возможность активной деятельности при изменении условий и характера окружающей среды;
- цивилизованный отдых, связанный с профилактикой заболеваний в стационарных условиях, экскурсионно-туристскими мероприятиями, а также с занятиями физической культурой.

Некоторые исследователи определяют рекреацию как время в течение, которого происходит восстановление производительных сил человека, либо как деятельность, направленную на это восстановление. Есть и альтернативная точка зрения, где рекреацию рассматривают как функцию любой деятельности или времени на любой территории. Но все склонны считать что понятие «рекреация» это отдых. Отдых – это любая человеческая деятельность, только не направленная на удовлетворение физиологических потребностей. Это, например, путешествия, хобби, различные виды собирательства или коллекционирования, рыбная ловля, охота.

Понятия «досуг» и «отдых» чаще всего разграничивают. Но «досуг» несёт смысловую нагрузку формы использования, а «отдых» содержит характеристику социально-биологической формы бытия. К тому же, отдых включает в себя ещё и то, что досуг охарактеризовать не может рекреационные результаты. Именно это принципиально разграничивает данные понятия и даёт основание отнести термин «отдых» к категориям, описывающим рекреационные процессы и явления. Кроме того, более корректно использовать понятие «рекреация», как научный термин.

Рекреация всегда связана с восстановлением духовных и физических сил (Д. Келли). Рекреация – это не только досуговая деятельность, социально направленная на определённые цели, но и пассивный отдых, который также даёт ощутимый рекреационный эффект. Рекреация является одним из аспектов здорового образа жизни. Человек, который живёт созидательно и творчески выше среднего уровня, полностью использует свой потенциал и приближается к состоянию максимального здоровья, а следовательно, может полностью реализовать свои возможности (Д. Грей, С. Гребен).

Одна из функций, которая выполняется рекреацией – это экономическая. Она состоит в простом и расширенном воспроизводстве. Рекреация сберегает общественно

необходимое время. Благодаря рекреации повышается способность трудящихся к труду, увеличение работоспособности, что ведёт к увеличению фонда рабочего времени вследствие сокращения заболеваний и повышения жизненного тонуса. Рекреация влияет и на ускоренное развитие хозяйственной структуры определённой части территории страны, расширение сферы приложения труда, т. е. увеличение занятости населения за счёт рекреационного обслуживания и отраслях, связанных с рекреацией. Кроме того, рекреация оказывает существенное влияние на структуру баланса денежных доходов населения на территории страны в пользу рекреационных районов.

Развитие индустрии рекреационных услуг содействует созданию современных видов массового и индивидуального отдыха, включая в оборот дополнительные ресурсы, освоению новых территорий, обладающим рекреационным потенциалом.

Экономическая оценка необходима для усиления охраны и создания стимула рационального использования природных ресурсов, только тогда она позволяет определять эффективность различных мероприятий, направленных на более рациональное потребление ресурсов.

Практически все разработанные к настоящему времени подходы базируются на оценке ресурсов бальным методом, а он не позволяет получить экономический анализ. Хотя многие характеристики природных ресурсов можно измерить лишь относительно, например, познавательную ценность ландшафта.

Экономическая оценка природных рекреационных ресурсов должна базироваться на кадастре. Кадастр (лат. capitastum – реестр, список составляемый официальным органом или учреждением) включает в себя систематизированный свод следующих данных: качественную и количественную опись объектов или явлений с их экономической (эколого-социально-экономической) оценкой; сведения о динамике и степени их изученности с приложением картографических и статистических материалов; рекомендации по использованию объектов или явлений, предложения мер по их охране, указания на необходимость проведение дальнейших исследований и т. д.

Кадастр рекреационных ресурсов – это обобщенная потребительская оценка рекреационных ресурсов.

Кадастровая система учёта и оценки природных ресурсов эффективно обеспечивает накопление и оперативное использование обширной информации. Кадастр также отражает природное состояние ресурса и содержит оценочную характеристику его использования. Таким образом, кадастр выполнит не только регистрационную роль. В условиях рынка содержание и структура кадастра должны отвечать требованиям экономической и экологической эффективности использования ресурсов.

Методологическая основа кадастра должна сочетать в себе учётные и оценочные показатели производственно-экономического содержания. Главной задачей при этом является обеспечение охраны природного рекреационного ресурса и повышение эффективного использования.

Рекреационные потребности подразделяют на три группы: общественные, групповые и личные.

Общественные рекреационные потребности определяются как потребности общества в восстановлении физических и психических сил, а также всестороннее развитие личности.

Личные потребности – это потребности конкретной личности в снятии утомления, укрепления здоровья, общения с природой, познания истории и культуры, развлечении, общении с природой, познании истории и культуры, развлечении, общении с другими людьми со сходными увлечениями и т. д. Эти потребности являются запросом индивидуума обществу, но организованную рекреационную деятельность.

Групповые потребности, занимая промежуточное положение между общественными и личными, являются определяющими для организаторов отдыха. Эти потребности, с одной стороны, аккумулируют интересы отдельных личностей, а с другой, выступают как конкретное воплощение общественных.

ТУРИСТСКАЯ ФАЛЕРИСТИКА И ТУРИСТСКАЯ СИМВОЛИКА

TOURIST FALERISTIC AND TOURIST SYMBOLICS

В. Н. Баюра, *старший научный сотрудник кафедры рекреационной географии и туризма географического факультета МГУ имени М. В. Ломоносова, кандидат географических наук; stadnik48@mail.ru*

V. N. Bayura, *senior researcher, Department of recreation geography and tourism, Faculty of Geography, Lomonosov Moscow State University, Ph. D. in Geography, Moscow, Russia; stadnik48@mail.ru*

Туристская фалеристика – это коллекционирование туристских наград, знаков и значков. Это направление коллекционирования получило широкое распространение в мире в XX веке в связи с развитием туризма и началом выпуска разнообразных туристских значков.

Этимология термина «фалеристика» до сих пор точно не определена. Некоторые авторы утверждают, что слово «фалера» имеет латинское происхождение, известный востоковед и крупный коллекционер И. Можейко пишет, что «фалерой называлась нагрудная бляха римского легионера» [5], другие заявляют, что слово имеет греческое происхождение и означает металлические украшения на шлемах [6]. Российский ученый В. Г. Бурков, исследуя эту проблему, пришел к выводу, что первоначально слово «фалера» означало в Древней Греции блестящие металлические украшения, крепившиеся к доспехам и шлемам воинов, конской сбруе. Из древнегреческого языка этот термин пришел на Апеннинский полуостров и стало употребляться в значении наградных знаков отличия [3].

Вообще фалеристика является одной из специальных исторических дисциплин. Она изучает наградные знаки отличия, наградную документацию, значки и медали, посвященные определенным историческим событиям и личностям в истории. Длительное время исследованием наград занималась такая историческая наука как нумизматика. Термин фалеристика в отношении наград впервые ввел в 1937 г. коллекционер и исследователь из Чехословакии Олдржих Пильц, однако, широко термин стал применяться только с начала 1960-х годов. В СССР слово фалеристика впервые появилось в печати в 1965 г. в статье «Фалеристика – сестра нумизматики», автором которой являлся известный коллекционер Р. В. Шейн в журнале «Декоративное искусство СССР» [6]. В нашей стране первые публикации по туристским значкам сделал М. Азарх [1, 2].

Среди множества самых разнообразных значков и знаков немалую долю составляют туристские значки. Среди первых из числа выпущенных в России – значки Российского общества туризма (РОТ), организованного еще в 1895 г., в том числе выполненные из золота или серебра членские знаки. История выпуска отечественных туристских значков рассмотрена в ряде публикаций [1, 2].

Всю совокупность туристских наград и знаков, на наш взгляд, можно условно подразделить на следующие категории:

– наградные знаки и медали;

– квалификационные знаки;

– членские значки различных туристских обществ и клубов;
– значки участников, победителей, призеров и судей соревнований по туризму;
– служебные значки;
– памятные и сувенирные значки;
– рекламно-информационные значки.

Конечно, можно выделить и другие категории. Например, значки участников ежегодных туристских слетов – городских, региональных и пр. [3, 8]. Кроме того, ряд видов активного туризма находится «на стыке» с такими видами спорта, как велосипедный, парусный, альпинизм, и др. Соответственно, знаки и значки этих видов спорта многие коллекционеры относят к туристской тематике.

Когда заходит речь о первом туристском обществе Российской империи и его знаках, обычно указывают дату 1895 г. – образование Ялтинского экскурсионного бюро Крымско-Кавказского горного клуба и первого туристского общества – Русского туринг-клуба, объединявшего изначально туристов-велосипедистов. Кстати, именно этот знак (с датой 1895 г.) принят в качестве официального знака и эмблемы Туристско-спортивного союза России – ведущей общественной организации, занимающейся пропагандой и развитием всех видов активного (в том числе спортивного) туризма и путешествий [9].

Однако некоторые исследователи туристской фалеристики совершенно справедливо отмечают гораздо более ранний знак «Санкт-Петербургского общества велосипедистов-любителей 1884 г.» [7]. Общество было образовано в конце 70-х гг. XIX в., а Устав был утвержден 1884 г. Известно, что туризм в России получил развитие прежде всего с организации горных обществ и обществ велосипедистов. Таким образом, если общество велосипедистов-любителей как предшественников туринг-клубов считать туристами-велосипедистами, то дата выпуска первых (из числа известных) туристских знаков России отодвигается как минимум на 11 лет ранее даты образования Русского общества туристов (РОТ) в 1895 г.

Туристско-спортивный Союз России (ТССР) проводит различные соревнования, включая чемпионаты России, по спортивному туризму и туристскому многоборью, присваивает спортивные разряды, почетные звания и вручает почетные знаки. На сайте ТССР приведены изображения ряда туристских квалификационных и почетных знаков, в том числе знаков «Заслуженный путешественник России» и «Выдающийся путешественник России». По нашей классификации почетные знаки, количество врученных которых весьма невелико, относятся к туристским наградам. В советские времена как ведомственная награда вручался знак «За заслуги в развитии туризма и экскурсий» Центрального Совета по туризму и экскурсиям ВЦСПС.

Значительное наградных значков, связанных с развитием туризма, было выпущено комсомолом. К числу таких относятся значки ЦК ВЛКСМ «за активное развитие молодежного туризма», «Моя Родина – СССР», «Дорогами отцов-героев» и т д. [4].

В советские времена широкое распространение получили значки участников, победителей и призеров различных туристских соревнований, слетов, фестивалей, проводимых во многих союзных республиках, областях и районах. Они изготавливались часто полукустарным способом, использовавшаяся на них символика часто передавала специфику туристского снаряжения (стрелка компаса, силуэт туриста с рюкзаком, палатка, и т. п.).

К служебным туристским знакам можно отнести знаки Контрольно-спасательной службы, значки городских, региональных, республиканских и всесоюзных экскурсионных бюро, а также Бюро международного молодежного туризма «Спутник», и некоторые другие.

Велико разнообразие памятных и сувенирных туристских значков. В советские времена для большинства утвержденных всесоюзных туристских маршрутов были выпущены соответствующие значки, в наглядной форме передающие основные достопримечательности конкретного маршрута. Кроме того, часто выпускались значки, посвященные особо примечательным объектам туристского или экскурсионного посещения (например, значки с изображением Новоафонской пещеры, озера Байкал, Брестской крепости, и т. п.). К сожалению, в последние годы выпуск туристских значков существенно сократился.

В настоящее время в связи с бурным развитием туризма, его дифференциацией и появлением многих новых видов туризма на проблему развития туристской фалеристики следует посмотреть по-новому. Безусловно, необходимо продолжать выпускать и дешевые (обычно алюминиевые) туристские значки. Однако подавляющее большинство таких значков вскоре после их покупки занимают вполне предсказуемое место в чулане, и о них забывают. К тому же зачастую портится и их внешний вид – часто отлетает краска, становятся заметны любые царапины, и т. д.

В последнее время все больше людей готовы тратить немалые деньги как за интересные путешествия и соответствующий сервис, так и за сувениры хорошего (а лучше отличного) качества. Поэтому, на наш взгляд, время дешевых значков из алюминия, пластмассы постепенно проходит. И если уж не возвращаться к опыту изготовления значков из золота или серебра (как это было в дореволюционное время и первые 10–15 лет после революции), то появившиеся в последние десятилетия методы изготовления и тиражирования вполне высококачественных значков позволяют надеяться на существенный прорыв в этом направлении. И многие туристы с удовольствием купят туристский значок как произведение искусства миниатюры, или ювелирного искусства, которым должно время от времени любоваться и будить приятные воспоминания о посещенных местах.

Важную роль способны сыграть туристские значки и в рекламе туристского продукта и его отдельных компонентов – туристских маршрутов, гостиниц, ресторанов, туристских баз, кемпингов и т. п. Подобные значки широко выпускались в Советском Союзе, необходимо возродить их производство и сейчас.

С туристской фалеристикой тесно связаны вопросы разработки и формирования туристской символики туристских городов, регионов и страны в целом. Часто одновременно с логотипом (символом) разрабатывается также слоган, подчеркивающий особую роль того или иного туристского объекта, достопримечательности, природного или историко-культурного явления в туристской привлекательности региона. Подобная символика и выразительный, запоминающийся слоган влияют на формирование положительного туристского образа региона и способствуют его продвижению на рынке туристских услуг, позволяют привлечь внимание потенциальных туристов.

Во многих странах мира эти вопросы решаются на государственном уровне. Так, во Франции, занимающей ведущие позиции по развитию туризма в Европе и мире, недавно разработан новый туристский символ (обновленный карандашный портрет Марианны) с новым слоганом – «Встретимся во Франции» (Rendez-vous-en France»).

Туристскую символику в настоящее время разрабатывают многие города и регионы как в нашей стране, так и за рубежом. Она будет использоваться не только для изготовления значков, но и различной сувенирной продукции, баннеров, рекламы и т. п. Отметим, что туристская символика не заменяет официальную символику города или региона (герба и флага). Она должна быть легко узнаваемой, запоминающейся и ассоциироваться с городом или краем.

Можно сказать, туристская символика должна передавать ключевые особенности историко-географического и культурно-географического своеобразия территории.

Список литературы

1. Азарх, М. А. Русские туристские значки и жетоны [Текст] / М. А. Азарх // Советский коллекционер. – М., 1975. – №13 – С. 126–132.
2. Азарх, М. А. Туристские значки рассказывают [Текст] / М. А. Азарх. – Свердловск : Уральский рабочий, 1966. – 112 с.
3. Бурков, В. Г. Фалеристика: учеб. пособие [Текст] / В. Г. Бурков. – М. : Росс. гос. гуманит. ун-т, 1999. – 167 с.
4. Бутушин, А. С. Основные знаки Комсомола: Каталог-определитель [Текст] / А. С. Бутушин, Б. Г. Стецуренко. – М. : ЛАТМЭС, 2004. – 184 с.
5. Можейко, И. В. Награды : Полное собрание сочинений. Историческая серия. Т.5 [Текст] / И. В. Можейко (Кир Булычев). – М. : Хронос, 1998. – Т. 5. – 464 с.
6. Шейн, Р. В. Фалеристика – сестра нумизматики [Текст] / Р. В. Шейн // Декоративное искусство СССР. – М., 1965. – №8. – С. 48.
7. Балабанов, А. В. История туризма в знаках Российской империи [Электронный ресурс] / А. В. Балабанов // Информационный ресурс компании «Риск. ру». – URL : www.risk.ru/users/balabanoff/9138/. Проверено 04.04.2012.
8. Леви, Б. И. Туристские значки Киева рассказывают [Электронный ресурс] / Б. И. Леви // Все о туризме : туристическая библиотека. – URL : http://tourlib.net/books_history/spogady13.htm. Проверено 05.04.2012.
9. Туристско-спортивный Союз России [Электронный ресурс] / Официальный сайт ТССР. – URL : http://www.tssr.ru. Проверено 02.04.2012.

РЕЧНЫЕ КРУИЗЫ КАК СПОСОБ ПОЗНАНИЯ СТРАНЫ

О. А. Борсук, *доцент кафедры геоморфологии и палеогеографии географического факультета МГУ имени М. В. Ломоносова, кандидат географических наук; happy-ilga@yandex.ru, Makkaveev-lab@yandex.ru*

Речные круизы – одна из форм туристической деятельности, получившей развитие в мире в XX веке. Плавающие гостиницы – корабли дают возможность познакомиться с географией, историей и культурой страны на фоне замечательного отдыха на водных просторах. В Европе водные маршруты пересекают несколько стран, продолжительность их меняется от трех дней до двух недель (Дунай–Майн–Рейн). Круизы осуществляются и на небольших европейских реках, таких, как Сена, По и многих других. Каналы объединили ряд соседних речных и озерных систем, что позволило на небольших круизных судах проходить сотни километров по водным путям, знакомя туристов с природными и культурными достопримечательностями различных регионов. Но не только речные долины, берега озер и каналов попадают в поле зрения туристов, посещающих исторические города и любующихся природными и природно-хозяйственными (например, виноградниками в долинах рек) особенностями регионов, но и отправляющихся от пристаней-стоянок в автобусные экскурсии протяженностью в десятки километров. Так, от города Пассау в Германии можно направиться в Мюнхен или в Нюренберг. По автобанам эти поездки на комфортабельных автобусах не утомляют туристов, позволяя увидеть культурные и промышленные центры страны.

Обратимся к особенностям речных круизов, организуемых по водным системам России. Формирование водных систем, их соединение каналами было начато Петром I

в XVIII веке. Естественно, что водные пути были обустроены для торгово-транспортных целей и соответствовали характеристикам речного флота этой эпохи. Габариты пути – глубины, ширина и радиусы кривизны фарватера отвечали требованиям судовождения при использовании парусов и тягловой силы – лошадей и бурлаков.

В царствование Екатерины II состоялся, пожалуй, первый «туристический» круиз императрицы по Волге в сопровождении многочисленных чиновников и челяди.

Появление паровых судов в бассейне Волги в середине XIX века потребовало новых подходов при эксплуатации водных путей в России. Увеличились размеры судов, их осадка, резко возросла скорость. Тогда же, кроме грузовых и пассажирских перевозок, появились первые суда, на которых совершались водные экскурсии и прогулки, предтечи круизных маршрутов. Со второй половины XIX века заработала путейская служба, в задачи которой входила обязанность следить за состоянием водного пути, прежде всего – фарватера, обустраивать его, следить за глубинами и проводить гидротехнические работы по поддержанию водных магистралей.

Первые справочные издания по достопримечательностям на водных путях появляются в XVIII веке, но достаточно подробные путеводители, прежде всего, по волжскому бассейну, порадовали водных туристов во второй половине XIX – начале XX веков. Автору посчастливилось общаться с одним из собирателей путеводителей по водным системам Европейской России – Александром Юрьевичем Ивановым, волгарём, долгие годы ходившим на кораблях, а ныне – дающим интереснейшую путевую информацию на одном из круизных судов.

Круизы различаются по продолжительности и комфортабельности, а также возможностями водных путей, т. е. их габаритами – глубинами, шириной фарватера, вместимостью гидротехнических систем – шлюзов.

Продолжительность круизов в Европейской части России колеблется от 3 до 20 дней, чаще всего 7–8 дней. Наибольшей популярностью пользуется маршрут Москва–Петербург и Петербург–Москва. Им пользуются и иностранцы, желающие посмотреть два главных города России. На нем работают самые комфортабельные суда – четырехпалубные лайнеры с прекрасно организованным досугом. Рестораны и бары, музыкальные салоны, конференц-зал, где организуются концерты, солнечные палубы для загара и различных шоу, среди которых выделяется «День Нептуна». В этот день демонстрируются таланты туристов и другие шоу-концерты. С детьми на борту крупных судов занимаются аниматоры, так что существует разделение туристов по возрасту и интересам. Ныне часть круизных судов оборудована телевизорами не только в барах и салонах, но и в каютах.

За последние годы, кроме путевой голосовой информации, которую можно слушать на палубах и в каютах, по корабельному телевидению демонстрируются документальные и исторические фильмы, как правило, увязанные с историей, географией и культурой тех местностей, мимо которых идет корабль.

Музыкальный салон используется для проведения концертов классической музыки, оперных солистов. В других помещениях – барах, залах – могут проводиться встречи с артистами эстрады. Здесь же можно принять участие в хоровом пении под баян или аккордеон.

Активный отдых на борту судна прерывается стоянками в городах, сыгравших в истории и культуре России большую роль. Это древнейшие, с тысячелетней историей, центры, такие, как Углич, Ярославль, Кострома, и более «молодые» – Нижний Новгород, Казань и т. п. Но не только крупные города входят в программу знакомства туристов, но и уютно разместившиеся на берегах рек и озёр небольшие городки. Плес, прославленный замечательным художником И. Левитаном, встроенный в ландшафт волжской долины, купеческий, а ранее – город-крепость, перекрывающий подходы

к богатым городам Северо-Восточной Руси. Пешеходная, 1,5–2-х–часовая экскурсия позволяет увидеть его неброскую красоту, подняться к крепости, от которой сохранился только оплывший вал, и полюбоваться волжскими просторами. Два музея – И. Левитана и пейзажной живописи будут заключительным аккордом экскурсии. Сохранившиеся дома на набережной, тенистая аллея вдоль русла Волги и небольшая деревянная церковь, словно сошедшая с полотна И. Левитана «Над вечным покоем», хотя она была «срисована» с натуры, дополнят впечатление от уютного, по дачному милого городка.

Столь же притягателен город Мышкин, музейный центр, в нем на несколько тысяч жителей свыше полутора десятков музеев; естественным лидером среди них будут мыши – амбарные, живые, и кукольные. Они повсюду – на детских валеночках, на сувенирах, в спектаклях Театра Мыши. Естественно, обойти все музеи за несколько часов стоянки круизного судна у пристани невозможно, поэтому туристы вновь и вновь возвращаются в полюбившийся город, каждый раз открывая что-то новое для себя.

Невозможно отметить все небольшие исторические города на маршрутных круизах, упомянем еще Городец – город-крепость, центр судостроения и знаменитой городецкой росписи. Экскурсия по славному купеческому городу, поездка в Никольский скит, что вблизи города, где холодные чистые воды источника прибавят здоровья, а на память о городе Вам предложат расписные и пряничные доски, а также свежие пряники. Постояв у памятника Александру Невскому, поставленному в городе, где он закончил свой земной путь, полюбовавшись затейливой резьбой деревянных домов, названной городецкой, заглянув в некогда хлебосольный дом «веселой вдовы», нагруженные сувенирами, возвращаетесь в свой плавучий дом.

Ещё один волжский город поразит туристов красотой резных окон, фронтонов и фасадов деревянных одно- и двухэтажных зданий. Космодемьянск, где дома, как невесты на выданье, выстроились в старой части города. Кроме замечательного историко-художественного музея, музея купеческого быта, здесь на старой площади города разместился музей Остапа Бендера, сыгравшего незабываемую шахматную партию. Здесь фантазия музейщиков поразит посетителей от входа – мыльные следы инженера Щукина введут в первый зал необычного музея. В городе проводятся шутливые фестивали. Местные художники выставляют свои произведения; декоративные вазы и хлебницы радуют глаз на местном развале.

Не только города, чьи фасады выходят к рекам и озёрам, посещают туристы. От пристани автобусы доставляют путешествующих на расстояния от первых километров до сотни и более километров в города, представляющие большой историко-культурный или географический интерес.

На притоке реки Камы стоит древний город Елабуга, купеческий центр торговли зерном. Ухоженный, с сохранившимся ядром, он славен как культурный центр. В нем родились и жили не только купцы-меценаты, но и замечательный художник И. Шишкин, кавалер-девица, писательница Дурова, завершила свой сложный жизненный путь замечательная поэтесса Марина Цветаева. В память о ней создан целый мемориальный комплекс, но не обижены музейными работниками И. Шишкин и Дурова; их дома-музеи обычно посещаются туристами. Погружением в средневековье завершается экскурсионный маршрут – древнее городище Алибуга поражает своим местоположением – на высоком яру, взметнувшийся над просторами долины р. Камы. С каждым годом в Елабуге появляются новые музейные объекты – это и музей провинциальной медицины им. Бехтерева, памятники и мемориалы.

От пристани города Чайковский традиционно совершается маршрут около 50 км длиною до города Воткинска в усадьбу, где родился Чайковский. Бережно восстановленная городская усадьба со всеми подсобными строениями, дружная жизнь семьи

директора военного завода И. И. Чайковского позволяет понять, как с раннего детства у великого композитора зарождалась любовь к музыке, поощряемая всей семьёй.

Пожалуй, самый длинный автобусный маршрут на всех круизных линиях Европейской России ведет от г. Пермь до г. Кунгур (более 100 км). Кунгурская ледяная пещера влечёт туристов; прохлада после жарких дней, таинственные подземные ходы, украшенные сосульками и инеем, залы гротов зачаровывают посетителей. Небольшая экскурсия по старой, купеческой части города завершит знакомство с одним из центров торговли зерном. Изделия из гипса, алебастра раскупаются в сувенирных киосках на память о Кунгуре.

Самые длинные по протяжённости круизы совершаются по Волге. Это маршрут Москва–Астрахань, на котором можно увидеть не только разнообразие природы Европейской России – от южной тайги до полупустыни в Астраханской области, но и разнообразие культур разных народов, историю их возникновения и не всегда мирных столкновений. Города-миллионеры, центры промышленности, науки, образования поражают разнообразием не только архитектурным, но и умением встраиваться в ландшафты, используя его особенности на значительной протяженности в десятки километров вдоль реки. Необходимо обращать внимание на ошибки, допущенные градостроителями, которые для первичного заложения городов выбирали места, затопляемые в половодье, либо интенсивно подмываемые рекой.

Кремли, сохранившиеся с конца Средневековья в Нижнем Новгороде, Казани, Астрахани возведены с учётом фортификационных особенностей рельефа. Минимизировалась опасность эрозионно-оползневых процессов, изначально проводились дренажные работы, стены и башни укреплялись контрфорсами. Безусловно, на особенности градостроительства в различных природных условиях следует обращать внимание путешествующих, т. к. многие приёмы защиты зданий и городских ансамблей используются и в наши дни.

Особое место в экскурсиях занимают музеи деревянного зодчества; монастыри и усадебно-парковые комплексы, последние из названных объектов, к сожалению, почти не демонстрируются. Итак, музеи деревянного зодчества. Они сегодня на круизных маршрутах по рекам (озерам) представлены достаточно полно. Первое место по посещаемости, за Кижами, красотой и умелым и тщательным подбором объектов, сочетанием «оживших экспозиций», т. е. показом различных умений, например, работой с бисером, восхищают девушки в традиционных крестьянских нарядах.

Выйдя из обширной избы, познакомившись с бытом различных слоёв крестьянства, Вы попадаете на выступление фольклорного ансамбля, т. е. перед туристами возникает развёрнутая картина жизни крестьянской Руси.

В ряде других регионов на маршрутах круизов предлагается посещение историко-художественных музеев под открытым небом. Это музей деревянного зодчества под стенами Ипатьевского монастыря, на окраине города Космодемьянска, в селении Хохловка, а полусотне километров от г. Пермь. В Хохловке, кроме традиционных изб, храмов и часовен, характерных для Предуралья, охотничьи заимки, лобазы, а также завод по получению соли из соляных источников.

Великолепные монастырские ансамбли, возрождённые за последние десятилетия к жизни, посещаются туристами. Удивительная встроенность монастырей в ландшафт поражает и радует глаз и слух. Колокольные звоны, праздничные и обыденные, призывающие монахов к службе, обращают нас к возвышенному, вне зависимости от веры. Архитектурно-планировочные решения при возрождении монастырей связывают рукотворные творения с особенностями местоположения обителей. Валаамский и Макарьевский монастыри, отдалённый Соловецкий и другие прекрасные творения известных или безымянных зодчих, ограждённые стенами от мирской суеты, своей

красотой и солнечным сиянием куполов притягивают посетителей. Некоторые из них, например, Макарьевский, Желтовский монастыри, словно вышли из пушкинской сказки о царе Салтане, только вместо пальбы из пушек в сказке – красота и гармония монастырского ансамбля ведёт круизные корабли под стены монастыря.

На пути из Москвы в Петербург и обратно знатные монастыри – Толгский под Ярославлем с кедровой аллеей, Спасский в Ярославле, Кириллово-Белозёрский и Ферапонтов от пристани Горицы, а также скромный и уютный Горицкий монастырь раскроют перед туристами не только красоту архитектурных ансамблей, но и часть, весьма существенную, нашего прошлого.

Северные монастыри России сохранили не только архитектурный облик, но и архитектурные фрески и иконопись. Не даром два из них – Ферапонтов и Соловецкий – включены в Список Всемирного наследия человечества. В Ферапонтовом монастыре сохранилась фресковая настенная роспись великого русского изографа Дионисия, поражающая цветовой гаммой и библейскими сюжетами, пронесенными через многие века, соединяющими в единую цепь ныне здравствующих и ушедших с их заботами, радостями и горестями.

На суровых скалах Валаамского архипелага разместился известнейший в России монастырь с многочисленными скитами. Путешествие по островам и посещение монастыря помогают увидеть силу человеческого духа, преобразующего природу малыми, на первый взгляд, делами монахов, иноков и трудников. Их трудами многочисленные скалы архипелага обрели почву, природу сделали плодоносящей, создав сады и огороды с многочисленными экзотическими растениями, сохранив наследие, соединив острова дамбами, оставив нетронутые уголки природы, своеобразные убежища как для местных природных особенностей, так и для человеческой души: одинокие скиты сохранены в отдалении от монастыря.

Безусловно, один из маршрутов из российских столиц ведёт на север, к Соловецкому монастырю. Узкий Беломорско-Балтийский канал и система шлюзов не могут пропустить крупные круизные лайнеры, только небольшие двухпалубные суда курсируют на этом маршруте.

Трагична судьба монастыря, да и водной дороги, ведущей к Белому морю. На строительстве канала трудились бесправные заключённые, а монастырь, да и весь архипелаг был превращён в 20–30-е годы в лагерь – Соловецкий лагерь особого назначения (СЛОН). Многие замечательные люди России побывали в нём, часть осталась в земле соловецкой. Ныне монастырь возрождён, а его трагическая история стала достоянием, хотя и печальным, нашего народа.

Но не только живые грады и веси встречаются на круизных маршрутах. Славные некогда города, центры торговли, ремёсел, а также крепости, стоящие на рубежах древней Руси, потеряли своё значение, утратили городской статус. Да и малые городки часто пропускаются при больших круизах на трёх-четырёхпалубных кораблях. Для них не оборудованы пристани, нет подходов к берегам. Поэтому в ряде судоходных компаний организованы маршруты по малым волжским городам, включая и бывшие, некогда процветающие городские центры. К подобным круизам можно отнести волжские и окско-волжские круизы, захватывающие экс-города, ныне ставшие заповедными территориями. Это древний Булгар, разграбленный и сожжённый монголами в XIII веке, и город Свияжск, крепость-форпост для завоевания Казани в XV веке.

Упомянутые круизы охватывают прежде всего бассейн р. Волги, а через системы каналов соединяют его с Балтийским и Белым морями. Но не только эта грандиозная система водных путей используется в круизах. Ныне стали редкими, но пока существуют круизы с Волги на Дон по Волго-Донскому каналу на Ростов-на-Дону, с несколь-

кими замечательными зелёными стоянками, т. е. с отдыхом и купанием на разных берегах и водохранилищах.

Плавание по водным путям Европейской России позволяет увидеть грандиозные преобразования, начатые ещё в петровское время, но продолженные в советский период. Плотины, грандиозные водохранилища, шлюзовые системы, где суда поднимаются и опускаются на 5–20 метров, своеобразная архитектура гидротехнических сооружений вызывают гордость за свершения технические, но вызывают тревогу в связи с негативными явлениями, возникающими при подобном строительстве. Российской Атлантидой называют затопленные земли, города и деревни, ушедшие на дно водохранилищ. Непродуманность многих экологических последствий, быстрота реализаций проектов, кажущаяся простота решений по сохранению природных систем привели к возникновению и развитию многих негативных процессов – подтоплениям и заболачиванию берегов водохранилищ, абразии, т. е. разрушению волнами берегов, оползням и многим другим серьёзным последствиям.

Печально, но факт, редки круизы по Северной Двине от Великого Устюга до Архангельска. Старые, изношенные суда списываются, а новые не приходят в пароходства.

К сожалению, великие сибирские реки, где дикая природа подступает к руслу, а береговые утёсы, каньоны с оглаженными водой стенами нависают над головой, обделены круизными маршрутами.

Если в 70–80-е годы XX столетия, кроме пассажирских линий, существовали на рр. Лене, Енисее круизные маршруты, в которых можно было увидеть почти все географические зоны Сибири, то сегодня один–два корабля следует по этим маршрутам. Здесь же огромное поле деятельности для туристических компаний, но отсутствие судов с современными средствами навигации, а также с комфортом, практически свело на нет маршруты круизов.

ПРОГНОЗИРОВАНИЕ, ПРЕДУПРЕЖДЕНИЕ БАНКРОТСТВА И САНАЦИЯ ТУРИСТСКОГО АГЕНТСТВА МЕТОДАМИ МАТЕМАТИЧЕСКОЙ СТАТИСТИКИ

В. В. Бритвина, *доцент кафедры туризма и сервиса РГУФКСМиТ, кандидат педагогических наук, г. Москва; saaturn@rambler.ru*

Г. П. Конюхова, *доцент РГУФКСМиТ, кандидат педагогических наук, г. Москва; alhob@yandex.ru*

В. Г. Конюхов, *доцент кафедры ЕНД РГУФКСМиТ, кандидат технических наук, г. Москва; alhob@yandex.ru*

Банкротство, как следует из определения, подразумевает финансовую несостоятельность предприятия, и, следовательно, прогнозирование банкротства предполагает, прежде всего, финансовый анализ. Предположим, что факт банкротства определяется значениями двух показателей:

1. коэффициентом текущей ликвидности (покрытия), т. е. отношением текущих активов к краткосрочным обязательствам;
2. коэффициентом финансовой зависимости, т. е. отношением заемных средств к общей стоимости активов.

Первый показатель характеризует ликвидность, второй – финансовую устойчивость. Очевидно, что, при прочих равных условиях вероятность банкротства тем меньше, чем больше коэффициент покрытия и меньше коэффициент финансовой зависимости. И наоборот, предприятие наверняка станет банкротом при низком ко-

эффициенте покрытия и высоком коэффициенте финансовой зависимости. Задача состоит в том, чтобы найти эмпирическое уравнение некой дискриминантной границы, которая разделит все возможные сочетания указанных показателей на два класса:

1. сочетания показателей, при которых предприятие обанкротится;
2. сочетания показателей, при которых предприятию банкротство не грозит.

Т. е., если два класса предприятий обозначить как S («здоровые» предприятия) и D (банкроты), то корреляционная линейная функция, описывающая положение дискриминантной границы между двумя классами предприятий, будет иметь вид:

$$Z = a_0 + a_1 K_{тл} + a_2 K_{фз},$$

где: Z – показатель классифицирующей функции;

a_0 – постоянный параметр;

a_1, a_2 – параметры, показывающие степень влияния соответствующих коэффициентов на конечную функцию;

$К_{тл}$ – коэффициент текущей ликвидности;

$К_{фз}$ – коэффициент финансовой зависимости.

Графически данная зависимость может быть представлена следующим образом (рис. 19).

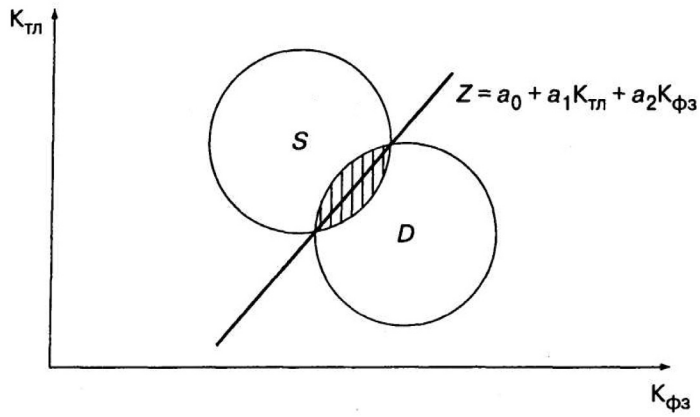

Рис. 19. Поиск распознавательной функции
(при помощи двух дискриминантных переменных, где Z – дискриминантная линия, разделяющая предприятия на «здоровые» (S) и банкроты (D))

Что касается зоны пересечения совокупностей S и Д, то ее определение, осуществляемое с помощью двух коэффициентов, затруднено. В результате обработки статистических данных была получена следующая корреляционная зависимость:

$$Z = 0{,}3877 + 1{,}0736 K_{тл} - 0{,}0579 K_{фз}.$$

Знаки параметров a_1 и a_2 классифицирующей функции связаны с характером влияния соответствующих показателей. Параметр a_1, имеет знак «плюс», поэтому, чем больше коэффициент покрытия, тем больше показатель Z и тем меньше вероятность банкротства. В то же время параметр a_2 имеет знак «минус», поэтому чем выше коэффициент финансовой зависимости, тем меньше Z и, следовательно, выше вероятность банкротства предприятия.

Прогнозирование банкротства с помощью двухфакторной модели, включающей коэффициенты покрытия и финансовой зависимости, не обеспечивает высокой точности. Это объясняется тем, что данная модель не учитывает влияния на финансовое состояние предприятия других важных показателей, таких, как рентабельность, отдача активов, деловая активность предприятия. Дискриминантная граница между банкротами и небанкротами имеет вид не тонкой линии, а размытой полосы. Ошибка

прогноза с помощью двухфакторной модели оценивается интервалом ΔZ =+0,65. Чем больше факторов будет учтено в модели, тем точнее будет рассчитанный с ее помощью прогноз [6].

Если будут учтены и другие дискриминантные коэффициенты, что соответствует представлению функции в n-мерном пространстве, то получим:

$$Z = a_0 + a_1 R_1 + a_2 R_2 + \ldots + a_n R_n$$

В результате в зависимости от оценки Z можно будет с большой вероятностью говорить о вероятной принадлежности предприятия к группе S, либо группе D.

Данная задача была решена американским экономистом Э. Альтманом. В 1968 г. им была предложена пятифакторная модель прогнозирования банкротства. Э. Альтман исследовал финансовое состояние 33 обанкротившихся предприятий США, финансовые показатели которых сравнивались с рядом аналогичных по размеру предприятий в данной отрасли (небанкротов). Сопоставлялись пять показателей, которые характеризовали разные стороны финансового положения предприятия. В результате была получена следующая модель:

$$Z = 1{,}2K_{об} + 1{,}4K_{нп} + 3{,}3K_{р} + 0{,}6K_{п} + 1{,}0K_{от} \quad ,$$

где: $К_{об}$ – доля оборотных средств в активах, т. е. отношение текущих активов к общей сумме активов;

$К_{нп}$ – рентабельность активов, исчисленная по нераспределенной прибыли, т. е. отношение нераспределенной прибыли (чистая прибыль за вычетом дивидендов) к общей сумме активов;

$К_{р}$ – рентабельность активов, исчисленная по балансовой прибыли, т. е. отношение балансовой прибыли (до вычета налогов) к общей сумме активов;

$К_{п}$ – коэффициент покрытия по рыночной стоимости собственного капитала, т. е. отношение рыночной стоимости акционерного капитала (суммарная рыночная стоимость акций предприятия) к краткосрочным обязательствам;

$К_{от}$ – отдача всех активов, т. е. отношение выручки от реализации к общей сумме активов.

В данную модель включены показатели ликвидности, финансовой устойчивости, рентабельности и рыночной активности. В зависимости от значения Z прогнозируется вероятность банкротства: до 1,8 – «очень высокая»; от 1,81 до 2,7 – «высокая»; от 2,7 до 2,9 – «возможная (низкая)»; более 3 – «очень низкая».

При использовании модели Э. Альтмана возможны два типа ошибок:

- прогнозируется сохранение платежеспособности, а в действительности происходит банкротство;
- прогнозируется банкротство, а предприятие сохраняет платежеспособность.

По мнению Э. Альтмана, с помощью пятифакторной модели прогноз банкротства на горизонте в 1 год можно установить с точностью до 95%. Спрогнозировать банкротство на горизонте в 2 года удается с точностью до 83%. В 1977 г. Э. Альтманом разработана более точная семифакторная модель.

Эта модель позволяет прогнозировать банкротство на горизонте в 1 год с точностью до 96%, а на горизонте в 5 лет с точностью до 70%. Данные методики применяются в большинстве странах с рыночной экономикой.

Под предупреждением банкротства понимаются меры по восстановлению платежеспособности должника. Учредители и собственники предприятия, органы исполнительной власти обязаны принимать своевременные меры по предупреждению банкротства предприятий. В рамках предупредительных мер должнику может быть предоставлена финансовая помощь в размере, достаточном для погашения денежных обязательств, обязательных платежей и восстановления платежеспособности. Данные меры носят название досудебная санация [3].

Санация – система мер, направленных на предотвращение ликвидации предприятия вследствие наступления признаков банкротства. При этом либо собственники предприятия, либо кредиторы, либо иные лица (в том числе органы исполнительной власти) оказывают должнику целевую финансовую помощь, предоставляют льготные кредиты, льготное налогообложение и пр. Государственная финансовая поддержка предоставляется тем предприятиям, которые при наличии соответствующих возможностей способны в короткое время эффективно использовать полученные финансовые средства.

ФСДН разработала два подхода к оздоровлению неплатежеспособных предприятий:

- санация с учетом наличия текущего спроса на их продукцию на рынке, состояния основных производственных фондов и мощностей, уровня технологии производства и квалификации производственного персонала, оценки внутренних резервов;
- вывод предприятия из хозяйственного оборота в силу их низкой эффективности.

Для реализации этих задач органы исполнительной власти формируют из проблемных предприятий четыре группы претендентов на получение государственной финансовой помощи, положив в основу следующие критерии:

- величину износа основных производственных фондов конкретного предприятия по сравнению со среднеотраслевым показателем;
- уровень спроса на основные виды выпускаемой продукции, исходя из ее качества и потребительских свойств.

Первая группа объединяет предприятия, у которых износ основных фондов ниже среднеотраслевого и имеет место высокий спрос на их продукцию на соответствующем товарном рынке. Предполагается, что подобные предприятия самостоятельно способны изыскать внутренние резервы для оздоровления своего финансового состояния.

Вторая группа включает предприятия, у которых износ основных фондов ниже среднеотраслевого, но имеет место низкий спрос на их продукцию на соответствующем товарном рынке.

К третьей группе относят предприятия, у которых износ основных фондов выше среднеотраслевого, но имеет место высокий спрос на их продукцию на соответствующем товарном рынке.

Четвертая группа объединяет предприятия, у которых износ основных фондов выше среднеотраслевого и имеет место низкий спрос на их продукцию на соответствующем товарном рынке. Предприятия четвертой группы в связи с низким производственным и рыночным потенциалом не могут рассчитывать на финансовую помощь.

Финансовая помощь может быть оказана предприятиям второй и третьей групп. Наличие возможности восстановления платежеспособности оформляется планом финансового оздоровления (бизнес-планом). Типовой план финансового оздоровления разработан ФСДН и рекомендован проблемным предприятиям для рассмотрения возможности их санации. Данный план должен включать в себя следующие разделы [7].

1. Общая характеристика предприятия.
2. Краткие сведения по плану финансового оздоровления. Приводятся срок реализации плана, сумма необходимых финансовых средств, срок погашения помощи, финансовые результаты реализации плана.
3. Анализ финансового состояния. Приводятся сводная таблица финансовых показателей предприятия, анализ, выводы.
4. Мероприятия по восстановлению платежеспособности и поддержке эффективной хозяйственной деятельности.

К ним относятся:

- смена руководящего звена предприятия;
- инвентаризация предприятия;
- оптимизация дебиторской задолженности;
- снижение издержек производства;
- продажа дочерних фирм и долей в капитале других предприятий;
- продажа незавершенного строительства;
- оптимизация численности персонала;
- продажа излишних запасов товарно-материальных ценностей и оборудования;
- конверсия долгов путем преобразования краткосрочной задолженности в долгосрочные ссуды.

Очевидно, что квалифицированное составление плана финансового оздоровления является основой при принятии решения об оказании той или иной помощи. Оценивается эффективность представленных бизнес-планов при помощи показателей внутренней нормы прибыли и чистой текущей стоимости. В случае положительного заключения ФСДН принимает решение о размере государственной финансовой поддержки, сроках проведения санации предприятия, размере предполагаемой процентной ставки по кредитам и сроке погашения кредита. Описанные выше подходы к санации проблемных предприятий необходимо применять и при оказании негосударственной финансовой помощи [4].

Опыт показывает, что суть разработки и применения профилактических мер сводится к следующему. В каждый конкретный момент развития предприятия определяется набор задач, решение которых необходимо для достижения поставленных перед ним стратегических целей. Все задачи можно разделить на две группы: имеющие способ решения и не имеющие его.

Задачи 1-й группы включаются в соответствующие планы развития деятельности предприятия.

Задачи 2-й группы переходят в разряд проблем. Их решение сводится к поиску новых подходов, методов и технологий, требует реформ в организации деятельности. Из всех проблем выбирают ключевые. Ключевые проблемы – это такие проблемы, без решения которых цель стратегического развития предприятия не может быть достигнута, поэтому их называют еще стратегически важными проблемами [1].

Разрешение ключевых проблем возможно в двух направлениях: с помощью применения мер постепенного улучшения состояния предприятия и посредством реформирования его деятельности. Исходя из выбранной стратегии формулируются соответствующие политика и технология антикризисного менеджмента.

Технология управления по результатам включает в себя следующие мероприятия:

- определение условий введения мер по антикризисному менеджменту;
- составление перечня наиболее пагубных для предприятия проблем;
- формулирование целей, на которые должны быть направлены усилия по организации работы по антикризисному менеджменту;
- разработка прогнозной структуры баланса предприятия и порядка перехода к ней в процессе антикризисного менеджмента;
- распределение обязанностей и сфер ответственности среди представителей руководящего звена предприятия;
- расчет минимально допустимых потребностей в ресурсах всех видов для обеспечения эффективного функционирования предприятия в условиях кризиса;

- выработка методов проведения антикризисных процедур и контроль за их реализацией;
- анализ возможных проблем по основным направлениям деятельности предприятия, вероятность возникновения которых высока, и разработка предупредительных мер по их решению;
- разработка примерных сценариев антикризисного менеджмента для наиболее вероятных условий возникновения кризиса;
- достижение необходимой скорости принятия чрезвычайных мер;
- повышение качества исполнительской дисциплины;
- адекватность информации сложившейся потребности в ней;
- определение даты окончания действия чрезвычайных мер.

Для успешной реализации профилактических мер на предприятии необходимо соблюдение следующих условий [3]:

- формирование у руководящего звена определенного уровня знаний и практических навыков финансового менеджмента;
- разработка эффективных стратегических бизнес-планов развития предприятий, объединенных в комплексную программу экономического развития региона.

Бескризисное функционирование предприятия в условиях неопределенности рыночной конъюнктуры требует мгновенной реакции руководителя при появлении любого негативного симптома в состоянии подведомственного ему хозяйствующего субъекта. С этой целью разумно иметь банк профилактических мер, рекомендуемых к применению в конкретных обстоятельствах [2].

Все профилактические меры по степени их важности и в зависимости от требуемой срочности их проведения можно объединить в три группы: косметические, экстренные и чрезвычайные [5]. Среди таких мер могут быть следующие:

- инновационное реформирование, т. е. повышение восприимчивости деятельности предприятия к использованию инноваций и привлечение инвестиций под прибыльные проекты (для повышения привлекательности деятельности предприятия для инвесторов следует сделать «прозрачными» состояние его материальных и финансовых ресурсов, распределение и применение собственности);
- умелое проведение стратегического и финансового менеджмента, включающего в себя: во-первых, управление финансовыми потоками, оптимизацию расчетов с поставщиками, переход к предоплате расчетов с покупателями, регулирование денежной составляющей выручки от реализации продукции, сокращение ее доли, приходящейся на бартерные операции и зачеты взаимных требований, целевое использование выручки на погашение обязательств, допустимое отвлечение средств из производства в размере, не превышающем сумму чистой прибыли, а во-вторых, эмиссию ценных бумаг, уменьшение или полный отказ выплат доходов (дивидендов) участникам;
- факторинг – уступка банку или факторинговой компании права на истребование дебиторской задолженности; договор-цессия, по которому предприятие уступает свое требование к дебиторам банку в качестве обеспечения возврата кредита;
- сокращение расходов на содержание объектов жилсоцкультбыта или передача их в муниципальную собственность; прекращение убыточных видов деятельности; создание эффективной системы управления предприятием; внедрение прогрессивных норм, нормативов и ресурсосберегающих технологий, использование вторичного сырья;

- непрерывное обучение руководящего состава предприятия; реструктуризация предприятия – структурная перестройка, заключающаяся в выделении бизнеса на основе разделения, присоединения и ликвидации структурных подразделений предприятия, а также смены собственников; различают добровольную и принудительную реструктуризацию;
- консолидация, как период постреструктуризации – объединение разобщенных самостоятельных и полусамостоятельных структур в холдинг, который позволяет аккумулировать товарные и финансовые потоки, упорядочить ценообразование, повысить имидж осуществляемой деятельности; разумное объединение добывающих и перерабатывающих мощностей (в этом случае развитие первого предприятия подчинено запросам второго, при этом достигаются необходимые пропорции в отраслевой структуре экономики); формирование комплексной информационной системы; повышение конкурентоспособности продукции; разработка методик по диагностированию деятельности предприятия;
- управление запасами при минимуме оборотных средств, распространение передового опыта;
- развитие форм экономического сотрудничества в деловом мире, создание технополюсов;
- сокращение производственного цикла и цикла обращения;
- электронизация ведения бизнеса, обеспечивающая возможность напрямую общаться со своими экономическими партнерами независимо от их местонахождения, оптимизировать политику в области цен, управлять запасами и затратами, проводить активный маркетинг, оперативно перестраивать стратегию развития. Эта мера является одной из главных, т. к. новые информационные технологии все интенсивнее вторгаются в деятельность предприятий, меняя методы их работы. Так, если в 1995 г. в мировом обороте в интернет-экономику было инвестировано около 1 млрд руб., то в 2010 г. – уже свыше 32 млрд руб. По прогнозам специалистов, через пять лет все компании либо станут интернетовскими, либо прекратят свое существование.

Таким образом, профилактика деятельности предприятия является одним из важнейших аспектов антикризисного менеджмента, т. к. позволяет предупредить кризис либо смягчить его, мобилизовав все имеющиеся ресурсы. Для того чтобы профилактика кризисов была эффективной, большое значение имеет система контроля и обнаружения признаков предстоящей кризисной ситуации.

Вывод:

Под антикризисным управлением деятельностью предприятия понимается управление, которое направлено на вывод предприятия из возникшей кризисной ситуации, а также предотвращение ее в будущем. Высший уровень этого творчества проявляется в умении разрабатывать и своевременно применять профилактические меры против несостоятельности предприятия. Они представляют собой процесс постоянных и последовательных инноваций во всех звеньях и областях деятельности предприятия.

Список литературы

1. Гуляев, В. Г. Туризм: экономика и социальное развитие / В. Г. Гуляев. – М. : Финансы и статистика, 2003. – 304 с.
2. Здоров, А. Б. Экономика туризма : учебник / А. Б. Здоров. – М. : Финансы и статистика, 2004. – 272 с.

3. Ильина, Е. Н. Туризм – путешествия. Создание туристской фирмы. Агентский бизнес / Е. Н. Ильина. – М. : РИБ «Турист», 1998. – 429 с.
4. Квартальнов, В. А. Туризм : учебник / В. А. Квартальнов. – М. : Финансы и статистика, 2003. – 320 с.
5. Козырев, В. М. Основы современной экономики : учебник / В. М. Козырев. – Изд. 3-е, перераб. и доп. – М. : Финансы и статистика, 2004. – 528 с.
6. Козырева, Т. В. Управленческий учет в туризме / Т. В. Козырева. – М. : Финансы и статистика, 2005. – 160 с.
7. Козырева, Т. В. Бухгалтерский учет в туризме : учебник / Т. В. Козырева. – М. : Финансы и статистика, 2008. – 464 с.

СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ НАЦИОНАЛЬНОГО ГОСТИНИЧНОГО ХОЗЯЙСТВА В РОССИИ НА ПРИМЕРЕ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ТРАНСНАЦИОНАЛЬНЫХ ГОСТИНИЧНЫХ ЦЕПЕЙ

CONDITION AND PROSPECTS OF THE NATIONAL HOTEL INDUSTRY IN RUSSIA USING THE EXAMPLE OF FUNCTIONING OF THE TRANSNATIONAL HOTEL CHAINS

Е. А. Василенко, *аспирантка кафедры рекреационной географии и туризма географического факультета МГУ имени М. В. Ломоносова; evasilenko@yandex.ru*

E. A. Vasilenko, *graduate student, Department of Recreational Geography and Tourism, Department of Geography, MSU, Moscow, Russian Federation; evasilenko@yandex.ru*

Ситуация в гостиничном хозяйстве страны меняется постоянно. В данный момент мы уже можем говорить о каком-то конкурентоспособном уровне развития гостиничного хозяйства в России. Хотя еще 20 лет назад об этом не могло быть и речи, в том числе, из-за большого количества проблем, преследовавших советские гостиницы. Затем наступили переломные 1990-е гг., когда гостиницы стали объектом исключительного интереса различных структур внутри страны и за рубежом. Изменения в политике и экономике породили новые условия для развития гостиничного хозяйства в стране. Основные процессы, происходившие тогда, это разгосударствление, приватизация, акционирование, продажа на аукционах, привлечение на конкурсной основе отечественных и зарубежных инвесторов. В некоторых столичных гостиницах эти процессы прошли уже давно, а вот в остальных они продолжаются до сих пор.

Внедрение транснациональных цепей, как один из процессов развития гостиничного хозяйства, на отечественный рынок продолжается, особенно в преддверии мировых спортивных событий. Задача данной статьи состоит в том, чтобы проанализировать, каким образом изменилась ситуация на российском рынке гостиничных цепей в последние 10 лет, а также, выявить перспективы и характер дальнейшего становления гостиничного хозяйства страны.

По данным Госкомстата, за последние десять лет российский гостиничный рынок ежегодно рос на 15–20% [4]. Однако такие положительные, на первый взгляд, показатели связаны со строительством гостиниц только в крупнейших городах страны, а именно, в Москве, Санкт-Петербурге, а также в Сочи в связи с подготовкой к Олимпиаде-2014.

К сожалению, мы можем наблюдать, что проблемы гостиничного хозяйства России, выделенные десятилетие назад, не были преодолены. Основная проблема – не-

хватка гостиниц среднего и экономичного сегмента – вытекающая из недостаточной заинтересованности инвесторов в строительстве данных объектов, ощущается до сих пор довольно остро. Рассмотрим данную ситуацию на примере внедрения транснациональных гостиничных цепей. Согласно исследованию Richard Chancellor, в 2010 г. на долю верхнего сегмента (гостиницы уровня 4 и 5*) приходилось 60% сетевых гостиниц (41 гостиница), в то время как на долю среднего и нижнего сегмента (гостиницы уровня 2 и 3*) приходилось всего 40% (24 гостиницы) [3]. В 2000-х гг. соотношение было примерно таким же.

В России представлено уже немалое количество зарубежных гостиничных цепей, а именно, «Аккор», «Домина Хоутелз», «Фэрмонт Раффлз Хоутелз Интернешнл», «Фор Сизонс Хоутелз Энд Рэзортс», «Хилтон Уорлдуайд», «Хаятт», «ИнтерКонтинентал Хоутелз Групп», «Кемпински», «Лотте Хоутелз Энд Рэзортс», «Мандарин Ориентал Хоутел Групп», «Марриотт», «Шангри-Ла Хоутелз Энд Рэзортс», «Голдэн Тьюлип Хоспитэлити Групп», «Старвуд Хоутелз Энд Резортс», «Резидор Хоутел Групп», «ТУИ Хоутелз Энд Резортс», «Уайндхам Уорлдуайд» [3]. Однако данные цепи заинтересованы строительством объектов, в основном, верхнего сегмента рынка. Данное утверждение подтверждается открытием в последние годы таких известных люксовых отелей, как «Рэдиссон Ройял Хоутел», «Лотте Хоутел Москоу», «Ритц Карлтон Москоу», а также отелей уровня 4* «Рэнейсэнс Москоу Монарх Сентр», «Рэдиссон Хоутел Калининград», «Хилтон Геленджик Резорт Энд Спа», «Стейбридж Сьютс Санкт-Петербург» и т. д.

Если анализировать заявленные проекты строительства, то здесь мы также видим преобладание гостиниц верхнего сегмента – 67% (71 гостиница) против 33% среднего и нижнего сегмента (35 гостиниц). Такое соотношение объясняется, прежде всего, сравнительно быстрой окупаемостью гостиниц верхнего сегмента – владельцами таких объектов являются, в основном, отечественные инвесторы, заинтересованные только в получении прибыли, а не в имидже российского турпродукта на мировом рынке. К сожалению, такой подход к российскому гостиничному хозяйству наблюдается уже не первый десяток лет, однако в ближайшей перспективе могут произойти некоторые изменения, связанные с проведением в России мировых спортивных мероприятий.

Что касается распределения сетевых гостиниц по регионам, то здесь мы видим следующую картину: значительная часть гостиниц по-прежнему сосредоточена в Москве и Санкт-Петербурге (29 и 13 соответственно), на Урале и в Сибири насчитывается более 10 гостиниц, повышается количество отелей Сочи (уже 4 объекта). Согласно проектам, заявленным к строительству в ближайшие два года, ситуация должна измениться, однако Москва по-прежнему останется лидером – 28 новых гостиниц. Значительное увеличение количества средств размещения планируется в Краснодарском крае в целом (7 гостиниц), и в Сочи в частности (25 гостиниц), а также в Центральной России (16) и на Урале и в Сибири (26) [3]. Кроме того, будет построено 2 объекта во Владивостоке. Такое распределение новых объектов говорит, в первую очередь, об активной подготовке к Олимпиаде-2014, которая будет проходить в г. Сочи. А также о появившейся у западных цепей заинтересованности в расширении предложения, ведь огромная территория России создает неограниченные возможности для ведения бизнеса.

Кроме проблемы нехватки гостиниц среднего и нижнего сегмента, можно также выделить проблему несоответствия цены за номер и оказываемым за данную цену сервисом, которой также не было найдено решения за последние десять лет. Эта проблема упирается в недостаточный уровень подготовки кадров, ведь отечественные вузы, в сравнении с западными университетами и гостиничными школами, стали специализироваться на обучении персонала для гостиниц относительно недавно.

Также важным недостатком российского гостиничного хозяйства является завышенный, по сравнению с западным, уровень стоимости номера в сутки. Связана дан-

ная проблема, в первую очередь, с дефицитом средств размещения – нехваткой гостиниц среднего и нижнего сегмента.

Самой труднопреодолимой проблемой гостиничного хозяйства являются бюрократическая волокита и неопределенность административных процедур, противоречивые положения и непоследовательный подход со стороны местных властей, с которыми сталкиваются западные управленцы. К сожалению, данную проблему без участия государственных властей решить невозможно.

Таким образом, мы видим, что все проблемы, выделенные десятилетие назад, присущи гостиничному хозяйству России и в настоящий момент. Однако некоторые из этих проблем можно превратить в возможности развития. Например, серьезная нехватка гостиниц среднего и нижнего сегмента является потенциалом для внедрения экономных брендов различных цепей.

Среди возможностей развития гостиничного хозяйства в России необходимо также выделить дефицит качественных средств размещения в регионах (транснациональные цепи уже используют данный потенциал, как было указано выше). Кроме того, предстоящие спортивные события, например, Олимпиада-2014, а также Чемпионат мира по футболу-2018, вызывают необходимость улучшения гостиничной инфраструктуры. Для проведения Олимпиады-2014 выбран район Большого Сочи, который на данном этапе развивается активными темпами. А для проведения Чемпионата мира по футболу-2018 в стране выделено несколько кластеров, а именно, Центральный (Москва), Северный (Калининград, Санкт-Петербург), Волжский (Волгоград, Казань, Нижний Новгород, Самара, Саранск, Ярославль), Южный (Краснодар, Ростов-на-Дону, Сочи) и Екатеринбург как отдельный кластер [2]. Благодаря задействованию такого значительного количества регионов гостиничное хозяйство будет развиваться не только в столичных регионах, как это происходит в настоящий момент. Более того, в оборот будут введены гостиницы всех сегментов – от нижнего до верхнего.

Обобщая все вышесказанное, необходимо отметить, что, несмотря на существенное количество давно сложившихся и не решенных проблем, у гостиничного хозяйства России есть перспективы развития, в том числе, благодаря предстоящим мировым спортивным событиям. Основной задачей для развития гостиничного бизнеса является восстановление доверия у инвесторов и девелоперов, чему способствует продолжающийся спрос на качественные гостиницы всех сегментов. Также в становлении гостиничного хозяйства не обойдется без упрощения и уточнения процедур в сферах строительства и инвестиций для поддержания новых проектов. Важным является сохранение интереса к строительству гостиничной инфраструктуры уже после прохождения международных мероприятий.

Список литературы

1. Московский гостиничный рынок – результаты 1-го полугодия 2010 г. // Исследование компании Jones Lang LaSalle Hotels. – М. : Jones Lang LaSalle, 2010.
2. Обзор российского гостиничного рынка. Города, принимающие Чемпионат мира по футболу-2018 // Исследование компании Deloitte. – М. : ЗАО «Делойт и Туш СНГ», 2011.
3. Please make up the room. Your guide to Branded Hotel Market in Russia, the CIS and Georgia 2011. UK, London : Richard Chancellor Ltd., 2011.
4. Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс] / Официальный сайт Росстат. – URL : http://www.gks.ru. (дата обращения 05.04.2012).

ПЕРСПЕКТИВЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ SMM-ТЕХНОЛОГИЙ В ТУРИСТИЧЕСКОМ БИЗНЕСЕ

К. А. Волков, *магистрант Института гостиничного бизнеса и туризма Российского Института Дружбы Народов, г. Москва; djadv@mail.ru*

Туристический бизнес – одна из наиболее высококонкурентных и обширных сфер мировой экономики. По данным UNWTO в 2011 г. было зарегистрировано 980 млн международных туристских прибытий, что на 40 млн больше чем в 2010 г. и на 100 млн больше, чем показатель 2009 г. [11]. По данным РосТуризма количество туроператоров, имеющих финансовое обеспечение в размере 30 млн руб. в период с 12 июля 2010 г. по май 2012 г. возросло с 1 685 до 2 155 турфирм [2, 3]. Такие тенденции приводят туристические фирмы к необходимости искать новые, более экономичные и конкурентные методы продвижения турпродукта.

Одним из таких методов становится Social Media Marketing (SMM). Социальные сети, блоги, форумы – это новая среда общения для сотни миллионов людей по всему миру. Данные интернет ресурсы позволяют не только обмениваться информацией и заводить новые знакомства, но и предоставляют возможность получать исчерпывающую информацию практически по любому пользователю. Сотни миллионов контактов и потенциальных клиентов становятся доступны любой фирме, имеющей специалиста в области SMM.

Для работы с социальными сетями турфирме следует: определить целевую аудиторию (возраст, место проживания, интересы, уровень образования), оставить четкие задачи и цели по продвижению, создать профиль или группу, начать распространение полезной для потенциальных клиентов информации. Таким образом одним из главных преимуществ SMM перед другими средствами продвижения (радио, печатная продукция, телевидение, контекстная и баннерная реклама и т. д.) является экономичность, т. к. основные затраты на продвижение турпродукта в социальных сетях – профессиональные трудовые ресурсы.

Следующие данные позволяют понять экономическую выгоду от использования SMM в качестве основного канала продвижения турфирмы и туристического продукта (табл. 8).

Таблица 8.
Минимальные расходы на продвижения в СМИ и с использованием социальных сетей (Источники: [4, 7, 8])

Газеты (публикация)	*Радио (30 сек.)*	*Телевидение 1 GRP (30 сек.)*	*Социальные сети (публикация)*
1 920 руб.	1 200 руб.	18 144 руб.	бесплатно

Бесплатная форма продвижения в социальных сетях имеет и свои недостатки – это значительная затрата времени и необходимость нахождения уникального материала, который одновременно будет интересен для целевой аудитории и будет соответствовать целям продвижения [1]. В тех случаях, когда турфирма нуждается в срочном привлечении значительной аудитории, следует воспользоваться платной, таркетинговой рекламой, которая предоставляет широкие возможности по привлечению пользователей по различных критериям. Среди таких критериев выбор и исключение стран, городов, станций метро и улиц; выбор пола, диапазона возраста, семейного положения, интере-

сов, образования и должности. Предлагается возможность продвижения как групп и профилей в социальных сетях, так и конкретного интернет ресурса турфирмы.

Существует два типа объявлений: с оплатой за переходы на рекламируемый ресурс и за 1 000 показов рекламного сообщения. Стоимость одного перехода на рекламируемый ресурс в социальной сети «ВКонтакте» варьируется в зависимости от выбранных параметров. Например, за переход с одного рекламного объявления о туристическом продукте «Пляжный отдых в Турции» для молодой семейной пары (от 20 до 30 лет), проживающей в Москве, турфирма отдаст примерно 25 руб. За 1 000 показов объявления по тем же критериям стоимость рекламы будет составлять примерно 7 руб., при этом одному и тому же человеку объявление может быть показано несколько сотен и даже тысяч раз. Чтобы расширить численность целевой аудитории, которой будет показана реклама, в кампании можно установить ограничение на показ объявления для одной учетной записи (до 100 показов на одного человека). Таким образом, исходя из указанных выше критериев за 7 руб. охват аудитории составит от 10 (100 показов одного рекламного сообщения на пользователя) до 1 000 чел. (1 показ одного рекламного сообщения на пользователя).

Вторым преимуществом использования социальных сетей, как канала продвижения туристического продукта, является возможность общения с потенциальном клиентом на неофициальном уровне. Прямая реклама и навязывание услуг утомляет клиентов, туристический рынок перенасыщен предложениями с низкими ценами и яркими баннерами – неформальное общение (советы и помощь) дает куда больший эффект. Социальные сети это не B2B (business to business) и B2C (business to clients) каналы продаж, через которые фирмы общаются друг с другом и со своими клиентами, социальные сети это P2P (people to people) система, где люди обмениваются полезной информацией. Именно эта особенность помогает перенести выбор клиента на эмоциональный уровень и обойти психологические барьеры, вызванные недоверием к рекламе различного вида.

Помимо экономичности и неформальности общения, социальные сети позволяют использовать эффект мультипликации для продвижения турпродукта. Каждое сообщение, заинтересовавшее одного человека в социальной сети, может быть передано им десяткам и сотням других людей. Таким образом, один удовлетворенный турист, опубликовавший сообщение о туристической компании может привести сотни других клиентов, турфирма при этом не понесет никаких финансовых затрат.

Для повышения эффективности использования социальных сетей для продвижения турпродукта так же применяется комплексный подход. Каждая социальная сеть – Вконтакте, Одноклассники, Facebook, Youtube, Twitter – имеет широкую и разнообразную аудиторию, а так же уникальный набор рекламных инструментов. Ограничиваясь продвижением в одной или двух социальных сетях – туристическая компания сужает охват своей целевой аудитории и лишается преимущества полноценного использования возможностей разных социальных медиа ресурсов. Для лучшего понимания эффективности комплексного подхода в SMM необходимо рассмотреть инструменты продвижения основных социальных сетей.

Вконтакте и Facebook – социальные сети, предоставляющие возможности по публикации текстовых, графических, аудио и видео материалов. Основными площадками для продвижения в данных социальных медиа ресурсах являются группы и публичные страницы. Группы позволяют размещать информационные и рекламные материалы (текстовые, графические, видео и аудио), проводить опросы и конкурсы, создавать и участвовать в обсуждениях, размещать документы (памятка туристу, документы на визу и т. д.) – все эти инструменты помогут привлечь в группу целевую аудиторию, которая впоследствии может стать клиентами турфирмы. Только в Рос-

сии аудитория «Вконтакте» составляет 80,5 млн чел. [5]. Широкие возможности для использования данной социальной сети раскрываются при проведения сегментации её многомиллионной аудитории (табл. 9).

Таблица 9.
Сегментация русскоязычной аудитории социальной сети «Вконтакте» по интересам (Источник: [6])

Интересы	*Число пользователей, чел.*
Путешествия	1 012 170
Туризм	280 266
Пляжный отдых	4 695
Пеший туризм	3 648
Отдых в Турции	1 960
Познавательный туризм	1 657
Пляжный туризм	1 284
Горнолыжный отдых	1 140
Экскурсионный туризм	647

Сегментация по интересам дает возможность туристической фирме находить и общаться со своими потенциальными клиентами. В зависимости от специализации турфирмы (экскурсионно-познавательный, рекреационные, спортивный туризм и т. д.) можно проводить более узкую сегментацию, как с использованием ключевых слов (спортивный туризм в Подмосковье), так и с использованием географических, возрастных, образовательных и других характеристик пользователей.

Youtube и Vimeo – социальная сеть с расширенными возможностями по публикации видеоматериалов. О перспективах использования данных социальных сетей говорит следующая статистика – ежемесячно Youtube посещают более 800 млн пользователей, которые просматривают более 3 млрд видео, еженедельно 100 млн пользователей проявляют социальную активность на YouTube (отправляют видео другим пользователям, отмечают как понравившееся, оставляют комментарии и т. д.) [10]. Площадка для продвижения на данных видеохостингах – видеоканал. Публикуя информационные видеоматериалы интересные для целевой аудитории (например, видео, в которых рассказывается о различных странах, курортах или достопримечательностях) туристическая фирма привлекает потенциальных клиентов.

Twitter – социальная сеть, насчитывающая 140 млн активных пользователей основное отличие которой заключается в ограничении количества символов в публикуемом сообщении (140 символов) [9]. Эта особенность стимулирует пользователей данного ресурса размещать свои сообщения в как можно более компактной форме. Ограничение объема сообщений (микроблогинг) не позволяет оставлять в Twitter полноценные статьи и обзоры, но дает возможность заинтересовать пользователей и дать ссылку на другой ресурс – это привело к развитию тизерной рекламы в этой социальной сети. Таким образом Twitter может служить для привлечение целевой аудитории к другим социальным интернет ресурсам туристической фирмы (Facebook, Вконтакте, Youtube, Блог и т. д.).

Блог компании – социальная площадка, на которой консолидируется информация со всех социальных ресурсов (групп, сообществ, видеоканалов), и куда перенаправляются вся целевая аудитория. В зависимости от целей SMM кампании блог может быть брендированным и небрендированным. Брендированный блог – интернет ресурс, который создается от лица компании, и на котором размещается информация о ней

(её предложениях, акциях, новостях и т. д.). Небрендированный блог – тематический интернет ресурс, на котором публикуются преимущественно информационные обзоры и статьи, реклама имеет скрытый характер и частота её публикации значительно ниже. Использование небрендированного блога позволяет повысить доверие пользователей и привлечь большее их количество.

Из всего перечисленного выше, можно сделать следующий вывод – социальные сети это мощный инструмент для экономичного и эффективного продвижения туристической фирмы и её продуктов, позволяющий проводить узкую сегментацию целевой аудитории, выявлять потребности и предлагать услуги в неофициальной обстановке от лица человека, как единицы коммуникации, а не компании. Каждая социальная сеть имеет свои особенности и возможности для продвижения турпродукта. Использование нескольких социальных сетей в одной SMM-кампании – повышает её эффективность. В качестве основной площадки для продвижения туристического продукта используется блог компании (брендированный или небрендированный), в котором выкладываются подробные информационные и рекламные статьи и обзоры, и на который ссылаются все социальные ресурсы, используемые турфирмой.

Список литературы

1. Джеффри, Г. Бизнес в социальных сетях [Текст] / Г. Джеффри. – С.-Пб. : Питер, 2012. – 187 с.
2. Единый федеральный реестр туроператоров : количество записей (туроператоров), 2010 [Электронный ресурс]. // Глобальный интернет архив. –URL : http://web.archive.org/web/20100613154522/http://reestr.russiatourism.ru/?fo_sum=30000000&ac=search_sum&mode=1. (Дата обращения: 20.04.2012).
3. Единый федеральный реестр туроператоров : количество количество записей (туроператоров), 2012 [Электронный ресурс]. // Официальный сайт Федерального агентства по туризму. – URL : http://reestr.russiatourism.ru/. (Дата обращения: 20.04.2012).
4. Объявления в издании «Туризм и Отдых» [Электронный ресурс] // «Туризм и Отдых» – объявления и реклама в газету. – URL : http://pstrto.agency-siam.ru/text/. (Дата обращения: 22.04.2012).
5. Поиск людей [Электронный ресурс]. // Вконтакте.ру. – URL : http://vk.com/. (Дата обращения: 21.04.2012).
6. Поиск людей по запросам [Электронный ресурс]. // Вконтакте.ру. – URL : http://vk.com/. (Дата обращения: 21.04.2012).
7. Реклама на радио [Электронный ресурс] // Агентство рекламных технологий Информэкспресс. – URL : http://radio.informexpress.ru. (Дата обращения: 20.04.2012).
8. Реклама на ТВ. Москва [Электронный ресурс] // Медиа Анлимитед. – агентство интегрированных маркетинговых коммуникаций. – URL : http://www.tvreclama.ru. (Дата обращения: 22.04.2012).
9. Статистика Twitter [Электронный ресурс] / Site Twitter. – URL : https://business.twitter.com/ru/. (Дата обращения: 21.04.2012).
10. Статистика Youtube [Электронный ресурс] / Сайт Youtube. – URL : http://www.youtube.com/. (Дата обращения: 21.04.2012).
11. International Tourist Arrivals by (Sub)region [Electronic resource] // UNWTO World Tourism Barometer. – URL : http://dtxtq4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/pdf/unwto_barom12_02_march_excerpt.pdf. (Дата обращения: 20.04.2012).

ФОРМИРОВАНИЕ ТУРИСТСКОГО ПРОДУКТА В НАЦИОНАЛЬНЫХ ПАРКАХ

FORMATION OF THE TOURIST PRODUCT IN NATIONAL PARKS

О. Л. Голубева, *аспирантка РГПУ им. А. И. Герцена, г. Санкт-Петербург; olya-tour@mail.ru*

O. L. Golubeva, *Herzen State University, St-Petersburg; olya-tour@mail.ru*

Современный туризм – одна из наиболее высокодоходных динамично развивающихся отраслей экономики. Экономический эффект от вложений в индустрию туризма имеет эффект мультипликатора и приносит многократную прибыль отрасли в отличие от подобных вложений в другие отрасли экономики. Индустрию туризма характеризуют самые высокие темпы роста – около 5% в год. Туристская индустрия сегодня – это самостоятельный комплекс, состоящий из групп отраслей и предприятий, функции которых заключаются в удовлетворении разнообразного и постоянно возрастающего спроса на различные виды отдыха и развлечений населения в свободное от работы время. Одним из видов туризма и отдыха является новый для России вид рекреации (отдыха на природе) – экологический туризм с посещением национальных парков страны.

Согласно Федеральному закону от 14 марта 1995 г. «Об особо охраняемых природных территориях» национальные парки – природоохранные, эколого-просветительские и научно-исследовательские учреждения, территории (акватории) которых включают в себя природные комплексы и объекты, имеющие особую экологическую, историческую и эстетическую ценность, и которые предназначены для использования в природоохранных, просветительских, научных и культурных целях и для регулируемого туризма [1]. В национальных парках США, Канады, Западной Европы, Австралии, Южной Африки функции охраны природы и туризма сочетаются традиционно и вполне органично. История существования зарубежных национальных парков использует многолетний опыт. Национальные парки в России очень молодое явление, и в функционировании отсутствуют традиции. Охрана природы и туризм в национальных парках – это 2 направления, не связанные органически друг с другом. Богатые традиции российского заповедного дела породили и поддерживают иные представления использования ООПТ. Сложный период становления России в 90-е годы вынудил искать дополнительные средства к существованию ООПТ, в частности национальных парков.

С одной стороны, национальный парк – это в первую очередь природоохранная организация, и приоритетной задачей этой организации по закону не может быть получение прибыли. С другой стороны, выполнение задачи по организации туризма и рекреации может приносить национальному парку реальные доходы. Кроме этого существует распространенное заблуждение, что туристским продуктом национального парка являются туристские маршруты (тропы) или туры. В действительности все, что национальный парк делает в рамках туризма, необходимо рассматривать как *процесс создания турпродукта*, базу которого составляют достопримечательности парка, ограничением является его рекреационная емкость, а продуктами – проформы туристского предложения, идеи или отдельные программы. Поэтому под процессом формирования турпродукта национального парка следует понимать комплекс мероприятий, направленных на повышение туристской привлекательности этой территории, создание имиджа парка как туристско-рекреационного центра.

Национальный парк выполняет первоочередную функцию – охраны природы, и только на следующем этапе развивает регулируемый туризм. В современных национальных парках практически отсутствуют знания и умения по формированию, продвижению и реализации туристского продукта парка туроператорам, турагентам и туристам. Если предоставить национальному парку как фирме реализовывать программы по созданию и реализации туров это может привести исключительно к эксплуатации рекреационных ресурсов парка и нанести ущерб его природоохранной деятельности. Национальный парк по закону не является организацией, пополняющей свои собственные средства за счет реализации (продажи) собственного ресурса напрямую потребителям. Наиболее целесообразно осуществлять туризм в национальных парках, привлекая к этой деятельности местных жителей и предпринимателей, осуществляющих работу не столько под контролем национального парка, сколько совместно с ним с целью повышения собственного уровня жизни и создания основы устойчивого развития местного сообщества. Роль национального парка в сфере туризма должна ограничиваться следующими направлениями [2]:

1. *Управление рекреационными нагрузками*. Допустимые нагрузки определяются для каждого национального парка отдельно в соответствии с его природными и историко-культурными особенностями. Предельно допустимая величина рекреационной нагрузки определяется по результатам прикладных научных исследований, корректируется по результатам экологического мониторинга и отражается в менеджменте – плане (плане управления и развития) национального парка. На основе полученных данных вносятся предложения по изменению функционального зонирования территории и определяется расположение туристских маршрутов, при котором природе парка будет наноситься минимальный ущерб. В данном случае основная цель зонирования – определение «коридоров», по которым туристы смогут достичь желаемого объекта инфраструктуры или природного, либо историко-культурного объекта.
2. *Планирование, организация и контроль потоков туристов внутри национального парка*. Планирование подразумевает определение оптимального числа посетителей на маршрутах и комплекс мер по увеличению или уменьшению их количества на предстоящий сезон.
3. *Организация обслуживания посетителей*. Организация обслуживания должна напрямую зависеть от мониторинга нагрузок на национальный парк, но при этом удовлетворять потребности туристов. На территории национального парка, с учетом функционального зонирования, должна возникнуть соответствующая и современная инфраструктура.
4. *Создание туристского продукта национального парка*. Туристский продукт должен создаваться национальным парком совместно с туроператорами, т. е. выступать в роли поставщика услуг. При разработке туристского продукта должны учитываться интересы и национального парка и туриста. При этом необходимо найти баланс между интересами: национального парка – в сохранении и рациональном использовании своей территории, а туроператора – в получении прибыли.
5. *Просвещение населения*. Экологическое просвещение, осуществляемое в пределах национального парка, должно иметь пролонгированное действие, основной целью которого является создание экологического сознания.

Работу по определению своего продукта каждый парк должен вести сообразно своим особенностям, привлекая к этой работе туроператоров, но не передавая в руки какой-либо фирмы всех нитей и возможностей формировать «независимый» продукт,

целиком или в значительной мере «замкнутый» на ресурсы парка, а также продавать его без ведома парка.

Очевидно, *основными характерными видами туристских услуг и товаров* для национальных парков могут являться:

- разработанные и обустроенные парком маршруты;
- предоставление образовательных и консультационных услуг;
- организация экологического и в том числе спортивного, зеленого сельского, лечебного и реабилитационного туризма в рекреационных зонах парка;
- экскурсионные услуги, в том числе – экскурсии по окрестностям парка;
- проведение специальных мероприятий и акций (ярмарок, фестивалей, конкурсов, выставок, практик и т. п.);
- контролируемая заготовка туристами ресурсов парка (грибов, ягод и т. д.);
- продажа экологически качественных местных продуктов питания;
- услуги размещения и услуги транспорта;
- прокат туристского снаряжения;
- изготовление и продажа сувениров;
- продажа торговых знаков с экологической символикой парка, рекламные услуги;
- изготовление и продажа специальной аудио-, видео-, фото- и кинопродукции.

Данные услуги, могут являться составляющими самостоятельного туристского продукта национального парка. Задача специалистов каждого национального парка – после выявления и оценки своих туристских ресурсов и потенциала, а также определения целевых групп – построить свои собственные туристские программы и предложить партнерам (туроператорам, турагентствам, экскурсионным бюро, образовательным учреждениям и т. д.) сотрудничество в освоении остальных ресурсов.

Зарубежный опыт развития экологического туризма в национальных парках вызывает желание внедрить этот опыт и на территории России, но чаще всего стремление получить прибыль приводит к уничтожению ООПТ и наоборот сотрудники национальных парков, стремясь защитить свои парки, отказываются от приема посетителей. При этом экологический туризм в национальных парках замечательный по своей сути и перспективный инструмент формирования экологической культуры, содействия охране природы, пополнения местных бюджетов. В данный момент при формировании туристских понятий в России нередко экологическими называют туры, не имеющие к экотуризму никакого отношения и даже концептуально ему враждебные – например, охотничьи туры, сафари-туры, кэмел-трофи и т. п. Основные принципы, технология и мировая практика экотуризма у нас пока еще известны недостаточно. Профессиональной литературы на русском языке очень мало, участники эколого-туристской деятельности в значительной мере разобщены, нормативная и институциональная базы почти не развиты. Очень серьезную проблему представляет отсутствие квалифицированных специалистов экологического туризма. Следующая проблема заключается в квалифицированных проводниках, или гидах, в экотуризме. Это люди со специфическими знаниями и умениями, они должны, с одной стороны, хорошо знать тайгу, реки и горы и особенности обеспечения жизнедеятельности человека в природных условиях. С другой – обладать солидной научной эрудицией, уметь пользоваться современными техническими средствами связи и транспорта, владеть иностранными языками. Понятно, что таких специалистов нужно готовить специально. На сегодня гораздо более популярны среди населения экологические самодеятельные туры, т. к. потребности людей в полной мере национальные парки не удовлетворя-

ют, из-за недостаточного количества квалифицированных кадров в совокупности с низким уровнем оказываемых услуг.

Для формирования экологического туристского продукта в российских национальных парках важно учитывать не только мировой опыт, но и российскую действительность, а так же подготовить специалистов.

Список литературы

1. Об особо охраняемых природных территориях : Федеральный закон от 14 марта 1995 г. // Сб. руководящих документов по заповедному делу. – М. : Изд-во ЦОДП, 2002. – 127 с. – [Дополнительные материалы к Стратегии управления нац. парками России; Вып. 4].
2. Травкина, М. Ю. Регулируемый туризм и отдых в национальных парках / М. Ю. Травкина. – М. : Изд-во ЦОДП, 2002. – 43 с. – [Дополнительные материалы к Стратегии управления нац. парками России; Вып. 10.].

ТРАНСПОРТНАЯ СИСТЕМА ЛОНДОНА В ПРЕДДВЕРИИ ЛЕТНИХ ОЛИМПИЙСКИХ ИГР-2012

И. Е. Евграфов, *преподаватель кафедры туризма и сервиса Российского государственного университета физической культуры, спорта, молодежи и туризма, кандидат педагогических наук, г. Москва; evgrafov_ivan@mail.ru*

Н. Н. Панов, *студент Российского государственного университета физической культуры, спорта, молодежи и туризма по специализации «Автомобильный и мотоциклетный спорт», г. Москва*

Ключевые слова: *транспортная система, виды транспорта, Олимпийские игры*

За успешность Игр и своевременность проведения всех мероприятий ответственны три основные организации.

Лондонский организационный комитет по подготовке к Олимпийским играм контролирует планирование мероприятий и ход подготовки к Играм.

В сферу ответственности Комитета по подготовке Олимпиады входит обеспечение надлежащего состояния всех мест проведения соревнований и всей инфраструктуры до начала Игр.

Для того чтобы успешно провести Олимпиаду, Лондон сейчас претерпевает полную смену своего облика. Для проведения Игр будут использоваться как специально возведенные (в т. ч. временные), так и существующие сооружения, включая имеющие историческое значение.

Цель исследования: проанализировать основные транспортные системы Лондона и стратегии ее развития.

Большинство гостей Лондона попадают в город через железнодорожные вокзалы. Многие из них были построены в XIX веке и послужили прообразом вокзалов по всей Европе. Среди наиболее загруженных вокзалов Лондона – Ватерлоо (поезда из юго-западных графств), Виктория (поезда из пригородных графств), Паддингтон (поезда из западных графств и Уэльса), Сент-Панкрас (поезда из Европы) и Кингз Кросс (поезда из Шотландии).

Система общественного транспорта Лондона – одна из самых загруженных в мире, и поэтому её приходится постоянно увеличивать и тем самым усложнять. Следующий

виток увеличения транспортной сети города связан с подготовкой к летней Олимпиаде 2012 г. Три основных вида общественного транспорта в Лондоне – это автобусы, метро и такси. Летом 2010 г. начала развиваться муниципальная система велосипедного транспорта.

За городской транспорт Лондона отвечает муниципальная служба Transport for London. В частности, она эксплуатирует метро, автобусы и трамваи Лондона и лицензирует городские такси и водный общественный транспорт.

Автобусы служат для локальных перемещений. Существует 700 маршрутов, по которым автобусы перевозят в будние дни до 6 млн пассажиров. Знаменитые автобусы модели Routemaster, ставшие одним из символов не только Лондона, но и всей Великобритании, были сняты с линейной эксплуатации в 2005 г. и сейчас ходят только по экскурсионным маршрутам.

Одна поездка в автобусе обходится в два с лишним фунта стерлингов, билеты нужно покупать заблаговременно на остановке в автоматической кассе. Можно сэкономить на стоимости поездки, если купить Oyster card в специализированном ларьке. Поездка по этой карте будет стоить уже чуть более одного фунта. При оформлении карты на депозит удерживается 5 фунтов стерлингов. По окончании пользования карту можно сдать и вернуть депозит.

Лондонский метрополитен – старейший в мире. Он беспрерывно работает с 1863 г. и ежедневно перевозит 3 млн пассажиров, что в год составляет число, примерно равное 1 млрд чел. Лондонское метро состоит из 13 линий, большинство из которых связывает центр города с его окраинами. Лондонцы часто называют метрополитен «трубой» из-за очень небольшого диаметра тоннелей глубокого заложения. За последние десять лет спрос на метро вырос на 70% . Обслуживает метро порядка 16 000 чел.

В столице летних Олимпийских игр-2012 появились станции метро, названные именами легендарных спортсменов. Гости Лондона могут увидеть станцию «Александр Попов», «Валерий Брумель», «Елена Исинбаева» и другие всего 361 станцию назвали в честь знаменитых спортсменов.

В столице летних Олимпийских игр-2012 появились станции метро, названные именами легендарных спортсменов. В дни Олимпийских игр можно будет прокатиться по линии гимнастики, атлетики, триатлона, баскетбола и тенниса и другим.

Лондонский метрополитен состоит из 13 линий. Каждая из них посвящена одному или нескольким видам спорта. Есть линия футбола со станциями «Лев Яшин», «Самуэль Это'о», «Леоннель Месси». А на линии, посвященной боксу, борьбе, тхэквондо и дзюдо, увековечены имена прославленных трехкратных олимпийских чемпионов по борьбе Александра Карелина, Александра Медведя, Бувайсара Сайтиева.

Самая главная станция Игр – Стратфорд, где расположено множество олимпийских объектов – парк, стадион, велотрек и Центр водных видов спорта, названа в честь обладателя 14 золотых олимпийских медалей американского пловца Майкла Фелпса.

Туристическая схема метро была разработана редактором сайта BBC Sport Алексом Триккетом и спортивным историком Дэвидом Бруксом. Схема была выпущена специально к Играм-2012.

Кроме «классического» метро, в Лондоне с 1987 г. действует система Docklands Light Railway, которую можно назвать лёгким метро. В отличие от «классического» лондонского метро трасса Docklands Light Railway проложена в основном не в тоннелях, а на эстакадах. Поезда Docklands Light Railway следуют в автоматическом режиме. Существует несколько станций пересадок между лондонским метрополитеном и Docklands Light Railway.

Прежде в Лондоне имелась разветвлённая трамвайная система, но она была закрыта в 1952 г. С 2000 г. в Кройдоне, пригороде Лондона, действует современная

трамвайная система Tramlink. Имеются планы строительства новых трамвайных линий ближе к центру города: например West London Tram, который поддержали большинство жителей района. Однако затем план был отложен и решено было уделить большее внимание развитию автобусного парка. Также планировалось открыть Cross River Tram, однако и этот проект был свёрнут ввиду недостатка средств.

Помимо трамваев в Лондоне действовало и троллейбусное сообщение, которое было прекращено в 1962 г. Однако существуют планы по восстановлению троллейбусного сообщения.

Также в Лондоне имеется общественный водный транспорт. Система городских водных маршрутов известна как London River Services. Некоторые маршруты нацелены на туристов, другие чаще используются самими лондонцами как обычный общественный транспорт, например для поездок на работу. Хотя London River Services лицензируются Transport for London, эксплуатация осуществляется частными фирмами, и на водных маршрутах Лондона проездные на автобус и метро не действуют (хотя могут давать скидки).

Знаменитые лондонские чёрные такси выглядят абсолютно так же, как семьдесят лет назад, если не считать рекламы, покрывающей теперь многие из этих автомобилей. Теперь в Лондоне в качестве такси также используются и автомобили более новых моделей, выглядящие более современно. Стоит заметить, что, в отличие от большинства крупных городов, в Лондоне все такси контролируются городской администрацией, вернее муниципальной службой Transport for London. Ближе к окраинам города движение на улицах преимущественно автомобильное. В Лондоне действует несколько высокоскоростных трасс, внутренняя кольцевая автодорога. За въезд частных автомобилей в центр города взимается плата (с 2003 г. – 8 ф.ст., около 400 руб.). В Лондоне находится пять аэропортов: один из самых загруженных в мире Хитроу, ещё один крупный аэровокзал Гэтвик, небольшие Станстед и Лутон, а также Лондон-Сити, предназначенный в основном для чартерных рейсов бизнесменов. В начале 2012 г. было выдвинуто предложение о строительстве в городе ещё одного аэропорта.

Во время проведения олимпиады основная нагрузка выпадет на долю Олимпийского парка в Восточном Лондоне. Предварительно, парк будет принимать до 180 000 посетителей в день.

Основными спортивными сооружениями парка во время игр станут Олимпийский стадион на 80 000 мест, велодром, площадки для фехтования, хоккея, гандбола и баскетбола. Несмотря на то что, многие олимпийские сооружения еще находятся в процессе строительства, гости столицы смогут посетить эти объекты ещё до начала Игр.

Власти города сформулировано стратегию транспорта следующим образом: транспортная система Лондона должна стать лучшей среди городов мира, обеспечивать доступ к своим возможностям всем людям и предприятиям, соответствовать высоким экологическим стандартам и быть ведущей в мире в своём подходе к решению проблемы городского транспорта XXI-го века.

Подобная стратегия стимулировать экономическое развитие и рост населения, повысить качество жизни, повысить безопасность, расширить транспортные возможности для горожан, уменьшить вклад транспорта в проблему изменения климата, улучшить транспортную доступность в связи с проведением в 2012 г. Олимпийских и Паралимпийских игр в Лондоне.

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ И КОМПЛЕКСНОЕ РАЗВИТИЕ РЕГИОНАЛЬНОЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ ТУРИЗМА

IMPROVEMENT AND COMPLEX DEVELOPMENT OF TOURISM INFRASTRUCTURE

О. Б. Евреинов, *старший преподаватель Балтийской академии туризма и предпринимательства, г. Санкт-Петербург; naysmith@yandex.ru*

O. B. Evreinov, *senior lecturer of the Baltic academy of tourism and business, str. Saint-Petersburg, Russia; naysmith@yandex.ru*

Аннотация. *В статье представлены классификация инфраструктуры туризма и её функции, анализируется её прямое и косвенное влияние на экономику и развитие туризма. Проведён анализ деятельности региональных управленческих структур и бизнеса по дальнейшему развитию и совершенствованию инфраструктуры туризма Санкт-Петербурга, как одного из основных туристских центров страны. Обоснована необходимость и определены пути дальнейшего совершенствования и развития региональной инфраструктуры туризма.*

Ключевые слова: *туризм, инфраструктура туризма, гостиничная инфраструктура*

Развитие въездного и внутреннего туризма в России ограничено, прежде всего, отставанием в развитии туристской инфраструктуры. Только из-за нехватки мест в гостиницах, принимающие компании вынуждены отказывать 30–50% иностранных туристов, желающих посетить Россию. В Санкт-Петербурге за последние годы предприняты по развитию и совершенствованию гостиничной и транспортной инфраструктуры. Так в 2010 г. началась реконструкция аэропорта Пулково; построен «Морской фасад» – один из крупнейших в мире пассажирский терминал для круизных судов расчетной мощностью 1,5 млн туристов в год; введены в эксплуатацию скоростные поезда «Аллегро» в Хельсинки и «Сапсан» в Москву; за 5 лет введено 5,5 тыс. новых гостиничных номеров [3].

Но практическая работа по развитию инфраструктуры туризма нуждается в научном обосновании. Эта проблема остаётся малоисследованной. Весьма слабо разработаны и недостаточно освещаются в научной литературе теоретические и методологические проблемы инфраструктурного обеспечения туризма. Отсутствует комплексный подход к исследованию категории инфраструктуры туризма. Необходимость решения этой проблемы послужила основанием для исследования теоретических и практических вопросов, связанных с развитием инфраструктуры туризма и совершенствованием управления этим процессом.

Как известно, инфраструктура играет большую роль в обеспечении функционирования народно-хозяйственного комплекса и в обеспечении условий жизнедеятельности населения, как отдельного региона, так и всей страны. Она не определяет специализацию территории, хотя довольно существенно влияет на формирование промышленного, сельскохозяйственного производства и туристской отрасли. В отличие от материального производства, инфраструктура имеет достаточно четко обусловленный территориальный характер, обеспечивает функционирование предприятий, определяющих специализацию региона.

Для развития въездного и внутреннего туризма необходимо доведение туристской инфраструктуры, ее качественных и количественных характеристик до уровня

мировых стандартов. Вместе с тем нужна рациональная инфраструктура туризма, которая позволила бы равномерно в пространстве и во времени охватить территорию регионального туристско-рекреационного комплекса и страны в целом. Такой подход будет способствовать более полному использованию туристско-рекреационных ресурсов страны и регионов, уменьшению негативного воздействия пространственной и сезонной неравномерности туризма на транспорт, систему внутреннего обслуживания и использования квалифицированных специалистов.

Как представляется, развитие и совершенствование региональной инфраструктуры туризма включает деятельность государственных и частных структур по созданию и модернизации средств размещения, инженерных сетей и телекоммуникаций, дорог, предприятий и организаций туриндустрии, обеспечивающих жизнедеятельность и качественное обслуживание туристов.

Инфраструктура туризма представляет собой трехуровневую систему (рис. 20).

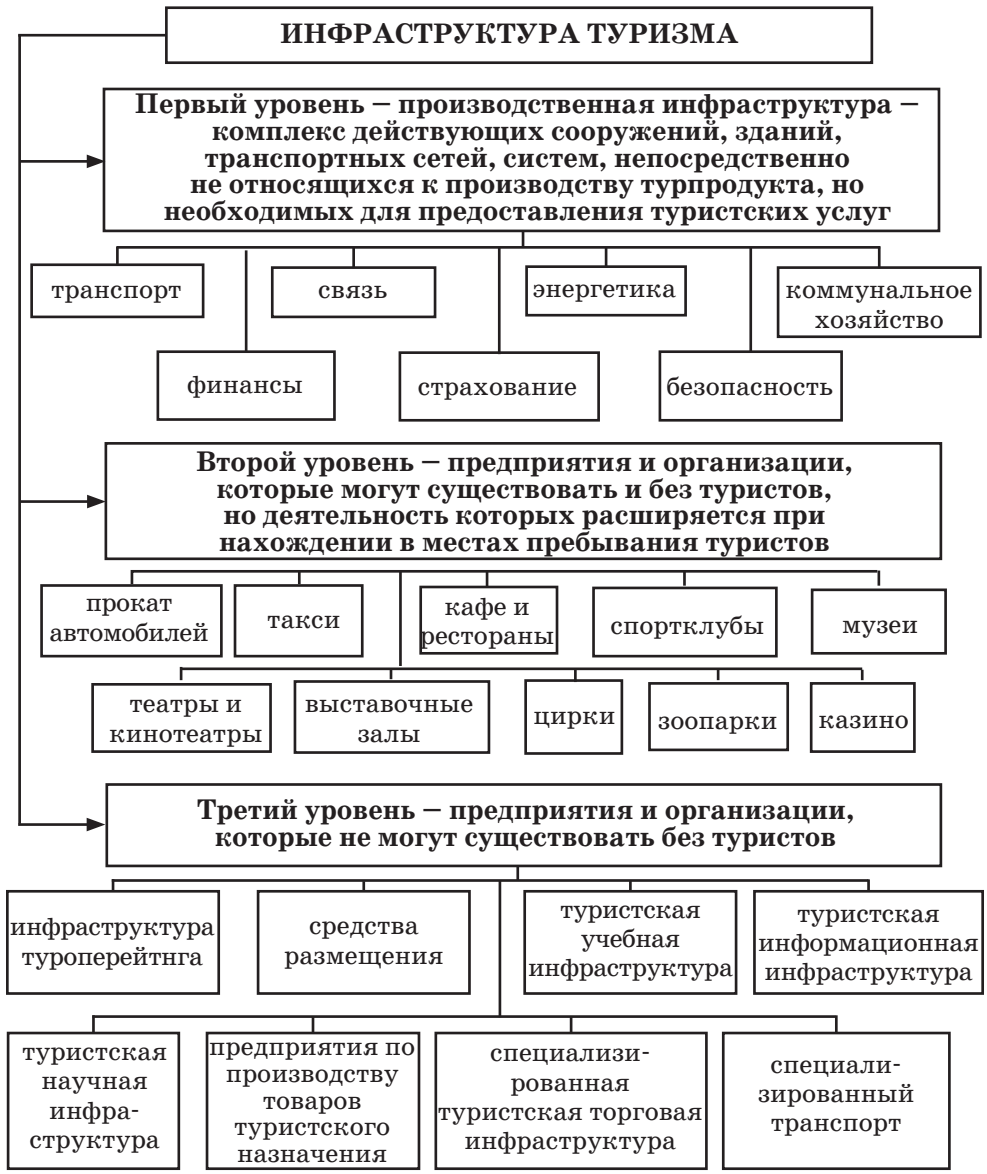

Рис. 20. Элементы инфраструктуры туризма

Инфраструктура туризма выполняет обеспечивающую, интеграционную и регулирующую функции. Так обеспечивающая функция туристской инфраструктуры заклю-

чается в создании необходимых условий для организации обслуживания туристов. Организацию и поддержание связей между предприятиями отрасли, формирование территориальных туристско-рекреационных комплексов обеспечивает интеграционная функция. Важнейшей является регулирующая функция туристской инфраструктуры. Это создание новых рабочих мест, влияние на потребительский спрос, развитие отраслей, выпускающих предметы туристского потребления, содействие росту налоговых поступлений от туризма в бюджеты разных уровней.

Туристская инфраструктура оказывает прямое и косвенное влияние на экономику региона. Прямое влияние проявляется в получении туристскими предприятиями и их работниками дохода от реализации услуг и создании новых рабочих мест, росте налоговых поступлений. Косвенное влияние заключается в мультипликативном эффекте межотраслевого взаимодействия. Эффект мультипликатора будет тем больше, чем больше будет доля дохода, потраченная в пределах региона [1].

Важную роль в обеспечении научного подхода к решению проблем инфраструктурного комплекса туризма и его инфраструктуры играет планирование. В последнее десятилетие было принято и реализовано ряд федеральных и региональных программ развития туризма. Поскольку в начале 2000-х гг. самой серьёзной проблемой, сдерживающей развитие въездного туризма в Санкт-Петербурге, считался слаборазвитый рынок гостиничных услуг, была принята программа размещения объектов гостиничной инфраструктуры в Санкт-Петербурге. Она заключалась в определении практических мер по ускоренному развитию гостиничной индустрии, позволяющих увеличить количество объектов гостиничной индустрии, повысить уровень обслуживания, увеличить туристские потоки, повысить эффективность работы как отраслей, входящих в состав инфраструктуры туризма (общественное питание, транспорт и другие), так и смежных отраслей (торговля, легкая промышленность и другие) [4].

О состоянии гостиничной инфраструктуры города на момент принятия программы свидетельствуют данные, представленные в табл. 10 [4].

Таблица 10.
Сводные данные об объектах размещения в Санкт-Петербурге (на 01.01.2004 г.)

Категория объектов размещения	*Количество объектов*	*Количество номеров*	*Количество мест*
Первый класс	6	1 197	2 392
Средний класс (большие и малые гостиницы)	48	8 524	15 262
Экономический класс (большие и малые гостиницы)	43	2 224	5 269
Гостиницы при государственных учреждениях, гостиницы в системе малых отелей, объекты размещения учебных и научных заведений, объекты размещения предприятий	40	2 789	6 465
Итого	**137**	**14 734**	**29 388**

Таким образом, гостиничный комплекс Санкт-Петербурга (без учета пригородов) в 2004 г. был представлен 137 объектами размещения (около 15 тыс. номеров на 29 300 мест) различных категорий и различных форм собственности. Причём в историческом центре Санкт-Петербурга было сосредоточено 92% номерного фонда гостиничных предприятий [2]. На 1 000 жителей города приходилось около 7,2 гостинич-

ных места, тогда как во многих городах Западной и Восточной Европы этот показатель больше в 2–5 раз. В Москве аналогичный показатель приближается к 10.

Принятая программа размещения объектов гостиничной инфраструктуры предусматривала увеличение общего номерного фонда Санкт-Петербурга почти в 2 раза. В итоге ставилась задача выхода гостиничной индустрии Санкт-Петербурга на среднеевропейский уровень, т. е. 14–15 гостиничных мест на 1 000 жителей. Объем инвестиций, привлеченных в строительство гостиниц, а, следовательно, и в экономику Санкт-Петербурга, планировался в объёме 22,5 млрд руб. Предусматривалось увеличение количества рабочих мест в гостиничной индустрии не менее чем в 2 раза [4].

Для стимулирования роста номерного фонда были приняты важные решения, направленные на повышение инвестиционной активности частных структур. По оценкам экспертов, на реализацию программы развития гостиничной инфраструктуры необходимо было ежегодно тратить 4–6 млрд руб. из средств инвесторов.

Проведённый анализ состояния инвестиционной активности при строительстве объектов гостиничной инфраструктуры показывает, что привлечение инвестиций в гостиничный бизнес затруднён длительными сроками окупаемости отелей. Так средние сроки окупаемости для отелей «5 звезд» – 10 лет, «4 звезды» – от 8 до 10 лет, «3 звезды» – 7–8 лет. Для мини-отелей характерна окупаемость 6–8 лет, для крупных и особо крупных проектов – 10–15 лет. Ставки доходности для отелей «5 звезд» составляют 10–12%, для «4 звезд» – 11–13%, и 15–17% для отелей «3 звезды». Указанные показатели ниже, чем в жилищном строительстве, которое является более привлекательным для инвесторов. При этом стоимость строительства или реконструкции варьируется от 5 до 9 тыс. долл. за 1 м^2 для пятизвездочных отелей до 1,3–1,9 тыс. долл. за 1 м^2 для отелей «3 звезды» [2].

Но, несмотря на наличие негативных факторов, влияющих на привлекательность вложений в создание и реконструкцию объектов гостиничной инфраструктуры, властям города удалось привлечь инвестиции в эту сферу. Так в период реализации городской программы развития гостиничной инфраструктуры наблюдался рост интереса со стороны западных инвесторов и девелоперов к приобретению и развитию объектов недвижимости под гостиницы. Среди них – крупные международные сетевые компании – сильные игроки гостиничного рынка, обладающие большим опытом организации и ведения данного бизнеса. На рынке активно стали играть не только известные международные бренды, но и отечественные компании.

Как показывает проведённый анализ, быстрыми темпами росло число мини-отелей. В 2006 г. в Санкт-Петербурге, по разным оценкам, насчитывалось до 450–500 мини-отелей (это приблизительно 7 000 номеров). Помимо быстрого роста числа мини-отелей наблюдалась еще одна тенденция – номерной фонд уже действующих гостиниц вырос в несколько раз [2].

Благодаря проделанной работе по реализации городских программ развития туризма и его инфраструктуры, за 5 лет (с 2005 г.) количество туристов в Санкт-Петербурге увеличилось на 1,5 млн. В 2010 г. Петербург посетило более 5 млн туристов. Туризм на сегодняшний день создает около 10% валового регионального продукта. Почти половину доходов городу приносят иностранные туристы. Санкт-Петербург находится на 7-м месте в списке из 25-ти самых туристически привлекательных европейских городов и на 20-м месте – в мировом списке [3]. Достижению этих показателей в первую очередь способствовала реализация планов по развитию гостиничной инфраструктуры туризма (рис. 21).

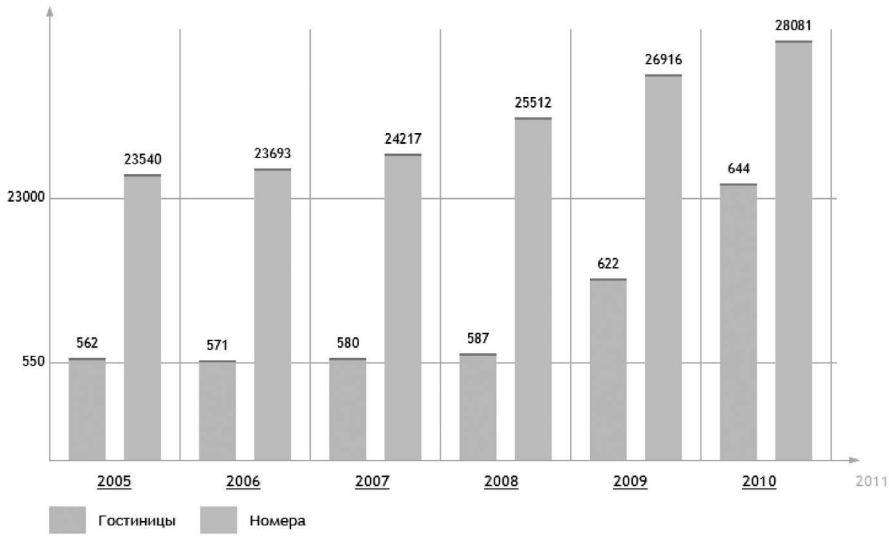

Рис. 21. Рост общего количества гостиниц
и номеров в Санкт-Петербурге за 2005–2010 гг. [8]

По данным правительства Санкт-Петербурга, на конец 2010 г. в Санкт-Петербурге действовало 644 гостиницы, из них 12 класса «5 звезд», 32 класса «4 звезды» и 51 класса «3 звезды», 34 гостиницы экономкласса, 455 малых гостиниц (до 50 номеров) и 38 хостелов.

На начало 2011 г. номерной фонд Санкт-Петербурга составил 27 083 номеров. С учетом возможности размещения в пансионатах и санаториях количество номеров составляет 32 501 номер (663 объекта).

В 2008–2010 гг. наблюдались рекордные темпы ввода в эксплуатацию гостиничных номеров. Так в 2008 г. введено в эксплуатацию 1 295 номеров, в 2009 г. – 1 404 номеров, а в 2010 г. – 22 гостиницы на 1 165 номеров (рис. 21) [7].

О темпах роста количества мест размещения и номеров в 2005–2010 гг. свидетельствуют данные, приведённые на рис. 22.

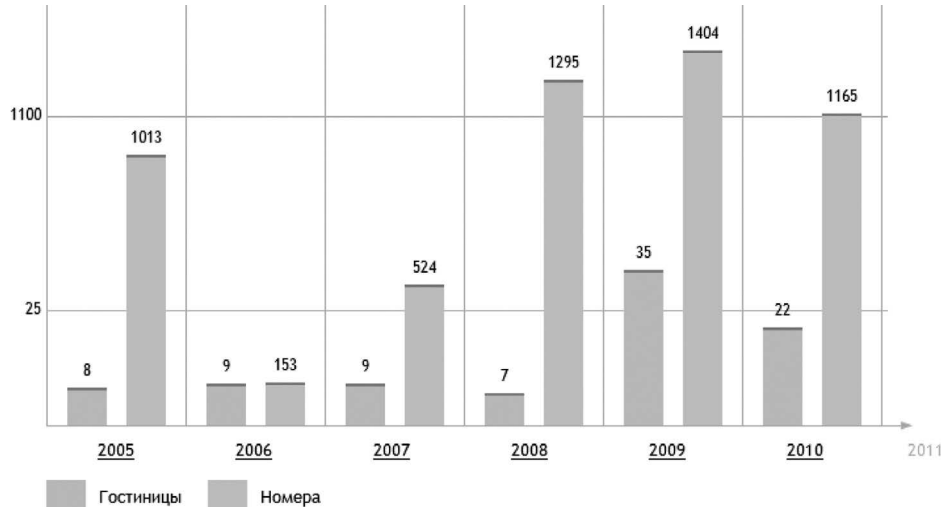

Рис. 22. Прирост гостиниц и номеров в Санкт-Петербурге за 2005–2010 гг. [8]

Характеристика текущего номерного фонда Санкт-Петербурга представлена в табл. 11.

Таблица 11.
Текущий номерной фонд Санкт-Петербурга
(по состоянию на конец 2011 г.) [8]

Класс	*Количество: гостиниц / номеров*	
5 звёзд	15	2 377
4 звезды	36	7 524
3 звезды	101	9 478
2 звезды	117	5 263
1 звезда	44	827
Мини-гостиницы	331	2 612
Всего	644	28 081

Важно отметить и другую положительную тенденцию на рынке гостиничных услуг: не только растет номерной фонд города, но и повышается качество предоставляемых услуг. За последние годы в Санкт-Петербурге появились крупные международные гостиничные операторы: Kempinski, Corinthia, ACCOR (бренды Novotel и IBIS), Rezidor (бренды Radisson и Park Inn), Sokos Hotel, Marriott (бренды Courtyard by Marriott и Renaissance). В ближайшее время планируют выйти на рынок также операторы Starwood (бренд «W»), Four Seasons Hotels & Resorts и целый ряд других [7].

Дальнейшему развитию туризма и его инфраструктуры будут способствовать принятые в 2011 г. федеральная и городская целевые программы развития туризма. Так, в соответствии с федеральной целевой программой «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011–2018 годы)», через восемь лет Россия должна стать ведущей туристической державой. По прогнозу, в ближайшие 10 лет рост туриндустрии в России составит 6,4% в показателях ВНП, и к 2016 г. ее доля дойдет до 9,1% [5].

Программа развития Санкт-Петербурга как туристского центра на 2011–2016 гг. предусматривает меры по совершенствованию условий для устойчивого развития туризма в Санкт-Петербурге за счет формирования современного эффективного конкурентоспособного туристского рынка, обеспечивающего оздоровление экономики и широкие возможности для удовлетворения потребностей российских и иностранных граждан в туристских услугах [6].

Но, несмотря на принимаемые меры, подавляющая часть туристов, посещающих северо-западную часть Европы, останавливается в скандинавских странах и Финляндии, тогда как Санкт-Петербург в настоящее время посещает только немногим более 2 млн зарубежных туристов (при количестве желающих его посетить превышающем 30 млн чел.). Таким образом, ежегодно недополучаемый городом доход от развития туризма исчисляется сотнями миллионов долларов. При этом необходимо учитывать, что непосредственно в сфере туристской деятельности формируется не более 10% общей выручки, получаемой от туризма. Остальные 90% приходятся на объекты инфраструктуры туризма.

Как представляется, в процессе реализации программ, предполагающих совершенствование инфраструктурного комплекса регионального туризма, необходимо преодолеть ряд барьеров, стоящих на пути дальнейшего развития Санкт-Петербурга как туристского центра. Среди них – недостаточная техническая оснащенность объектов показа и туристской инфраструктуры. Для ликвидации этого и других барьеров необходимо привлечение инвестиций для дальнейшего развития и совершенствования инфраструктуры туризма с учетом специфики данной отрасли. Целесообразно

привести в действие организационно-экономические механизмы, в том числе частно-государственное партнёрство, контракты жизненного цикла, стимулирующие инвестирование в инфраструктурные объекты туризма.

Таким образом, необходимым условием успешного развития туризма является развитие и совершенствование туристской инфраструктуры, что позволит сделать въездной (и внутренний) туризм наиболее доходной составляющей всей туристской сферы. Наряду с целевым планированием важную роль играют меры, принимаемые для создания в этой сфере благоприятного инвестиционного климата. Формирование туристской инфраструктуры не может обойтись без государственного финансирования и активного привлечения иностранных инвестиций.

Список литературы

1. Архипова В. Ф., Левизов А. С. Об инфраструктуре как определяющем факторе развития туризма в регионе [Электронный ресурс] / В. Ф. Архипова, А. С. Левизов // Коллекция рефератов. – URL : http://www.roman.by/r-78201.html. (дата обращения: 02.10.2011.).
2. Гостиничный рынок Петербурга полагается на помощь администрации (18.01.2007.)[Электронный ресурс]//СайтОАО«Руструбпром». –URL :http://rustrubprom.ru/view.php/D9097_0_3_0_C. (дата обращения: 12.10.2011.).
3. Доклад председателя Комитета по инвестициям и стратегическим проектам Правительства Санкт-Петербурга Чичканова А.Б. 7 июня 2011 г. «Программа развития Санкт-Петербурга как туристского центра на 2011–2016 годы» / А. Б. Чичканов // Журнал «ProОтель». – 2011. – №5 (26). – С. 8–11.
4. Постановление Правительства Санкт-Петербурга от 6 июля 2004 г. N 1268 «О Программе размещения объектов гостиничной инфраструктуры в Санкт-Петербурге» [Электронный ресурс] // Cheminform St.Petersburg (CISP). – URL : http://www.cisp.spb.ru/docs/1268.pdf. (дата обращения: 07.10.2011.).
5. Постановление Правительства РФ от 2 августа 2011 г. N 644 “О федеральной целевой программе «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011–2018 годы)» [Электронный ресурс] // ГАРАНТ : Информационно-правовой портал. – URL : http://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/55071986/. (дата обращения: 09.10.2011.).
6. Постановление Правительства Санкт-Петербурга от 7 июня 2011 г. №732 «О программе развития Санкт-Петербурга как туристского центра на 2011–2016 годы» [Электронный ресурс] // ГАРАНТ : Информационно-правовой портал. – URL : http://www.garant.ru/hotlaw/peter/335465/. (дата обращения: 09.10.2011.).
7. Развитие Санкт-Петербурга как туристского центра [Электронный ресурс] // Комитет по инвестициям и стратегическим проектам. – URL : http://cisp-spb.ru/activities/tourism.aspx. (дата обращения: 16.10.2011 г.).
8. Реализация программы «Развитие гостиничной инфраструктуры в Санкт-Петербурге» [Электронный ресурс] // Инвестиции в гостиничную недвижимость. – URL : http://hotelinvest.ru/. (дата обращения: 10.10.2011 г.).

ОСНОВНЫЕ ЭТАПЫ И ФАКТОРЫ РАСПРОСТРАНЕНИЯ СЕТИ РЕСТОРАНОВ БЫСТРОГО ПИТАНИЯ «МАКДОНАЛДС» В МИРЕ

THE BASIC STAGES AND FACTORS OF DISTRIBUTION A FAST FOOD CHAIN RESTAURANTS «MCDONALD'S» IN THE WORLD

А. М. Жданова, *аспирантка кафедры рекреационной географии и туризма географического факультета МГУ имени М. В. Ломоносова; zhammix@gmail.com*

A. M. Zhdanova, *graduate student, Department of Recreational Geography and Tourism, Department of Geography, MSU, Moscow, Russian Federation; zhammix@gmail.com*

Аннотация. *Большое самостоятельное значение имеет исследование территориального аспекта деятельности ТНК «Макдоналдс» в мире. Под территориальной организацией корпорации, как самостоятельно управляемой хозяйственной системы, понимается динамическое состояние размещения и воспроизводства её функциональных элементов. Расширение международной деятельности компаний в мировом хозяйстве и выход их за национальные границы в результате приводят к трансформации национальных фирм в транснациональные. Пульсирующий характер функционирования ТНК, реализация возможностей по приобретению нового и/или изменению старого объема оборота продукции в рыночных условиях и острой конкурентной борьбе неизбежно сказываются в высоком уровне гибкости и изменчивости пространственной организации ТНК. В данной статье будет рассмотрена пространственная организация компании «Макдоналдс» и факторы развития сети на новых рынках.*

Факторы распространения сети ТНК «Макдоналдс».

Компания «Макдоналдс» начала своё распространение в мире в 1967 г. с открытия ресторана в Канаде [3]. На сегодняшний момент в этой стране работает более 1,4 тыс. ресторанов. В этом же году был открыт ресторан в Пуэрто-Рико. В 1971 г. рестораны были открыты в Японии, Нидерландах, Панаме, Германии, Австралии.

За 70 лет существования компании в мире было открыто более 31 тыс. ресторанов в 125 странах мира [9].

В 60-е гг. началось планирование выхода компании «Макдоналдс» на международный уровень. Только международные нефтяные компании, торговавшие продукцией, получаемой из сырья, источники которого они контролировали, широко оперировали в международном масштабе, розничная торговля практически не имела выходов за рубеж. Некоторые американские компании розничной торговли открывали филиалы в Канаде, но редко какие компании распространяли свой бизнес за пределами Северной Америки. Поэтому «Макдоналдс» практически не имел никаких конкурентов в других странах. Основной проблемой распространения ресторанов являлось различие менталитетов. В большинстве регионов местной индустрии быстрого питания не существовало, это означало и отсутствие конкурентов и проблемы маркетинга. Питаться вне дома – что становилось для американцев все более обычным делом – в большинстве стран почти не практиковалась. В Европе, в особенности, рестораны являлись традиционными заведениями: со скатертями на столах, официантами в черных галстуках, метрдотелями по винам и обедами из множества блюд. Семейных ресторанов практически не было, и обед вне дома для представителей среднего класса всегда был особенным событием [4].

Для того чтобы открыть рестораны по всему миру, компании «Макдоналдс» предстояло произвести культурный переворот. За рубежом «Макдоналдс» не просто впервые предлагал систему ежедневного питания вне дома для среднего класса. Корпорация предприняла попытку экспортировать американский образ жизни. Быстрое обслуживание в индустрии питания было феноменом исключительно американским, так же, как и кафе для автомобилистов и предприятия самообслуживания. Новыми были и продукты питания, и способы их розничной продажи. Американизация корпорацией «Макдоналдс» мировой индустрии общественного питания является одним из самых успешных процессов в развитии торговли США. «Макдоналдс» внедряет на зарубежные рынки новую систему обслуживания, меняет менталитет и самоидентификацию потребителей [7].

Автором выделяется несколько периодов развития компании за рубежом. Каждый период характеризуется векторами развития, факторами развития сети.

Первый период с 1967 г. по 1970 г. Распространение компании происходит на приграничные и близлежащие территории, которые находились под влиянием США, зависели от этой страны. Страны и территории, где открылись рестораны, представляли собой традиционные рынки сбыта американской продукции или становились ими в 1960–1970 гг. Они относятся к экономически слаборазвитым (развивающимся) странам, относительно зрелого капитализма, странам зависимого плантационного хозяйства.

К приграничным и близлежащим территориям относится Канада. Здесь решающими факторам макроуровня можно считать не только географическое положение этой страны, а также потенциал развития промышленности, который приводит к ускорению ритма жизни и спроса на быстрое обслуживание, в том числе, быстрое питание. Главной специфической чертой Канады в 50–60-е гг. стало стремительное развитие сырьевых отраслей промышленности под влиянием экономического союза с США. В мировом капиталистическом хозяйстве Канада выступала как представитель группы наиболее развитых капиталистических государств. В 50–60-е гг. на канадском севере и Дальнем Западе было создано множество индустриальных центров. Однако значительная часть отраслей обрабатывающей промышленности фактически выпускала не конечный продукт, а полуфабрикат для экспорта. Экспорт этот осуществлялся, главным образом, в США. Первый «Макдоналдс» в этой стране был открыт в 1967 г. в г. Ричмонд, Британская Колумбия. Британская Колумбия, благодаря Ванкуверу, являлась главным банковским центром Канадского Запада. Ричмонд являлся пригородом Ванкувера. Предположительно, ресторан был открыт в г. Ричмонд около одной из крупных магистралей (91 или 92), соединяющих этот город с Ванкувером. Здесь, как и при открытии ресторанов в США, одним из факторов микроуровня являлась транспортная доступность.

К экономически слаборазвитым (развивающимся) странам, относительно зрелого капитализма, странам зависимого плантационного хозяйства, где открылись первые рестораны «Макдоналдс», относятся Коста-Рика, Пуэрто-Рико, а также такие территории, как Виргинские острова, Гуам. В этой категории основными макрофакторами для развития сети являлось то, что территории были зависимы от США. Также, одним из факторов развития сети быстрого питания здесь являлось развития туризма для американцев.

Пуэрто-Рико имеет статус «неинкорпорированной организованной территории», что означает, что данная территория находится под управлением США (а не является их неотъемлемой частью). «Макдоналдс» в Пуэрто-Рико появился в 1967 г., так же, как и в Канаде. Виргинские острова являются владением США в Карибском море, общий надзор над островами осуществляется министерством внутренних дел США. Основа экономики – туризм [1, 2]. В 1977 г. страну посетило 565,8 тыс. туристов. «Мак-

доналдс» в США в то время распространился практически по всем штатам. Посещая рестораны «Макдоналдс» на Виргинских островах и в Пуэрто-Рико, американцы могли почувствовать себя «как дома».

Гуам расположен в западной части Тихого океана на архипелаге Марианских островов. Экономика Гуама поддерживается, прежде всего, туризмом и находящейся на острове американской военной базой, занимающей треть острова. Начиная с 1960 г., в Коста-Рике начал развиваться промышленный сектор. Основным внешнеторговым партнером этой страны традиционно являлись США. Одной из основ экономического развития Коста-Рики была либерализации торговли, принятие Трактата о Свободной Коммерции (TLC) с другими странами, в том числе США. Такая либерализация торговли способствовала ряду структурных изменений в экономике, которые привели к росту производительности, увеличению факторов производства, диверсификации экономики и высокому уровню инвестиций. Все эти изменения происходили с 1960 г., территория прогрессировала в своем развитии. В 1970 г. здесь был открыт первый «Макдоналдс».

Второй период выделяется с 1971 г. по 1983 г., когда компания «Макдоналдс» характеризуется выходом на европейский и азиатский рынки. Рестораны появляются в главных высокоразвитых странах, небольших высокоразвитых странах Западной Европы, и в развивающихся странах относительно зрелого капитализма. Основным фактором развития сети на макроуровне здесь является экономическое состояние стран. Обзор данных рынков начнем с главных высокоразвитых экономических стран, по типологии В. В. Вольского [5], к ним относятся: США, ФРГ, Япония, Франция, Великобритания, Италия.

Выделяемые страны данной группы, где были открыты рестораны «Макдоналдс» с 1971 г. по 1983 г., – ФРГ, Франция, Япония, Великобритания. Именно стремительный экономический рост ФРГ, Франции, Японии с 50-х гг. привлек в эти страны рестораны быстрого обслуживания «Макдоналдс». Наряду с происходящими изменениями в экономики этих стран, происходили изменения и в образе жизни людей, распределением доходов, свободного времени. Именно это и явилось факторами привлечения исследуемой ресторанной сети.

К небольшим высокоразвитым странам Западной Европы относятся такие страны, как Австрия, Швеция, Швейцария, Ирландия, Дания, Бельгия, Норвегия, Нидерланды. Стабильное высокое экономическое развитие этих стран и высокий уровень благосостояния их граждан способствовал открытию в них ресторанов «Макдоналдс». Рестораны предлагали качественную и вкусную продукцию, быстрое обслуживание по сравнительно низкой цене. Питание в ресторанах «Макдоналдс» по сравнительно низкой цене стало альтернативой питания дома.

В этот же период сеть появляется в экономически слаборазвитых странах относительно зрелого капитализма внешнеориентированного приспособленческого развития, таких как Сингапур, Сянган, Малайзия. В этой категории основными макрофакторами развития сети являлись показатели экономического роста, с 1950-х гг. Сингапур и Сянган называют «азиатскими тиграми» – страны, демонстрировавшие высокие темпы экономического развития с начала 60-х гг. Основным фактором появления сети здесь является экономическое состояние стран и перспективы их стремительного экономического развития.

Другим вектором распространения сети в этот период остаются экономически слаборазвитые (развивающиеся) страны, относительно зрелого капитализма, страны зависимого плантационного хозяйства: Багамские острова, Никарагуа, Гватемала. Основными макрофакторами развития сети здесь являлось то, что территории были зависимы от США.

Следующий этап развития сети выделяется с 1984 г. по 1991 г. и характеризуется открытием большого количества ресторанов в развивающихся азиатских и латиноамериканских странах. Рестораны сети появляются в таких странах, как Венесуэла, Куба, Аргентина, Южная Корея, Индонезия, Уругвай. Структуры экономики этих стран состоят в том, что ничтожная доля самодеятельного населения – своего рода экономический анклав (менее 1%) – дает основную часть общественного продукта, которая обеспечивает очень высокую долю доходов государства (уступающую лишь «чистым» крупным нефте-экспортам) и, поступая в перераспределение, оказывает решающее влияние на все сферы хозяйства [6]. Это приводит к ускорению развития инфраструктуры и в какой-то мере обрабатывающей промышленности. Организованное рабочее движение в этих странах начиналось в иностранных горнопромышленных анклавах, где в результате длительной экономической борьбы смогло добиться значительно более высокого уровня зарплаты, чем во всех других отраслях экономики. Таким образом, сначала в горнопромышленных анклавах, а затем и в других отраслях экономики уровень заработной платы рабочих увеличился, тем самым и улучшился уровень жизни. Улучшение уровня жизни стало фактором развития сети в выделяемых странах.

Рестораны появляются в ключевых развивающихся странах: Мексика, Китай. В Индии первый «Макдоналдс» появляется немного позднее, в 1996 г.

В этот же период «Макдоналдс» открывается в России. По объему ВВП они входят в первые полтора десятка стран зарубежного мира (причем Китай вошел соответственно на 7-е место после «большой шестерки», опередив Канаду). Эти страны производят почти столько же промышленной продукции, сколько все остальные развивающиеся страны, вместе взятые. При этом в их промышленности сложилась самая диверсифицированная структура производства, сопоставимая с таковой в развитых странах (доля машиностроения, например, во всех четырех странах превышает 20%). В Мексике и Китае размещены 500 крупнейших промышленных корпораций мира, именно в этих странах расположены 100 крупнейших мировых банков. Соответственно, Россия, Мексика и Китай стали новым рынком компании «Макдоналдс» с 1984 г. по 1991 г.

В этот же период развитие сети продолжается в высокоразвитых и среднеразвитых странах Западной Европы, таких странах, как Финляндия, Андорра, Люксембург, Италия, Венгрия, Греция, Португалия. Факторами развития сети здесь явились стабильное экономическое развитие этих стран и достаточно высокий уровень благосостояния их граждан.

Следующий период выделяется с 1992 г. по 2000 г. Основная тенденция этого периода – выход компании «Макдоналдс» на африканский и арабские рынки и устойчивый стабильный рост количества ресторанов на всех уже освоенных ранее рынках. Рестораны сети появляются в развивающихся странах относительно зрелого капитализма, финансовоизбыточных крупных нефтеэкспортерах: Саудовская Аравия, Бахрейн, Оман, Кувейт, ОАЭ, Катар, Йемен. «Макдоналдс» открывается именно в этих странах потому, что там прослеживается активное экономическое развитие, рост благосостояния населения, появление большого числа рабочих мест и повышение уровня жизни. Все это способствует появлению спроса на быстрое, качественное и недорогое питание.

В этот же период рестораны появляются в развивающихся африканских странах относительно зрелого капитализма: Египет, Марокко, ЮАР. Основным фактором для открытия ресторанов здесь является развитие туризма. Одна из маркетинговых стратегий компании, изученных далее, состоит в том, что «Макдоналдс» стремится вписаться в осваиваемый рынок, максимально учесть его специфику. «Макдоналдс» в Канаде должен восприниматься, как канадская компания, в Великобритании – как британская, в Японии – как японская. Именно поэтому одним из факторов развития

сети является развитие туризма. Чтобы люди, приезжая из других стран могли пообедать в своих «национальных» ресторанах «Макдоналдс».

Для европейского рынка в этот период характерно активное развитие сети в странах Центрально-Восточной Европы, в странах со средним уровнем развития: Польша, Чехословакия (1992 г.), Болгария, Латвия, Эстония, Румыния, Мальта, Словения, Хорватия, Литва, Кипр, Молдова. С 1990-х гг. это – промышленно развитые страны, начинающие свое постиндустриальное развитие.

С 2000 г. по 2011 г. выделяется современный этап развития сети. «Макдоналдс» появляется на таких неосвоенных рынках, как Черногория, Ирак, Босния и Герцеговина, Тринидад и Тобаго. Основными макрофакторами развития сети на современном этапе является стабильная политическая ситуация, общий экономический рост стран: появление свободного времени и средств у местного населения для питания «вне дома». За последние 10 лет наблюдается тенденция активного расширения сети в пределах тех рынков, на которых рестораны были открыты ранее [8].

Данные исследования помогают сделать ряд выводов. Изначально «Макдоналдс» открывался на зависимых от США территориях. Далее сеть стала расширяться и распространяться в такие страны, где экономика обладала наибольшим потенциалом. Начиная с 1967 г. и далее, основным фактором развития сети являлся социально-экономический фактор.

Если рассмотреть открытие ресторанов «Макдоналдс» по регионам мира, можно сделать вывод о том, что сеть распространялась из Северной Америки, стран Карибского бассейна и Центральной Америки в Австралию и Океанию, далее в страны Азии, Европы, Южной Америки и, последний макрорегион, где были открыты рестораны – Африка.

В настоящее время шесть стран – Канада, Япония, Германия, Австралия, Франция и Великобритания – известны как большая шестерка «Макдоналдс», именно они приносят компании примерно 80% доходов от основной деятельности ресторанов за рубежом.

Список литературы

1. Александрова, А. Ю. Международный туризм : учебник [Текст] / А. Ю. Александрова. – М. : Аспект Пресс, 2004. – 463 с.
2. Александрова, А. Ю. География туризма [Текст] / А. Ю. Александрова. – М. : Кнорус, 2008. – 592 с.
3. Крок, Р. McDonald's как создавалась империя [Текст] / Р. Крок ; пер. с англ. С. Кривошеин. – М. : Альпина бизнес Букс, 2008. – 386 с.
4. Лав, Ф. Д. McDonald's : О чем молчит БигМак? [Текст] / Ф. Д. Лав ; пер. А. Куряев. – М. : Эксмо, 2007. – 544 с.
5. Максаковский, В.П. Географическая картина мира : в 2-х кн. : уч. пособие для вузов [Текст] / В. П. Максаковский. – Кн. 1. – М. : Дрофа, 2009. – 480 с.
6. Страны крупноанклавного развития капитализма [Электронный ресурс] // Блог : Экономика БГЭУ. – URL : http://www.economy-web.org/?tag=osnov&paged=2. Проверено 21.03.2012.
7. Facella, Paul. Everything I know about business I learned at McDonald's [Electronic resource] / Paul Facella, Adina Genn // Todays Zaman. – URL : http://www.todayszaman.com/columnist-270477-everything-i-know-about-business-i-learned-at-mcdonalds.html. Проверено 07.04.2012.
8. Han, Jing. The Business Strategy of Mcdonald's [Electronic resource] / Jing Han // International Journal of Business and Management. – Canadian Center of

science and Education., 2008.– Vol. 3. – No. 11. – P.72–75. – URL : www.ccsenet.org/journal.html. Проверено 27.03.2012.

9. McDonald's [Electronic resource] / Official Portal. – URL : http:// www.mcdonalds.com. Проверено 05.04.2012.

ОБЗОР РАЗДЕЛА «ТУРИЗМ» НА АДМИНИСТРАТИВНЫХ САЙТАХ СУБЪЕКТОВ СЕВЕРНОГО КАВКАЗА

REVIEW OF THE SECTION «TOURISM» ON THE ADMINISTRATIVE WEBSIETS OF REGIONS OF NORTHERN CAUCASUS

О. В. Ивлиева, *заведующая кафедрой общей географии, краеведения и туризма Южного федерального университета, профессор, доктор географических наук, Ростов-на-Дону; ivlieva.o@mail.ru*

А. П. Гольдшмидт, *аспирант кафедры общей географии, краеведения и туризма Южного федерального университета, Ростов-на-Дону; antony.goldshmidt@mail.ru*

Д. В. Урянский, *аспирант кафедры общей географии, краеведения и туризма Южного федерального университета, Ростов-на-Дону; smexmarket@mail.ru*

O. V. Ivlieva, *Head of chair of the Department of general geography, Regional Studies and tourism of South Federal University, professor, doctor of geographical sciences, Rostov-on-Don, Russia; ivlieva.o@mail.ru*

A. P. Goldshmidt, *Postgraduate student of the Department of general geography, Regional Studies and tourism of South Federal University, Rostov-on-Don, Russia; antony.goldshmidt@mail.ru*

D. V. Uryanskiy, *Postgraduate student of the Department of general geography, Regional Studies and tourism of South Federal University, Rostov-on-Don, Russia; smexmarket@mail.ru*

В настоящее время важнейшим фактором развития туризма в регионе является широкое внедрение информационных технологий, самого современного способа сбора, хранения, распространения информации. Обеспечение туриста достоверной информацией и скорость ее распространения является одной из необходимых элементов туристской деятельности.

Российские и иностранные туристы зачастую не знают многих российских достопримечательностей, как добраться до мест туристского интереса, испытывают большие затруднения при самостоятельной организации путешествий. В то же время работники туриндустрии нуждаются в получении объективной оценки предприятий индустрии туризма и гостеприимства, с точки зрения качества услуг. Этот обмен информацией в настоящее время очень успешно осуществляется с помощью сети интернет в ряде регионов.

Сегодня новые информационные технологии успешно используются во всех регионах России, в том числе и на Северном Кавказе. На сайтах администраций всех субъектов Южного и Северо-Кавказского округов имеется информация, характеризующая в той или иной степени туристские ресурсы территории. Анализ информационных сайтов, посвященных туризму, показал, что базы данных туристических ресурсов республик в большей части структурированы и включают в себя следующие блоки: природный, историко-культурный, сервисный, рекреационный, событийный, этнический.

Были рассмотрены сайты двенадцати субъектов: Краснодарского, Ставропольского краев, Ростовской, Астраханской и Волгоградской областей. А также была проанализирована информация сайтов республик: Адыгеи, Карачаево-Черкесии, Кабардино-Балкарии, Калмыкии, Северной Осетии (Алания), Дагестана и Чеченской Республики.

Наибольшее количество информации для туристов содержит официальный туристический портал Краснодарского края (kurortkuban.ru).Он создан существующим в крае: «Департаментом комплексного развития курортов и туризма Краснодарского края». На сайте представлена информация, как для туристов, так и для сотрудников туристской сферы. Представлена информация о законодательной деятельности департамента в области туризма, последние новости туристской сферы, дано описание видов туризма, развитых в регионе, информация по деятельности операторов и турагентов. Веб-сайт организован иерархически. Приводится информация по всем районам региона (Абинский район, Анапа, Апшеронский район, Геленджик, Горячий Ключ и др.). Дается краткая характеристика района, возможно, получить информацию о видах отдыха на данной территории, перечень достопримечательностей, фото достопримечательностей, необходимые телефоны, список гостиниц.

Оформление выполнено очень качественно и наглядно, за счет приведенных карт-планов каждого района и края в целом. На портале имеется телефон федеральной службы поддержки туристов края, что непосредственно является большим подспорьем для пользователя-путешественника. Отдельным баннером выведена ссылка на «реестр санаторно-курортного комплекса края» (объекты туристского показа, турфирмы, реестр аттестованных экскурсоводов, реестр автокемпингов, реестр пляжей, реестр санаторно-курортных предприятий, реестр малых средств размещения).

Организовано голосование за выбор лучшего курортного района. Создана «виртуальная приемная», которая позволяет подавать обращения в адрес руководителя департамента комплексного развития курортов и туризма Краснодарского края, а также отслеживать ход их рассмотрения и исполнения выданных по данному обращению поручений. Сайт представлен на двух языках (англ., русск.).

На официальном туристском портале Ставропольского края (туристическое Ставрополье – stavtourism.ru) размещена достаточно подробная информация о крае (история края, история КМВ). Дается также детальная характеристика районов, наглядная карта-схема района, с нанесенными туристическими центрами региона, информация о населенном пункте, его достопримечательностях, количестве жителей, приводится краткая историческая справка, погода.

Описание курортов дается отдельно. Приводится список курортов и поисковая система объектов:

- Города-курорты.
- Санатории.
- Турфирмы.
- Экскурсионные бюро.
- Экскурсии.

В портале описаны основные экскурсии по краю, экскурсии часто сопровождаются легендами региона.

Очень интересно представлена возможность «планирования отдыха» в крае. Есть возможность автоматически рассчитать какие экскурсии вам можно посетить за период Вашего нахождения в крае, выбор экскурсий привязан не только ко времени, но и к вашему географическому размещению в крае.) Детально описаны все виды туризма, получившие развитие (деловой туризм, культурно-познавательный туризм, лечебно-оздоровительный туризм, религиозный туризм, экологический туризм, охота и рыбалка и др.) Достопримечательности сгруппированы тематически. Дается ха-

рактеристика природных объектов: заповедников, лесов, гор, скал, холмов, рек, озёр, водохранилищ. В разделе паломничество дается характеристика: церквей, храмов, монастырей, святых источников. Информация о культурных и архитектурных объектах также дается по разделам: музеи, галереи, театры, филармонии, памятники, мемориалы, памятники культуры, исторические места. Приведен «календарь туристских событий». Размещена «фотогалерея».

Очень развернуто на сайте дается раздел «Транспорт и размещение» (автобусы, самолёты, поезда). Даётся ссылка на расписание, есть возможность самому рассчитать транспортные расходы и просчитать маршрут. Даётся подробный перечень гостиниц края. Есть возможность он-лайн бронирования в гостиницах и санаториях региона. Приведен реестр туроператоров и гостиниц, ресторанов и кафе, кинотеатров, ночных клубов и др. К сожалению, отсутствует англоязычная версия сайта.

На официальном сайте туризма Ростовской области (dontourism.ru) подробно дана информация о Донском крае (общая природная и экономико-географическая характеристика области, история края, города и районы, население, Ростовская область на карте мира, Ростовская область на карте России, карта Ростовской области, соседние регионы, международное и межрегиональное сотрудничество, расчет расстояний). Представлены маршруты, туристская инфраструктура, достопримечательности, «видеогид» представляет видеоинформацию о регионах и достопримечательностях области.

Вывешиваются новости о туристских мероприятиях в регионе: выставки, конгрессы, событийные мероприятия и т. д. Представлены все виды туризма региона (познавательный, событийный, конгрессный, детский, промышленный, сельский и этнографический, водный, экологический, социальный, конный). Приведены реестры объектов туриндустрии: гостиницы, санаторно-курортные комплексы, турфирмы, музеи.

Есть возможность в разделе «Обратная связь» в режиме он-лайн задать любой вопрос о туризме в регионе. Также существует раздел «Вопрос – ответ» с перечнем наиболее часто задаваемых вопросов и ответов на них. Проводится опрос посетителей сайта. Например: Какие мероприятия Вы предпочитаете? Художественные выставки, животный мир. Музыкальные представления. Сайт представлен на двух языках (русском и английском.)

Сайт Республики Адыгея посвященный туризму (adyghea.ru) включает 22 раздела. Раздел «Новости» информации не содержит, да и ряд разделов находятся в стадии доработки. Достаточно подробно дана характеристика особо охраняемых природных территорий. Приведена карта ООПТ Адыгеи, дана общая информация о «Кавказском биосферном заповеднике» (географическое положение, характеристика рельефа и климата территории, краткая информация о видовом составе флоры и фауны), информация о существующих заказниках и местах их нахождения, полный перечень памятников природы. Дается характеристика основных археологических памятников федерального и регионального значений, описание музеев, галерей, ансамблей, оркестров и театров республики, виды регионального туризма (экологический туризм, спортивный и экстремальный туризм, религиозный и паломнический туризм, лечебно-оздоровительный туризм) и районы, рекомендуемые для данного отдыха.

Раздел по туризму на сайте Карачаево-Черкесской Республики (kchr.info) отсутствует. В графе «О республике» можно узнать: общие географические данные, символы КЧР, общую информацию о городах и районах (история, перечень памятников, население), интересные факты (приведена общая информация о туристических достопримечательностях). На сайте есть ссылка на сайт министерства по физической культуре, спорту и туризму. Но на нем полностью отсутствует информация по туризму (sport09.ru).

На сайте Кабардино-Балкарской Республики (pravitelstvokbr.ru) есть ссылка «социально-общественная сфера», в неё включена вкладка «туризм», в которой выделя-

ются разделы: виды отдыха, туристские маршруты и экскурсии, турбазы, базы отдыха, гостиницы и пансионаты, санаторно-курортные учреждения.

Но ни одна из этих вкладок, к сожалению, не работает. Раздел находится в разработке. Лишь раздел главной страницы сайта «О Кабардино-Балкарской Республике» содержит общие сведения о регионе, карту республики, короткую историю края, информацию о знаменательных событиях.

На главной странице сайта Северная Осетия (Алания) (rso-a.ru) в разделе «О республике» есть вкладка «туризм и курорты», где дается краткая информация о курортах: Дейское ущелье, Дигорское ущелье, курорт Кармадон, курорт Тамисе и Урсдон. Иной информации для туристов на сайте не представлено.

На главной странице сайтов Чеченской Республики (Chechnya.gov.ru), Республики Дагестан (e-dag.ru), Республики Калмыкия (kalmregion.ru) представлена в основном общая информация о республиках. Приведены данные о природе и климате, истории и культуре (дается описание традиций народов и колорит национальной кухни). К сожалению, информация представлена в малом объеме, особенно о действующих на сегодняшний день туристических объектах: гостиницах, турбазах, турфирмах.

В целом, необходимо отметить, что наиболее полную информацию для туристов имеют сайты Краснодарского, Ставропольского краев и Ростовская область. На административных сайтах большинства субъектов Северного Кавказа практически не представлена информация о законодательной деятельности департаментов в области туризма, не всегда освещены последние новости туристской сферы, не всегда хорошо представлена информация по деятельности туроператоров и турагентов, информационных центров, нет характеристики туристических объектов по отдельно взятым районам.

Все больше и больше выбор туристом путешествия базируется на информации, полученной из интернета: об интересном объекте, об условиях проживания, транспортной доступности и др. Отдыхающие хотят увидеть что-то интересное, редкое, уникальное, удивительное... Поэтому при формировании массивов информации о туристических возможностях территории нужно как можно тщательнее подбирать информацию, всесторонне и детально характеризуя объекты, снабжая информацию картографическим материалом, фото- и видео сопровождением.

КОНТРАКТЫ ЖИЗНЕННОГО ЦИКЛА И РЕАЛИЗАЦИЯ КОМПЛЕКСНЫХ ПРОГРАММ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ И РАЗВИТИЯ ИНФРАСТРУКТУРЫ ТУРИЗМА

CONTRACTS OF LIFE-CYCLE AND REALIZATION OF COMPLEX PROGRAMS OF IMPROVEMENT AND DEVELOPMENT OF TOURISM INFRASTRUCTURE

А. А. Клейман, *профессор Балтийской академии туризма и предпринимательства, доктор экономических наук, профессор, Почётный работник высшего профессионального образования РФ, г. Санкт-Петербург; aklejman@yandex.ru*

О. А. Бабанчикова, *доцент кафедры туристского бизнеса Института бизнес-коммуникаций Санкт-Петербургского государственного университета технологии и дизайна, кандидат экономических наук, г. Санкт-Петербург; babaolga@rambler.ru*

A. A. Kleyman, *Professor of the Baltic Academy of tourism and entrepreneurship, doctor of economic Sciences, Professor, Honored worker of higher professional education of the Russian Federation; aklejman@yandex.ru*

O. A. Babanchikova, *associate Professor of the Department of tourist business of the Institute of business communications of Saint-Petersburg state University of technology and design, candidate of economic Sciences; babaolga@rambler.ru*

Аннотация. *На основе анализа зарубежного опыта в статье представлено обоснование целесообразности использования инновационного подхода при создании и модернизации инфраструктурных объектов туризма – контрактов жизненного цикла (КЖЦ). По мнению авторов статьи, КЖЦ позволяют повысить качество и эффективность, сократить сроки строительства объектов туристской инфраструктуры.*

Ключевые слова: *инфраструктура туризма, контракты жизненного цикла, концессия, внутренняя норма доходности, ключевые показатели эффективности*

Abstract. *On the basis of the analysis of the foreign experience in the article presents the substantiation of expediency of use of innovative approach in the creation and modernization of the infrastructure of the tourism life cycle contracts (LCC). In the opinion of the authors of the article, LCC allow to improve the quality and effectiveness, to reduce the terms of construction of objects of tourist infrastructure.*

Keywords: *infrastructure of tourism, the life-cycle contracts, concession, internal rate of return, key performance indicators*

Основные причины отставания российского туризма – это устаревшая или дорогая гостиничная база, неразвитая транспортная инфраструктура внутри страны, не очень качественный сервис, сложная процедура выдачи виз, устаревшие миграционные регламенты. Но, по мнению большинства экспертов, главным препятствием для развития туризма в России является низкий уровень развития его инфраструктуры. На совещании в Краснодаре по развитию туризма, с участием президента РФ в марте 2012 г., снова был поднят вопрос о разработке механизмов поддержки туристической отрасли и развитии её инфраструктуры на предстоящие годы [2].

В 2011 г. объем внутреннего туризма в России составил 33,3 млн чел. Объём въездного туризма практически не увеличивается и составляет примерно 2 млн чел. Туризм дает немногим более 3,4% ВВП страны. И это при том, что потенциальные возможности России составляют от 40 до 70 млн туристов в год [3]. Государство намерено в течение шести лет выделить из бюджета на развитие въездного и внутреннего туризма 100 млрд руб. Как известно, в настоящее время реализуется Федеральная целевая программа «Развитие внутреннего и въездного туризма в РФ (2011–2018 годы)» с общим объемом финансирования 332 млрд руб., из которых 96 млрд – средства федерального бюджета. Цель программы – повышение конкурентоспособности российского рынка туристических услуг.

Как представляется, для того, чтобы рос туристский поток в нашу страну, необходимо решить главную проблему: ускоренными темпами развивать транспортные системы и средства размещения, которые являются основными элементами инфраструктуры туризма. Транспортные расходы для наших туристов – жителей Центральной России, Сибири и Дальнего Востока – составляют до 70% стоимости отдыха и лечения. Эти чрезмерно высокие цены просто лишают жителей многих регионов страны самой возможности отдыхать на родине, и они едут за границу [7].

За последние годы появились положительные примеры подвижек в сторону снижения стоимости перевозки пассажиров на воздушных судах. Например, строительство нового аэропорта в Кавказских Минеральных Водах позволило снизить цены на авиабилеты до 60% и увеличить пассажиропоток на 20%, т. к. этим новым аэропортом стали пользоваться основные транспортно-авиационные компании страны [3].

Но, учитывая масштабы страны, нужны не отдельные проекты, а качественный прорыв в комплексном развитии туристской инфраструктуры. В 2011 г. финансирование дорожного строительства было увеличено на 40% к 2010 г., до 700 млн руб. Такие ресурсы позволяют в течение пяти – десяти лет кардинально изменить ситуацию. Только в рамках федеральных проектов до 2020 г. будет построено 18 тыс. км дорог [9]. Очевидно, что в сложившейся ситуации необходим инновационный подход к повышению эффективности освоения бюджетных средств.

Один из ключевых недостатков существующей модели финансирования и строительства объектов дорожной инфраструктуры – отсутствие у подрядчиков экономической мотивации к качественному выполнению работ. Сегодня единственным критерием выбора поставщика является цена. Подряды зачастую получают малоизвестные компании, демпингующие за счет снижения качества, применения дешевых материалов. Экономия на стадии контракта на строительство оборачивается в процессе эксплуатации дорог значительными эксплуатационными издержками, размер которых нередко превышает объем инвестиций в строительство. Эту неудачную конструкцию необходимо менять. Более эффективной, во всех смыслах, альтернативой является распространенная за рубежом модель контрактов жизненного цикла (КЖЦ) [9].

По контракту жизненного цикла частная компания берет у государства в управление дорогу на срок от 10 до 30 лет. Инвестиционный вклад оператора заключается в финансировании строительства или реконструкции трассы, в оснащении дороги современными интеллектуальными системами управления движением и пр. В свою очередь государство, оставаясь собственником автотрассы, оплачивает частникам услуги по ее качественной эксплуатации. КЖЦ могут применяться при строительстве и эксплуатации как платных, так и бесплатных дорог. Разница лишь в том, что в первом случае оператор выполняет агентские функции, собирая деньги с пользователей автодорог в пользу собственника инфраструктуры. Государство же расплачивается с оператором по фиксированным ставкам, которые не зависят от трафика. Разновидностью КЖЦ выступают сервисные (операторские) контракты, однако они могут заключаться не на весь жизненный цикл объекта.

Маржа оператора по КЖЦ зависит от его расторопности и эффективности. Оператор получает деньги только с того момента, когда дорога начинает функционировать. Если же этого не происходит в оговоренные сроки, либо дорога требует ремонта, платежи могут быть заморожены, а на исполнителя наложен штраф. В случае несоответствия дороги заданному в КЖЦ уровню качества концессионеру придется ремонтировать трассу за свой счет или терять прибыль. Размер оплаты по контракту может понижаться в случае обнаружения неровностей покрытия, плохой разметки, при частых ремонтах, превышении зафиксированного в контракте максимального количества ДТП и т. д. КЖЦ отметают соблазн построить объект как можно дешевле в расчете на то, что ремонтировать его будет уже другой подрядчик [9]. Как правило, проекты, основанные на использовании КЖЦ, реализуются через механизмы проектного финансирования. Под каждый проект создается специальная управляющая компания.

КЖЦ распространены во многих зарубежных странах. Возможно, в ближайшее время контракты жизненного цикла будут применяться и в России. Будут внесены поправки в закон «О концессионных соглашениях», которые позволяют применять схему КЖЦ. Разработаны нормативы по содержанию автомобильных дорог. Контракты жизненного цикла (КЖЦ) могут стать именно тем решением проблем обслуживания и развития инфраструктуры туризма, поиск которого ведется уже длительное время. В отличие от концессии (государственно-частного партнёрства – ГЧП) исполнитель договора не зависит от сопутствующей деятельности и выручки от нее – он получает вознаграждение за осуществление сервисного обслуживания вверенного ему

объекта инфраструктуры. Несмотря на то, что оба типа контрактов являются контрактами ГЧП, концессии и контракты жизненного цикла имеют ряд существенных отличий. Ниже представлена их сравнительная характеристика (табл. 12).

Европейское сообщество использует данную правовую форму договора (КЖЦ) чрезвычайно активно. Так в Великобритании до 90% дорог строится и ремонтируется именно под эгидой контрактов жизненного цикла [8] (включая высокоскоростную магистраль между Лондоном и тоннелем под проливом Ла-Манш [7]). Годовые обороты по контрактам жизненного цикла достигают 60 млрд фунтов стерлингов [11].

Для того чтобы выявить основные достоинства и недостатки КЖЦ, проведем его развернутое сравнение с наиболее распространенными в настоящий момент схемами. Наиболее очевидным преимуществом для заказчика, в данном случае, является детерминированность всех исходящих финансовых потоков. При этом оплачивается только результат: любое несоответствие стандарту может служить основанием для отмены платежа, т. к. является нарушением существенных условий контракта со стороны исполнителя. Немаловажен и тот аспект, что оплата производится уже после ввода объекта договора в эксплуатацию, т. е. заказчик на этом этапе уже имеет возможность ощутить полезный эффект, а, возможно, и использовать его в качестве источника финансирования. Общая экономия от внедрения данного метода управления инфраструктурными проектами составляет 30%.

Таблица 12.

Сравнение КЖЦ и концессионных договоров (ГЧП) [5]

Критерий сравнения	*Концессионный контракт*	*Контракт Жизненного Цикла*
Срок действия	~10–25 лет	~10–25 лет
Мотивация	Зарабатывать любой ценой, эксплуатируя объект	Создать качественную дорогу
Надежность входных денежных потоков для подрядчика/концессионера	Низкая. Зависит от конъюнктуры рынка и будущих потрясений. Очень опасная схема на длительных сроках	Высокая. Гарантируется государством и зависит только от качества работы подрядчика
Качество поддержки объекта	Среднее, ибо нет мотивации на поддержку качества	Высокое, ибо оплата есть функция качества, проверяемого по очевидным внешним качествам объекта
Выгода для государства	Только краткосрочная, ибо дорога обходится дешевле. В долгосрочной перспективе развитие экономики стагнируется дополнительными поборами монополиста-концессионера	Долгосрочная – за счет эффективной транспортной системы и бурного экономического развития подключенных к магистрали регионов
Публичное восприятие	Платные дороги воспринимаются российскими гражданами негативно	Бесплатная качественная дорога очень позитивно воспринимается публикой
Дополнительные затраты на обслуживание системы оплаты	До половины собираемых средств за проезд идет на поддержание самой системы сбора средств	Нет. Дорога бесплатна для пользователей

Данная схема организации платежей, однако, может быть не столь привлекательна для исполнителя. Но уязвимость исполнителя перед внезапными сдвигами цен на материальные ресурсы, в том числе на строительные материалы, горючее и электроэнергию, которая также рассматривается как атрибут контрактов жизненного цикла, может быть уменьшена путем заключения долгосрочных контрактов с поставщиками. Как показал опыт Финляндии, внедрение контракта жизненного цикла стимулирует исполнителя как можно скорее начать эксплуатацию объекта. Сроки строительства сокращаются вдвое (с 6 лет до 3) [5].

При реализации контракта жизненного цикла проблема соблюдения технологии решается радикально: требования к ней могут не быть установлены, т. к. исполнитель

самостоятельно отвечает за все решения, принимаемые им при реализации долгосрочного проекта. При этом важно понимать, что в данном случае требуется радикально новая система критериев проверки. В Европе система показателей для дорожных объектов включает такие значения как пропускная способность дороги, средняя скорость автомобильного потока на участке, время прибытия экстренных служб к месту аварии и отклонение от среднего уровня аварийности [11].

Переход от контроля технических параметров к контролю результатов конечной деятельности (KPI – Key Performance Indicators – ключевые показатели эффективности) является одной из основных организационных проблем при внедрении механизма контрактов жизненного цикла.

Определение справедливой цены в данном случае также представляет сложность. В странах ЕС считается нормой, если на этапе заключения договора IRR (англ. *internal rate of return* – внутренняя норма доходности – ВНД) проекта составляет порядка 7%, что соответствует средней доходности долгосрочного вложения на рынке капитала. Внутренняя норма доходности IRR (ВНД) – это процентная ставка, при которой чистый дисконтированный доход (NPV) равен 0. NPV рассчитывается на основании потока платежей, дисконтированного к сегодняшнему дню. В России с учетом большего принимаемого исполнителем риска целевой показатель должен быть в несколько раз выше.

При принятии инвестиционных решений ВНД используется для расчета ставки альтернативных вложений. При выборе из нескольких проектов с разными ВНД, выбирается проект с максимальным значением ВНД. Данный критерий не используется, если денежные поток несколько раз за рассматриваемый период меняет знак [1].

Исполнитель КЖЦ вкладывает средства в строительство дороги самостоятельно, которые возвращаются в течение нескольких лет по мере получения оплаты от клиентов. Заказчик гарантирует выплаты в течение срока действия договора (10–20 лет). На дороге, закрытой на ремонт, оплата не производится. Также финансирование может быть сокращено в случае обнаружения неровности покрытия, плохой разметки или отсутствия указателей, увеличения количества ДТП, а также в случае нареканий пользователей на качество шоссе. Согласно новой модели клиент платит, когда на дороге нет никаких проблем. Подрядчик будет стремиться качественно и быстро, как только возможно, закончить строительство, чтобы начать возврат вложенных средств. Модель применения КЖЦ при строительстве и эксплуатации дорог в Нидерландах планируют внедрить при строительстве региональных дорог в Пермском крае (рис. 23).

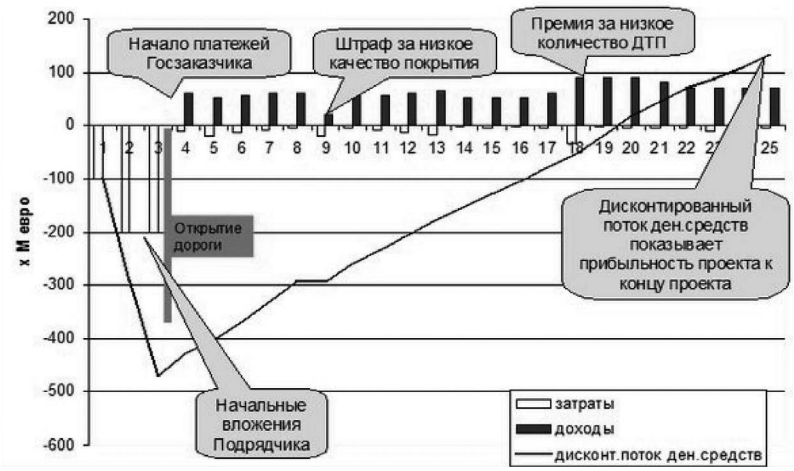

Рис. 23. Модель применения КЖЦ при строительстве и эксплуатации дорог в Нидерландах [4]

Так как жизненный цикл содержит несколько этапов проекта: разработку, строительство и эксплуатацию – исполнитель не заинтересован в том, чтобы сэкономить на нарушении норм технологического процесса. Встроенные экономические стимулы контрактов жизненного цикла повышают степень ответственности исполнителя. Качество исполняемых работ задается заранее через систему KPI, а методы его достижения не рассматриваются в рамках договора. Контракты жизненного цикла дают возможность оперативного внедрения новых технологий, что соответствует обозначенному курсу на модернизацию российской экономики.

Процедура проведения конкурса при заключении контрактов жизненного цикла резко упрощается. Помимо этого, распространенные в настоящее время схемы присвоения рейтинга исполнителям на этапе предварительного отбора позволяют сразу исключить неблагонадежных партнеров из конкурса [10]. С учетом кризисных процессов в ряде регионов России запуск в них инфраструктурных проектов может запустить механизмы развития производства.

Дороги являются важнейшей составной частью туристской инфраструктуры. Дальнейшее развитие въездного и внутреннего туризма невозможно без создания современных дорог на территории России. Государство тратит на их строительство и содержание немалые деньги – 2,7 трлн руб. (с 2002 г. по 2010 г.), а ситуация кардинально не меняется. В ближайшие годы будет выделено еще больше средств: бюджет Федерального дорожного фонда запланирован в 4,5 трлн руб. (2,7 трлн – на строительство, 1,8 трлн – на содержание дорог), региональных фондов – 3,9 трлн руб. [6]. На основании проведенного сравнительного анализа контрактов жизненного цикла и применяемых в настоящий момент инструментов поддержания функционального состояния инфраструктуры можно сделать вывод о перспективности нового механизма для решения существующих системных проблем, в том числе и в сфере развития инфраструктуры туризма. Можно также утверждать, что контракт жизненного цикла, как форма гражданско-правовых отношений, может стать комплексным и органичным решением, влияющим на сотрудничество государства и частных компаний в области развития инфраструктуры туризма при помощи экономических стимулов.

В заключение, хотелось бы выразить надежду, что опыт применения контрактов жизненного цикла подтвердит их высокую эффективность, а их широкое внедрение позволит повысить качество обслуживания инфраструктуры, в том числе и инфраструктуры туризма, на территории Российской Федерации.

Список литературы

1. Внутренняя норма доходности [Электронный ресурс] // Википедия. – URL : http://ru.wikipedia.org/wiki. (дата обращения 12.03.2012).
2. Граник, И. Дмитрий Медведев обещал создать новое туристическое ведомство в своем новом правительстве [Электронный ресурс] / И. Граник // Коммерсантъ : Издательский дом. URL : http://www.kommersant.ru/doc-y/1890167. (дата обращения 15.03.2012).
3. Кавказский туризм не за горами : 11.03.2012 [Электронный ресурс] // Интерфакс. – URL : http://www.interfax.ru/society/txt.asp?id=235364. (дата обращения 13.03.2012).
4. Планируется внедрить модель жизненного цикла при строительстве региональных автомобильных дорог в Пермском крае [Электронный ресурс] // Пермский региональный сервер. – URL : http://www.perm.ru/?id=110762&show=19442. (дата обращения 12.03.2012).

5. Проект Z-012 : Контракты Жизненного Цикла [Электронный ресурс] / рук. проекта Александр Турский // Инициативный фонд «ЗЕБРА». – URL : http://www.fondzebra.ru/ru/project/z012/. (дата обращения 20.02.2012).
6. Путин нашел управу на одну из двух главных бед России : 31.05.2011. [Электронный ресурс] // РБКdaily. – URL : http://www.sroportal.ru/news/?ELEMENT_ID=2511. (дата обращения 20.02.2012).
7. Ставцева, С. Президент Медведев «услышал» рекомендации турбизнеса по развитию отрасли : 13.03.2012. [Электронный ресурс] / С. Ставцева // RATA-news : ежедн. электр. газета Российского союза туриндустрии. – .URL : http://www.ratanews.ru/. (дата обращения 15.03.2012).
8. Строителей дорог обяжут следить за их состоянием долгие годы : 08.11.2011. [Электронный ресурс] // Интернет-портал «Российской газеты». – URL : http://www.rg.ru/2011/11/08/dorogi.html. (дата обращения 20.02.2012).
9. Ступин, И. Дорогам отмерят жизненный цикл : 10.10.2011. [Электронный ресурс] / И. Ступин // Группа «Эксперт». – URL : http://expert.ru/expert/2011/40/dorogam-otmeryat-zhiznennyij-tsikl/. (дата обращения 20.02.2012).
10. Contracting for Road and Highway Maintenance : March 2003 [Electronic resource] // The World Bank. – URL : http://www-esd.worldbank.org/pbc_resource_guide/Docs-latest% 20 edition/ cases-and-pdfs/htg21.pdf. (дата обращения 19.01.2012).
11. Public-Private Partnerships for Highway Infrastructure : Capitalizing on International Experience (Государственно-частное партнерство в дорожной инфраструктуре : опираясь на международный опыт) [Electronic resource] // United States Department of Transportation – Federal Highway Administration. – URL : http://international.fhwa.dot.gov/pubs/pl09010/ pl09010.pdf. (дата обращения 11.02.2012).

ХАРАКТЕРИСТИКА ОСНОВНЫХ ТУРИСТСКИХ ЦЕНТРОВ БЕЛЬГИИ

DESCRIPTION OF THE MAIN TOURIST CENTERS OF BELGIUM

А. А. Косова, *студентка кафедры рекреационной географии и туризма географического факультета МГУ имени М. В. Ломоносова; korsica@bk.ru*

A. A. Kosova, *student of Recreation Geography and Tourism Sub-department, Geographical Department, MSU, Moscow, Russia; korsica@bk.ru*

Аннотация. *Рассматривается соотношение туристских потоков по регионам Бельгии, и выделяются крупнейшие туристские центры страны, анализируются их отличительные черты, позволяющие успешно позиционировать себя на туристском рынке.*

Ключевые слова: *Бельгия, туристский центр, Брюссель, туристский поток, виды туризма*

Бельгия – небольшое государство в Западной Европе, расположенное между странами с крупнейшими экономиками в Европейском Союзе – Францией, Германией и Великобританией. На структуру туристских потоков в стране сильное влияние оказало экономико-географическое положение, исторические и интеграционные процессы.

Франция, Германия и Великобритания – одни из лидеров в индустрии туризма. В течение столетий эти три страны оказывали огромное влияние на развитие Бельгии, поэтому между странами существует тесная культурная, историческая и экономическая связь. Так, в 2010 г. лидерами в структуре въездных туристских потоков в Бельгию были Нидерланды (27%), Франция (16%), Великобритания (12%) и Германия (11,3%). Между этими странами и Бельгией либо полностью отсутствует, либо действует упрощенный (в случае с Великобританией) пограничный контроль. Бельгия располагается на перекрестке европейских дорог и служит транзитным пунктом для многих поездок.

Бельгия поделена на три региона: Фландрию (север страны), Валлонию (юг) и Брюссельский столичный регион. Фландрия является основным двигателем экономики Бельгии, здесь сконцентрировались крупнейшие промышленные предприятия страны. Валлония же, по сути, является дотационным регионом. Многолетнее соперничество между двумя бельгийскими регионами, нидерландоязычной Фландрией и франкоязычной Валлонией, определило их стратегию продвижения регионов на международном туристском рынке отдельно друг от друга.

Для Бельгии характерна гиперразвитость столичного региона, в том числе в плане туризма. Брюссель занимает лидирующие позиции по объему туристских потоков: в 2010 г. из 7 млн прибытий иностранных туристов на Брюссель, занимающий всего 0,5% от площади страны, пришлось 19% (табл. 13).

Таблица 13.

Количество прибытий в крупнейшие туристские центры Бельгии в 2010 г.

(Источник: [2].)

Центры туризма	*Всего*	*Иностранцы*	*Бельгийцы*
Брюссель	1 688 650	1 361 009	327 641
Антверпен	888 261	641 153	247 108
Брюгге	862 912	671 617	191 295
Гент	420 047	294 055	125 992
Остенде	371 758	102 688	269 070
Бельгия, всего	12 988 051	7 186 419	5 801 632

Брюссель – политический, исторический, экономический и культурный центр Бельгии. Столичные функции, а также выгодное расположение в центральной части страны сделали Брюссель важным транспортным узлом европейского масштаба. В структуре потоков в Брюссель около 80% составляют иностранные туристы, что связано с ориентацией города на деловой и культурно-познавательный туризм.

Исторически сложилось, что в Бельгии расположены штаб-квартиры крупных европейских организаций и транснациональных корпораций. В Брюсселе находятся штаб-квартиры Европейского союза и НАТО. Специально для учреждений Евросоюза в восточной части города был построен Европейский квартал. В столице страны проводится огромное количество различных конференций, симпозиумов, выставок. Поэтому в структуре туристских потоков в Брюссель преобладают деловые туристы. Именно в Брюсселе размещены крупнейшие гостиницы страны, благодаря огромным потокам туристов здесь – самая высокая плотность гостиничной застройки во всей Бельгии. В Брюсселе находится ряд штаб-квартир туристских организаций: Ассоциации ведущих школ гостеприимства в Европе (ЕВРОДИП), Европейской федерации конгрессных городов (ЕФКТ), Международной ассоциацией конгрессных центров (АИПК), Международной федерации журналистов и писателей, освещающих вопросы туризма (ФИЖЕТ), Международного бюро по социальному туризму (БИТС) [1].

Брюссель представляет собой своеобразное сочетание фламандской и валлонской культур. Помимо объектов Всемирного культурного наследия, мировую известность получили скульптура-фонтан «Писающий мальчик» и Атомиум – знаменитый кристалл железа, увеличенный в 165 миллиардов раз, спроектированный к открытию Всемирной выставки 1958 г. Сейчас Атомиум – это целый комплекс, в котором расположены гостиница, кафе, смотровые площадки и выставочные залы. Многие достопримечательности города активно используются для привлечения туристов. Например, по традиции, по праздникам «Писающего мальчика» одевают в тематические костюмы. Каждые два года в августе на площади Гран-Пляс выкладывают огромный ковер из живых цветов. Это событие привлекает туристов не только из Европы, но и со всего мира.

Большинство крупных туристских центров Бельгии находится во Фламандском регионе, как наиболее экономически развитом районе страны.

Первое место по концентрации туристских прибытий во Фламандском регионе занимает Антверпен – самый большой город во Фландрии, административный центр одноименной провинции. Город расположен всего в 5 км от голландско-бельгийской границы. Антверпен входит в число крупных торгово-финансовых центров Европы. В городе развит деловой туризм, т. к. здесь находится около 60 консульств различных государств, штаб-квартиры ведущих банков. Лидирующие позиции городу обеспечивает один из крупнейших в мире морских портов, входящий в двадцатку крупнейших в мире и являющийся вторым портом в Европе после Роттердама.

Антверпен является одним из центров европейской культуры (в 1993 г. город был провозглашён культурной столицей Европы) и гордится своими музейными коллекциями, особенно собраниями живописи. Антверпен знаменит как «город Рубенса». Есть в Антверпене и улица Рубенса, и бульвар Рубенса. На Гран-Пляс – одной из самых красивых площадей города, – воздвигнут бронзовый памятник художнику. Неподалеку от него, на пешеходной улице расположен трехэтажный дом живописца, в 1946 г. в нём был открыт музей Рубенса. Кроме «города Рубенса» есть у Антверпена и еще одно название – «город бриллиантов». Антверпен является главным в мире центром обработки алмазов и торговли бриллиантами. Гранильные мастерские сосредоточены в бывшем Еврейском, ныне Алмазном, квартале, занимающем площадь в 1 км^2. Одним из лозунгов города стал «Антверпен – лучший друг бриллиантов».

Вторым городом Фландрии по объему туристских потоков является Брюгге – административный центр Западной Фландрии. В Брюгге сочетаются богатая история, искусство и древнейшее ремесло кружевоплетения. Это также один из гастрономических центров Бельгии, что подтверждается обилием ресторанов с блюдами традиционной бельгийской кухни. На международных туристских выставках Брюгге позиционирует себя как шоколадная столица Бельгии и город с древней историей и культурой. Благодаря изрезанности города каналами и мостами Брюгге часто называют «Северной Венецией».

Гент занимает третье место по концентрации туристских потоков во Фламандском регионе. В Генте сохранились древнейшие образцы европейского замкового зодчества (Гравенстеен, башня Беффруа). В XIX веке в Генте начала бурно развиваться текстильная промышленность, поэтому город еще называли бельгийским Манчестером, благодаря обилию в нем хлопчатобумажных и шерстяных фабрик. Живые цветы с незапамятных времен являются визитной карточкой Гента, «города цветов». Каждые 5 лет в городе проводится фестиваль цветов «Гентские Флоралии». «Гентские Флоралии» является самым крупным фестивалем цветов в помещении в мире, это событие собирает около 300 тыс. посетителей.

Когда-то побережье Северного моря было усеяно небольшими рыбацкими деревнями. Сейчас они выросли и превратились в крупные бельгийские курорты: Остенде, Бланкенберге, Коксид, Де Хаан, Ньивпорт. Их характерной чертой является преобладанием бельгийцев в структуре туристских потоков (до 72%). Для иностранных туристов бельгийское североморское побережье не является столь привлекательным, как, например, побережье Средиземного моря: лето здесь холоднее, а купальный сезон короче. Даже в летний период температура воды не всегда комфортна для купания, поэтому помимо купально-пляжного туризма на североморском побережье развиваются активные виды туризма.

В структуре туристских потоков Валлония занимает последнее место среди трех регионов Бельгии. Регион ориентирован как на прием иностранных туристов, так и на прием бельгийцев, объемы этих потоков примерно равны. Но они значительно уступают потокам туристов во Фландрию и Брюссель. Объяснить это можно, в первую очередь, тем, что культурно-познавательный туризм, популярный на большей части территории Бельгии, в Валлонии менее развит. Дело в том, что Валлония граничит с Францией и Германией, на протяжении столетий эти воинственные державы посягали на независимость территории южной Бельгии. Многие валлонские города подвергались осаде, их захватывали и разрушали. В итоге многие памятники истории и культуры превратились в руины или были полностью уничтожены.

Особо следует отметить два туристских центра в Валлонском регионе – Дюрбюи и Спа. Город Дюрбюи с населением в 500 чел. позиционирует себя как самый маленький город в мире. Дюрбюи расположен на стыке трех геологических районов: плато Кондроз, понижения Фаменн и Арденнских гор. Контраст и мозаичность окружающих ландшафтов являются фактором для развития экологического и сельского туризма. В 2007 г. Дюрбюи был назван в числе десяти самых популярных центров сельского туризма на проходившем в Португалии Европейском форуме по туризму.

Есть мнение, что название популярных в наши дни спа-курортов произошло от бельгийского города Спа. Спа знаменит как бальнеологический курорт с термальными водами, обогащенными железом и углекислым газом. Он является одной из старейших водолечебниц, на протяжении столетий принимавшей отдыхающих, среди которых было немало известных людей. Главная достопримечательность города – ротонда в классическом стиле над источником, которая носит имя Петра I (он посещал Спа в 1717 г.). Кроме лечебного туризма в Спа развит событийный туризм. Здесь проводится один из этапов Формулы-1 – Гран-при Бельгии. В 1763 г. именно в Спа открылось первое в Европе казино, известное как «La Redoute». Казино Спа – это не просто залы для игр, это культурный центр, где проходят многочисленные выставки, концерты и спектакли. В 1769 г. к зданию казино был пристроен театр, в 1770 г. – бальные залы, затем вокруг были разбиты сады. А 19 сентября 1888 г. в Спа состоялся первый конкурс красоты, в котором приняли участие 350 участниц из разных стран.

Таким образом, в Бельгии наблюдается неравномерное распределение туристских потоков по территории страны. Значительные потоки направлены в центральную часть страны, в Брюссель. Это связано и со столичными функциями города, и с центральным положением на перекрестке европейских дорог, и с богатым культурным наследием города, и со статусом столицы Европейского союза. В связи с высоким уровнем экономического развития и богатыми культурными традициями большие потоки туристов принимает Фландрия. В регионе четко выделяются основные туристские центры: Антверпен, Гент, Брюгге, Остенде. Эти города соединены между собой автострадами, железнодорожными путями, реками и каналами. Туризм в Валлонском регионе менее развит по сравнению с другими. Во-первых, это связано с

недостатком культурно-исторических объектов, разрушенных в результате многих войн, и с тем, что экологический и сельский туризм только набирают популярность в Бельгии.

Продвижению туристских центров Бельгии способствует поиск уникальных особенностей городов, их «изюминок». Так, Брюгге позиционирует себя как столица бельгийского шоколада, Антверпен – город бриллиантов и один из крупнейших портов Европы, Дюрбюи – самый маленький город в мире, Спа – старейший центр бальнеотерапии. Помимо этого, каждый туристский центр Бельгии богат культурным наследием и достопримечательностями, а также может заинтересовать туристов различными видами отдыха и развлечений.

Список литературы

1. География туризма / кол. авторов ; под ред. А. Ю. Александровой. – М. : Кнорус, 2008. – 592 с.
2. Туристские прибытия и ночевки – по коммунам Бельгии, 2010 [Электронный ресурс] // Статистика Бельгии. – URL : http://statbel.fgov.be/fr/modules/publications/statistiques/marche_du_travail_et_conditions_de_vie/arrivees_et_nuitees_touristiques.jsp. Проверено: 16.04.2012.

КЛАСТЕР КАК ОСОБАЯ ФОРМА ОБЪЕДИНЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ ТУРИНДУСТРИИ

П. А. Кучинов, *аспирант кафедры рекреационной географии и туризма географического факультета МГУ имени М. В. Ломоносова; kupalex-mgu@mail.ru*

Как показывает международный опыт, кластеры в настоящее время начинают играть все более важную роль в формировании туристских центров и привлечении в них посетителей. По итогам исследовательских работ М. Портера, Н. Н. Пидгурской, А. А. Воронова, А. Ю. Александровой в данной области, выяснилось, что кластерная политика помогает также повысить конкурентоспособность таких центров и туристских продуктов, которые они создают. В результате, становится возможным предложить на рынок туристский продукт, который сочетается с установленными мировыми требованиями качества, выгодно выделяется по стоимости, а также обладает определенными характеристиками, способными позиционировать данный турпродукт, как нечто совершенно новое (инновационная составляющая) [4].

Вместе с тем, до сих пор продолжается дискуссия по поводу сходства и различий кластера с такими формами объединения предприятий как: консорциумы, конгломераты, ассоциации, синдикаты, картели, концерны и пр. Рассмотрим подробнее каждый из них.

Консорциум – временное договорное объединение двух или нескольких крупных компаний для осуществления крупного проекта. Таким образом, компании, получившие заказ, должны работать совместно на заранее согласованных между собой условиях. Целью формирования консорциума может быть устранение конкуренции между участниками либо объединение их возможностей. По достижении поставленной цели консорциум прекращает свою деятельность или преобразуется в иной вид договорного объединения.

Трест – форма объединения предприятий, связанных между собой однородностью выпускаемой продукции, в рамках которой участники теряют производственную,

коммерческую, а часто и юридическую самостоятельность и подчиняются единому управлению.

Конгломерат – группа компаний, работающая в разных сферах деятельности, слившихся в единую организацию. Конгломерат обычно создается компанией, стремящейся диверсифицировать производство настолько, чтобы стать относительно независимой от положения в какой-либо одной отрасли.

Синдикат – объединение предприятий для монопольной продажи продукции с целью вытеснения конкурентов и увеличения прибылей, лишающее отдельных участников, входящих в него, коммерческой самостоятельности при сохранении, в отличие от треста, самостоятельности производственной.

Картель – одна из форм объединения предприятий на договорной основе, при которой участники, сохраняя финансовую и производственную самостоятельность, определяют общую политику ценообразования. Целью образования является получение в общих интересах прибыли путем устранения и регламентации конкуренции между участниками.

Концерн – форма договорного объединения предприятий с правом юридического лица. Концерну присущи принципы комбинирования производства, стремление к выпуску конкурентоспособной продукции, внедрение новых технологий и техники, концентрация научного потенциала, сил и средств. Члены концерна сохраняют хозяйственную самостоятельность, но при этом не могут входить в состав других концернов.

Территориально-производственный комплекс (ТПК) – совокупность расположенных рядом друг с другом взаимосвязанных производств с общностью ресурсов сырья, топлива, полупродуктов, объектов вспомогательного хозяйства, производства и социальных инфраструктур, представляющая собой часть хозяйственного комплекса всей страны или какого-либо экономического района.

Кластер, как его определил М. Портер (основатель кластерного подхода): это «группа географически соседствующих взаимосвязанных компаний и связанных с ними организаций, действующих в определенной сфере и характеризующихся общностью деятельности и взаимодополняющих друг друга» [7].

Так почему же в рамках туристской индустрии модель кластера представляется наиболее удачной и часто применяемой?

К сожалению, главный недостаток любого определения – отсутствие наглядности. Чтобы четко увидеть основные особенности каждой формы объединения и понять генеральную идею, автор, на основе проанализированных из разных источников данных, разработал сравнительную табл. 14.

Для этого был выбран четкий набор критериев, приведенных в табл. 14, каждому из которых был присвоен весовой коэффициент с учетом значимости: от 0,1 – минимальный показатель, до 0,3 – максимальный. Степень значимости была определена экспертным путем. При ранжировании автор руководствовался наличием или отсутствием того или иного критерия для каждой из рассмотренных выше форм объединений и сформулировано основное их предназначение. На основе суммы баллов всех критериев с учетом коэффициентов кластерная форма объединения получила максимальный показатель в 1,5.

Сравнительный анализ показал, что наиболее близкими по структуре и функционированию являются концерн и кластер. Другие же формы объединения заметно отличаются.

Но почему, при практически полном совпадении критериев, М. Портер посчитал, что необходимо выделить отдельно кластер, как особую форму объединения предприятий?

Таблица 14.

Сравнительная характеристика различных форм объединений

Балл	*Критерий*	*Формы объединений*							
		Консорциум	*Трест*	*Синдикат*	*Конгломерат*	*Картель*	*ТПК*	*Концерн*	*Кластер*
0,1	Юридическая составляющая (договорной характер объединения)	●	●	●	●	●	●	●	◒
0,1	Имеет временные рамки жизни	●	○	○	○	○	○	○	○
0,2	Географически очерченная территория	○	●	○	○	●	●	○	●
0,3	Инновационная составляющая	○	○	○	○	○	○	●	●
0,2	Наличие конкуренции	○	○	○	○	◒	○	●	●
0,2	Обязательное наличие головного предприятия-центра	◒	●	○	●	○	●	◒	◒
0,2	В состав входят предприятия одной отрасли	●	●	●	○	●	○	○	○
0,1	Мощные функциональные связи между участниками	●	○	●	●	●	●	●	●
0,1	Финансовая и юридическая самостоятельность (отсутствие потери своих полномочий)	●	○	◒	◒	●	◒	●	●
	Основное предназначение	Совместное проведение крупных финансовых операций	Развитие по единому плану	Устранение конкуренции	Увеличение прибыли	Унификация цен на продукцию и условий их реализации	Повышение эффективности производства	Конкурентоспособная продукция, внедрение новых технологий	Конкурентоспособность отрасли, развитие инноваций
Общая степень совпадения		0,4	0,4	0,45	0,55	0,8	0,8	1,21	1,5

Значения символов в Таблице 14:

● – критерий присутствует;

◒ – критерий присутствует частично;

○ – критерий отсутствует.

Концерны, как и кластеры, образуются и функционируют на принципах государственно-частного партнерства. В мировой практике государство играет важную роль в процессе их формирования и развития, взаимодействуя при этом в тесном стратегическом альянсе с бизнесом [2]. Применительно к индустрии туризма, инициаторами формирования такого кластера могут выступать как руководители предприятий и организаций, работающих в туристической и смежной с туризмом сферах услуг, так и территориальные и центральные органы исполнительной власти, заинтересованные в развитии туристско-рекреационного кластера [6].

Для того чтобы окончательно разобраться в обоснованности выделения кластера в отдельную форму организации, рассмотрим сравнительную табл. 15 именно для этих оставшихся двух форм объединения на основе более детального отбора критериев.

Таблица 15.

Сравнительная таблица критериев концерна и кластера

Критерий	*Формы объединений*	
	Концерн	*Кластер*
Делегирование прав органу управления	●	◒
Проведение единой экономической политики	●	●
Единство собственности	●	◒
Вертикальная интеграция производства (наличие полного технологического цикла в нескольких отраслях экономики)	●	●
● – критерий присутствует ◒ – критерий присутствует частично		

Более детальный анализ, как видно из табл. 15, показал все нюансы обеих форм объединения. Рассмотрим их подробнее:

1. Делегирование прав органу управления.

Хотя при кластерной политике также возникают условия, когда участниками избирается Совет кластера, который призван оперативно управлять процессами взаимовыгодного сотрудничества участников кластера, данная процедура носит исключительно добровольный характер. В случае с концерном – это полностью закономерный процесс, в результате которого участники объединения лишаются части своих функций.

2. Проведение единой экономической политики.

Данный критерий в равной степени присутствует в обеих формах объединения, как в кластере, так и в концерне. При решении вопросов, связанных с целевым финансированием, развитием инфраструктуры, институциональными изменениями, представлении интересов на федеральном уровне и т. д., партнерами обеих форм объединения проводится единая экономическая политика, сопровождающаяся зачастую централизацией финансов [3, 5].

3. Единство собственности.

При объединении предприятий и организаций по принципу концерна, де-юре самостоятельность каждого члена сохраняется; де-факто все участники становятся подчиненными единому центру. В результате часть необоротных активов переходит в общее пользование и происходит объединение собственности [5]. При объединении в кластеры предприятия сохраняют относительную независимость, т. е. финансово члены кластера работают совместно, формируя конечную стоимость турпродукта, но централизации необоротных активов при этом не происходит [8]. Таким образом, критерий «Единство собственности» совпадает лишь частично.

4. Вертикальная интеграция производства (наличие полного технологического цикла в нескольких отраслях экономики).

По этому параметру «Вертикальная интеграция производства» механизм функционирования концерна и кластера совпадают.

Таким образом, можно сказать, что основным отличием кластерной стратегии объединения от всех прочих является относительно либеральные условия участия. Становится очевидным удобство применения кластерного принципа объединения предприятий. Развивая туристскую индустрию, основываясь на принципах кластерного подхода, предприятия, не нарушая свой сложившийся уклад и не теряя установлен-

ных экономических и информационных связей, имеют возможность развиваться в особой конкурентно-кооперационной среде. В рамках данной среды все участники – члены кластера выступают как полноценные игроки, обладающие равными правами и имеющие возможность в любой момент выйти из списка членов. В отличие от прочих форм объединения, участники не связаны практически никакими обязательствами и не облагаются никакими ограничениями. Такая среда благоприятствует активному развитию инноваций в области туризма и рекреации, делает возможным создание конкурентного туристского продукта с относительно невысокой конечной для потребителя стоимостью, благодаря слаженной, и максимально оптимизированной по затратам работе различных звеньев кластера (предприятия размещения, предприятия питания, транспортные и экскурсионные компании и пр.).

Для самого же государства кластерный подход в развитии туристского сектора будет способствовать более здоровому и активному развитию всех смежных с туризмом участников рынка (мультипликативный эффект). Модель кластерной стратегии будет содействовать децентрализации, смещению в территориальной структуре производства и станет играть важную роль в региональном развитии. Кластерный подход приведет к тому, что весь производственный цикл сосредоточится не на отдельных предприятиях, а в пределах относительно небольших территорий (туристских кластеров), где каждый участник кластера принимает участие в формировании конечной стоимости турпродукта, которая должна быть способна на рынке туруслуг [1]. При этом туристские предприятия, включенные в процесс и находящиеся в границах данных кластеров, продолжат конкурировать друг с другом в отдельных областях.

Список литературы

1. Адамова, К. З. Тематические туристские кластеры / К. З. Адамова // сб. науч. трудов асп. и студ. в ИИиМО : «Новый век: история глазами молодых». – Саратов : изд-во СГУ, 2008. – Вып. 7. – С. 215–218.
2. Александрова, А. Ю. Туристские кластеры : содержание, границы, механизм функционирования / А. Ю. Александрова // Современные проблемы сервиса и туризма. – 2007. – №1. – С. 51–61.
3. Марков, Л. С. Кластерная политика : региональный аспект / Л. С. Марков // Совет директоров Сибири. – 2007. – №5. – С. 42.
4. Мартышенко, Н. С. Проблемы формирования туристского кластера региона / Н. С. Мартышенко // Труды IV Междунар. науч.-практ. конференции МГУ им. М.В. Ломоносова : «Туризм и рекреация: фундаментальные и прикладные исследования», географический ф-т МГУ, Москва, 28–29 апреля 2009 г. – М. : Диалог культур, 2009. – С. 285–289.
5. Мироненко, Н. С. География мирового хозяйства / Н. С. Мироненко. – М. : Тревэл-Медиа Интернэшнл, 2012. – 352 с.
6. Пидгурская, Н. Н. Кластерный подход к регулированию туризма в регионе : дис ... канд. экон. наук : 08.00.05 / Пидгурская Наталья Николаевна. – Иркутск, 2006. – 163 с.
7. Портер, М. Конкуренция / М. Портер ; пер с англ. – М. : Изд. дом «Вильямс», 2001. – 597 с.
8. Цихан, Т. В. Теория и практика управления [Электронный ресурс] // Интернет-портал национального института системных исследований проблем предпринимательства. – URL : www.nisse.ru/business/article/article_986.html?effort=1. Проверено 15.03.2012.

БАНКРОТСТВО ТУРФИРМ: ВОЗМОЖНЫЕ РИСКИ И СПОСОБЫ ИХ СНИЖЕНИЯ

BANKRUPTCY OF TRAVEL AGENCIES: POSSIBLE RISKS AND WAYS OF THEIR DECREASE

А. А. Ларионова, *доцент ФБГОУ ВПО «Российский государственный университет туризма и сервиса», кандидат экономических наук, г. Москва; annla@list.ru*

A. A. Larionova, *Ph. D., Assotiate professor, FGBOU HPE « Russian state university of tourism and service», Moscow; annla@list.ru*

Аннотация. *Статья посвящена проблеме банкротства российских туроператоров. Рассмотрены причины банкротства, связанные с неправильным финансовым планированием деятельности туроператора. Раскрыты способы снижения риска банкротства: изменение в законодательстве – повышение размера финансового обеспечения и создание саморегулируемых организаций. Определено, что размер финансовых гарантий должен быть связан не только с объемом продаж, но и определяться условиями сотрудничества туроператора с партнерами. Рассмотрена возможность введения электронных путевок и страхования тура.*

Ключевые слова: *банкротство, финансовое обеспечение, мониторинг, финансовое планирование, саморегулируемые организации, электронная путевка, страхование, компенсационный фонд*

В 2011 г. в России обанкротились шесть туристических компаний, в начале 2012 г. приостановлена деятельность одного из крупнейших туроператоров России «Ланта-Тур Вояж» (торговая марка «Ланта-тур» была учреждена в 1991 г.). Туроператор специализировался на выездном групповом и индивидуальном туризме, организовывал собственные чартерные программы по 24 направлениям в страны Европы и Азии, в США. Одной из главных причин финансовых проблем туроператора стал отказ «Мастер-банка» выдать туроператору кредит в размере 30 млн руб. на пополнение оборотных средств, в связи с чем компания не смогла покрыть кассовый разрыв. Этот кредит требовался компании для погашения задолженности перед «Аэрофлотом» и «Трансаэро» [1]. В конце июня 2012 г. о прекращении деятельности объявила еще одна компания – «Вокруг света», сферой деятельности которой были организация туров в Юго-Восточную Азию и Грецию.

Ни продолжительность работы туроператора на рынке, ни размер компании не являются гарантом ее стабильности. Особенно страдают от этого те российские граждане, которые во время банкротства туроператора находятся за границей, они становятся заложниками отелей, требующих повторной оплаты проживания, практически не получая никакой помощи от сотрудников туроператора.

Одной из причин большинства банкротств является неправильное финансовое планирование деятельности туроператора. Усиление конкуренции на рынке заставляет турфирмы снижать цены на путевки, и в результате компании не получают прибыль, испытывают дефицит собственных оборотных средств. Например, туроператор, открывая новое направление, демпингует: продает туры ниже себестоимости, надеясь компенсировать убытки по одному направлению за счет роста продаж туров в другие страны. Другой вариант, вынуждающий туроператора продавать путевки по низким ценам – это появление на рынке агрессивного конкурента, который, пытаясь захватить свою долю рынка, снижает стоимость туров, потому что стоимость тура – главный

аргумент в привлечении российского туриста [2]. Для покрытия кассовых разрывов турфирма привлекает банковский кредит, но в определенный момент банк отказывается выдать новый кредит для погашения старого или для выплаты задолженности контрагентам. Компания вынуждена приостановить деятельность, что в случае с туроператором почти автоматически означает банкротство.

Такие схемы до сих пор продолжают использоваться туроператорами. При демпинге не приходится рассчитывать, что одно удачное выгодное направление покроет убыточные, и поэтому многопрофильность туроператора не является панацеей от банкротства. В итоге туристический поток просто перераспределяется между туроператорами и между популярными туристскими направлениями. Популярность в прошлом сезоне туров в конкретную точку мира не гарантирует, что в следующем сезоне их будет в два раза больше. К финансовым потерям приводит недооценка уровня финансового риска, зависящего от условий сотрудничества с отелями: забронированное проживание можно без особых штрафных санкций аннулировать до вылета или размер штрафных санкций составляют 100% в независимости от сроков аннулирования брони.

Поэтому для оперативной диагностики, которая должна своевременно сигнализировать как о негативных, так и позитивных тенденциях в хозяйственной деятельности турфирмы и ее финансовом положении, необходим мониторинг текущего финансового состояния.

Нельзя оградить рынок от банкротств, туризм – это бизнес, но необходимо снизить риск банкротства для туриста. Участившиеся в последнее время случаи банкротств туроператоров также обнаружили серьезные недостатки в системе их финансового обеспечения. У страхования ответственности туроператоров в первую очередь социальная направленность, и дополнительные требования к страховщикам – это гарантия выплат гражданам. Например, для туроператоров «Лужники Тревел» или «Скай Тур» и для большинства региональных игроков рынка туристических услуг лимиты ответственности были вполне адекватны, а для крупнейших туроператоров, каким был «Капитал Тур», страховая сумма недостаточна.

В Федеральный закон «Об основах туристской деятельности», внесены поправки, предусматривающие увеличение размера финансового обеспечения туроператоров и создание компенсационного фонда для экстренной помощи пострадавшим туристам. Для туроператоров с годовой выручкой до 250 млн руб., а также для компаний, использующих упрощенную схему налогообложения, размер финансового обеспечения составит не менее 30 млн руб. При выручке более 250 млн руб. размер финансового обеспечения привязывается к этому показателю и должен составлять не менее 12% заработанных средств.

В целом по итогам 2011 г. валовая выручка всех российских туроператоров составила около 200 млрд руб. Согласно данным Ассоциации туроператоров России (АТОР), лидерство по итогам 2011 г. принадлежит холдингу «OTI – Россия», объединяющему такие компании, как Coral Travel, A-class Travel, Blue Sky, а также Sunmar Tour. Валовая выручка холдинга за 2011 г. составила 29,491 млрд руб. В десятку крупнейших туроператоров России также вошли такие компании, как «Библио Трэвел» с выручкой 15,844 млрд руб., TUI Russia & CIS (выручка – 15,363 млрд руб.), ОАО «Приморское агентство авиационных компаний» (выручка – 11,765 млрд руб.), ООО «Трансаэро Турс Центр» (выручка – 6,332 млрд руб.), ООО «Южный Крест Трэвел» (выручка – 5,617 млрд руб.), ООО «Клуб Путешествий Крылья» (выручка – 5,580 млрд руб.), ООО «Академсервис» (выручка – 5,5 млрд руб.), PAC Group (выручка – 5,344 млрд руб.), ООО «КМП групп» (выручка – 4,03 млрд руб.) Исходя из приведенных цифр, 12% от оборота OTI составляет 3,5 млрд руб., от оборота «Библио Трэвел» – 1,9 млрд руб., от оборота TUI Russia & CIS – 1,8 млрд руб. [3].

Однако поднятие размера финансового обеспечения не обезопасит туриста, как было отмечено выше, при одинаковом объеме продаж размер финансовых потерь при отказе от бронирования проживания или перелета может существенно отличатся в зависимости от направления. Сейчас финансовая устойчивость туроператора не влияет на его право осуществлять свою деятельность. Размер финансового обеспечения должен быть связан не только с объемом продаж, а определяться условиями сотрудничества с партнерами, внесением туроператорами денежных депозитов авиакомпаниям, отелям и другим участникам рынка. При оформлении финансового обеспечения на новый срок на основе этого должно приниматься решение о продлении туроператорской деятельности.

Одним из путей снижения риска, исходя из опыта европейского турбизнеса, где компании работают по четкой схеме страхования каждой путевки, может являться страховка. По российскому законодательству, самостоятельно турист застраховаться не может, поэтому рассчитывает на ответственность туроператора, который сам выбирает страховщика. Страхование обязательств туроператора по каждому туру в отдельности в случае его банкротства позволило бы путешественнику получить компенсацию в полном объеме, а не частично. Без создания единой электронной базы турпутевок невозможно перейти к страхованию каждой отдельной путевки. Введение электронных путевок даст возможность контролировать оборот туроператора для определения финансового обеспечения. Кроме того, единый реестр электронных путевок позволит повысить прозрачность туристического рынка.

Также, согласно принятым поправкам, в России к 2013 г. будет создано некоммерческое объединение туристических компаний, в рамках которого появится компенсационный фонд. Туроператоры будут обязаны стать членами этого объединения в течение года с момента публикации закона. Каждый из них будет вносить в фонд 0,1% от годового оборота компании. Планируется, что к 2013 г. в нем будет достаточно средств, чтобы оказывать помощь туристам, попавшим в сложную ситуацию за рубежом. Средства будут, направляться на оперативное решение проблем туристов, оказавшихся в сложной ситуации за рубежом по вине туроператора. И уже после решения проблемы туроператоры должны обратиться к страховщикам за выплатами, которые будут сделаны из средств финансового обеспечения.

Основная задача саморегулируемых организаций – формирование стандартов работы в отрасли. Еще одной функцией СРО может стать проведение аудита турфирм. Сейчас результаты аудиторской проверки получает Ростуризм при внесении оператора в единый реестр, для снижения рисков банкротства необходима ежегодная проверка финансовой задолженности туроператора перед партнерами, а не только оценка объема продаж. Предполагается, что в рамках СРО партнеры будут иметь большее представление о финансовом состоянии той или иной компании и оценивать размер финансового обеспечения. Мониторинг за соответствием деятельности СРО законодательству должно осуществлять государство.

Таким образом, для снижения риска банкротства для туристов необходим комплекс мер, который включает повышение размера финансового обеспечения туроператорской деятельности, страхование каждого тура, введение электронной путевки и создание саморегулируемых организаций, которые будут контролировать финансовое состояние друг друга.

Список литературы

1. Банкротство туроператора : «Ланта-Тур Вояж» угрожает банкротство (01.02.2012) [Электронный ресурс] // сайт компании «Правовая защита». –

URL : http://www.rusbankrotstvo.ru/novosti/news791.html. (дата обращения 23.03.2012).
2. Селиванова, М. Уроки «Ланта-тур», или Как спасти туризм от череды банкротств [Электронный ресурс] / М. Селиванова // Jets Ru : Портал о бизнес-авиации. – URL : http://jets.ru/monitoring/2012/02/16/lantaturl. (дата обращения 23.03.2012).
3. Финансовые гарантии для туроператоров успеха не гарантируют (05.07.2012) [Электронный ресурс] / Ростуризм // РосБизнесКонсалтинг : Портал. – URL : http://top.rbc.ru/economics/05/07/2012/658425.shtml. (дата обращения 05.07.2012).

ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ГРАЖДАНСКОЙ АВИАЦИИ

Б. Е. Магин, *научный сотрудник кафедры рекреационной географии и туризма географического факультета МГУ имени М. В. Ломоносова; maginboris@gmail.com*
Г. Л. Мурадян, *Старший менеджер по работе с авиакомпаниями фирмы «Амадеус Информационные технологии», г. Москва; gmuradyan@amadeus.ru*

Мировая гражданская авиация, в сравнении с другими отраслями, характеризуется низкой нормой прибыли. Так, по оценке Уоррена Буффетта (Warren Buffet) суммарная норма прибыли, заработанная всей мировой авиационной индустрией со времен полета братьев Райт близка к отметке в 0% . На следующей диаграмме приводятся данные на период с 1947 г. по 2011 г.

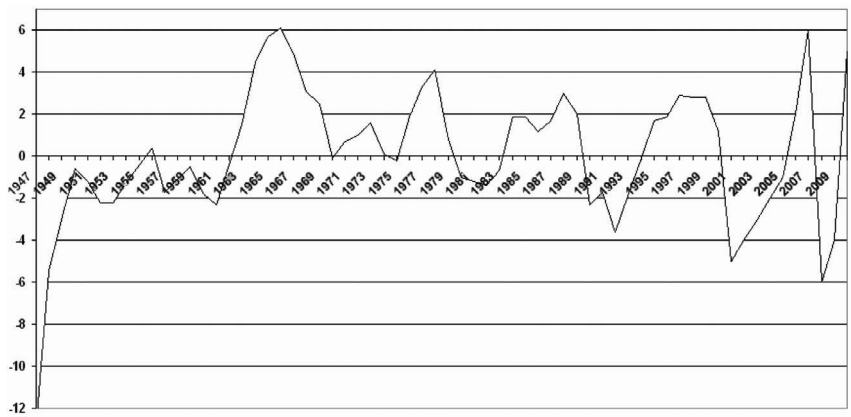

Рис. 24. Суммарная норма прибыли с 1947 по 2011 гг. (составлен авторами)

Такой результат объясняется в том числе и тем, что гражданская авиация, являясь частью мировой индустрии, подвержена периодическим кризисам, приводящим к необходимости значительного сокращения провозных емкостей («кризисы перепроизводства»).

На этом фона Российская гражданская авиация после глубокого кризиса 90-х годов демонстрирует последовательный рост. В 2011 г. суммарные перевозки составили 64.1 млн пассажиров (58% из которых перевезены 5 ведущими авиакомпаниями).

По объему суммарного пассажирооборота 2011-й год стал рекордным для России, что демонстрирует диаграмма на рис. 25 (при этом общее количество перевезенных пассажиров все еще существенно отстает от рекордных объемов перевозок во времена

СССР, когда Аэрофлот осуществлял перевозки по всем бывшим республикам и за рубежом – будучи в то время монополистом в авиаперевозках страны).

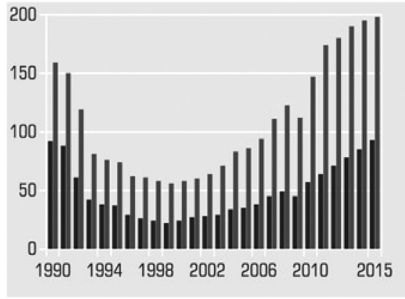

Рис. 25. Объем суммарного пассажирооборота с 1990 по 2011 гг.
(составлен авторами)

Гражданская авиация – как и вся туриндустрия, чрезвычайно чувствительна к внутренним в внешним факторам, включая политическую нестабильность (как ситуация в странах – объектах туризма), ценам на нефть, природным явлениям (в том числе, извержениям вулканов, землетрясениям, «ледяным дождям» и т. д.). И хотя индустрия и адаптируется к условиям нестабильности, последствием этого часто является сокращение бюджетов авиакомпаний – и в первую очередь на Информационные технологии (ИТ).

Между тем, ИТ является важным инструментом в бизнесе авиакомпании, позволяющим в том числе:

- повысить коммерческую эффективность;
- работать в условиях высоко конкурентной среды;
- защитить ресурсы авиакомпании.

Следует подчеркнуть, что это возможно при условии, что авиакомпания имеет продуманную и долгосрочную стратегию в области ИТ, последовательно реализуемую в практической деятельности.

Актуальным является вопрос о том, какова же должна быть организация ИТ процессов в коммерческом блоке авиакомпании? Очевидно, что в условиях переменной коммерческой среды, должен быть механизм адаптации к изменениям – идеальной формой которого является наличие обратной связи, как это представлено на нижеследующей схеме (рис. 26).

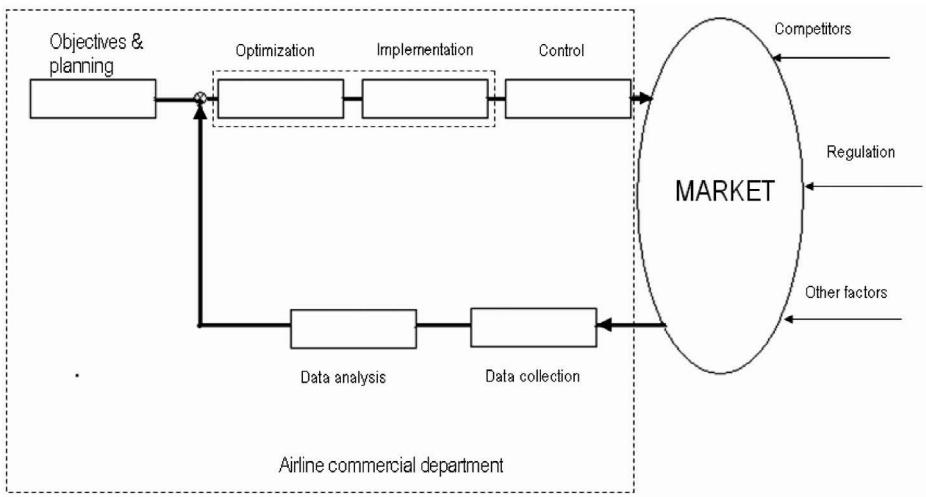

Рис. 26. Организация ИТ процессов в коммерческом блоке авиакомпании
(составлен авторами)

Рассмотрим подробнее процессы, описываемые приводимой схемой («принцип «автопилота»).

Прежде всего, формулируются задачи и ключевые показатели на определенный период – для достижения поставленных коммерческих целей. Блоки оптимизации, внедрения и контроля позволяют управлять коммерцией авиакомпании, при этом управление осуществляется при помощи таких параметров как уровни цен, объемы провозных емкостей по направлениям, временные слоты и т. д. В результате на рынок поступает продукт авиакомпании – сервисы перевозок по определенным объемам и ценам. При этом на рынке присутствуют продукты конкурирующих авиакомпаний, оказывает существенное влияние регуляторы (государство, власти гражданской авиации, ограничения связанные с международными соглашениями). Важное значение, как указывалось, имеют также политические и природные факторы.

В результате, часть предложенных емкостей находит своих потребителей – пассажиров, туроператоров. Далее, в цепочке обратной связи следует сбор и всесторонний анализ данных по результатам перевозок. Анализ должен показать, какие из поставленных задач были реализованы, а где имеются расхождения между ожиданиями и планами и полученными результатами. По итогам анализа принимаются решения о требуемых корректировках в коммерческой политике, вносятся соответствующие изменения – в том числе в тарифную политику. Таким образом, продукт авиакомпании адаптируется к текущей ситуации на рынке и в откорректированном виде предоставляется на рынок. Такая организация процесса позволяет постоянно отслеживать и оптимизировать продукты авиакомпании.

Каждому этапу описываемого выше процесса соответствуют определенные ИТ продукты. Системы управления ресурсами на серверах («хостах») авиакомпании вместе с системами продаж позволяют представить продукт авиакомпании на рынок по всем каналам, в том числе – в собственных офисах и на сайтах авиакомпании. Глобальные Дистрибутивные Системы (прежде всего три ведущие – «Амадеус», «Травел порт» и «Сейбр») позволяют получить доступ к продажам для туристических агентств по всему миру. Наконец, разнообразная статистическая информация по продажам (в том числе файлы MIDT и BIDT) и по перевозкам (своим и конкурентов) позволяет сделать соответствующий анализ для последующего внесения корректив в коммерческую политику.

Особое значение в последнее время принимает направление ИТ, позволяющее продавать дополнительные услуги – как перед вылетом в аэропорту, так и на борту во время полета. Это является источником существенных дополнительных доходов авиакомпаний на уровне 400 млн долл. для перевозчиков уровня American и United. В целом же индустрия в 2011 г. только на продаже дополнительных услуг заработала более 32,3 млрд долл., что позволило закончить год с прибылью.

Таким образом, ИТ играет очень важную роль в авиационной индустрии – и со временем значимость и вклад ИТ в общий успех коммерческой и операционной деятельности становятся только выше, а понимание и правильное позиционирование ИТ в бизнес процессах авиакомпании стало в наше время одним из наиболее важных факторов успеха и стабильности работы авиакомпании.

ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА ПРИОБЩЕННОСТЬ ВЗРОСЛОГО НАСЕЛЕНИЯ Г. МОСКВЫ К РЕКРЕАТИВНО-ОЗДОРОВИТЕЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В ПАРКАХ КУЛЬТУРЫ И ОТДЫХА

FACTORS INFLUENCING THE INVOLVEMENT OF ADULT POPULATION OF MOSCOW IN RECREATIONAL HEALTH-IMPROVING ACTIVITIES AT RECREATIONAL PARKS

К. С. Мерзликин, *аспирант ФГБОУ ВПО «РГУФКСМиТ», г. Москва; mkffk@yandex.ru*

С. А. Гониянц, *заведующий кафедрой «Методика комплексных форм физической культуры» ФГБОУ ВПО «РГУФКСМиТ», кандидат педагогических наук, профессор, г. Москва; mkffk@yandex.ru*

K. S. Merzlikin, *post-graduate student, Russian State University of Physical Education, Sport, Youth and Tourism (SCOLIPE), Moscow; mkffk@yandex.ru*

S. A. Goniyants, *head of department of Methods of Complex Forms of Physical Education, Ph. D., professor, Russian State University of Physical Education, Sport, Youth and Tourism (SCOLIPE), Moscow; mkffk@yandex.ru*

Аннотация. *Актуализирована проблема приобщения взрослого населения г. Москвы к рекреативно-оздоровительной деятельности (РОД) в московских парках культуры и отдыха. Выявлены основные факторы, причины, отрицательно влияющие на приобщенность взрослого населения г. Москвы к рекреативно-оздоровительной деятельности, в зависимости от возраста, пола и уровня их физкультурно-спортивной активности.*

В России среди учреждений культурно-досугового типа, имеющих высокие потенциальные возможности для развития рекреативно-оздоровительных форм досуговой деятельности, ведущими являются парки культуры и отдыха. Однако, современная «суровая действительность» насыщения сферы досуга содержательным отдыхом все больше испытывает пресс со стороны ярко выраженных оппонентов – пассивно-зрелищных форм досуга и развлечений, компьютеров, телевидения и др., нерациональное использование которых отрицательно влияет на физическое состояние населения. Особенно остро эта проблема проявляется в жизнедеятельности населения крупных российских городов, в том числе и в столице России – г. Москве: с начала 90-х годов прошлого столетия отлаженная система работы паркового хозяйства Москвы рухнула, на смену ей пришла излишняя коммерциализация, которая изменила основные традиционные функции парка. Парки перестали быть действенными центрами культуры и образования, досуга и рекреации, спортивной и рекреативно-оздоровительной деятельности (РОД).

На фоне сложившейся ситуации Правительство Москвы в 2011 г. пересмотрело свою политику в отношении городских парков и приняло целевую Государственную программу города Москвы «Развитие индустрии отдыха и туризма» на 2012–2016 годы.

В плане к 2016 г. посещаемость парков должна вырасти до 30 млн чел./год (в два раза больше по сравнению с сегодняшними показателями), а количество услуг – увеличиться с нынешних 26 до 150. В связи с этим назрела необходимость на основе взвешенного дифференцированного анализа паркового комплекса, с одной стороны, определить тематическую специализацию парков, с другой – развить их полифунк-

циональность, в том числе обеспечить организацию и проведение широкого круга мероприятий, ориентированных на РОД всех социально-демографических контингентов населения.

Авторы предполагали, что выявление факторов, причин, препятствующих рекреационно-оздоровительной деятельности рекреантов парков культуры и отдыха г. Москвы, позволит конкретизировать основные пути совершенствования этой работы.

На протяжении 1,5 лет (октябрь 2010 г. – февраль 2012 г.) методом *«Почтового опроса»* в ЦПКиО имени Горького, музее-заповеднике «Коломенское» и «Измайловском парке» опрошено 790 респондентов. Возврат анкет (ответов) на вопросы продолжается. В настоящей работе обсуждаются данные 536 респондентов: опрошено 178 чел. (возврат 98 анкет, т. е. 55,1% респондентов), активно посещающих парки культуры и отдыха (не менее одного раза в неделю), и 358 чел. (возврат 103 анкет, т. е. 28,8% респондентов), посещающих парки культуры и отдыха изредка, от случая к случаю.

На основании предшествующих исследований [2–5] и пилотажного устного опроса-интервьюирования были отобраны 25 факторов – причин, препятствующих (мешающих) рекреативно-оздоровительной деятельности взрослого населения в парках культуры и отдыха г. Москвы. Ответы респондентов оценивались по пятибалльной шкале: 1 – совсем не препятствуют; 2 – пожалуй, не препятствуют, чем препятствуют; 3 – пожалуй, препятствуют, чем не препятствуют, «средне» препятствуют; 4 – сильно препятствуют; 5 – очень сильно препятствуют.

Авторы, рассматривая данные анкетирования и опроса как случайные величины, провели статистический анализ этих данных и в результате получили ряд их статистических оценок таких, как: среднее значение, математическое ожидание, мода и медиана, дисперсия, коэффициент вариации и т. д. По подавляющему большинству (89%) причин между средним значением и медианой не было существенных различий, а коэффициент вариаций колебался в пределах 6–11%. Поэтому в приведенной ниже табл. 16 представлены показатели средних величин. Достоверность различий определялась по критерию Манна-Уитни [1] при заданном уровне значимости 0,05, при котором вероятность получения достоверного вывода составляет, соответственно, 0,95.

Исходя из методологических положений, авторы выделили объективные и субъективные факторы, причины, препятствующие рекреативно-оздоровительной деятельности взрослого населения. Одновременно необходимо подчеркнуть, что оценка взрослыми этих причин по предложенной нами пятибалльной шкале, в любом случае, основана на субъективном механизме личностного восприятия. В связи с этим разделение факторов на объективные и субъективные в определенной степени условно. В тоже время, акцент на этом социально-психологическом аспекте позволил сосредоточить внимание на главном – организационно-управленческих путях совершенствования рекреативно-оздоровительной деятельности в парках культуры и отдыха. В частности, как видно из табл. 16, в целом вне зависимости от возраста, пола и физкультурно-спортивной активности ряд, преимущественно объективных факторов (7, 8, 12, 13, 17, 18, 21), «сильно» и «очень сильно» мешают, препятствуют взрослым включаться в рекреативно-оздоровительную деятельность. Именно их устранение в первую очередь создает реальные объективные предпосылки для приобщения взрослых к ценностям здорового образа жизни, в том числе к РОД, организуемой в условиях парка культуры и отдыха.

Обращает также на себя внимание, что «активно занимающиеся» в качестве основных факторов, причин, препятствующих РОД взрослых в парках культуры и отдыха видят «... отсутствие мотива, потребности» (1), «неумение организовать свободное время» (5), «отсутствие желания заниматься, лень» (9), «отсутствие, недостаток зна-

ний и умений по рекреативно-оздоровительным занятиям» (24). Т. е., это – те факторы, которые преимущественно связаны с мотивационно-потребностным аспектом приобщения взрослых к РОД и характеризует их «физкультурно-спортивную образованность» (1, 5, 23, 24). Здесь необходимо учитывать, что «активно занимающиеся» выступают в этом аспекте в качестве экспертов. Ведь они уже приобщены к РОД.

В то время как у группы «не занимающихся» основными являются как бы «оправдательные» причины их неучастия: «не позволяет состояние здоровья» (2), «чрезмерная усталость на учебе, работе» (3), «отсутствие свободного времени» (4), «перегруженность бытовыми домашними делами» (6), «не популярность, непрестижность занятий среди друзей, родственников» (10, 11), «особенности национального характера, суеверия» (19, 20, 25).

Таблица 16.

Факторы, препятствующие рекреативно-оздоровительной деятельности взрослого населения в парках культуры и отдыха г. Москвы, в зависимости от степени их физкультурно-спортивной активности

№	Название причин	Активно занимающиеся (n=98 чел.)				Не занимающиеся, изредка, от случая к случаю (n=103 чел.)			
		М (n=41)		Ж (n=57)		М (n=48)		Ж (n=55)	
		20–29 лет n=18	30 лет и более n=23	20–29 лет n=31	30 лет и более n=26	20–29 лет n=27	30 лет и более n=21	20–29 лет n=20	30 лет и более n=35
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1.	Не вижу цели. Нет мотива, потребности	4,1	4,5	4,2	4,8	1,8	2,1	2,3	2,9
2.	Не позволяет состояние здоровья	1,4	2,9	1,9	2,6	2,6	3,9	3,1	4,2
3.	Чрезмерная усталость на учебе, работе	1,3	1,6	2,1	2,2	3,4	4,1	3,9	4,8
4.	Отсутствие свободного времени	1,8	1,9	3,1	4,1	3,6	4,0	4,1	4,8
5.	Неумение организовать свободное время	3,9	4,6	4,2	4,6	1,5	1,9	2,3	2,9
6.	Перегруженность бытовыми, домашними делами	1,4	2,8	2,3	3,9	3,5	4,3	3,9	4,8
7.	Отдаленность парка от места жительства	3,0	4,7	4,2	4,7	4,3	4,9	4,7	4,9
8.	Материальные трудности (высокая стоимость занятий)	3,1	3,9	3,9	4,3	4,0	4,2	4,3	4,7
9.	Отсутствие желания заниматься, лень	4,8	4,7	4,3	4,7	3,6	3,7	3,3	3,8
10.	Не популярность, непрестижность занятий среди друзей, родственников	3,1	3,1	3,9	4,4	3,6	3,1	4,2	4,5
11.	Стесняюсь своей фигуры, стесняюсь неумелости	1,8	2,0	4,2	4,7	2,9	3,6	4,7	4,9
12.	Небезопасно на улице, в парке особенно вечером	3,2	4,5	4,8	4,8	4,1	4,6	4,6	4,9
13.	Некачественная организация мероприятий, занятий (нет интересных оздоровительных программ, не удовлетворен общекультурным уровнем и профессиональной деятельностью инструктора)	4,4	4,8	4,6	4,7	3,7	4,6	4,7	4,8
14.	Нет компании, чтобы заниматься	2,6	2,1	3,3	4,5	4,1	3,7	3,2	3,6
15.	Отдаленность парка от места работы	1,3	2,1	2,9	2,0	1,8	1,8	1,3	1,9

Продолжение Таблицы 16

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
16.	Отсутствие необходимой рекламы, информации о рекреативно-оздоровительных мероприятиях, занятиях в парке	4,3	4,5	4,8	4,6	4,0	4,3	4,3	4,8
17.	Недостаточное количество (или отсутствие) штатных инструкторов или волонтеров	4,4	4,8	4,5	4,9	4,2	4,3	4,8	4,7
18.	Недостаточное количество благоустроенных мест для занятий, проведения мероприятий	3,8	4,5	4,1	4,7	3,6	4,2	4,5	4,6
19.	Особенности национального характера, «не принято у нас», суеверия	2,0	3,2	3,1	4,1	3,5	4,1	4,2	4,4
20.	Наличие сильной увлеченности (хобби)	2,6	3,1	3,2	2,4	3,2	3,1	3,5	2,3
21.	Вредные привычки (чрезмерное употребление алкоголя, курение, переедание и др.)	3,9	4,6	4,3	4,9	3,2	4,6	4,5	4,9
22.	Активная пропаганда в СМИ медикаментозной терапии	1,6	4,3	3,5	4,8	2,1	4,6	2,9	4,8
23.	Распространенность «чудодейственных» средств, методик оздоровления	2,6	4,1	3,7	4,7	1,5	1,9	2,6	4,4
24.	Отсутствие, недостаток знаний и умений по рекреативно-оздоровительным занятиям, мероприятиям	3,1	3,8	4,3	4,7	1,4	3,1	3,1	3,9
25.	Негативный предшествующий опыт занятий	3,4	3,4	3,3	4,0	2,1	2,8	4,0	4,5

Таким образом видно, что в целом есть три группы факторов, способствующих значительной активизации этого направления деятельности в парках культуры и отдыха. Среди объективных, в первую очередь – это все еще недостаточная материально-техническая база рекреативно-оздоровительного отдыха и досуга взрослого населения, слабая, явно отстающая от современных требований профессиональная подготовленность кадров – специалистов, а также недостаточность их и волонтеров в парках культуры и отдыха, а зачастую полное отсутствие.

Далеко не в полной мере реализуется «культуроформирующая» физкультурно-образовательная, пропагандистская, информационная деятельность СМИ столицы и парков культуры и отдыха, направленная на формирование у населения устойчивой потребности к здоровому образу жизни и, в частности, к рекреативно-оздоровительному отдыху и досугу.

Список литературы

1. Высшая математика и математическая статистика : учеб. пособие для вузов / под общ. ред. Г. И. Попова. – М. : Физическая культура, 2007. – 368 с.
2. Гониянц, С. А. Интересы и предпочтения взрослых в физкультурной рекреации / С. А. Гониянц // The Third International scientific congress on Modern Olympic Sport (August 29 – September 21, 1999). – Warsaw, 1999. – С. 25–28.
3. Гониянц, С. А. О формировании мотивационной сферы взрослого населения к активному использованию средств физической культуры / С. А. Гониянц // Актуальные проблемы массовой физической культуры и спорта : метод. рекомендации. – Великие Луки, 1986. – С. 14–15.
4. Гониянц, С. А. Пути приобщения взрослого населения к физической культуре / С. А. Гониянц // Тез. Всес. науч.-практ. конф. «Физическая культура и здоровый образ жизни» (Севастополь, 16-21 февраля 1990 г.). – М., 1990. – С. 116–117.
5. Гониянц, С. А. Физическая культура взрослого населения : взгляд из прошлого в настоящее и будущее / С. А. Гониянц // Теория и практика физической культуры. – 2009. – №9. – С. 55–57.

ЗДОРОВЬЕ НАСЕЛЕНИЯ РОССИИ И ВНУТРЕННИЙ ЛЕЧЕБНО-ОЗДОРОВИТЕЛЬНЫЙ ТУРИЗМ

PUBLIC HEALTH, HEALTH CARE AND HEALTH TOURISM IN RUSSIA

М. С. Мотовилова, *научный сотрудник кафедры рекреационной географии и туризма географического факультета МГУ имени М. В. Ломоносова; motol@pochta.ru*

M. S. Motovilova, *research officer of Department of recreation geography and tourism, Faculty of Geography, Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russia; motol@pochta.ru*

Здоровье россиян в настоящее время вызывает тревогу с точки зрения наличия реальной опасности для выживания, а также сохранения генофонда народа. Это делает особенно важным необходимость санаторно-курортного лечения и оздоровления как детского, так и взрослого населения страны. Именно потребность в санаторно-курортных организациях является основой для развития лечебного туризма. В этом аспекте крайне важным является сопряженный анализ данных медицинской статистики, состояния и территориальной дифференциации специализированных средств размещения.

Актуальность темы лечебно-оздоровительного туризма в России связана и с тем обстоятельством, что наша страна, несмотря на высокий ресурсный потенциал развития лечебного туризма, занимает на сегодняшний день весьма скромное место на мировом туристском рынке этой специализации.

Данная работа ставит своей целью проведение временного и пространственного анализа заболеваемости населения в целях выявления потребности в санаторно-курортном лечении, а также состояния санаторно-курортного комплекса РФ как основы лечебно-оздоровительного туризма для удовлетворения потребности населения в лечении, оздоровлении, восстановлении и реабилитации.

Анализ заболеваемости населения неразрывно связан с оценкой роли приоритетных факторов, определяющих состояние здоровья населения, т. е. факторов риска. Факторы риска – условия окружающей природной и социальной среды, существенно повышающие риск возникновения заболеваний и определяющие высокие показатели заболеваемости. Всемирная организация здравоохранения все разнообразные факторы риска возникновения и развития заболеваний объединяет в четыре обобщающие группы: 1) образ жизни, 2) качество медико-санитарной помощи, 3) наследственность, 4) среда обитания [5].

По данным ВОЗ, влияние экологической ситуации на здоровье населения оценивается в среднем в 20–30%.

Особенности воздействия факторов окружающей среды привели к существенным изменениям показателей здоровья населения, которые заключаются в том, что наблюдаются новые закономерности в распространенности и характере патологии человека, иначе протекают демографические процессы. В обобщенном виде эти изменения могут быть сформулированы следующим образом:

- ускорился темп динамики всех показателей, характеризующих здоровье (заболеваемость, инвалидность, смертность, физическое развитие);
- сложился новый неэпидемический тип патологии;
- произошли характерные демографические изменения – старение населения, сдвиги в структуре смертности;
- определился ряд приоритетных заболеваний, имеющих высокую степень экологической обусловленности;

- выделилась группа важных, ранее редко встречавшихся заболеваний (эндокринные, аллергические, врожденные пороки, болезни иммунной системы);
- возросла заболеваемость некоторыми инфекционными болезнями;
- сложилась тенденция формирования множественной патологии;
- выровнялись показатели здоровья во всех группах населения;
- определились многофакторность влияний и необходимость системного подхода к профилактике.

Загрязнение окружающей природной среды многих населенных пунктов России, происшедшее вследствие интенсивного развития промышленности и энергетических систем в 30–80-е годы, а в последние годы – и автотранспорта, наличие на территории страны многих источников природной и искусственной радиации, работа во вредных и опасных условиях труда создали предпосылки к появлению производственно и экологически зависимых заболеваний.

По данным Всероссийской переписи населения 2002 г. 72,3% россиян проживают в городах. Качество атмосферного воздуха современных городов во многом определяет состояние здоровья населения и является ведущим, активно действующим фактором в развитии заболеваний в первую очередь детей, лиц пожилого возраста, а так же лиц, страдающих хроническими заболеваниями органов дыхания и сердечнососудистой системы. Загрязнение атмосферного воздуха является причиной возникновения и развития самых различных форм заболеваний среди населения, на его долю приходится около 50% всех экологически обусловленных заболеваний.

Основными источниками поступлений вредных веществ в атмосферный воздух городов являются промышленные предприятия и автотранспорт, а наиболее распространенными загрязняющими веществами – пыль, сернистый ангидрид, окислы азота, окись углерода и углеводороды. Именно они вносят наибольший вклад в формирование экологически зависимых заболеваний и состояний.

Вода является не только одним из важнейших элементов биосферы и основой для воспроизводства любой формы органической жизни, но и ведущим фактором риска в развитии заболеваний. Значительное число болезней человека связано с неудовлетворительным качеством питьевой воды и нарушениями санитарно-гигиенических норм водоснабжения. Значение воды для поддержания здоровья населения на высоком уровне обусловлено той ролью, которую она играет для удовлетворения физиологических и гигиенических потребностей, а так же для рекреационных целей.

В настоящее время только около 60% населения России обеспечено доброкачественной питьевой водой (табл. 17).

Основные показатели, характеризующие воздействие на окружающую среду Российской Федерации в 2010 г., показаны в табл. 18. Данные по водопользованию и водоотведению для Северо-Кавказского федерального округа учтены Росводресурсами в данных Южного округа.

На основе сопряженного анализа ведущих факторов формирования экологической ситуации была составлена матрица, показывающая рейтинговое место каждого Федерального округа в зависимости от экологического благополучия. Итоговое рейтинговое место определялось по сумме частных рейтинговых оценок. Результат ранжирования территории РФ по рейтинговой оценке факторов влияния на окружающую среду показывает, что наиболее экологически благополучными являются Дальневосточный, Северо-Кавказский и Южный федеральные округа, напряженная экологическая ситуация сложилась в городах Приволжского, Сибирского, Северо-Западного федеральных округов.

Таблица 17.

Сведения об обеспеченности населенных пунктов Российской Федерации и проживающего в них населения питьевой водой, отвечающей требованиям безопасности, в 2010 г. (Источник: [4])

Показатели обеспеченности населения питьевой водой	*Все населенные пункты*			*В том числе населенные пункты*											
				имеющие только централизованное водоснабжение			*имеющие смешанный тип водоснабжения*			*имеющие нецентрализованное водоснабжение*			*обеспечиваемые привозной водой*		
	всего	*в том числе*		*всего*	*в том числе*		*всего*	*в том числе*		*всего*	*в том числе*		*всего*	*в том числе*	
		городские поселения	*сельские поселения*		*городские поселения*	*сельские поселения*		*городские поселения*	*сельские поселения*		*городские поселения*	*сельские поселения*		*городские поселения*	*сельские поселения*
Число населенных пунктов – всего	144039	3501	140538	32847	2045	30802	31276	1152	30124	78322	287	78035	1594	17	1577
Из них обеспечены питьевой водой:															
доброкачественной	31969	1521	30448	14687	967	13720	9339	420	8919	7735	130	7605	208	4	204
условно доброкачественной	23874	1265	22609	7445	737	6708	8914	479	8435	7070	45	7025	445	4	441
недоброкачественной	12422	542	11880	3816	296	3520	4587	228	4359	3764	15	3749	255	3	252
вода не исследовалась	75774	173	75601	6899	45	6854	8436	25	8411	59753	97	59656	686	6	680
Численность населения – всего, тыс.человек	141873	103505	38368	81726	64048	17678	53478	39218	14260	5976	192	5783	694	477	647
Из них обеспечено питьевой водой, тыс чел:															
доброкачественной	84458	68484	15975	52282	42858	9424	30731	25524	5207	1336	79	1257	109	22	87
условно доброкачественной	38304	27250	11055	20278	15952	4326	16357	11221	5136	1378	63	1316	291	14	277
недоброкачественной	13309	7414	5895	7745	5054	2691	4671	2339	2332	719	12	707	173	9	164
проживают в населенных пунктах, в которых вода не исследовалась	5801	357	5444	1420	183	1237	1720	135	1584	2542	38	2503	120	0,6	119

Социальные факторы во многом определяют здоровье населения. По данным ВОЗ, социальные факторы (образ жизни) являются важнейшими с позиций влияния на здоровье, их вклад в возникновение патологий оценивается в 30–40% . От него зависит почти половина всех случаев заболеваний. По оценкам специалистов 70% населения России живет в состоянии затяжного психо-эмоционального и социального стресса, который истощает приспособительные и компенсаторные механизмы, поддерживающие здоровье. Об этом свидетельствуют увеличение числа психических заболеваний, рост случаев реактивных психозов и неврозов, депрессий, алкоголизма и наркомании (около 2 млн чел.).

Таблица 18.

Воздействие на окружающую среду Российской Федерации в 2010 г. (Источник: [4])

Показатель	Единица измерения	Федеральный округ							
		Центральный	Северо-Западный	Южный	Северо-Кавказский*	Приволжский	Уральский	Сибирский	Дальневосточный
Выброшено загрязняющих веществ от автомобильного транспорта	млн. т	3,4	1,2	1,0	1,0	2,5	1,3	1,9	0,7
Выброшено загрязняющих веществ от стационарных источников, всего	млн. т	1,6	2,4	0,6	0,1	2,5	5,1	5,9	0,8
в том числе: твердых веществ	млн. т	0,2	0,3	0,06	0,03	0,2	0,6	0,7	0,3
жидких и газообразных веществ	млн. т	1,4	2,1	0,6	0,1	2,3	4,5	5,1	0,6
диоксид серы	млн. т	0,1	0,6	0,1	0,003	0,3	0,5	2,6	0,2
оксид углерода	млн. т	0,6	0,8	0,2	0,02	0,7	2,0	1,0	0,2
оксиды азота (в пересчёте на NO2)	млн. т	0,3	0,2	0,08	0,03	0,3	0,5	0,4	0,1
углеводороды (без ЛОС)	млн. т	0,3	0,4	0,1	0,04	0,5	1,0	0,9	0,01
ЛОС	млн. т	0,1	0,2	0,09	0,01	0,5	0,6	0,2	0,03
Уловлено и обезврежено	%	75,8	72,8	73,7	81,0	65,3	73,8	78,9	84,5
Забрано воды	км³	13,0	11,9	24,4		10,9	4,4	9,6	2,2
Использовано свежей воды	км³	9,3	11,3	14,4		9,5	3,6	8,2	1,8
Потери при транспортировке	км³	0,7	0,3	5,1		0,6	0,3	0,4	0,2
Объем оборотной и повторно-последовательно используемой воды	км³	37,1	10,6	6,4		29,8	31,3	15,4	5,6
Водоотведение в поверхностные водоемы, всего	км³	8,1	11,5	8,1		8,0	3,1	7,8	1,5
в том числе:									
загрязненных сточных вод	км³	3,6	2,8	1,9		3,0	1,8	2,4	0,9
из них без очистки	км³	0,1	0,6	0,9		0,2	0,3	0,7	0,4
нормативно чистых	км³	3,9	8,4	6,0		4,9	1,2	4,7	0,6
нормативно очищенных	км³	0,4	0,1	0,2		0,5	0,2	0,6	0,04

Принято считать, что основной причиной болезней являются плохие условия жизни, плохая экология, острые и хронические стрессы. Однако медики утверждают, что абсолютное большинство болезней есть лишь реализация во времени наследственных

предрасположенностей. При этом неправильный образ жизни, неблагоприятные экологические и социальные условия и прочее являются лишь провоцирующими факторами, хотя нередко играющими существенную роль в снижении уровня здоровья. Наследственностью обусловлено около 20% болезней.

Статистические данные, касающиеся состояния здоровья населения РФ, которые мы берем за основу при оценке потребностей в санаторно-курортном лечении, указывают на то, что самыми распространенными заболеваниями среди взрослого населения являются заболевания органов дыхания, нервной системы, системы кровообращения, органов пищеварения, болезни костно-мышечной ткани [2]. Наибольшую потребность в санаторно-курортном лечении испытывает категория лиц, страдающих заболеваниями органов дыхания (42%) и системы кровообращения (10%). Велики показатели заболеваний нервной системы (3%), что, видимо, связано с частыми стрессами, вызванными тяжелой и напряженной работой, ускоренным темпом жизни, нарушением режима. Широкое распространение получили болезни органов пищеварения (более 4%) и кожи (более 6%).

Обращает внимание резкий рост заболеваемости, произошедший за период с 2005 по 2009 гг., и некоторое ее снижение в 2010 г. (табл. 19).

В территориальном аспекте выделяется Приволжский ФО, который характеризуется наихудшими показателями заболеваемости в период с 1995 по 2010 гг. Лучшие показатели отмечаются в Северо-Кавказском и Южном федеральных округах. Анализ данных медицинской статистики показывает, что во всех ФО показатели заболеваемости в 2010 г. по сравнению с предыдущим годом несколько снизились, при этом наиболее заметное снижение (на 5,4%) произошло в Центральном Федеральном округе.

Таблица 19.

Заболеваемость населения по Федеральным округам РФ (зарегистрировано больных с диагнозом, установленным впервые в жизни, на 1 000 чел. населения) (Источник: [2])

Территориальная единица	*1995 г.*	*2010 г.*
Российская Федерация, в целом	676,0	779,6
Федеральные округа		
Центральный	667,7	719,0
Северо-Западный	701,3	851,8
Южный	579,6	685,3
Северо-Кавказский	434,8	604,4
Приволжский	743,2	867,6
Уральский	707,5	814,0
Сибирский	694,5	818,7
Дальневосточный	720,5	830,6

Таким образом, приведенные данные дают основания сделать вывод о неблагополучии состояния здоровья населения, что связано с социально-экономической, экономической, экологической ситуацией в городах и селах и в целом по стране. В связи с этим возникает острая необходимость в лечебно-оздоровительном туризме.

Среди национальных природных богатств любого государства особое экономическое и социальное значение имеют курортные ресурсы (минеральные воды, лечебные грязи, климат и др.). Природные лечебные ресурсы (факторы) определяют профиль курорта, а их запасы – его конечную емкость. Возможность использования этих ресурсов в рекреационных целях лимитируется социально-экономическими ресурсами (финансовыми, производственными, кадровыми и др.).

В формировании санаторной сети и ее размещении по территории России сыграли роль два фактора: 1) тяготение этих учреждений к районам, обладающим разнообразными природными лечебными ресурсами и длительным комфортным периодом, 2) приближенность к местам наибольшего спроса на лечебный отдых (т. е. к местам с высокой плотностью населения) [3].

В соответствии с этим, географическое размещение санаторно-курортных учреждений отличается неравномерностью: наибольшая концентрация их в московском регионе и на Черноморском побережье Кавказа. Уникален Северокавказский регион, где удельный вес санаторных учреждений в общей рекреационной сети превышает 80% .

В последнее время отчетливо стала проявляться тенденция к расширению санаторной сети в непосредственной близости от крупных городов с ориентацией на лечение местного населения [1].

Рассмотрим некоторые статистические показатели, характеризующие современное состояние санаторно-курортного комплекса.

Следует отметить, что к началу периода реформ в России существовала достаточно стройная система дешевого массового курортного обслуживания, которая не имела аналогов в мире. До начала процесса реформирования существовал дефицит на рекреационные услуги санаторно-курортной отрасли. Широкий спрос был обусловлен, прежде всего, высокой доступностью населению путевок на санаторно-курортное лечение благодаря финансовой поддержке государства и профсоюзов, которые возмещали гражданам до 80–100% стоимости путевок. Развитие материально-технической базы и санаторно-курортных учреждений осуществлялось за счет собственников этих учреждений или за счет государственного бюджета. Планирование и управление санаторно-курортными учреждениями осуществлялись их собственниками, а также координировались местными органами власти.

В курортно-туристском комплексе страны к концу 80-х гг. XX века сложился своеобразный «советский» тип обслуживания отдыхающих, для которого были характерны следующие черты: минимизация затрат, стандартизация обслуживания, невысокий уровень сервиса, высокое качество лечебно-оздоровительных услуг [1].

Кризисные явления в экономике в начале 90-х гг. вызвали выраженное падение производства, снижение рентабельности, рост убыточности большинства промышленных предприятий-собственников санаторно-курортных учреждений. В этот период поддержка санаторно-курортного комплекса государством существенно сократилась, доходы трудящихся снизились. Передача финансирования санаторно-курортных услуг от профсоюзов к фондам социального страхования и реформирование этих фондов значительно уменьшили возможности финансирования здравниц. Существенно возросли цены на авиа- и железнодорожные билеты. Все это привело к значительному снижению показателей санаторно-курортного комплекса. Территориальному распределению лечебно-оздоровительных средств размещения присуща значительная неравномерность по федеральным округам (табл. 20).

Таблица 20.

Количество санаториев для взрослых, пансионатов с лечением и детских санаториев по субъектам Российской Федерации (Источник: [2])

Территориальная единица	*Санатории для взрослых и пансионаты с лечением*				*Детские санатории*			
	2005	*2006*	*2009*	*2010*	*2005*	*2006*	*2009*	*2010*
Российская Федерация в целом	709	741	741	723	447	431	398	383
Центральный федеральный округ	144	154	146	143	114	115	104	100

Продолжение Таблицы 20.

Северо-Западный федеральный округ	50	59	51	53	52	49	49	49
Южный федеральный округ	173	174	186	167	48	47	47	48
Северо-Кавказский федеральный округ	101	101	103	106	23	22	24	24
Приволжский федеральный округ	112	129	128	129	95	92	84	79
Уральский федеральный округ	28	27	29	27	37	32	26	25
Сибирский федеральный округ	77	77	74	75	56	53	43	38
Дальневосточный федеральный округ	24	20	24	23	22	21	21	20

Из этих данных следует, что в наибольшей степени материально-техническая база лечебного туризма развита в Южном федеральном округе, включающем Краснодарский край, который является крупнейшим курортным и туристским регионом России, на его долю приходится около 20% курортных организаций России.

На основе сопряженного анализа данных о заболеваемости населения и степени насыщения федеральных округов РФ санаториями, была сопоставлена потребность каждого округа в учреждениях санаторно-курортного профиля с имеющейся базой санаторно-курортных услуг. Результаты выполненного анализа статистических данных свидетельствуют о том, что во всех округах наблюдается диспропорция: потребность в санаторно-курортных услугах удовлетворена менее, чем наполовину.

Потребность населения России в лечебно-оздоровительном туризме очень велика. Сегодня все большее внимание уделяется здоровью населения. В рамках V Всероссийского форума «Здоровье нации – основа процветания России» состоялась Всероссийская научно-практическая конференция «Задачи восстановительной медицины, реабилитации и курортологии в решении проблем оздоровления населения России». Было отмечено, что оказание санаторно-курортной помощи гражданам осуществляется за счет средств Фонда социального страхования (оказывается льготным категориям граждан), за счет средств обязательного медицинского страхования (оказывается работающим гражданам) и за счет средств федерального бюджета. Минздравсоцразвития России активно развивает оказание санаторно-курортной помощи за счет средств федерального бюджета. Для реализации этой цели Министерство впервые на федеральном уровне утвердило порядок оказания санаторно-курортной помощи непосредственно после стационарного лечения. В рамках конференции было отмечено, что среди основных функций санаторно-курортной помощи необходимо выделить профилактическую направленность, реабилитацию и восстановительное лечение, совершенствование системы подготовки кадров для санаторно-курортной деятельности, улучшение материально-технической базы санаторно-курортных учреждений и другие.

Детский оздоровительный туризм – это одно из приоритетных направлений развития. Ситуация осложняется тем, что заболеваемость детского и подросткового населения растет, а количество оздоровительных учреждений для детей в Российской Федерации за период с 2005 по 2010 гг. снизилось более, чем на 14%. Такая диспропорция приводит к росту в нашей стране выездного туризма с целью лечения и оздоровления.

СПА и медицинский туризм станет одним из секторов, в которых ожидаются наилучшие финансовые результаты в 2012–2016 гг. Такой вывод делают эксперты Euromonitor International и World Travel Market в отчете, представленном в Лондоне в начале ноября этого года [6, 7]. Российская Федерация обладает всеми предпосылками для развития на своей территории лечебно-оздоровительного туризма. Этот сектор и в нашей стране может стать одним из самых прибыльных. Дальнейшее расширение сети лечебно-оздоровительных учреждений при оптимизации соотношения «цена–

качество» является настоятельной потребностью для улучшения качества жизни населения Российской Федерации. Кроме того, лечебно-оздоровительный туризм может стать важнейшей «точкой роста» въездного туризма в нашу страну.

Список литературы

1. Ветитнев, А. М. Лечебный туризм [Текст] / А. М. Ветитнев, А. С. Кусков. – М. : ФОРУМ, 2010. – 592 с.
2. Здравоохранение в России : стат.сб. [Текст] / Росстат ; редколл. : пред. М. А. Дианов [и др.]. – М. : Росстат, 2011. – 326 с.
3. Маньшина, Н. В. Курортология для всех : за здоровьем на курорт [Текст] / Н. В. Маньшина. – М. : Вече, 2007. – 590 с.
4. Государственный доклад «О состоянии и об охране окружающей среды Российской Федерации в 2010 году» [Электронный ресурс] // Официальный сайт Министерства природных ресурсов и экологии РФ. – URL : http://www.mnr.gov.ru/regulatory/detail.php?ID=128153. Проверено 25.03.2012.
5. Всемирная организация здравоохранения [Электронный ресурс] / Официальный Интернет-портал ВОЗ. – URL : http://www.who.int/ru/. Проверено 15.03.2012.
6. Health & wellness tourism market research [Electronic resource] // Site : Euromonitor International. – URL : http://www.euromonitor.com/health-and-wellness-tourism. Проверено 15.03.2012.
7. World Travel Market : 2012 [Electronic resource] // Site WTM. – URL : http://www.wtmlondon.com/page.cfm/. Проверено 15.11.2012.

ОБ АКТУАЛИЗАЦИИ ПРОБЛЕМЫ РЕКРЕАТИВНО-ОЗДОРОВИТЕЛЬНОГО ОТДЫХА ДЕТСКОГО НАСЕЛЕНИЯ МОСКОВСКОГО РЕГИОНА

ON ACTUALIZATION OF THE PROBLEM OF RECREATION AND HEALTH IMPROVEMENT OF MOSCOW REGION CHILDREN

П. М. Наумов, *аспирант ФГБОУ ВПО «РГУФКСМиТ», г. Москва; mkffk@yandex.ru*

Е. В. Колотова, *доцент кафедры «МКФФК» ФГБОУ ВПО «РГУФКСМиТ», кандидат педагогических наук, г. Москва; mkffk@yandex.ru*

С. А. Гониянц, *заведующий кафедрой «Методика комплексных форм физической культуры» ФГБОУ ВПО «РГУФКСМиТ», кандидат педагогических наук, профессор, г. Москва; mkffk@yandex.ru*

P. M. Naumov, *post-graduate student, Russian State University of Physical Education, Sport, Youth and Tourism (SCOLIPE), Moscow, Russia; mkffk@yandex.ru*

E. V. Kolotova, *Ph. D., assistant professor of department of Methods of Complex Forms of Physical Education, Ph. D., professor, Russian State University of Physical Education, Sport, Youth and Tourism (SCOLIPE), Moscow, Russia; mkffk@yandex.ru*

S. A. Goniyants, *head of department of Methods of Complex Forms of Physical Education, Ph. D., professor, Russian State University of Physical Education, Sport, Youth and Tourism (SCOLIPE), Moscow, Russia; mkffk@yandex.ru*

Аннотация. *Показано, что переход к рыночным отношениям разрушил систему детского рекреационно-оздоровительного отдыха. Выявлены недостатки детского*

рекреационно-оздоровительного и профилактико-реабилитационного оздоровления детей в учреждениях санаторно-курортного профиля. Показана необходимость использования научно-методического и организационно-управленческого потенциала Советского периода в развитии рекреационно-оздоровительного отдыха детского населения Московского региона. Предложено авторское понимание необходимых мер для развития системы детского рекреационно-оздоровительного отдыха и лечения.

Ключевые слова: *рекреационно-оздоровительные услуги, загородный отдых детей, выездные детские оздоровительные лагеря, социальная политика государства, Московский регион, система детских рекреационно-оздоровительных учреждений, детские санатории, детские реабилитационные центры, детские круглогодичные лагеря санаторного типа*

Известно, что рекреационно-оздоровительная деятельность, предоставляемая детям, является залогом воспроизводства здорового населения страны. Этому вопросу уделялось достаточно большое внимание в советский период, когда была создана уникальная по охвату система детского кратковременного и длительного отдыха, направленная на формирование физического и духовно-нравственного здоровья подрастающего поколения, позволявшая обеспечивать загородным отдыхом 90% детей горожан [2, 3].

Между тем [1, 4] переход к рыночным отношениям разрушил систему детского рекреационно-оздоровительного отдыха, поскольку большинство детских учреждений длительного оздоровительного отдыха имели ведомственную принадлежность, а с остановкой промышленных предприятий и закрытием большинства научных учреждений, которым они принадлежали, перестали функционировать: общее число загородных оздоровительных учреждений за последние годы сократилось в несколько раз, а число отдохнувших в них летом детей уменьшилось до 1,5 млн, т. е. менее 50% детского населения Москвы и Московской области. Дошкольные загородные учреждения отдыха (выездные детские сады) практически перестали существовать. Те же, что образовались вместо них, организованы для детей современной элиты, они перестали быть социально-ориентированными: средняя стоимость проживания дошкольника в таком оздоровительном учреждении варьируется от 500 до 2 500 руб./сутки и более (от 15 000 руб. до 75 000 руб. в месяц).

Территории, ранее специально выделенные под выездные детские образовательные учреждения и пионерские лагеря, в настоящее время захвачены под коттеджные поселки, т. к. осваивать их строительным фирмам было проще из-за подведенных к ним инфраструктурных коммуникаций (дорог, электро-, водо- и теплоснабжения). Подавляющее большинство попыток вернуть эти территории для их исходного функционального предназначения повсеместно терпят поражение.

На смену загородному оздоровительному отдыху детей и подростков организованы месячные летние лагеря в городских ДОУ и общеобразовательных школах с дневным пребыванием детей. Эти лагеря решают только одну задачу – оградить детей от тлетворного влияния улицы, хотя бы на несколько часов в течение одного летнего месяца. Они не могут осуществлять оздоровление детей, поскольку те по-прежнему остаются в городской экологически опасной среде. В двух других летних месяцах ДОУ и школы не могут организовать лагеря: в июне–августе проводятся ремонтные работы, а в июне в школах еще идут экзамены. За время переходного периода была разрушена и система кратковременного отдыха детей по месту жительства: большую часть спортивных дворовых площадок заняли стоянки автомобилей, на смену бесплатным детским кружкам и клубам при ЖЭКах и районных библиотеках пришли платные детские центры и клубы, доступные детям только наиболее состоятельной публики. При этом четко прослеживается социальная незащищенность детей из малообеспеченных семей. Зачас-

тую, предоставленные улице дети обречены на физическую и духовную деградацию и быстро оказываются под воздействием криминальных структур, что привело к увеличению детской преступности, к развитию детской наркомании, алкоголизма и проституции [6]. В целом, в социально-ориентированной политике государства в отношении оздоровительного отдыха для детского населения, отмечается неутешительная картина в большинстве регионов России. Это обстоятельство явилось основой для специального Предписания Президента РФ Д. А. Медведева от 11 августа 2008 г., в котором ***создание полноценной разносторонней системы детского отдыха*** определено ***главным приоритетом социальной политики государства***. После этого, вопросы активизации детского отдыха многие регионы включили в свои концепции и программы устойчивого развития туризма на ближайшую и дальнюю перспективу [7]. Это четко видно из анализа существующей системы детской рекреации и лечебно-оздоровительного отдыха в Московском регионе и принимаемых мер по дальнейшему развитию этой системы.

На территории столицы и области [6, 4] функционирует всего 191 учреждение, в которых оказываются рекреационно-оздоровительные услуги детям. К ним относятся: 52 детских санатория, 6 реабилитационных центров, 13 оздоровительных круглогодичных лагерей санаторного типа, 105 детских оздоровительных лагерей, 7 пансионатов и 8 санаториев-профилакториев, где принимают на отдых родителей с детьми, для которых разработаны специальные детские рекреационно-оздоровительные услуги. По нозологиям они подразделяются на: бронхолегочные (12), психоневрологические (11), общесоматические (11), туберкулезные (5), пульмонологические (4), кардиоревматические (3), нефрологические (3), ортопедические (2), гастроэнтерологический (1).

Детские реабилитационные центры направлены в основном на лечение инвалидов детства, а оздоровительные лагеря санаторного типа относятся преимущественно к общесоматическим. Следует отметить, что во всех перечисленных учреждениях проводятся рекреационно-оздоровительные процедуры, направленные на общее укрепление физического здоровья детей и их интеллектуальное развитие.

Однако, статистика показывает явное неблагополучие в системе детского оздоровительного отдыха в регионе, обусловленная как сокращением детских специализированных рекреационных учреждений по сравнению с Советским периодом в 12,5 раз при общем росте детского населения, так и качественными изменениями самой системы [4, 5].

Проведенный нами анализ обширной научно-методической литературы Советского периода, личный опыт работы в детских учреждениях рекреационно-оздоровительного профиля, опрос и интервьюирование 12 методистов, преподавателей детско-юношеских учреждений базового и дополнительного образования г. Москвы и Московской области (средний возраст 58,4 года, стаж работы 36,6 лет) свидетельствует, что накопленный в этот период научно-методический потенциал необходимо использовать в настоящее время. Справедливости ради отметим, что в последние годы эта система начала как-то возрождаться. Напомним, что в те годы рекреационно-оздоровительные услуги детям кратковременно оказывались по месту жительства в детских садах и школах в виде специализированных гимнастик, занятий физической культурой, прогулок на свежем воздухе, а в ряде случаев и купания в бассейне. Одновременно при ЖЭКах организовывались различные спортивные, досуговые и художественные клубы, на детских площадках строились коробки для спортивных игр, турники, спортивные бревна, брусья и др. Во всех городах функционировали детские и юношеские спортивные, музыкальные, художественные школы и центры детского художественного воспитания, дома пионеров, а в школах работали бесплатные разнообразные по тематике кружки оздоровительной направленности, позволявшие бороться с развивающейся гиподинамией.

В летний период детей отправляли на отдых: дошкольников – в выездные загородные детские сады, а школьников – в пионерские лагеря. Формированием сети детских учреждений загородного оздоровительного отдыха занималось как государство, так и различные промышленные предприятия и ведомства, которые строили для детей своих сотрудников загородные учреждения отдыха.

В ходе исследования выявился ряд недостатков, устранение которых будет связано с «реанимацией» детского рекреативно-оздоровительного отдыха, что не терпит отлагательств, т. к. снижение физического состояния подрастающего поколения может в перспективе отрицательно сказаться на снижении качества жизни населения России и обороноспособности государства.

Нам представляется, что для воссоздания и развития системы детского рекреативно-оздоровительного отдыха необходимо использовать положительный научно-методический потенциал и организационно-управленческий опыт Советского периода и осуществить комплекс, по крайней мере, следующих мероприятий:

1. Произвести инвентаризацию ранее выделенных площадей под детские оздоровительные учреждения и, юридически обоснованно, вернуть их для детского оздоровления.
2. Восстановить и развить систему загородного дошкольного отдыха, организовав выездные детские сады для всех детских садов, постоянно находящихся в крупных городах и промцентрах.
3. Восстановить и расширить сеть стационарных детских оздоровительных лагерей, преимущественно муниципальной и ведомственной принадлежности.
4. Организовывать в летний период сеть передвижных палаточных лагерей спортивно-оздоровительной и туристско-экологической направленности.
5. Учитывая столичные функции региона, привлекающие в него детей всей страны, целесообразно организовать на одном из водохранилищ Подмосковья лагерь федерального значения по типу «Подмосковный Артек».
6. Значительно (в 2 раза и более) увеличить число детских санаториев, профилакториев, предусмотрев в них новые медицинские профили в соответствии с меняющимся характером заболеваемости детского населения, выбирая под них природные лечебные местности в экологически чистых территориях.
7. Для борьбы с детской инвалидностью необходимо открыть детские реабилитационные центры не только для инвалидов детства, но и для профилактики, долечивания детей, перенесших тяжелые заболевания.
8. Для улучшения общего физического состояния детей открыть муниципальные фитнес-центры, центры детско-юношеского туризма и краеведения и др., с бесплатным посещением детей в конкретных микрорайонах.
9. Для формирования национального самосознания подрастающего поколения необходимо расширить численность и значительно улучшить качество работы детско-юношеских туристских клубов, особый упор при этом сделав на развитие детских военно-патриотических, военно-исторических и эколого-краеведческих туристских клубов.
10. Обеспечить детские медицинские, лечебно-оздоровительные, учреждения общего, дополнительного и специального образования каталогами детских лечебно-оздоровительных, профилактических учреждений и культурно-досуговых центров г. Москвы и Московской области.
11. Значительно расширить практику подготовки высококвалифицированных кадров и волонтеров, ориентированных на качественную организацию и проведение детско-юношеского рекреативно-оздоровительного отдыха.

Список литературы

1. Ветитнев, А. М. Курортное дело: уч. пособие [Текст] / А. М. Ветитнев, Л. Б. Журавлёва. – М. : КРОНУС, 2006. – 528 с.
2. Маляренко, Ю. Е. Медико-биологическая сущность здоровья: продолжение дискуссии [Текст] / Ю. Е. Маляренко [и др.] // Валеология. – Ростов н/Д : изд-во УНИИ валеологии ЮФУ, 2005. – №1. – С. 5–17.
3. Маньшина, Н. В. Курортология для всех. За здоровьем на курорт [Текст] / Н. В. Маньшина. – С.-Пб. : Вече, 2007. – 624с.
4. Основные показатели деятельности санаторно-курортных организаций и организаций отдыха [Текст] // Туризм в цифрах, 2007 : стат. сб. / ИИЦ «Статистика России, Федеральное агентство по туризму. – М. : ИИЦ «Статистика России», 2007. – С. 25–29.
5. Сухарев, Е. Е. Курортное дело : уч. пособие [Текст] / Е. Е. Сухарев. – 2-е изд., стер. – М. : Омега-Л, 2011. – 224 с.
6. Ирисова, Т. А. Современное состояние детского лечебно-оздоровительного отдыха в Московском регионе [Электронный ресурс] / Т. А. Ирисова, Т. В. Балезина // Курортные ведомости : электронная версия журнала. – №4 (43). – 2007. URL : http://www.kved.ru/php/content.php?group=1447. Проверено 25.03.2012.
7. Разумов, А. Н. К вопросу актуализации разработки федеральной целевой программы «Развитие курортного дела в Российской Федерации» [Электронный ресурс] / А. Н. Разумов, Н. А. Стороженко // Курортные ведомости : электронная версия журнала. – №4 (67). – 2011. URL : http://www.kved.ru/php/content.php?group=2479. Проверено 25.03.2012.

ИТАЛЬЯНСКИЙ ОПЫТ САМОРЕГУЛИРОВАНИЯ ТУРИСТСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

THE ITALIAN EXPERIENCE OF SELF-REGULATION OF TOURIST ACTIVITY

В. С. Новиков, *член Правления Международной туристской академии, г. Москва; vlsemnov@yandex.ru*

V. S. Novikov, *member of the Presidium International Tourism Academy, Moscow; vlsemnov@yandex.ru*

Саморегулирование означает принятие хозяйствующими субъектами на себя определенных обязательств без какого-либо внешнего принуждения, коллективную разработку и установление стандартов и правил осуществления конкретной деятельности всеми объединившимися участниками.

Принятие различных кодексов профессиональной этики, которые устанавливают для членов саморегулируемых организаций даже более жесткие нормы функционирования, чем это предусмотрено законодательством, способствуют укреплению их деловой репутации. Подобные кодексы позволяют компаниям определить свою деловую и социальную ответственность не только перед потребителями, но и применять ее во взаимоотношениях со своими партнерами и с государством.

Кодексы позволяют в более широком толковании отразить все аспекты этих взаимоотношений, предусматривая проведение независимых проверок и публикаций о поло-

жении дел в компаниях, систему штрафов за нарушение принятых обязательств. В случае нарушения корпоративных правил или возникновения конфликтных ситуаций саморегулируемые организации самостоятельно, без обращения в государственные арбитражные суды, рассматривают инциденты и принимают решения по их устранению.

Механизмы саморегулирования приводят к повышению эффективности деятельности участников рынка, повышают репутацию компаний и сокращают издержки на донесение информации о действующих стандартах, качестве предлагаемых товаров и услуг.

Саморегулируемые объединения в странах с развитой рыночной экономикой известны давно и используются практически во всех областях предпринимательской деятельности. Поэтому, в связи с появившейся тенденцией создания саморегулируемых организаций в России большое значение приобретает анализ зарубежной практики разработки и применения на добровольной основе требований к профессиональной деятельности в области туризма.

Представителями туристских предприятий и ассоциациями по защите прав потребителей Италии, среди которых Итальянская ассоциация агентств путешествий Autotutela и ассоциация потребителей туристских услуг Turconsumatori, в 2009 г. был разработан и принят Кодекс саморегулирования туристских предприятий (Codice di Autoregolamentazione delle Imprese Turistiche).

Кодекс создан для того, чтобы подтвердить и защитить профессионализм агентств путешествий и всех туристских предприятий в отношении потребностей и прав клиентов, чтобы стимулировать повышение профессионального уровня и чувства ответственности участников туристской деятельности. Основные элементы Кодекса – соблюдение моральных и юридических принципов порядочности, прозрачности и конкуренции. Кодекс саморегулирования туристских предприятий базируется на нормах должного профессионального поведения – науке деонтологии.

Деонтология изучает принципы, нормы, закономерности и формы профессионального поведения, обусловленные как социальными факторами, так и спецификой профессиональной деятельности, характером взаимоотношений профессионалов с обществом, государством, гражданами (потребителями), а также с членами своей профессиональной группы и других социальных групп. – (Примеч. автора).

Все Ассоциации, как представляющие различные типы туристских предприятий, так и интересы потребителей, признающие Кодекс, должны распространять эти положения среди собственных членов, требуя полного их соблюдения. Кроме того, Ассоциации берут на себя обязательство сотрудничать с государственными организациями и палатами торговли, промышленности, ремесел и сельского хозяйства Италии (CCIAA) с целью самого широкого распространения норм Кодекса, как по отношению к туристским предприятиям, так и по отношению к организациям потребителей.

К соблюдению положений Кодекса могут добровольно присоединиться любые предприятия, действующие в сфере туризма. Каждый субъект, который хочет присоединиться к Кодексу, должен представить заявление, в котором указывается наименование, область деятельности и местонахождение предприятия; реквизиты административного разрешения и полиса страхования гражданской ответственности; фамилия технического директора; разрешение на использование личных данных только для целей Кодекса. К заявлению прикладывается подписанная декларация о принятии положений Кодекса и обязательство об их выполнении.

Кодекс саморегулирования включает в себя десять статей, которые определяют нормы поведения туристских предприятий. Целью Кодекса является выполнение Директив Совета Европы и соответствующих законов Италии по пресечению на рынке недобросовестной коммерческой деятельности производителей по отношению к потребителям.

Каждый присоединившийся к Кодексу берет на себя обязательство уважать клиентов и поставщиков. Клиентам по их запросам должна предоставляться полная и необходимая информация, они должны быть информированы и об их правах, которые будут соблюдаться. Поставщикам должна направляться вся полезная и/или необходимая информация для того, чтобы гарантировать наиболее полное удовлетворение клиента, а также в согласованные сроки должны осуществляться платежи.

Присоединение к Кодексу обязывает предприятия гарантировать при обслуживании потребителей применение профессиональных стандартов высшего качества. Поэтому предприятия должны постоянно заниматься обучением и повышением квалификации сотрудников, обращая при этом внимание на глубокое изучение не только норм туристского характера, но и направленных на защиту потребителя.

Серьезное внимание в Кодексе уделено соблюдению норм по защите конфиденциальности. Предприятия гарантируют, что защита личных данных клиентов, даже в случае введения данных в сайт для электронной торговли будет соблюдаться. При сборе данных клиент получает информацию о том, какие личные данные будут собираться и какова процедура их обработки; имя ответственного лица за сбор данных, их защиту и конфиденциальность. Клиент также ставится в известность о его праве оспаривать или запрещать сбор, использование или обнародование личных данных, о последствиях возможного отказа или отзыва согласия об их использовании или обнародовании, а также о возможности проверять, добавлять или исправлять собственные данные.

Кодекс обязывает предприятия предоставлять клиентам полную, правильную и корректную информацию, относящуюся к элементам, включенным в пакет, об их цене, санитарных правилах, формальностях, последствиях при нарушении договорных условий, не исключая ответственности клиента за получение необходимых документов и их использования должным образом. Информация должна предоставляться в письменном виде, как документ, подготовленный организатором поездки, который оставляет себе копию, подписанную потребителем, так и материал, специально подготовленный производителями услуг. Предприятия должны располагать, по крайней мере, одной копией текстов основных норм защиты потребителей и Кодекса, доступных для клиентов.

В случае изменений, относящихся к элементам туристского пакета, поставщик берет на себя обязательство направлять сообщения организаторам поездки в любой доступной форме, предоставляя необходимые данные, чтобы проинформировать клиента для получения его согласия или отказа на изменение. Клиенту сообщается адрес электронной почты или иных средств связи, для получения срочных сообщений, относящихся к возможным недостаткам в обслуживании, чтобы организатором немедленно были приняты меры, как это установлено законом.

Присоединившиеся к Кодексу предприятия обязуются продвигать собственные продукты на рынке, также как продукты третьих лиц, с полным соблюдением норм коммерческой прозрачности, избегая использования информации или образов, не отвечающих действительности, а также рекламирования их способом, который вводит клиента в заблуждение. Термины «гарантия», «гарантируемый» и подобные им, могут использоваться только, если они сопровождаются точным содержанием и порядком предоставления.

Сторонники Кодекса обязуются уважать принципы профессиональной осмотрительности, никаким способом не фальсифицировать ощущения, получаемые потребителем по существу содержания предлагаемого продукта, всегда учитывая возраст, социальное положение и степень знакомства потребителя с рекламным сообщением.

В Евросоюзе существует запрет (директива 2005/29/ЕС) на нечестное ведение бизнеса и незаконное навязывание товара или услуги. Коммерческая практика считается

неправомерной в двух случаях: если противоречит требованиям профессионального поведения и искажает поведение потребителя. Это коммерческие приемы, вводящие потребителя в заблуждение и подталкивающие его к ненужной покупке. Недобросовестная коммерческая практика бывает двух видов – обманная и агрессивная.

Считается обманной коммерческая практика, которая не предоставляет важную информацию, необходимую потребителю, чтобы принять осмысленное решение, или, которая, при условии корректности информации, может привести потребителя к ошибке в оценке характера и наличия туристского продукта, предложенных услуг, условий рекламации и требования о возмещении, позиционирования предприятия на рынке, а также соблюдения прав потребителя. Кроме того, обманной коммерческой практикой считается несоблюдение предприятием, обязательств, содержащихся в Кодексе.

Следующая коммерческая практика считается в любом случае обманной:

- предлагать приобретение продукта по определенной цене, но без учета факторов, которые делают сомнительной возможность его предоставления;
- предлагать приобретение продукта по цене, ниже обычно практикуемой, не имея в распоряжении соответствующего объема продукта, указанного в рекламе и по предложенной цене;
- заявлять – в противоположность истине – о том, что продукт может быть предоставлен при особых условиях, в очень ограниченный период, чтобы потребитель приял решение немедленно, лишая его возможности или достаточного времени, чтобы принять обдуманное решение;
- предоставлять права потребителям, определенные законом, как предложение якобы разработанное самим предприятием.

Считаются агрессивными, и поэтому запрещенными, такие коммерческие практики, как осуществление многочисленных и не затребованных коммерческих сообщений по телефону, электронной почте или другими способами, кроме условий и мер, которые подтверждаются действующими нормами и правилами, с целью осуществления договорного обязательства.

Предприятия, присоединившиеся к Кодексу, обязаны поддерживать, как между собой, так и с поставщиками услуг, предназначенных для клиентов, отношения, направленные на максимальную прозрачность и честность, и тем же способом они обещают действовать по отношению к клиентам. Все присоединившиеся предприятия берут на себя обязательство:

- оказывать предпочтение, по возможности, сотрудничеству с предприятиями, которые согласились подписать Кодекс;
- поддерживать прозрачные и лояльные отношения с поставщиками услуг (гостиницы, транспортные компании, рестораны, гиды и т. д.);
- предупреждать Комитет надзора о возможном неправильном поведении другого предприятия, требуя дать оценку и принять соответствующие меры;
- соблюдать обязательства по поведению, установленные Кодексом, требуя, чтобы они были гарантированы клиенту также при предоставлении услуг поставщиками;
- делать все от них зависящее, чтобы устранить возможные ситуации некачественного обслуживания, оставляя в силе обязанность немедленного сообщения со стороны клиента, как это установлено итальянским Кодексом потребления.

Контракт, который предприятие подписывает с потребителем, должен отражать принципы, указанные в действующих законодательных и нормативных актах. Контракт должен быть составлен в ясной и понятной форме и не должен содержать принудительных или незаконных пунктов, а не только нормы, которые записаны в Кодексе потребления.

Субъект, который реализует туристскую услугу, заключает с клиентом контракт в письменной форме. Контракт должен обязательно содержать:

- полные анкетные данные клиента, подписывающего контракт, включая идентификационный номер налогоплательщика;
- основные анкетные данные других возможных участников;
- описание продукта или услуги;
- информация о субъектах участвующих в формировании продукта;
- точную цену каждого элемента, входящего в паушальную цену туристского пакета;
- способ расчета окончательной цены, если характер продукта не дает возможность заранее определить разумную цену;
- порядок оплаты и возможных корректировок цены;
- обязательства, касающиеся необходимых формальностей для осуществления путешествия;
- в случае иностранных или неевропейских потребителей, указание организации или органа власти, к которым можно обратиться, чтобы получить информацию, необходимую для выезда;
- реквизиты страховых покрытий, которые согласно закону являются обязательными для организаторов поездок, и возможных страховых полисов, которые приобрел потребитель.

Стремясь совершенствовать нормы, установленные законодателями, предприятия требуют от клиента, до составления контракта о путешествии, заполнения специальных бланков, в которых указываются все элементы, которые являются для него самыми главными для успешного использования отпуска.

Предприятиям предлагается по возможности устанавливать возможные сроки пересмотра цены и уплаты сальдо, чтобы избежать требования дополнительных обязанностей после полной оплаты. Не признаются законными сообщения общего характера об изменении цены, направленные через Интернет агентам путешествия или потребителям, если в них нет ссылки на контракт о путешествии, подписанный потребителем.

Для того чтобы клиент мог оценить возможное требование возмещения при нарушении договора, в каталогах, должны быть ясно и четко приведены нормы, которые устанавливают отношения между туроператором и агентом, определяя в точные границы ответственности каждого по отношению к клиенту.

Одна из статей Кодекса посвящена использованию Интернета при осуществлении коммерческих операций. Предприятие должно осуществлять их таким образом, чтобы можно было немедленно идентифицировать следующую информацию: бренд, под которым осуществляется деятельность; социальный статус и официальный адрес предприятия; фамилия официального представителя предприятия и технического директора; реквизиты административного разрешения для осуществления деятельности и регистрации в торговой палате; код налога на добавленную стоимость; адрес электронной почты, предназначенный исключительно для того, чтобы принимать жалобы со стороны клиента для принятия неотложных мер.

При обмене корреспонденцией, предприятие, осуществляющее коммерческую деятельность через Интернет должно обращаться к клиенту, всегда показывая информацию приведенную выше.

При подготовке контракта в онлайновом режиме, предприятие должно показывать клиенту все фазы составления контракта, четко сообщая дату и место заключения контракта; перечисляя каждую услугу и ее предлагаемую цену; спецификацию каждого возможного расхода за счет клиента при продаже продуктов и/или услуг, таких как

сборы, налоги, страховка; описание каждого продаваемого продукта или услуги, в случае необходимости сопровождая его четким изображением, чтобы позволить клиенту сделать осознанный выбор; возможные страховые полисы, включенные в предложение и условия их приобретения; возможность обращаться к мерам, предусмотренным Кодексом для начала расследования в случае неэффективности обслуживания.

Кроме полного текста Кодекса и основных законодательных норм, предусматривающих защиту прав потребителей, в распоряжение клиента должны быть предоставлены все документы необходимые или полезные клиенту, среди которых общие условия контракта о путешествии и специфические пункты договора, которые должны быть воспроизводимыми и сохраняемыми. Сообщение о подтверждении получения контракта о путешествии, подписанного клиентом онлайновым способом, предприятие без задержки направляет электронной почтой.

Продвижением принципов Кодекса и надзора за его применением занимаются Организационный комитет и Комитет надзора.

В Организационный Комитет входят все субъекты, как публичные, так и частные, которые участвовали в подготовке данного Кодекса. Задача комитета заключается в популяризации и продвижении Кодекса среди работников туристской сферы и среди публики, а также следить за его эффективным применением.

Организационный комитет получает и рассматривает заявления о присоединении; сообщает о внесении в реестр новых сторонников; ведет и дополняет реестр сторонников; собирает возможные претензии от самих сторонников и потребителей туристских услуг.

Деятельность по контролю применения Кодекса возложена на Комитет надзора. Комитет надзора, численностью от трех до пяти членов, назначается Организационным комитетом. В него входят эксперты по туристскому праву и по проблемам потребителей, представляемые Ассоциациями предпринимателей и потребителей, примкнувшими к Кодексу. Срок пребывания в составе комитета составляет два года и может быть продлен. Члены Комитета надзора не получают вознаграждения. Комитет надзора проверяет правильность применения Кодекса его сторонниками; назначает, после процедуры нарушения и в соответствии с принципом состязательности и защиты, предусмотренные санкции; проверяет соблюдение своих решений.

За нарушение сторонником норм поведения, предусмотренных Кодексом, в зависимости от серьезности нарушений и учета возможного рецидива, применяются следующие санкции:

а) письменное требование об отказе от продолжения коммерческой практики, публикуемое на сайте Организационного комитета;

б) денежный штраф от 250 до 2 500 евро в зависимости от серьезности обнаруженных нарушений, с публикацией решения на сайте Организационного комитета;

в) исключение из реестра сторонников и публикация этого решения на сайте Организационного комитета.

Санкции, указанные в пунктах б) и в) могут применяться одновременно.

Кодекс саморегулирования будет периодически обновляться, чтобы соответствовать юридическим и оперативным нововведениям в туристском секторе. Обновление будет осуществляться Комитетом надзора. Предполагаемые изменения будут сообщаться примкнувшим предприятиям максимум за 30 дней до принятия решения. Изменения будут считаться принятыми, и немедленно вводятся в действие всеми предприятиями, которые выскажут свое согласие в течение семи дней с момента получения сообщения Комитета надзора.

Таковы основные принципы саморегулирования туристской деятельности в Италии. В работе автором использованы материалы из официальных информационных Интернет-источников [1, 2, 3].

Список литературы

1. Turismo : Informazioni [Electronic resource] // Autotutela : Portale Ufficiale. – URL : http://www. www.autotutela.it. Проверено 15.03.2012.
2. Turismo : Informazioni [Electronic resource] // Codicedelturismo : Portale Ufficiale. – URL : http://www.codicedelturismo.com. Проверено 15.03.2012.
3. Turismo : Informazioni [Electronic resource] // Unioncamere : Portale Ufficiale. – URL : http://www.unioncamere.gov.it/. Проверено 15.03.2012.

ПРАКТИКА МЕЖФИРМЕННЫХ ВЗАИМООТНОШЕНИЙ В ТУРИЗМЕ

THE PRACTICE OF RELATIONSHIPS IN TOURISM

Н. В. Рубцова, *доцент кафедры экономики и менеджмента сервиса Байкальского государственного университета экономики и права, кандидат экономических наук, г. Иркутск; runatasha21@yandex.ru*

N. V. Rubtsova, *Ph. D. in Economics, Associate Professor, Baikal State University of Economics and Law, Irkutsk; runatasha21@yandex.ru*

Аннотация. *В статье представлены результаты пилотного исследования межфирменных взаимоотношений в туристской сфере г. Байкальска.*

Ключевые слова: *туристская сфера, межфирменные взаимоотношения*

Abstract. *The article presents results of a pilot study of the relationships in the tourism (on the example of the city Baikalsk).*

Keywords: *tourism, relationships*

Необходимость активизации роли государства в решении первоочередных задач по созданию и развитию конкурентоспособного рынка туристских услуг в Российской Федерации в настоящее время актуальна и обоснована. При этом наиболее эффективным механизмом решения присутствующих проблем в сфере туризма определяется создание туристско-рекреационных кластеров в форме государственно-частного партнерства [3]. Вместе с тем, уже сейчас на отечественном туристском рынке присутствуют и осуществляют свою деятельность сети взаимосвязанных предприятий, которые можно определить как естественные туристско-рекреационные кластеры.

В данной статье представлены результаты пилотного исследования межфирменных взаимоотношений естественных туристско-рекреационных кластеров. Цель исследования – анализ практики управления межфирменными взаимоотношениями существующих естественных туристско-рекреационных кластеров, выявление особенностей формирования и развития взаимоотношений, определение необходимости и перспектив развития взаимоотношений в форме частно-государственного партнерства.

Методологической основой исследования послужил сетевой подход (маркетинг взаимоотношений), концепция управления цепочкой создания ценности. Его использование позволило рассмотреть особенности формирования и развития существующих взаимоотношений между различными агентами туристской сферы: туристическими фирмами, гостиничным бизнесом (гостеприимство), рекреационными предприятиями, потребителями и прочими участниками цепочки создания и распределения стоимости.

На основе анализа вторичных источников информации о ситуации в туристской отрасли в г. Байкальске (Иркутская область), изучения существующих исследований по сходной тематике [1, 2] была разработана анкета для проведения опроса руководителей предприятий туристской сферы города. Исследование проводилось в декабре 2011 г. в г. Байкальске в рамках семинара по повышению квалификации работников туристской сферы, проводимого Байкальским государственным университетом экономики и права.

В опросе приняло участие 25 человек – руководителей предприятий туристско-рекреационной сферы, после анализа полученных данных 14 анкет из 25 были признаны пригодными для дальнейшей обработки и исследования. Характеристика объектов исследования представлена в табл. 21.

Оценивая общую ситуацию на предприятиях, большинство руководителей (50%) оценили свое финансовое положение как «нормальное», 14% как «хорошее», 14% как «плохое», 7% как «очень хорошее», 7% как «очень плохое». При этом, прогнозируя его изменение в будущем, 11% опрошенных менеджеров отметили, что оно улучшится, 3%, что останется таким же, ухудшения ситуации менеджеры не прогнозировали.

В целом можно отметить оптимистичные оценки финансового положения и его изменений в будущем.

Таблица 21.

Характеристика объектов исследования

Критерий	*Характеристика*	*Значение, %*
Сфера деятельности предприятия	Туризм	64
	Гостеприимство	7
	Рекреация	7
	Иное	22
Размер предприятия	Крупное	7
	Среднее	7
	Малое	86
Форма собственности	ООО	36
	ИП	64
Среднесписочная численность работников	более 100 чел.	7
	от 50 до 100 чел.	7
	от 10 до 50 чел.	86
	менее 10 чел.	0

Объем продаж за истекший период (2011 г.) оценили как нормальный 58% опрошенных, хороший 21%, плохой 21%.

Оценивая ситуацию в отрасли, большинство менеджеров отметили, что работают в условиях высокого уровня конкуренции 46%, такое же количество опрошенных 46% считают, что конкуренция в отрасли средняя, при этом 8% отметили слабую конкуренцию в отрасли.

Указывая на проблемы, существенно препятствующие развитию туризма в регионе, 25% респондентов отметили неэффективное взаимодействие между участниками (партнерами по бизнесу), отсутствие общей координации и стратегии действий; 21% – недостаточное продвижение туристского продукта региона на мировом и внутреннем туристских рынках, 21% – высокую цену и низкое качество предоставляемых услуг; 11% – отсутствие поддержки со стороны государственных служб и администрации, 11% – отсутствие

доступных кредитных инструментов с процентными ставками, позволяющими окупать инвестиции в объекты туристско-рекреационного комплекса в приемлемые для инвесторов сроки; 7% – отсутствие транспортной инфраструктуры и высокую стоимость транспортных услуг. Следует отметить, что круг присутствующих проблем также был дополнен функционированием в городе градообразующего предприятия БЦБК (Байкальский целлюлозно-бумажный комбинат) – ее обозначили 4% опрошенных.

Выбирая партнеров по бизнесу, компании преследуют две основные цели: 60% максимизация продаж и 40% минимизация конфликтов внутри цепи.

Также в ходе исследования представляли интерес критерии, которыми руководствуются менеджеры, выбирая партнеров по бизнесу. По результатам опроса менеджеры предприятий в большей степени ориентируются на долгосрочные взаимовыгодные отношения. Основными критериями выбора для 32% опрошенных стал опыт их сотрудничества в прошлом, для 21% фирм – потенциал для долгосрочной кооперации, для 21% – гибкость партнера, умение подстраиваться под запросы. Также среди отмеченных критериев фигурируют снижение собственных издержек (11%) и рекомендации партнеров по бизнесу (10%). Географическое расположение партнера по бизнесу признано наименее важным критерием, его выбрали 5% опрошенных.

Еще одним направлением исследования являлась оценка уровня технической поддержки при взаимодействии предприятия с их рыночными контрагентами. По данным опроса масштабы использования компьютерных технологий достаточно низкие, так активное использование компьютерных и информационных технологий, собственного web-сайта, Интернета, в том числе и Интернет рекламных акций и электронных продаж присутствует только у 14% предприятий туристской сферы; 50% фирм использует информационные технологии на уровне собственного web-сайта, при этом 36% опрошенных вообще не используют информационные технологии в своей деятельности.

Результаты исследования позволяют провести анализ сложившихся взаимоотношений предприятий со следующими контрагентами: бизнес-партнерами, покупателями, государственными службами и органами власти. Для этого были изучены основные характеристики взаимоотношений между участниками цепочки создания стоимости, в частности, справедливость, стабильность, надежность, долгосрочность, взаимовыгодность (табл. 22).

Таблица 22.

Оценка взаимоотношений с контрагентами, %

Считаете ли вы сложившиеся взаимоотношения с ...	*Бизнес-партнерами*	*Покупателями*	*Государственными службами*	*Органами власти*
Справедливыми	55	45	18	18
Равноправными	45	45	27	18
Стабильными	36	27	0	18
Надежными	27	45	0	9
Долгосрочными	27	45	9	18
Экономически выгодными	45	45	9	18
Нуждающимися в изменении	36	18	36	36
Исторически сложившимися	9	18	0	18

По данным таблицы 22 можно сделать вывод, что наибольшая удовлетворенность взаимоотношениями присутствует в отношении бизнес-партнеров и покупателей, наименьшая – в отношении органов власти и государственных служб.

Менеджеры предприятий посчитали взаимоотношения с бизнес-партнерами справедливыми, равноправными, экономически выгодными, но недостаточно стабильными, надежными и долгосрочными, следовательно – нуждающимися в изменении. Говоря о взаимоотношениях с покупателями, респонденты отметили, что они считают их справедливыми, равноправными, надежными и долгосрочными, не очень высоко был оценен критерий стабильности отношений, что, вероятно, и послужило причиной внесения изменений в сложившиеся отношения. Среди множества способов стимулировать сбыт менеджеры наиболее часто используют рыночные инструменты: реклама 42%, скидки 27%, подарки 19%. Нерыночные инструменты, основанные на сложившихся взаимоотношениях – учет личных, финансовых интересов контрагентов – используют 12% опрошенных.

При этом изменить свои взаимоотношения предприятия хотели бы с государственными службами и органами власти, неудовлетворенность присутствует практически по всем критериям, характеризующим отношения между контрагентами. Значительное число опрошенных также обеспокоено необходимостью налаживания специальных отношений с государственными службами и органами власти. Полученные результаты подтверждают и данные в отношении оценки менеджерами государственной политики, направленной на развитие туризма в регионе, только 43% опрошенных считают ее эффективной. Говоря об административных механизмах, способных улучшить ситуацию в отрасли, большая часть опрошенных согласна с необходимостью появления в регионе крупной компании (государственно-частного партнерства), координирующей деятельность туристско-рекреационных предприятий, т. е. по сути создание искусственного туристско-рекреационного кластера. Также эффективным механизмом улучшения ситуации в отрасли было названо создание региональной информационной системы, которая обеспечивала бы хранение и обработку информации о туристской отрасли, ее предоставление для различных участников: 79% менеджеров считают, что это будет способствовать привлечению туристов и развитию туризма в регионе; 14% полагают, что это поможет координации деятельности представителей туристской индустрии.

В целом, о необходимости налаживания специальных отношений с партнерами заявили 80% опрошенных менеджеров, при этом идти на дополнительные затраты, связанные с поддержанием партнерских отношений готовы 71% опрошенных менеджеров, это связано с уверенностью 75% менеджеров в том, что долгосрочные отношения с партнерами обеспечивают им определенные конкурентные преимущества, только 25% менеджеров считают, что в рыночных условиях каждый должен стремиться к выживанию самостоятельно.

Оценка готовности менеджеров идти навстречу пожеланиям партнеров является важной характеристикой уровня их приверженности и взаимной ориентации. В табл. 23 представлены мнения менеджеров в отношении дополнительных возможностей, которые они готовы предоставить партнерам по бизнесу.

Таблица 23.

Дополнительные возможности бизнес-партнерам

Для сохранения партнерских отношений вы готовы...	*Менеджеры, согласившиеся с данным утверждением, %*
Изменить состав или качество предоставляемых услуг	40
Предоставить скидки	44
Предоставить торговый кредит	4
Пересмотреть условия платежей	12
Не видим необходимости идти навстречу	0

Как видно, в целом почти половина менеджеров выражает готовность идти навстречу контрагентам. Никто из опрошенных не согласился с утверждением об отсутствии необходимости следовать пожеланиям своих партнеров. Даже с учетом сложного финансового положения менеджеры готовы использовать финансовые способы поддержки отношений: 44% готовы предоставить скидки, 12% – пересмотреть условия платежей, 4% – предоставить торговый кредит. Готовность следовать пожеланиям своих партнеров в отношении состава и качества предоставляемых услуг выразили 40% менеджеров.

Таблица 24.

Характеристика проблем, возникающих во взаимоотношениях с контрагентами

Затруднения во взаимоотношениях	*Поставщиками*	*Дистрибьюторами*	*Покупателями*
Отсутствие доверительных взаимоотношений	1,6	1,3	1,7
Жесткость требований и условий	2,0	1,7	1,7
Нежелание реагировать на наши обстоятельства	1,8	1,3	1,6
Нечеткость и необязательность в отношениях	1,7	1,3	1,7
Недостаточная оперативность в реагировании на наши обстоятельства	1,7	1,3	1,8
Нежелание разделать риски по сделкам	1,9	1,7	1,8
Отсутствие конструктивных механизмов разрешения конфликтов	1,7	1,6	1,7

Для более детальной оценки проблем, возникающих во взаимоотношениях с поставщиками и покупателями, респонденты оценивали восемь утверждений (табл. 24) (оценка 3 означала, что во взаимоотношениях присутствуют существенные затруднения, 1 – затруднений не возникает). Как видно из приведенных данных (табл. 24 и рис. 27), в отношениях между участниками цепочки «поставщик–покупатель» существует немало проблем, в первую очередь связанных с жесткостью требований и условий, а также нежеланием разделять риски по сделкам. Также можно отметить, что наиболее доверительные взаимоотношения с наименьшим количеством затруднений присутствуют между звеном цепочки «производитель–дистрибьютор», менее доверительные взаимоотношения с часто возникающими трудностями характерны для звена цепочки создания стоимости «поставщик–производитель».

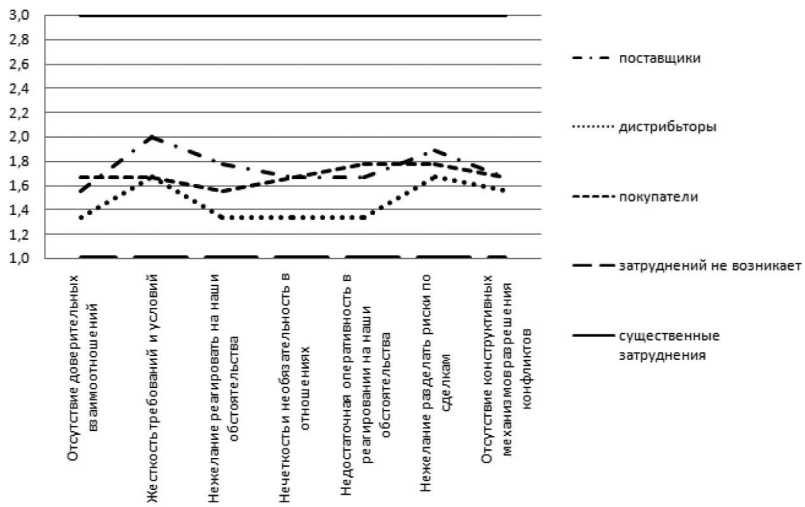

Рис. 27. Расположение возникающих во взаимоотношениях проблем относительно выбранной шкалы: 1 – затруднений не возникает; 2 – есть некоторые затруднения; 3 – испытываем существенные затруднения

Гипотеза о широком распространении в туристской отрасли неформальных отношений между участниками подтвердилась. Как видно из приведенных в табл. 25 данных, неформальные связи ценятся менеджерами предприятий. Они отмечают, что персональные отношения необходимы для урегулирования нестандартных ситуаций на рынке и являются необходимым условием успешного сотрудничества.

Таблица 25.

Распространенность неформальных отношений между участниками туристского рынка

Неформальные отношения	%
Это условие успешного сотрудничества	31
Это традиция	15
Нужны для урегулирования нестандартных ситуаций	46
В них нет необходимости	8

Обобщая результаты исследования, следует отметить, что в исследуемых естественных туристско-рекреационных кластерах присутствуют взаимосвязи и межфирменные взаимоотношения между контрагентами. Высокий уровень конкуренции на рынке затрудняет замену существующих и поиск новых бизнес-партнеров и покупателей, поэтому менеджеры ориентированы на долговременное, стабильное сотрудничество. Высоко была оценена роль взаимовыгодности отношений для успешного развития предприятия.

Кроме того, среди менеджеров присутствует озабоченность сложившимися взаимоотношениями с такими контрагентами как государственные службы и органы власти, при этом участники готовы идти на дополнительные затраты, связанные с необходимостью налаживания этих взаимоотношений. В свою очередь менеджеры ждут от этих контрагентов осуществления эффективной политики, направленной на развитие туристской отрасли, при этом приоритетными механизмами ее осуществления были названы создание туристско-рекреационного кластера в форме частно-государственного партнерства, а также региональной информационной системы, способной обеспечивать информационными ресурсами всех участников рынка.

Прогнозируя перспективы дальнейшего развития туристской отрасли, можно предположить, что процессы информатизации, сетизации и взаимной интеграции предприятий, в том числе и в форме частно-государственного партнерства, востребованы и при обеспечении благоприятных условий будут достаточно динамично развиваться в будущем.

Список литературы

1. Кущ, С. П. Маркетинг взаимоотношений на промышленных рынках : монография [Текст] / С. П. Кущ ; С.-Петерб. гос. ун-т, Факультет менеджмента. – С.-Пб. : Издат. дом С.-Петерб. гос. ун-та, 2006. – 272 с.
2. Попова, Ю. Ф. Практика управления межфирменными отношениями в цепочке создания ценности [Текст] / Ю. Ф. Попова // Модернизация экономики и глобализация : Доклады IX Междун. науч. конф. : в 3 кн. / под ред. Е. Г. Ясина ; Гос. ун-т – Высшая школа экономики. – М. : Изд. Дом ГУ ВШЭ, 2009. – Книга 3. – С. 48–56.
3. Федеральная целевая программа «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011–2018 годы)» [Электронный ресурс] // Депар-

тамент государственных целевых программ и капитальных вложений Минэкономразвития России. – URL : http://fcp.economy.gov.ru/cgi-bin/cis/fcp.cgi/Fcp/ViewFcp/View/2011/361. Проверено 23.03.2012.

ПРИМЕНЕНИЕ ЭКСПЕРТНЫХ МЕТОДОВ В ОЦЕНКЕ УРОВНЯ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА (НА ПРИМЕРЕ РЕСПУБЛИКИ БАШКОРТОСТАН)

APPLICATION OF EXPERT METHODS IN THE ASSESSMENT OF THE TOURISM DEVELOPMENT LEVEL (ON AN EXAMPLE OF THE REPUBLIC OF BASHKORTOSTAN)

Э. Г. Салишева, *ст. преподаватель кафедры Технологии и организации туризма Башкирского института физической культуры, г. Уфа; salisheva_elvira@mail.ru*

E. G. Salisheva, *senior teacher of Technology and organizationof tourismchair of the Bashkir institute of physical culture, Ufa; salisheva_elvira@mail.ru*

Туризм имеет важное экономическое, политическое, культурное, значение; оказывает стимулирующее воздействие на развитие ключевых отраслей народного хозяйства. По посещаемости туристами Россия не занимает лидирующих позиций в мире, тем не менее, в России существуют регионы, обладающие хорошими возможностями для развития туризма, например, Республика Башкортостан.

Республика Башкортостан обладает высоким потенциалом для развития активных видов туризма: пешеходного, водного, конного, санного [4]. Наличие большого количества лечебных ресурсов, хороших санаториев [2, с. 75–79], нетронутых уголков природы позволяют развивать лечебный и экологический туризм. Однако, данный потенциал используется не достаточно эффективно. На сегодняшний день из 29 туроператоров, в сфере внутреннего и въездного туризма осуществляют деятельность четыре туроператора, которые занимаются разработкой и внедрением активных туров по республике. По данным Башкортостанстата, количество россиян и граждан СНГ, которые воспользовались услугами объектов размещения Республики Башкортостан в 2010 г. составило 486,3 тыс. чел. Из них с целью отдыха и досуга – 120,2 тыс. чел. С деловыми и профессиональными целями – 105,9 тыс. чел. С целью лечения и профилактики – 202,2 тыс. чел. С прочими целями – 27,2 тыс. чел. [3]. Как показывает статистика, основная часть российских туристов посещает республику с лечебно-профилактическими целями.

Посещаемость Республики Башкортостан иностранными туристами связана, в основном, с деловыми целями. По информации, предоставленной ФМС РБ, в 2010 г. республику посетило 5 823 иностранных граждан (из них с целью отдыха 2 667 чел., с деловой целью – 3 156). На первом месте находятся граждане Германии (743 чел. посетило республику с целью туризма, 526 – с деловой целью). На втором месте граждане Казахстана, затем следуют граждане США и Италии. Данная тенденция сохраняется с 2007 г. [5].

Башкортостан обладает большим количеством природных ресурсов, но недостаточным количеством антропогенных туристских ресурсов. Кроме того, сдерживающими факторами развития туризма в РБ являются состояние дорожного полотна, высокая стоимость гостиничных номеров, отсутствие/недостаточный объем туристской информации. К таким выводам позволило прийти исследование –

оценка уровня развития туризма по 19 факторам, объединенным в группы. Представленные факторы явились результатом проведенной аналитической работы; формулировка факторов и их оценка проводилась с участием группы экспертов, в которую вошли специалисты и руководители 10 турфирм (туроператоры и турагенты), осуществляющих деятельность в Республике Башкортостан, сотрудники кафедры технологии и организации туризма Башкирского института физической культуры. В табл. 26 представлена характеристика основных факторов развития туризма в Республике Башкортостан: количество туристских ресурсов (природные парки, музеи, театры, гостиницы, предприятия общественного питания), численность работников, занятых в сфере туризма, количество вузов и ссузов, осуществляющих подготовку кадров. Оценка каждого из факторов осуществлялась по 5-ти бальной шкале: «1» балл – низший балл (фактор неконкурентоспособен), «5» баллов – наивысший балл (фактор конкурентоспособен). Затем эти оценки усреднялись (табл. 27).

Таблица 26.

Характеристика факторов развития туризма в РБ

(Составлено автором по данным Башкортостанстата)

Группы факторов	*Характеристика*
Туристская привлекательность	Туристские ресурсы включают в себя: 3 заповедника, 1 национальный парк, 29 государственных природных заказников, 3 природных парка; более 50 месторождений целебных источников, 98 единиц музеев, 12 государственных театров. Число коллективных средств размещения по состоянию на 2010 г. составило 379 единицы. В коллективных средствах размещения насчитывается 38441 мест, в т. ч. в средствах гостиничного типа 11423 мест, в специализированных 27018 мест. Основная часть гостиниц (47 единиц) сосредоточены в г.Уфа из них 5 гостиниц сертифицированы по международным стандартам, 3 из них имеют категорию 4-звездочных отелей («Президент-отель», «Башкортостан», «Айгуль»). Предприятия общественного питания представлены ресторанами, кафе, столовыми. Наибольшее их количество сосредоточено в столице республики. В последние годы данная категория услуг активно развивается
Сервис и кадры	Численность работников, занятых туристской деятельностью в 2010 г. составила 948 чел. Из них 152 чел. имеют высшее профессиональное туристское образование, среднее профессиональное туристское образование – 38 чел., дополнительное туристское образование – 96 чел. Подготовку кадров в сфере туризма осуществляют на базе профильных кафедр 13 вузов республики, ССУЗов.
Комфорт и безопасность	Услуги по прокату автомобилей практически не развиты, несмотря на большое количество предложений в Рунете, стоимость и качество услуг оставляет желать лучшего. Отсутствует информация о прокате авто в пунктах прибытия туристов (аэропорты, вокзалы). Как правило, отсутствуют собственные автопарки. В регионе наблюдается стабильная политическая ситуация, безопасность туристов обеспечивается своевременным информированием о возможных рисках перед осуществлением организованной поездки.

Оценка факторов проводилась с точки зрения соответствия приведенных факторов требованиям соответствующих международных стандартов. Эксперты также оценивали степень важности факторов. Для этого каждому фактору присваивался вес в интервале от 1 до 5. Высший балл («5») присваивался наиболее важному фактору, низший («1») – наименее важному. Затем эти оценки усреднялись и приводились к долям единицы путем деления соответствующей оценки на сумму средних оценок по всем факторам (коэффициент весомости) [6]. Абсолютное значение каждого фактора определялось произведением его среднего значения на весовой коэффициент.

Таблица 27.

Результат оценки факторов развития туризма в РБ экспертами

Факторы		*Значимость фактора (среднее)*	*Коэфф-т весомости (КВ)*	*Оценка фактора (средняя)*	*Оценка с учетом КВ*
1. Сервис и кадры	Качество обслуживания в санаторно-курортных учреждениях	4,8	0,06	4,7	0,30
	Обеспеченность отрасли профессионально-подготовленными факторами	4,8	0,06	4,7	0,30
	Уровень компетентности экскурсоводов	4,7	0,05	4,0	0,20
	Уровень компетентности инструкторов активных видов туризма	4,7	0,05	4,0	0,20
	Качество обслуживания на предприятиях питания в крупных городах	4,6	0,05	4,0	0,20
	Соотношение цены и качества (средства размещения, кроме санаторно-курортных учреждений)	4,2	0,05	3,0	0,15
2. Комфорт и безопасность туристов	Безопасность туристов (политическая ситуация, безопасность на организованных активных видах маршрутов)	4,4	0,05	4,4	0,22
	Состояние дорожного полотна (подъезды к туристским центрам)	4,6	0,05	2,9	0,15
	Доступность информации о туристском потенциале региона	4,6	0,05	3,0	0,15
	Доступность информации об экскурсионных программах (на вокзалах, остановках и т. д.)	4,3	0,05	2,5	0,13
	Доступность информации о графике и маршруте движения городского транспорта	4,6	0,05	2,5	0,13
	Соотношение цены и качества (прокат авто)	3,6	0,04	2,1	0,08
3. Туристская привлекательность	Обеспеченность культурно-развлекательными объектами в г. Уфа	4,7	0,05	4,7	0,23
	Обеспеченность предприятиями общественного питания в крупных городах	4,5	0,05	4,5	0,23
	Состояние основных производственных фондов (кроме санаторно-курортных учреждений)	4,8	0,06	3,0	0,18
	Обеспеченность гостиницами эконом-класса (400–700 руб./сут.)	4,8	0,06	2,3	0,14
	Обеспеченность культурно-развлекательными объектами за пределами г. Уфа	4,0	0,05	2,1	0,11
	Обеспеченность предприятиями общественного питания в отдаленных от крупных городов территориях	4,6	0,05	2,2	0,11
	Развитость и достаточность объектов обеспечивающей инфраструктуры туристских объектов (очистные сооружения, заводы по переработке бытовых отходов)	4,8	0,06	1,2	0,07

Для проверки согласованности мнений экспертов был рассчитан коэффициент конкордации Кендалла (W = 0,3) [1]. Коэффициент конкордации Кендалла W был рассчитан с использованием пакета прикладных программ Statistica 6.0. Статистическая значимость W была установлена при помощи критерия Пирсона. Сравнение полученного значения хи-квадрат ($\chi^2 расчет$ = 76,084) со значением, приведенном в таблице критических значений ($\chi^2 табл$ = 28,869), при числе степеней свободы равном 18, позволяет сделать вывод о том, что степень согласия между экспертами не вызывает сомнения.

На основании мнений экспертов факторы, определяющие уровень развития туризма в Республике Башкортостан с точки зрения удовлетворения требованиям международным стандартам организации деятельности и качества обслуживания в данной сфере характеризуются следующими итоговыми баллами. Наиболее конкурентоспособные факторы (0,22–0,30 баллов): качество и уровень обслуживания и лечения в

санаторно-курортных учреждениях; обеспеченность отрасли профессионально подготовленными кадрами, культурно-развлекательными объектами в г. Уфа; безопасность туристов; обеспеченность предприятиями общественного питания в крупных городах. Конкурентоспособные (0,18–0,20 баллов): уровень компетентности экскурсоводов, и инструкторов активных видов туризма; качество обслуживания на предприятиях питания в крупных городах; состояние основных производственных фондов. Неконкурентоспособные (0,07–0,15 баллов): соотношение цены и качества (средства размещения, прокат авто); доступность информации о туристском потенциале региона; наличие информации об экскурсионных программах (на вокзалах, остановках и т. д.), графике и маршруте движения городского транспорта; обеспеченность гостиницами эконом-класса (400–700 руб./сут.), предприятиями питания в отдаленных от крупных городов территориях, культурно-развлекательными объектами за пределами г. Уфа; развитость и достаточность объектов обеспечивающей инфраструктуры (очистные сооружения, заводы по переработке бытовых отходов).

Проведенное исследование позволило предложить комплекс мероприятий, способствующих повышению конкурентоспособности въездного и внутреннего туризма в Республике Башкортостан:

1. Строительство объектов обеспечивающей инфраструктуры туристских объектов. Например, деятельность заповедника Шульган-Таш (посещаемость которого по официальным данным составляет около 23 тыс. чел. в год) наносит существенный урон природе, т. к. вблизи заповедника нет завода по переработке отходов. Проблемой является и отсутствие очистных сооружений у туристских объектов, расположенных вдали от городов.
2. Обеспечение доступности информации для туристов. Оказавшись в городе, туристы испытывают трудности при передвижении на городском общественном транспорте в связи с отсутствием информации о графике и маршруте движения. Созданное общество транспорта могло бы осуществлять предоставление информации по сотовому телефону о графике движения и транспорте, осуществляющем движение в том или ином направлении. Решением проблемы могло бы стать и создание сайта, содержащего схемы маршрутов и график движения с возможностью пользоваться сайтом посредством мобильного телефона.
3. Размещение в пунктах приезда туристов информации об экскурсиях, турпродуктах; указателей и табличек на иностранных языках в туристских центрах.
4. Улучшение состояния дорог, подъездов к туристским центрам.
5. Информирование участников туристского бизнеса о предстоящих мероприятиях, представляющих интерес для потенциальных туристов.
6. Представление республики на крупнейшей туристической выставке Европы – ITB Berlin.
7. Улучшение экологической ситуации в регионе путем создания механизма контроля и ответственности промышленных предприятий за превышение предельно допустимых норм выбросов загрязняющих веществ в атмосферу и гидросферу.

Повышение конкурентоспособности на мировом рынке туризма достигается путем продвижения туристского продукта и туристских услуг на внутреннем и мировом рынках. Для этого необходимы немалые денежные вложения. Например, средства, ежегодно выделяемые Великобританией и Испанией на продвижение и поддержание стабильности туристского потока составляют соответственно 50,9 и 96,2 млн евро, и это несмотря на лидирующие позиции в мировой туриндустрии. Правительства Франции и Испании заботятся о том, как поддержать постоянный интерес у туристов к стране. С этой целью создаются различные тематические парки, аттракционы и дру-

гие объекты туристского интереса. Общеизвестно, какой популярностью пользуются тематические парки Леголенд, Порт Авентура, Диснейленд.

Важным является не только мотивация туристов к совершению организованных путешествий, но и создание такой инфраструктуры, которая позволяла бы путешествовать самостоятельно (ввиду возрастающей популярности самостоятельных поездок в мире) и увеличивать поступления от туризма, благодаря разнообразию качественных услуг.

К основным факторам, определяющим будущее туризма, следует отнести информационные технологии, качество, а также политические и социальные условия развития. В связи с этим, нацеленность государства на улучшение данных факторов должно стать ключевым в политике, ориентированной на развитие туризма, в том числе и в Республике Башкортостан. Прежде чем говорить о привлечении туристов, необходимо в первую очередь создать инфраструктуру, и социальные условия способные удовлетворить потребности и интересы населения региона.

Список литературы

1. Бешелев, С. Д. Математико-статистические методы экспертных оценок [Текст] / С. Д. Бешелев, Ф. Г. Гурвич – Изд. 2-е, перераб. и доп. – М. : Статистика, 1980. – 263 с.
2. Котова, Т. П. Становление и перспективы лечебно-оздоровительного туризма в Башкортостане [Текст] / Т. П. Котова // Региональный туризм – 2011 : сб. науч. тр. / Башкирский институт физической культуры. – Уфа, 2009. – С. 17–20.
3. О деятельности туристских фирм в Республике Башкортостан: аналитическая записка [Текст] / Гос. Комитет Республики Башкортостан по предпринимательству и туризму. – Уфа : Башкортостанстат, 2010. – 15 с.
4. Серова, О. В. Ландшафтно-экологическая оценка Республики Башкортостан для развития природного туризма и отдыха [Текст] : автореф. дис. ... канд. биол. наук : 00.03.16 / Серова Оксана Васильевна. – Тольятти, 2007. – 23 с.
5. Статистические данные по количеству приезжающих иностранцев на территорию РБ в 2007 – 2010 гг. : отчет ФМС (промежуточ.) [Текст] / Управление Федеральной миграционной службы по Республике Башкортостан ; рук. К. К. Ишмеев; исполн. И. Г. Иванова [и др.]. – Уфа, 2011. – Инв. №460398. – 25 с.
6. Ельдештейн, Ю. М. Логистика: электронный учебно-методический комплекс [Электронный ресурс] // ФГОУ ВПО Красноярский государственный аграрный университет. – Красноярск : ФГОУ ВПО КГАУ, 2006. – URL : http://www.kgau.ru/distance/fub_03/eldeshtein/logistika/02_01_prakt.html#2.1.1.1. – Загл. с экрана.

СОСТОЯНИЕ РЫНКА ТУРИСТСКИХ УСЛУГ В ЧЕЧЕНСКОЙ РЕСПУБЛИКЕ

THE STATE OF TOURIST SERVICES MARKET IN CHECHEN REPUBLIC

З. Ш. Сербиева, *старший преподаватель Чеченского государственного университета, г. Грозный; serbievazara@mail.ru*

Z. Sh. Serbieva, *The senior teacher of chair of social – culture service and tourism, Chechen State University, Grozny, Russia; serbievazara@mail.ru*

Аннотация. *В данной статье сделана попытка проанализировать развивающийся рынок туризма в Чеченской Республике. Дан краткий обзор основных видов туризма развитых в Чеченской Республике, обозначены тенденции развития въездного и выездного туризма.*

В работе также рассмотрено состояние главных составляющих инфраструктуры туризма: гостиниц, предприятий общественного питания, транспорта. Отмечена проблема потребности в высококвалифицированных профессиональных кадрах для организации и ведения туристского бизнеса в республике.

Ключевые слова: *туристский рынок, туристские услуги, инфраструктура туризма, внутренний туризм*

В настоящее время рынок туристских услуг Чеченской Республики находится на стадии формирования. Несмотря на все существующие проблемы в становлении туристского сектора экономики Чеченской Республики, действия местных властей способствуют активизации туристской деятельности, что положительно отразилось на восстановлении и развитии туристско-рекреационного хозяйства ЧР, ориентированного на создание современной конкурентоспособной индустрии, которая будет обеспечивать российских и иностранных граждан туристскими услугами, а также обеспечивать налоговые поступления в местный бюджет, увеличивать количество рабочих мест и способствовать рациональному использованию культурно-исторического наследия и природных ресурсов.

Внутренний туризм Чеченской Республики на сегодняшний день развит слабо. Он представлен в основном организацией экскурсий для школьников и гостей по памятным и историческим местам республики, проведением уикэндов, самоорганизованным лечебно-оздоровительным туризмом, религиозным туризмом и некоторыми другими видами сервиса по организации отдыха и досуга местного населения. Нужно отметить, что потребность населения Чеченской Республики в организованном внутреннем туризме остается крайне неудовлетворенной. Правительство Чечни, понимая значимость туризма в социально-экономическом развитии, предпринимает попытки разработки и реализации целевых программ вовлечения туристско-рекреационных ресурсов республики в экономический оборот. Так, Чеченская Республика вошла в число участников Федеральной целевой программы «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации на 2011–2016 годы». Согласно программе начато строительство зоны отдыха в Итум-Калинском районе, восстанавливается бывшая база олимпийского резерва на высокогорном озере Кезеной-Ам в Веденском районе, экспертами рассмотрены вопросы создания баз отдыха с канатными дорогами и лыжными трассами в горных районах (Итум-Калинский, Шаройский, Шатойский).

Тенденция развития въездного туризма Чеченской Республики такая же, как в целом по России, и представлена в основном познавательным, деловым, религиозным, спортивным, ностальгическим видами. Скромный рынок въездного туризма Чеченской Республики формируется главным образом из числа лиц различных правительственных делегаций, религиозных и культурных деятелей, спортсменов и их болельщиков, и родственников, приезжающих из-за пределов республики. Въездной религиозный туризм представлен проводимыми в республике религиозными форумами, куда съезжаются религиозные деятели стран СНГ и Ближнего Востока, а также пешими паломниками из соседних республик, Сирии, Ирана, Турции, посещающих местные зиярты (святые места), их на территории Чечни более 80.

В последнее время в Чеченской Республике развивается ностальгический туризм. В ходе военных действий тысячи граждан вынуждено выехали на постоянное житель-

ство в соседние республики, страны ближнего и дальнего зарубежья. Многие из них уже сейчас посещают историческую родину с кратковременным пребыванием. Очевидно, что постепенно этот поток будет увеличиваться и потребность в гостиничных, экскурсионных и иных туристских услугах будет расти.

Столица Чеченской Республики г. Грозный, как туристский объект, в последнее время становится все привлекательнее в связи с проводимыми крупными культурными, религиозными и спортивными мероприятиями. Однако развитие въездного туризма в регионе все же сдерживается такими факторами как боязнь за личную безопасность, слабая информационно-рекламная служба и слаборазвитая туристская инфраструктура.

В настоящее время выездной туризм республики представлен в основном деловыми поездками по линии Правительства Чеченской Республики; религиозными поездками (паломничество в Мекку и Медину, в 2011 г. Хадж совершило более 3 тыс. чел.); шоп-турами в основном в Турцию, Объединенные Арабские Эмираты, Италию; лечебно-оздоровительным и спортивным туризмом.

В республике возрождается социальный туризм. Сегодня он представлен организацией выездов студентов вузов в летнее время в оздоровительные лагеря «Агой» на побережье Черного моря и «Манас» на побережье Каспийского моря. Продолжаются вывозы детей – школьников на реабилитацию и летний отдых по линии Фонда социального страхования ЧР. Ежегодно вывозится около 30 тыс. детей в соседние субъекты России, при этом расходуется около 150 млн руб. государственных средств. Через ФСС РФ по ЧР также осуществляется лечебно-оздоровительный туризм для больных и инвалидов, нуждающихся в санаторно-курортном лечении.

Наиболее успешно в республике развивается спортивный туризм. Дальнейшему его развитию способствует восстановление спортивного комплекса имени Султана Билимханова (бывший стадион «Динамо») на 10 тыс. мест и открытие крупнейшего на юге России спортивного комплекса имени Ахмата Кадырова на 30 тыс. мест. Кроме футбольного поля в составе комплекса Дворец спорта на 5 тыс. мест, спортивный и детский бассейны на 500 чел.

Нужно отметить, что в настоящее время в республике уделяется особое внимание развитию туристской инфраструктуры. К услугам лиц, въезжающих в Чеченскую Республику с различными целями, имеется сеть гостиниц и ресторанов. Несмотря на то, что это не классифицированные средства размещения и питания, рестораны и гостиницы расположены в удобном месте, имеют красивый экстерьер и интерьер, оказывают не только основные услуги, но и ряд дополнительных услуг. Все гостиницы республики (их около 13) в основном смешанной собственности и относятся к категории малых гостиниц с номерным фондом до 50 номеров, за исключением недавно открывшейся гостиницы «Грозный Сити», номерной фонд которого составляет около 300 номеров.

Важной составляющей инфраструктуры туризма является и сфера общественного питания. На территории г. Грозного работают около 100 предприятий общественного питания, относящиеся к категории ресторанов, баров, кафе и закусочных, специализирующихся на европейской и кавказской кухне.

Как известно, для развития туризма необходимо транспортное обеспечение. Транспортное обслуживание пассажиров это одна из составных частей индустрии туризма. Туризм полностью зависит от транспорта, его безопасности скорости и удобств, предоставляемых туристу во время его передвижения [1].

В настоящее время в Чеченской Республике восстановлен и функционирует автомобильный, железнодорожный и авиационный виды транспорта. Большое значение для развития туризма ЧР играет получение в марте 2010 г. грозненским аэропортом статуса международного. В настоящее время из аэропорта совершаются международ-

ные рейсы в Турцию. В дальнейшем планируется открытие рейсов: г. Дубаи (Объединенные Арабские Эмираты) и в одну из европейских столиц (Берлин, Париж), в страны ближнего зарубежья.

В республике начато восстановление бывших и строительство новых баз отдыха (Веденский район, Итум-Калинский район, Шатойский район, поселок Черноречье). В качестве примера можно привести туристическую базу отдыха «Шовда», расположенную в одном из живописных мест Гудермесского района, вблизи федеральной трассы М-29 «Кавказ». Это целый комплекс, общей площадью 5 га, в который входят четыре гостиничных дома, ресторан на 1000 мест и банкетный зал на 500 мест. Данный объект вызывает и архитектурный интерес, т. к. возведен по технологии деревянного сруба. Здесь транзитные туристы, стремящиеся на юг, смогут отдохнуть, познакомиться с местными традициями, национальной кухней, оценить чеченское гостеприимство. На базе создается собственное подсобное хозяйство, что позволит обеспечить туристов экологически чистыми продуктами питания.

С восстановлением одной из старейших в нашей стране здравниц общесоюзного значения Серноводск – Кавказский, в Чеченской Республике возобновляется лечебно-оздоровительный туризм. Это пока единственный курорт в Чечне, современный, многопрофильный комплекс, включающий в себя все необходимые для водолечебницы условия. В водолечебнице курорта основным лечебным фактором являются сероводородные термальные источники. В курортные средства лечения больных входит целый комплекс мероприятий, к которым относятся бальнеотерапия, медикаментозное лечение, климатотерапия, физиотерапия, лечебный массаж, лечебное питание, а также курортный режим. Официальное название курорта сегодня ООО «Чеченские минеральные воды».

По состоянию на 1 января 2011 г. в Чеченской Республике осуществляют свою деятельность 15 туристских компаний, две из них (ГУП «Тур-Экс», ООО «Беркат») внесены в федеральный реестр на туроператорскую деятельность, остальные турагенства. Подавляющее большинство туристских компаний являются субъектами малого предпринимательства. Таким образом, главная роль в развитии туристской отрасли Чеченской Республики принадлежит частному капиталу. Кроме оказания туристско-экскурсионных услуг турфирмами осуществляется продажа авиационных и железнодорожных билетов.

ГУП «Тур-Экс» занимается возрождением экскурсионной деятельности в Чеченской Республике, ею разработаны и уже действуют 15 экскурсионных маршрутов по городу и республике.

Также можно отметить деятельность таких туристских компаний как «Риэлт-тур» и «Беркат». ООО «Риэлт-тур» работает по следующим направлениям: паломнические туры, культурно-образовательные проекты, стажировочные программы, бизнес-программы, шоп-туры, VIP-туры, риэлтинг.

ООО «Туристическая компания «Беркат» – многопрофильный туристический центр, предоставляющий следующие услуги: информационные, экскурсионные, организация комплексного туристского обслуживания; организация чартерных пассажирских и грузовых рейсов. Основные направления компании: Турция, Сирия, ОАЭ, Китай. В ближайшие планы туркомпании «Беркат» входит организация турпоездок на зимний отдых в горнолыжные курорты Австрии и Италии.

На территории Чеченской Республики осуществляет свою деятельность субагент известного на рынке страховых услуг закрытого акционерного страхового общества «Европейское туристическое страхование» – ООО «Сонет».

Развитие инфраструктуры туризма характеризуется увеличением потребности в высококвалифицированных кадрах, повышением требований к качеству обслужи-

вания туристов. Уже в настоящее время прослеживается нехватка в специалистах данной отрасли. Всего около 60% сотрудников турфирм республики имеют высшее образование, в гостиницах и аналогичных предприятиях – 22,1%, на предприятиях общественного питания – 26,7%. Не более 2% руководителей туристских компаний имеют специализированное профессиональное образование в сфере туризма. Менее половины работников предприятий туристской инфраструктуры владеют иностранными языками. В связи с этим в республике назрела необходимость создания системы подготовки кадров, которая включала бы разные уровни: от профессиональных классов и лицеев до высших учебных заведений.

Очевидно, что развитие туристского рынка в Чеченской Республике нужно начинать с возрождения внутреннего туризма, которое возможно за счет увеличения туристской подвижности молодежи, пожилых людей и лиц со средним уровнем дохода. Необходимо дальнейшее развитие детско-юношеского туризма в рамках самодеятельного, спортивного, походного и познавательного туризма, а также нужно возрождать туризм выходного дня и повышать удельный вес экскурсий в программах познавательного внутреннего туризма.

Уникальные туристско-рекреационные, природные, историко-культурные и другие ресурсы Чеченской Республики являются наиболее весомыми предпосылками развития индустрии туризма [2, 3]. Все это предопределяет необходимость качественного и всестороннего анализа и выявления возможностей дальнейшего формирования регионального туристского сектора экономики в условиях новых реальностей.

Список литературы

1. Квартальнов, В. А. Туризм : учебник / В. А. Квартальнов ; РМАТ. – М. : Финансы и статистика, 2003. – 315 с.
2. Сербиева, З. Ш. Естественные предпосылки развития экологического туризма в Чеченской Республике / З. Ш. Сербиева // Материалы IV Междун. науч.-практ. конф., посвящ. 60-летию высшего образования в Горном Алтае, 1–4 окт. 2009. – Горно-Алтайск : РИО Горно-Алтайского госуниверситета, 2009. – С. 149–153.
3. Сербиева, З. Ш. Туристические ресурсы Чеченской Республики / З. Ш. Сербиева // Материалы Всероссийской научно-практической конференции «Историко-культурное и природное наследие народов Юга России: состояние, перспективы сохранения и развития». Грозный, 25–26 июня 2009 г. – Грозный, 2009. – Т. 2. – С. 241–246.

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ТУРИСТСКОЙ ИНДУСТРИИ В РЕСПУБЛИКЕ КАЛМЫКИЯ

Н. Н. Староверкина, *доцент кафедры Туризма и сервиса ФГБОУ ВПО «РГУФКСМиТ», кандидат географических наук, г. Москва; nata_star77@mail.ru*

З. В. Макаренко, *доцент кафедры Туризма и сервиса ФГБОУ ВПО «РГУФКСМиТ», кандидат педагогических наук; г. Москва; zkirimova@yandex.ru*

N. N. Staroverkina, *associate professor of Tourism and service Russian State University of Physical Education, Sport, Youth and Tourism (RSUPESY&T), candidate of geographical sciences, Moscow; nata_star77@mail.ru*

Z. V. Makarenko, *associate professor of Tourism and service Russian State University of Physical Education, Sport, Youth and Tourism (RSUPESY&T), candidate of pedagogical sciences, Moscow; zkirimova@yandex.ru*

Аннотация. *В современном мире туризм становится не только экономической отраслью, но и международным коммуникатором и стимулятором к развитию. В Российской Федерации на сегодняшний момент сложилась ситуация при которой многие дестинации испытывают многочисленные проблемы, к ним можно также отнести и Республику Калмыкия. Но при всех прочих данных, именно этот регион может стать одним их самых перспективных с точки зрения туристской индустрии.*

Ключевые слова: *дестинация, проблемы, перспективы, Республика Калмыкия, туристские возможности*

В современных научных исследованиях часто цитируемой стала фраза, что индустрия туризма в мире является одной из самых динамичных отраслей экономики. И для многих туристских дестинаций мира, это является абсолютной константой. Ведь успешное управление бизнес-процессами в индустрии туризма, контроль и координация вопросов развития и совершенствования туристской сферы всегда дает возможность любой туристской дестинации:

- получать гарантированный доход в бюджет;
- предоставлять рабочие места для различных специалистов;
- помогать в информатировании всего мирового туристского сообщества об особенностях распространения, функционирования, внешнего и внутреннего состояния туристских ресурсов.

В контексте внутреннего и въездного туризма гарантированный доход в бюджет каждого субъекта Российской Федерации является не только одним из факторов развития самой дестинации, но и в вопросе положительного изменения эволюционных векторов в восприятии нашей страны на мировой арене.

Что касается предоставления рабочих мест, то это, безусловно, является необходимым, особенно для дестинаций в которых нет, или частично отсутствуют промышленные производства, которые в свою очередь предоставляют максимально возможное количество рабочих мест, как для основного производственного цикла, так и для вспомогательного производства и обслуживания.

Исследуя туристско-рекреационный потенциал Российской Федерации в целом, с уверенностью можно сделать вывод – он огромен, а самое главное универсален. На территории страны располагаются многочисленные туристские ресурсы, среди которых особенно хотелось бы выделить природные и историко-культурные. По оценкам Всемирной Туристской организации (UNWTO), туристский потенциал России занимает пятое место в мире по уникальным природным объектам и девятое по объектам историко-культурного наследия. Здесь следует сделать акцент на том, что UNWTO в основном опирается на исследованиях ЮНЕСКО в области выделения наиболее значимых для человечества памятников. От России входят только чуть более двадцати объектов, причём как природного, так и историко-культурного наследия.

На современном этапе развития внутреннего туризма становиться понятным, что путешествия в пределах отечественных дестинаций это не только получение необходимой информации, положительных эмоций, восстановления душевных и иных сил, но и возможность коммуникации средствами туризма. Немало важен и тот факт, что туризм является средством урегулирования национальных, политических конфликтов, что особенно актуально для Юга России. Сегодня осуществляется множество про-

грамм по развитию туризма в данном регионе. В частности на прошедшей выставке «Интурмаркет-2012» вниманию посетителей и участников были представлены такие регионы, как Чеченская Республика и Республика Дагестан. Правительства данных субъектов Российской Федерации делают все возможное, чтобы изменить имидж своего региона в лучшую сторону. Примером таких изменений могут служить следующие факты, что за прошедший (2011 г.) Республику Дагестан посетили 250 тыс. туристов, в нынешнем году планируют привлечь около 1 млн туристов. Чеченская Республика занимается продвижением нескольких дестинаций пятизвездочного отеля в Грозном и курорта в Серноводске. Но Юг России славится многими другими дестинациями, о которых следует говорить в контексте развития внутреннего туризма, и одна из них это Республика Калмыкия.

Республика Калмыкия характеризуется как новый туристский регион, которому пока еще трудно конкурировать с традиционными туристскими центрами. Калмыкия, которая раньше не относилась к регионам, привлекательным для отдыха и туризма, постепенно становится одним из центров притяжения туристов на Юге Европейской части России. Это связано с выгодным для привлечения туристов и отдыхающих географическим положением, со своеобразием туристско-рекреационных ресурсов региона, а также с растущей заинтересованностью региональных властей, образовательных учреждений и туристских предприятий в подготовке и использовании квалифицированных кадров для туристской отрасли.

Каждый из субъектов Российской Федерации обладает в той или иной степени потенциальными возможностями для создания современного туристского комплекса. Каждая из областей и районов России имеют свои отличительные особенности, свои привлекательные стороны. Республика Калмыкия также обладает значительным туристско-рекреационным потенциалом, обуславливающим возможности для развития туризма на его основе.

Калмыкия расположена на юго-востоке европейской части на западном побережье Каспийского моря Российской Федерации. Наибольшая протяженность с севера на юг 448 км с запада на восток 423 км. Территория республики – 76,1 тыс. км^2, что больше территории таких государств в Западной Европе, как Бельгия, Дания, Швейцария и Нидерланды вместе взятые.

Современная туристская инфраструктура Калмыкии представлена объектами размещения и питания, транспортной и коммуникационной системами и пр. Сфера гостиничного и ресторанного бизнеса является ведущим фактором и важной составляющей экономики туризма. По гостиницам и ресторанным услугам деловые люди судят о благополучии государства, для гостей – это лицо страны. В 90-е гг. прошлого столетия число специализированных средств размещения (включая санатории, дома отдыха, профилактории, базы отдыха) на территории Республики Калмыкии уменьшилось почти вдвое, число мест в них – втрое, а численность лечившихся и отдыхавших в специализированных средствах размещения по отдельным годам в 4–7 раз.

Менее катастрофическим было бы сокращение масштабов деятельности гостиничного хозяйства Республики Калмыкии, поскольку оно связано не только с развитием туризма, но и с обслуживанием деловых и служебных поездок граждан. Общее число гостиничных предприятий в республике и число мест в них почти не уменьшилось.

Большую роль для гостиничного бизнеса сыграло проведение в 1998 г. в столице Калмыкии г. Элисте Всемирной Шахматной Олимпиады. Для размещения гостей олимпиады были построены трех- и четырехзвездочные коттеджные комплексы «Сити Чесс», «Белый лотос», которые и в настоящее время используются как гостиничные номера высокого уровня. Вследствие этого доля Республики Калмыкии в гостиничном общероссийском показателе повысилась, но в целом остается низкой (менее 1%).

Одним из самых серьезных ограничительных факторов в туристском бизнесе являются низкие возможности материальной базы сферы туризма. В настоящее время загрузка в гостиницах, турбазах и других объектах размещения в области составляет от 28 до 35% вместимости. Доходность гостиничного хозяйства значительно ниже, чем в целом по Российской Федерации. Это обусловлено многими факторами, включая низкий класс большей части гостиниц, ограниченность дополнительных условий и т. п. Определенное значение имеет и низкая доля иностранных гостей среди лиц, обслуживаемых в гостиничных предприятиях Республики Калмыкия. Недостаточно развито общественное питание, хотя появились новые рестораны, кафе. Необходимо вовлекать объекты питания в гарантированное качественное и недорогое обслуживание туристов, популяризировать традиционные блюда национальной кухни. Время требует появления новых объектов размещения, питания, развлечений для туристов, создания новых рабочих мест, что очень важно и с политической и с экономической точек зрения.

По данным Министерства молодежи и туризма Республики Калмыкия, подавляющее большинство иностранцев приезжает в Калмыкию с целью делового визита (служебная) – 76.9%. Другая значительная часть туристов (20.5%) приезжала для проведения своего свободного времени (частная: отпуск, участие в культурных мероприятиях, посещение родственников и друзей, обучение). Общеизвестно, что туристы тратят в местах пребывания значительные денежные средства, следовательно, переориентация деятельности турфирм на прием гостей в республику даст значительно больший экономический эффект, нежели отчисления в бюджет, перечисляемые самими фирмами за выездной туризм. Кроме того, развитие внутреннего и въездного туризма способствует дальнейшему совершенствованию и развитию городской инфраструктуры, созданию в сфере обслуживания новых рабочих мест.

Как и в любой дестинации мира у Республики Калмыкия свои проблемы, которые сдерживают развитие туризма в регионе в целом:

- отсутствие системы управления туризмом в новых экономических условиях развивающегося рынка, что, впрочем, характерно и целом для России;
- отсутствие информационно-аналитической системы и механизмов сбора регулярной статистики отрасли туризма и, как следствие, отсутствие серьёзных аналитических исследований рынка и маркетинговых программ развития туризма в республике;
- несоответствие инфраструктуры туризма структуре спроса и стандартам по всем показателям, прежде всего, по качеству и безопасности предоставляемых услуг;
- недостаточная развитость инфраструктуры туризма (дефицит объектов развлечения и питания);
- использование устаревших туристских технологий;
- отсутствие подготовленных квалифицированных кадров.

Но цель данной статьи указать не только на проблемы, но и на что при разумном использовании туристско-рекреационного потенциала дестинации будет возможным развитие следующих видов туризма:

1. Научный туризм. Для развития видов научного туризма, а точнее археологического, палеонтологического и биологического для создания которых в Республике Калмыкия существуют необходимые природные и социально-культурные предпосылки.
2. Хобби-туризм. На основе биоресурсного потенциала Республики Калмыкия возможно развитие туров для лицензированной охоты и рыбалки.
3. Лечебно-оздоровительный туризм. На территории Республики Калмыкия располагаются необходимые ресурсы и методики для лечения и оздоровления ту-

ристов и рекреантов методами бальнеологии и климатолечения, и конечно не стоит забывать об уникальной для этого региона методике, как кумысолечение.

4. Экологический туризм. Для этого вида туризма характерно не только познание природы туристами, но и внесение ими вклада в сохранение экосистем исследуемой территории (работа волонтерами в заповеднике, помощь в инвентаризации растений, строительство искусственных гнезд и т. д.).
5. Культурно-познавательный туризм. Проявляется в посещении туристами природных и историко-культурных достопримечательностей территории.
6. Купально-пляжный туризм. Для этого вида туризма на территории дестинации существуют песчаные пляжи на берегах реки Волги и побережье Каспийского моря в Цаган-Аманском и Лаганском районах Республики Калмыкия.
7. Спортивный туризм. Данная дестинация имеет возможности для развития туров с участием транспорта использующего мускульную силу человек (велосипед, мопед), а также туров с использованием вьючных животных. Особое место хотелось бы выделить автомотоспорту (подготовка к ралли) и авиаспорта (на базе имеющихся аэродромов).
8. Приключенческий туризм. Вид туризма, связанный с определенными физическими нагрузками, а иногда и с опасностью для жизни. На исследуемой территории данный вид туризма, может быть представлен походами в аридной зоне, глубоководными погружениями на взморье и т. д.
9. Религиозный туризм. В уникальность этой дестинации является и подавляющее число памятников религиозной культуры буддизма.

Наиболее вероятно и необходимо развитие потенциала археологического наследия Республики Калмыкия. На основании результатов археологических исследований последних лет, открытий многочисленных городищ, поселений, могильников, начиная от эпохи камня до памятников Золотой Орды XIII–XV вв. можно с уверенностью говорить о Калмыкии, как уникальном объекте международного значения. Потенциалом познавательного туризма может явиться также этническое разнообразие народов области, сложившееся на стыке Востока и Запада, создание на этой основе историко-этнографических комплексов, включение их в структуру туристских связей с крупными центрами тех же этносов.

В республике разработана Республиканская целевая программа «Развитие туристской деятельности в Республике Калмыкия». В рамках данной программы, помимо организационных мероприятий, предусматривается капитальное строительство объектов туристской индустрии, в том числе национального туристического комплекса «Джангарленд», а также подведение к ним коммуникаций (газификация, водоснабжение, электрификация, строительство и реконструкция дорог).

За последнее десятилетие воссоздано множество хурулов и церквей облагородился внешний вид республики, особенно её столица – г. Элиста. Следуя традициям национального колорита, построены и продолжают строиться новые здания, объекты досуга, торговли и общепита. Параллельно с сохранением традиционных образов буддийской архитектуры, развивается инновационная динамика в проектировании и строительстве. Сити-Чесс – одно из направлений в этой области. При комплексном подходе территориальная единица Сити-Чесс способна выступить не только как объект компактного проживания, но и как место проведения коммерческих выставок ярмарок в сфере туризма.

К 400-летию добровольного вхождения калмыцкого народа в состав Российского государства в республике разработана целевая программа «Развития туристской индустрии на природном и историко-культурном наследии Калмыкии». Основным про-

ектами программы станет создание государственного природного и историко-культурного музея – заповедника «Цаган-Нур» – село-музей «Кочевая цивилизация Великой Степи».

Дальнейшее развитие туристской отрасли в Республике Калмыкия предполагает формирование приоритетных видов туризма, а также привлечение населения к активному здоровому образу жизни. Для этого необходимо разработать такую концептуальную схему организации туризма, которая основывалась бы на существующих возможностях области и способствовала бы его успешному развитию.

Список литературы

1. Алейникова, Г. М. Методология оценки рекреационных территорий [Текст] / Г. М. Алейникова, А. Я. Бовуновская, С. Н. Голубничная, В. Ф. Данильчук. – Донецк : ДИТБ, 2003. – 197 с.
2. Большаник, П. В. Региональные особенности, содержание и организация работы туристских центров России [Текст] / П. В. Большаник. – Омск : ОГИС, 2003. – 159 с.
3. Бурылова, Л. Г. Туристический потенциал регионов Российской Федерации: понятие, структура, оценка [Текст] / Л. Г. Бурылова, Д. П. Голиков, В. Г. Прудский. – Пермь : ПГУ, 2005. – 133 с.
4. Дроздов, А. В. Как развивать туризм в национальных парках России : Рекомендации по выявлению, оценке и продвижению на рынок туристских ресурсов и туристского продукта национальных парков [Текст] / А. В. Дроздов. – М. : Экоцентр «Заповедники», 2000. – 157 с.
5. Колбовский, Е. Ю. Экологический туризм и экология туризма [Текст] / Е. Ю. Колбовский. – М. : Издательский центр «Академия», 2006. – 256 с.
6. Кусков, А. С. Туристское ресурсоведение: уч. пособие для студ. высш. учеб. заведений [Текст] / А. С. Кусков. – М. : Издательский центр «Академия», 2008. – 208 с.
7. Худеньких, Ю. А. Подходы к оценке туристского потенциала территории на примере районов Пермского края [Текст] / Ю. А. Худеньких // География и туризм : Сб. научных трудов. – Пермь : ПГУ, 2006. – Вып. 2. – С. 217–230.
8. Настинова, Г. Э. Туристско-рекреационный потенциал Республики Калмыкия [Текст] / Г. Э. Настинова, Н. Н. Староверкина / под. общ. ред. Г. Э. Настиновой. – Ростов н/Д : Издательство ЮНЦ РАН, 2011. – 312 с.

МОБИЛЬНАЯ РЕКЛАМА КАК ИННОВАЦИОННЫЙ КАНАЛ ПРОДВИЖЕНИЯ ТУРИСТСКОГО ПРОДУКТА

А. Г. Стрючкова, *инженер I категории кафедры рекреационной географии и туризма географического факультета МГУ имени М. В. Ломоносова, аспирант; e-mail: anastasyast@yandex.ru*

Аннотация. *Реклама сегодня – это не только классическая медиа-реклама в средствах массовой информации. В условиях перенасыщенности рекламно-информационного пространства часто более эффективной становится мобильная реклама, реализующая прямой контакт с целевыми группами. Статья посвящена анализу особенностей эффективного маркетингового и рекламного инструмента, мобильной рекламе. В статье описываются тенденции рынка, психология восприятия мо-*

бильной рекламы. Автор анализирует эффективность мобильной рассылки, приводит современные и действующие факторы успеха мобильной рекламы в сравнении с роковыми ошибками рекламодателей. Автор показывает механизмы применения мобильной рекламы в сфере туризма, приводит примеры мобильной туристской рекламы отдельно для турагентства и отдельно для туроператора.

Ключевые слова: *мобильная реклама, тенденции, SMS и MMS рассылки, эффективность, туристская мобильная реклама*

Реклама сегодня – это не только классическая медиа-реклама в средствах массовой информации. В условиях перенасыщенности рекламно-информационного пространства часто более эффективной становится мобильная реклама, реализующая прямой контакт с целевыми группами. Сегодня многие продавцы и рекламодатели признают, что мобильная реклама является эффективным способом привлечения клиентов. Свыше 20 крупнейших компаний мира в 2012 г. тратят на мобильную рекламу до 25% рекламного бюджета.

Исследовательская и консалтинговая компания, специализирующаяся на рынках информационных технологий Gartner опубликовала исследование, согласно которому выручка от мобильной рекламы в мире в 2011 г. составила 3,3 млрд долл. – это в два раза больше показателя 2010 г. К 2015 г. доход от мобильной рекламы значительно увеличится в разных секторах рынка и составит 4% от общей рекламной выручки по сравнению с 0,5% в 2010 г. Пока что львиная доля выручки от мобильной рекламы приходится на Азиатско-Тихоокеанский регион, с небольшим отрывом за ним следуют Северная Америка и Западная Европа. Berg Insight прогнозирует, что к 2014 г. объем этого рынка составит свыше 8 млрд евро.

Крупнейшие зарубежные операторы уже активно включились в освоение этого рынка. Orange France Telecom Group развивает рекламу в MMS, видео, играх, экранных заставках, а также сервисах на базе мобильного позиционирования. Рекламой на мобильном портале Vodafone активно пользуются Mazda и Samsung. Британский оператор O2 предлагает SMS рассылки по сегментам. Несмотря на то, что они производятся без подписок, абоненты в целом позитивно относятся к такой рекламе и воспринимают её как полезную информацию [6].

Россия пока отстает от более продвинутых соседей по объему рынка мобильной рекламы, но не по темпам его роста. В России на конец 2011 г. он оценивался ведущим агентством мобильного маркетинга и рекламы «Моби Марк» приблизительно в 30 млн долл., однако эксперты МТС в ближайшие два года прогнозируют взрывной рост этого сегмента с совокупным среднегодовым темпом 70–100% .

Этому поспособствует активный интерес рекламодателей к мобильной рекламе – к ней в России уже прибегают не только региональные представительства западных корпораций (Unilever, Procter & Gamble, Universal, Disney, Pepsi &Co), но и российские компании – «Альфа-Банк», Сбербанк, «ГСК Югория», а также сети магазинов косметики и парфюмерии «Иль Де Ботэ», «Л'Этуаль», Rive Gauche, дилерские центры «Рольф», «Автомир», «Атлант-М», туроператор «Натали-Турс», сеть ресторанов «Тануки». Крупные компании закладывают в маркетинговые бюджеты расходы на мобильную рекламу, чтобы сформировать инновационный имидж, а небольшие и средние – чтобы получить максимальную отдачу при минимальных затратах.

Потенциал мобильной рекламы отличается положительными чертами. Мобильную рекламу выгодно отличает отсутствие «рекламного шума», существенно больший охват аудитории по сравнению с другими offline рекламными площадками (радио, ТВ, наружная реклама и т. д.), а также более высокая лояльность аудитории. Как правило, на мобильную рекламу подписываются самостоятельно, т. к. она распространяет-

ся в комплексе с тематическими рассылками или сервисами, в которых заинтересован абонент [1]. Согласно данным британской компании InPocket, мобильная реклама стимулирует позитивное отношение аудитории к продвигаемому бренду и характеризуется оценкой от 3,5 до 4,5 позитивных отзывов на 1 негативный. По итогам наиболее успешных кампаний, до 71% опрошенных выражают намерение приобрести тот или иной товар.

При этом к информации, приходящей на мобильный телефон, чаще всего относятся позитивнее, чем к рекламе на компьютерных или телевизионных экранах. Специализированное подразделение Microsoft – Microsoft Advertising – и международное рекламное агентства BBDO Worldwide в июле опубликовали исследование эмоционального восприятия различных электронных устройств в соответствии с архетипами Юнга. Как выяснилось, наиболее трепетное отношение у респондентов именно к мобильным телефонам, которые воспринимают как «новую любовь», тогда как телевизору отводится роль «старого приятеля», а компьютеру – «старшего брата». С сотовыми телефонами пользователи не хотят расставаться и воспринимают их как самые персонализированные устройства [4].

Инструментарий мобильной рекламы в виде SMS или MMS рассылки наиболее привычный и для рекламодателей, и для абонентов способ продвижения информации. Данные элементы демонстрируют отклик, в разы превышающий средние показатели Интернет-рекламы (от 2 до 13% по сравнению с 0,5–5% в Сети), а также высокую вовлеченность получателей рекламных сообщений. Так, по итогам рассылки МТС о промо-акции в одной из сетей магазинов косметики и парфюмерии в течение двух дней покупки совершили более 15 тыс. получателей сообщений. Маркетологи объясняют такую отзывчивость термином «импульсная покупка»: получателя сообщения ничто не отделяет от call-центра или сайта рекламодателя. Вся контактная информация указана в SMS или MMS – можно сразу же с мобильного набрать номер телефона, перейти по ссылке или узнать адрес ближайшего магазина [3]. По прогнозам экспертов, до 2013 г. именно за счет мессенджинга преимущественно будет расти рынок мобильной рекламы.

Рекламные SMS-сервисы представлены у всех операторов «большой тройки». МТС предоставляет сразу несколько услуг для отправки рекламных SMS. Для крупных компаний МТС предлагает сервис «Корпоративные рассылки SMS», который позволяет самостоятельно проводить рекламно-маркетинговые акции и рассылки по партнерам и клиентам через специальный web-интерфейс. Услуга «МТС Коммуникатор» предназначена для компаний малого и среднего бизнеса. Для федеральных рекламных кампаний подойдет сервис «Федеральный SMS-номер», позволяющий рассылать SMS по расширенному каналу и принимать входящие сообщения от получателей – абонентов любых операторов. Также SMS рассылки можно осуществлять через SMS-газету МТС, на которую абоненты подписываются самостоятельно, поскольку помимо рекламного сообщения она содержит интересную информацию или новости.

«Мегафон» предоставляет услугу «SMS-информ» для рассылки SMS по базе клиента, а «Билайн» – сервис «SMS-почта», позволяющий отправлять SMS с компьютера.

С точки зрения эффективности, показы рекламы на мобильных устройствах значительно превосходят рекламу в Интернете. К такому выводу пришло недавнее исследование компании Dynamic Logic, представленное на конференции «Mobile Media Summit». Исследование дает важные рекомендации относительно того, что следует и чего не следует делать в мобильной рекламе. Оно предостерегает от попыток использовать в мобильной рекламе контент, изначально созданный для Интернета, и подчеркивает важность такого фактора, как качество креатива – фактора, который становится особенно важным по мере того, как мобильная реклама теряет эффект новизны [7].

Как и в случае с другими новыми рекламными носителями, при появлении мобильной рекламы потребители были чрезвычайно восприимчивы к этому каналу. Но сейчас, когда новизна исчезает, качество креатива становится важным, как никогда ранее. Сегодня некачественный креатив может оказать даже негативное влияние на бренд по сравнению с тем, что наблюдалось в последние три года, когда качество креатива было не столь важным фактором с точки зрения общей эффективности мобильной рекламы.

Три важных фактора, способные обеспечить успех мобильной рекламной кампании:

1. Важно расположение названия бренда или логотипа внутри мобильной рекламы: размещение бренда с левой стороны, как правило, оказывается наиболее эффективным и значительно повышает запоминаемость рекламы.
2. Четкий и постоянный брендинг имеет важное значение для формирования осведомленности потребителей о бренде.
3. Наличие в рекламе настоятельного призыва к действию способствует интерактивности и вовлеченности аудитории [5].

Три самых больших ошибки, которые допускают рекламодатели мобильной платформы:

1. Использование рекламы, изначально созданной для Интернета, и сокращенной ради размещения на мобильной платформе.
2. Показ своего бренда только через демонстрацию продукта.
3. Реклама, «захламленная» слишком большим количеством текста или слишком большим количеством логотипов.

Поскольку для привлечения потребительского внимания у рекламодателя есть лишь небольшой экран, то для формирования осведомленности о бренде рекламные кампании и на мобильной, и на online платформе должны быть хорошо брендированными и четкими. В среднем, мобильные рекламные кампании оказывают положительное влияние на осведомленность потребителей.

Помимо того, что эффективность мобильной рекламы по-прежнему обуславливается новизной этой платформы, еще одним преимуществом такой рекламы является тот факт, что реклама на мобильных устройствах занимает гораздо большую часть экрана, чем online реклама. Кроме того, и реклама, и ее контент, как правило, более целенаправленны и сконцентрированны, что вызвано технологическими ограничениями и размером ролика. Наконец, по мере того как потребители привыкают принимать на свои мобильные устройства рекламу, этот канал обеспечивает более высокую таргетированность, чем большинство других платформ [2].

В США компании сферы туризма входят в десятку самых активных мобильных рекламодателей, а по данным Millennial Media в первом квартале 2010 г. туризм занял четвертое место. При этом мобильные рекламные каналы стали одним из важных инструментов взаимодействия с аудиторией. В 2010 г. наблюдалось существенное увеличение числа туристских компаний, использующих мобильные каналы для приема заказов, упрощения планирования поездки и бронирования билетов, а также для обеспечения контакта с брендом.

Автор анализирует какие мобильные рекламные кампании оказались бы действенными для туристского агентства с офисами в Москве и Санкт-Петербурге и крупного туроператора.

В первом случае туристская фирма ограничивается филиалами в одном-двух крупных городах, поэтому эффективным методом рекламы является SMS или MMS рассылка с таргетингом на эти города. Текст SMS, который можно разослать по базе абонентов из нужного рекламодателю города, может быть таким: «(Название турагентства)»!

В Грецию на 7 дней от $ 500». Для дополнительной мотивации можно предложить скидку, пусть и символическую, каждому, кто предъявит это сообщение в офисе. При этом не стоит опасаться, что абоненты могут «обмануть» и переслать сообщение кому-то еще для получения скидки, ведь цель – привлечь клиентов, а вирусный эффект этому только способствует.

Многие компании недооценивают преимущества рассылки MMS сообщений, в то время как именно в таком типе сообщений можно не только использовать графические элементы, но и для удобства последующей коммуникации, как и в SMS, разместить активную ссылку на номер телефона по технологии «click to call». Обычно к выбору туристского тура люди подходят основательно, поэтому возможность одним кликом связаться с фирмой и узнать нюансы предложения окажется весьма кстати. Помимо прочего, SMS и MMS являются удачными носителями рекламной информации еще и потому, что могут храниться в памяти телефона достаточно долго. Если получатель планирует отпуск на ближайшие месяцы, он вполне может вернуться к сохраненному сообщению с интересным предложением.

Автор приводит в пример еще один кейс из истории мобильной рекламы туризма в России. В этом случае проводилась таргетированная MMS рассылка, и результаты превзошли все ожидания. Одна из туристских компаний вложила всего 241 руб. в таргетированные MMS рассылки и осуществила продажи почти на 800 тыс. руб. Секрет таких фантастических результатов кроется еще в одном важном факторе: согласии абонентов, по которым была произведена рассылка, на получение информации именно по теме «туризм». Предварительно был проведен опрос аудитории – заинтересованы ли абоненты в получении информации в данной сфере.

Не всегда целью рекламной кампании является увеличение продаж. Например, Coca-Cola уже давно не рекламирует газировку – она рекламирует бренд, все ее кампании направлены на повышение и поддержание узнаваемости бренда. Туристские кампании – не исключение, ведь потенциальный покупатель турпутевки в отсутствие лояльности к конкретному агентству осуществит выбор туроператора по принципу «у всех на слуху», т. е. выберет тот бренд, который помнит. В таком случае имеет смысл организовать «долгоиграющую» рекламную кампанию на мобильных порталах. При этом есть несколько вариантов – приобрести пакет «показов» в баннерообменных сетях, или сосредоточить внимание на крупных и, что важно, релевантных целевой аудитории площадках. Например, агентство MobileDirect имеет в своем пакете мобильные площадки RBC, и «Чемпионат.ру», их выбор хорош еще и тем, что аудитория, интересующаяся деловыми новостями, имеет возможность приобрести путевку, а спортивные болельщики часто выезжают за рубеж на международные соревнования. В Интернете туристские компании активизируются к моменту наступления высокого сезона, и предложение туркомпании может оказаться незамеченным среди других. На мобильном портале не заметить рекламу не удастся. Например: «(Название туроператора)»: уникальные туры во все точки планеты», или любой другой текст о преимуществах туроператора на специализированном мобильном сайте или на premium-сайтах с логотипом компании не сможет не запомниться аудитории. В случае с туроператорами, рекламные активности которых направлены на повышение узнаваемости бренда, важно использовать все медийные возможности.

Во всем мире наблюдается стагнация рынков традиционной рекламы. Общее мировое доверие к рекламе, как способу донесения информации о товаре и услуге, резко сократилось. Более совершенные в технологическом плане медиа-каналы, такие как мобильный маркетинг, помогают рекламодателям поставить на контроль интенсивность и количество получаемых рекламных сообщений, а значит и ее эффективность. Поэтому многие участники рекламного рынка видят в альтернативном

мобильном канале возможность эффективного привлечения аудитории и получение весомой прибыли. Развитие технологий ведет к «стиранию» границ и формированию Интернет и мобильных сообществ, объединяющих миллионы человек по всему миру. Данные сообщества начинают играть важную роль во взаимоотношениях «бренд-потребитель».

Список литературы

1. Дурович, А. П. Реклама в туризме : учеб. пособие / А. П. Дурович. – 3-е изд., стер. – М. : Новое знание, 2006. – 254 с.
2. Контекстная реклама в Интернете : Настольная книга рекламиста / под ред. А. Басова. – С.-Пб. : Питер, 2009. – 224 с.
3. Морозова, Н. С. Реклама в социально-культурном сервисе и туризме : учебник для студ. высш. учеб. заведений / Н. С. Морозова, М. А. Морозов. – 3-е изд., испр. и доп. – М. : Издательский центр «Академия», 2007. – 288 с.
4. Плесси, Э. Психология рекламного влияния. Как эффективно воздействовать на потребителей / Э. Плесси ; пер. с англ. под ред. Л. Богомоловой. – С.-Пб. : Питер, 2007. – 272 с.
5. Яковлев, А. А. Контекстная реклама : основы, секреты, трюки / А. А. Яковлев, А. Б. Чупрун. – С.-Пб. : БХВ-Петербург, 2009. – 304 с.
6. Агентство мобильной рекламы «MobileDirect» [Электронный ресурс] / Мобильный Мир : блог компании MOBILEDIRECT. – URL : http://blog.mobiledirect.ru/. Проверено 08.04.2012.
7. Энциклопедия поисковых систем [Электронный ресурс] / Интернет-портал : SEARCHENGINES.RU. – URL : http://www.searchengines.ru/. Проверено 08.04.2012.

ЭЛЛСУОРТ-ВИНСОН: РЕКРЕАЦИОННЫЙ БИЗНЕС-ПРОЕКТ

Ю. П. Супруненко, *научный сотрудник Института географии РАН, член Союза писателей России, кандидат географических наук, г. Москва; suprunenko.y@mail.ru*

Аннотация. *Горы с высшей точкой Антарктиды впервые увидел американский лётчик Линкольн Эллсуорт во время трансантарктического перелёта в 1935 г. Но впервые она достоверно определена в 1957 г., с уточнением в 1980 г. В декабре совершено первовосхождение. В 1983 г. предприимчивый бизнесмен Дик Бэсс положил начало проекту восхождений на все высочайшие вершины континентов «Семь вершин». Международная фирма по содействию приключенческому туризму стала монополистом по организацию туров на массив Винсон. Из-за технической несложности маршрута подъём на высшую точку ледяного континента называют ключом к мировому рекреационному бизнес-проекту. Программа включает перелёт из Чили, акклиматизацию в базовом лагере (2 134 м), преодоление ледника Брэнскомб, посещение лагерей №1 (2 774 м), №2 (3 100 м), №3 (3 650 м), и наконец – штурм вершины. В графике восхождения запланированы резервные дни на случай непредвиденных обстоятельств.*

Ключевые слова: *Линкольн и Джеймс Эллсуорт, Винсон, проект «Семь вершин», экотур-восхождение, базовый, промежуточные и штурмовой лагеря*

Что влекло Линкольна Эллсуорта?

Один из важнейших вопросов для обитающих на земле людей было определение рельефа местности, её высоты. Вначале это делалось впригляд – высокая гора, вершина, или так себе, средняя, а то и совсем низкорослая, именуемая возвышенностью, холмом, курганом, могилой, бугром. С появлением приборов пришла и точность этих определений. К концу XIX века были известны высшие точки всех материков. Кроме Антарктиды. Этот континент и заинтересовал, если не сказать задел, больше всего американцев. По своей государственной молодости они опоздали с большими географическими открытиями в других частях света. Первыми проникли в воды Антарктики итальянцы. Первое плавание вокруг южно-полярного материка совершили англичане. Открыли ледяную часть света русские мореплаватели. На берег Антарктиды первыми ступили норвежцы. Южного полюса достигли первыми тоже норвежцы. Ну, не обидно ли было янки уже могущественных США, когда они к началу XX века почти не числились в первооткрывателях географических объектов. Эти вопросы не могли не волновать американского летчика Линкольна Эллсуорта. С детства на родине Тома Сойера он мечтал о путешествиях и приключениях. Да и кто о них не мечтает в таком возрасте. Но не всем удается осуществить замыслы туманной юности.

Выросший на берегах озера Мичиган наш герой вполне мог стать моряком. Ускоренно растущий флот США нуждался в таких мечтателях. Но в те годы взросления Линкольна по части путешествий и открытий пальму первенства перенял другой флот – воздушный. Увидеть землю с птичьего полета, да и самому себя почувствовать крылатым – это ли не увлечение, занятие молодых и дерзающих. Тем более что близкие предки у подопечных дяди Сэма были отважными, находчивыми пилигримами. Словом, судьбе было угодно, чтобы Линкольн стал известным летчиком. И эта же судьба вела его к Антарктиде.

За плечами ветерана авиации Линкольна Эллсуорта уже было достаточно известности и доброй славы. В 1925 г. он был штурманом одного из двух самолетов в знаменитой экспедиции Р. Амундсена к Северному полюсу. Через год он участвует в полете на дирижабле «Норвегия» через Северный полюс, а еще четыре года спустя на новом дирижабле – к Земле Франца-Иосифа.

В 1935 г. ему исполнилось 53 года, и в таком возрасте по части трудных полярных полетов можно было бы и угомониться. Но, как говорят американцы, каждый должен жить долго, но никто не должен быть старым. Со своим опытом он не мог удержать себя от грандиозного для того времени замысла – трансантарктического перелета. Осенью того года вместе с канадским пилотом Х. Кеньоном он приступил к осуществлению этого плана на самолете «Полярная звезда».

Лин (для «экономии» времени американцы сокращают даже имена) не страдал тщеславием. Открытое во время перелета плато он называет именем своего товарища Кеньона, чернеющий хребет среди ледяной пустыни – именует Сентинелом – «Часовым», а одному из пиков присваивает прозвище их самолета – Поларстар – «Полярная звезда». Но в одном случае он сделал исключение.

Лин очень любил своего отца. Нередко говорят о противоречиях между отцами и детьми. Но умный всегда поймет умного. Благодаря заботам отца лихой чикагский парень осуществил свою мечту – стал пилотом. Эллсуорт-старший финансировал полярные экспедиции знаменитого норвежского путешественника и исследователя Руалда Амундсена; неудивительно, что и сына потянуло в полярные широты. Словом, открытое обширное пространство Западной Антарктиды Лин назвал Землей Эллсуорта – именем своего отца Джеймса Эллсуорта. Термины «земля» и «берег», применяемые в названиях и в Антарктиде, и в других частях света, появились и потому что это первые радостные возгласы моряков, которые видели долгожданную полоску

суши или вершину, и потому что в полярных краях льды не позволяли приблизиться к берегам; неуверенности добавляли непогода и туманы, остров это или часть материка – определить было трудно. Так что выделить в этой ледяной пустыне «земли» или хребты было не так просто, тем более определить высоту выявленного возвышения.

Антарктическая специфика маршрутов

Общаясь с полярниками, которые на поверхности осваивали «шестой континент», Эллсуорт узнавал удивительные вещи. Сказать, что это суровый, труднодоступный край – слишком мягкое определение. Линкольн, уже будучи в преклонном возрасте, все ожидал сообщения – когда же и кто совершит восхождение на самую высокую, открытую им гору в Антарктиде. И так и не дождался (умер он на 71 году жизни). Уже опытные альпинисты после многочисленных тренировок и неоднократных попыток побывали и на Мак-Кинли, и на «третьем полюсе» Земли Эвересте, а высшая точка Антарктиды все оставалась недосягаемой. И это объяснимо, если представить те сковывающие жизнь условия.

Антарктида оказалась самым высоким материком на земном шаре: в среднем 2 350 м над уровнем моря (тогда как Азия возвышается на 960, Европа – на 340 м). Этот материк называют и белым, и молчаливым, и самым замороженным, холодным. На вершине ледникового купола высотой 3 488 м, на российской внутриконтинентальной станции «Восток» в 1983 г. была зафиксирована самая низкая температура на Земле – минус 89,2°С [1, с. 369]. Здесь определен и Полюс холода. В этих условиях человек чувствует себя как на вершине Эльбруса – вдвое меньше кислорода, атмосферное давление 440 мм ртутного столбика при норме 760 мм. Впервые прибывших сюда людей для акклиматизации укладывали на несколько дней в постель, не разрешая движений. А тех, кто предрасположен к горной болезни, отправляли вниз. Пульс ускоренный, дыхание частое. Стоит человеку не то что поработать, а несколько раз хлопнуть в ладошки, как он начинает задыхаться.

Сдает даже техника, металл становится хрупким. Железный бачок можно расколоть топором, а то и поленом. На мелкие кусочки рассыпается резина. Жидкое топливо, к примеру, бензин густеет до такой степени, что его можно даже резать ножом (огонь на него поначалу тоже не действует). Зато антарктический лёд обретал такую твердость, что распилить или разбить его стоило немалых трудов. «Прелести» мороза почти постоянно (около 300 дней в году) сопровождаются шквальными завихрениями. Скорость ветра в отдельные периоды достигает более 300 км/ч. Это у подножья, а что говорить о высоте, вершинах.

Опасность для людей в таких условиях ещё в том, что кожа теряет чувствительность и не реагирует на боль. Полярники изощряются, стараются приспособиться: придумывают различные маски для защиты лица, для дыхания применяют шланги, спрятанные под одеждой, которая подогревается электрогрелкой. Боже, как же не восхищаться единственными обитающими здесь животными – милыми, любознательными и общительными пингвинами. Они – символ суровой и некогда теплой Антарктиды.

Один из парадоксов – солнечная радиация. В некоторых районах материка её поступает больше, чем на экватор. А тепло не держится здесь потому что, отражаясь ото льдов, уходит в космическое пространство. Не бывает здесь и землетрясений, хотя есть вулканы. Словом, «шестой континент» настолько необычен и удивителен, что рождает «лирические отступления» даже у сдержанных исследователей-полярников. «На краю нашей планеты лежит, как спящая принцесса, материк, закованный в голубое. Зловещий и прекрасный, он покоится в своей морозной дремоте, в складках мантии снега, светящегося аметистами и изумрудами льдов... его горизонты окрашены розовыми, голубыми и зелеными тонами».

Бросок к главной вершине

Рано или поздно, но земляне XX века должны были достичь и высшей точки Антарктиды. К середине века исследователями из 11 стран уже было организовано около 60 станций и баз на побережье и в глубине материка. Продвигались на кораблях, на самолетах, кое-где и на тракторах (правда, специальных, «Харьковчанках», по санно-тракторным маршрутам; это был настолько распространенный вид транспортного передвижения, что одна из гляциологических диссертаций так и называлась «Санно-тракторные маршруты как метод исследования Антарктиды»). Собачьи упряжки уже ушли в область истории. Пешком, конечно, далеко в этом снежно-ледяном океане не пройдешь. А высоко тем более. Хотя идея по-прежнему уже была не только заманчивой, но и обретала практические очертания. Ни одежда, ни продукты, ни продвижение к подножью массива Винсон не составляли никаких проблем. Инициативу проявляли, прежде всего, американцы. Об их размахе наступления на Антарктиду говорит один из небезынтересных эпизодов.

После второй мировой войны в 1946–1947 гг. адмирал Бэрд осуществлял руководство крупнейшей четвертой антарктической экспедицией, организованной при содействии военно-морского флота США. Она более известна под кодовым названием «Операция Хайджамп» («Большой прыжок») – в неё входило 12 судов, включая ледокол и авианосец. Число участников превышало 4 700 чел., среди которых были моряки, ученые, инженеры, военные специалисты.

Между прочим, среди вдохновителей тех, кто должен был пойти на восхождение, можно шутя, а можно и серьезно назвать пингвинов. Нельзя было не умиляться, глядя, как вперевалочку, на коротких лапах, держа вертикально тело, передвигаются эти морские птицы. Забавные, неуклюжие, но не только великолепные пловцы, но и активные ходоки, вернее ползунки: при помощи сильных крыльев, похожих на ласты, они развивали такую скорость, что их трудно было догнать. И вот что, не только умилительно, но удивительно и восхитительно при такой внешности: пингвины оказываются мужественными путешественниками. Ежегодно они предпринимают длинные перекочевки на сотни километров; ну ладно бы вдоль побережий, так известны случаи дальних переходов вглубь материка. И вот эти странники, с изрядным запасом подкожного жирка могут обходиться в холоде несколько месяцев без пищи. Свойство, пожалуй, похлеще, чем у общепризнанного путешественника верблюда. Известно несколько видов этих примечательных обитателей ледового материка от малых «аделек» до королевских и императорских более чем метрового роста. Всё это не мешает знать пропагандистам экологического туризма.

В 1958 г. американцы на станции Бэрда заметили пингвиньи следы на высоте 1 500 м и на расстоянии более 300 км от ближайшего берега. И весь этот путь птица передвигалась на брюхе, отталкиваясь ластами-крыльями. И что совсем поразительно и загадочно – она продвигалась к южному полюсу, не отклоняясь от направления более чем на два градуса. Кто ещё может посоревноваться – проложить курс с такой точностью без приборов?.. Впрочем, случай не исключительный. Известно, например, что американские зимовщики завезли самолетом пять пингвинов за 3 800 км, и уже через 10 месяцев двое из них нашли дорогу в свою прежнюю колонию. В другом случае провели опыт с 40 пингвинами, окольцевав их и забросив самолетом за 2 600 км. Одного из окольцованных через год встретили в прежних местах обитания. Вероятно, возвратился он не один. Вот такая способность к ориентации и длительным походам «по-пластунски». Как не вдохновиться подобными подвигами этих общительных, радующих взгляд созданий в их антарктических колониях. В этих местах их родных гнездовий, которые они так запоминают, иногда насчитывается десятки, сотни ты-

сяч особей. Словом, не исключено, что пример пингвиньего подвижничества вдохновлял.

По крайней мере, способствовал хорошему настроению американских восходителей. Ученые давно подозревали, что в западной части Антарктиды могут находиться высокие горы, но очертания высочайшего антарктического массива были впервые определены с американского самолета в 1957 г. Горную систему обследовали и назвали в честь первооткрывателя Эллсуортом (он обнаружил её ещё в 1935 г. при трансантарктическом перелёте). Несколько лет ушло на измерение высоты и официальное утверждение Винсона высшей точкой континента. Кстати, авиатор, впервые увидевший массив, носил фамилию Винсон. Но высшая точка системы была названа не в его честь, а во славу американского конгрессмена от штата Джорджия Карла Винсона, в течение десятилетий активно выступавшего за освоение Антарктиды и финансирование антарктических исследований. Его именем назвали массив и пик.

Первые замеры оказались неточными, тогда высота массива составила 5 140 м [2, с. 365], точные данные были получены в 1980 г., когда экспедиция русских альпинистов поднялась и водрузила флаг СССР. В дальнейшем уровень уточнялся по GPS. Сейчас утвердилось строго энциклопедическое: высота 4 897 м (по Википедии, 4 892 м), часть гор Эллсуорта, возвышающихся по середине огромного шельфового ледника Ронне Айс, длина массива 21 км, ширина – 13 км; пик Винсон расположен в 1 200 км от Южного полюса и в 2 000 км от северной оконечности Антарктического полуострова.

Если есть вершина, всегда найдется первовосходитель. В декабре 1966 г. группа под руководством опытного альпиниста-высотника Николаса Клинча на самолете была доставлена к подножью гор Эллсуорт-Винсона. Затею поддерживал и финансировал Американский альпинистский клуб при содействии научных ассоциаций, прежде всего Национального географического общества США. Добирались из Новой Зеландии на специальном воздушном судне, оборудованном лыжами для посадки. Погода благоприятствовала. Экипировка была самой современной для того времени. Пошли не одиночки, а группами. Позже в отчете сообщалось, что несколько отрядов из этой экспедиции к 19 декабря 1966 г. совершили первое восхождение самой высокой точки Антарктиды [3, с. 568–571]. Альпинистский мир был разочарован легкостью, с какой покорилась вершина.

Так было завершено освоение самых высоких вершин на всех шести материках Земли. А, кроме того, чувствуя в себе силы, та экспедиция покорила ещё несколько вершин массива, причем, посложнее, чем высочайшая гора.

В альпинистском проекте «Семь вершин»

Позднейшее альпинистско-туристское внимание к вершине подтвердило несложность маршрута на высшую антарктическую точку. Летом, с ноября по январь в этом районе круглосуточно светит солнце. Правда, температура даже в течение полярного дня не поднимается выше -40°С, снега накапливается немного, всего несколько десятков см за год, причина в сильных метелях. Мороз и ветер – испытания для восходителей.

Какое-то время интерес у обеспеченных альпинистов и горных туристов (все же край дальний и требуется солидная материальная поддержка) массив не вызывал. Второе восхождение было совершено только в 1979 г. В составе немецкой экспедиции на вершину поднялся и российский соотечественник Владимир Самсонов.

Популярность вершины резко возросла после того, как на неё взошел в 1983 г. американский бизнесмен Дик Бэсс. Дело в том, что этот предприимчивый горовосходитель положил начало проекту восхождения на все высочайшие вершины континентов. Выпущенная им книга открыла своеобразную моду на коллекционирование

покоренных «Семь вершин» (шесть континентов плюс самая загадочная из семи вершин – пик «Пирамида Карстенз» (Пунчак Джайя) на острове Новой Гвинеи) среди неугомонного племени туристов и альпинистов. К проекту присоединился всемирно известный альпинист и путешественник Крис Бонингтон. Весной 1984 г. успешно завершил восхождение другой знаменитый альпинист Райнхольд Месснер, также умеющий донести свои достижения до тысяч людей.

Большое значение для формирования инфраструктуры туризма в районе Винсона сыграли экспедиции канадцев. В 1984 г. их команда потерпела неудачу, но на следующий год после тщательной подготовки пришел успех – 8 человек поднялись на вершину. Залогом удачи было привлечение английского полярного лётчика Кершоу, который совместно с друзьями создал международную фирму по содействию приключенческому туризму (Adventure Network International, ANI). Эта рекреационная бизнес-идея получила успех и завоевала признание. Со временем данная компания стала монополистом по организации туров с восхождением на Винсон. Ныне Антарктический Эверест является не только заветной мечтой каждого профессионального альпиниста, но и спортсменов-любителей. С 1984 г. по 2002 г. на вершину благодаря ANI поднялось около 500 чел., стоимость стандартной программы укладывается в 26 000 долл., при обеспеченности успешных восхождений 95% клиентов. В последнее время антарктическими турами занимаются и другие компании («Ultra-Travel Luxe», Международный Клуб Путешествий «Allinur», российский туроператор «Команда Приключений Альпиндустрия»). Для завершения стандартного маршрута требуется средний уровень альпинистской подготовки и опыт выживания в условиях холода, уровень затрат для российских участников составляет 780 000 руб.

Восхождение на массив Винсон часто называют ключом к проекту «Семь вершин» по причине несложности восхождения. Но технически простая гора зачастую недоступна из-за высокой цены экспедиции, в целом исключительно интересной и престижной. Но если есть средства, добро пожаловать в чилийский город Пунта Аренас – отсюда начинается дорога в Антарктиду; этот город-порт на южноамериканском юге с красивой архитектурой стремительно становится центром туризма дополнительно к своему рыболовству и «шерстяной» промышленности. Из местных достопримечательностей – музей Магеллана, особняки времен испанской колонизации, уникальный зоопарк пингвинов. Туристы, хоть и стремятся исключительно к заоблачным высотам, но не отвергают и познавательный интерес. Таковы законы экологического туризма.

Начальная часть полёта проходит над Огненной Землей и проливом Дрейка, известном ужасными штормами, сильными ветрами и тяжелыми волнами. За Южным Полярным кругом начинаются ледовые поля, рождающие айсберги. До антарктического посёлка Пэтриот Хиллс (чилийский аэродром, который арендуют американцы для посадки своих туристических судов) 5–6 часов полёта, далее – часовой перелёт в базовый лагерь у подножья вершины, но без строгого расписания – график полётов строится в зависимости от погодных условий. Маршрут пролегает через хребет горы Эллсуорт с внушительными видами пиков и широких ледников. Базовый лагерь – единственный частный экспедиционный лагерь в Антарктиде. Капитальные и временные постройки вмещают одновременно до 50 посетителей-участников различных экспедиций. Палатки лагеря установлены на снежном утрамбованном насте, который и является для них фундаментом. Укрытия были специально разработаны для туристически-автономных условий на безопасных и комфортных полярных областях. Этот лагерь расположен на расстоянии одного километра от «природного аэродрома» – взлётно-посадочной полосы на ледово-снежной поверхности.

Потом – вверх, сквозь ветра и мороз. Восхождение начинается с высоты 2 134 м из узкого ущелья ледника Брэнскомб на западной стороне гор Эллсуорт. Но вначале

день уходит на акклиматизационные выходы и тренировочные походы. Здесь важно отметить, что из-за чрезвычайно южной широты массива Винсон, холодов и ветров, в разреженной атмосфере над Антарктидой в районе восхождения будет меньше кислорода, чем на такой же высоте на любом пике, расположенном ближе к экватору [4]. Уже у подножья высшей антарктической точки человеческий организм испытывает физиологическую высоту в 3 000 м.

Через район небольших трещин группа отправляется к лагерю №1 (2 774 м). После следующей отметки 3 100 м (лагерь №2) начинается ледопад, пожалуй, единственное место на маршруте с определенными техническими сложностями; чтобы их преодолеть с гарантией безопасности и даже с комфортом навешиваются веревочные перила. Наиболее технически трудная часть подъёма проходит по изломанному ландшафту крутизной до 40°. От штурмового лагеря №3 (3 650 м), расположенном на широкой седловине между массивами Винсон и Шинн, к вершине следует пологий гребень. Расстояние между соседними лагерями составляет путь в один дневной переход. Во избежание попадания в трещины почти везде идут в связках. Чтобы облегчить рюкзаки, часть грузов транспортируется на санях, которые везут по очереди все участники восхождения.

Единственное препятствие на пути к заветной цели – суровый антарктический ветер; чтобы попасть в благоприятную погоду иногда приходится ждать в базовом или промежуточных лагерях целую неделю, но безопасность коммерческих клиентов того стоит. Заключительные 300 м – самая трудная часть маршрута – по глубокому снегу и ледяным полям, и далее по горному хребту к так называемому «главному месту встречи на высшем уровне». В графике восхождения также запланированы резервные дни на случай непредвиденных обстоятельств. В любом случае антарктическое путешествие-восхождение – необычное предприятие, часто с мистическими моментами и экстремальными ситуациями.

А вниз – как пожелаете: японец Миура спустился с пика на лыжах, американец Кох – на сноуборде, другой американец – на параплане. Ну, а для массовых клиентов – на своих двоих, но с опытными гидами.

Все альпинисты и организаторы восхождения обязаны следовать строгой экологической политике. К этому обязывает и антарктический кодекс, и нормы экологического туризма. В соответствии с конвенцией 1959 г., Антарктида не принадлежит ни одному государству. Это зона мира, в ней запрещено размещение военных объектов и проведение военных испытаний, боевым кораблям нельзя заходить южнее 60-го градуса южной широты; Антарктида – безъядерная зона, к ней не подходят атомоходы и в ней не используются атомные источники энергии; добыча полезных ископаемых также запрещена до 2048 г. Это рамочные условия экологического поведения на ледовом континенте, но есть ещё бытовая так бы сказать «повседневная» экология.

В отличие от других средневысотных пиков снег на массиве Винсон не тает даже летом, проходя тем самым естественную самоочистку перед каждым сезоном. Любые следы восхождения остаются на маршруте в течение последующих лет, поэтому ничто не должно быть оставлено на горе. Весь мусор, все отходы, отработанное оборудование и дополнительная пища необходимо возвращать в базовый лагерь, откуда компания, организующая тур, вывозит всё на Большую Землю в Чили для утилизации. Даже жидкие отходы концентрируются на определенном участке и потом вывозятся из Антарктиды. В соответствии с экологической политикой и международными обязательствами, чтобы свести к минимуму воздействие человека на природу вместо душа предлагаются средства индивидуальной гигиены – горячие мокрые полотенца, специальные губки, влажные салфетки; есть очень хорошая альтернатива для тех, кто готов пойти на риск – снежные ванны. Имеются портативные туалетные устройства, в

целях экономии воды отсутствуют прачечные и пункты стирки белья. Таким образом, антарктический лёд не загрязняется отработанной водой.

Для минимизации экологического воздействия все системы коммуникаций полностью обеспечиваются энергией от солнечных батарей. Для связи с полевыми партиями имеются иридиевые телефоны и спутниковые маяки. Фирмы, обслуживающие транспортные средства, в том числе и наземные (снегоходы, аэросани и т. п.), постоянно ведут клиринг снега. Так, что в полном смысле «дом на льду» живет в гармонии с природой.

В теплое время года, когда обычно проводятся восхождения, массив Винсон – весьма красивое место. На ясном небе ни единого облачка, яркое солнце поднимает температуру воздуха до 30^0, правда ниже нуля. Из-за яркого солнечного света и повышения температуры начинает подтаивать снег. А вот зимой стоит кромешная тьма, дует сильный порывистый ветер, идёт густой снегопад. Об этой адской антарктической погоде расскажут экскурсоводы-гиды. Важно помнить, что отдаленность и труднодоступность Маунт Винсон – это именно то, что делает эту вершину уникальной для опытных лыжных альпинистов.

Список литературы

1. Гвоздецкий, Н. А. Горы / Н. А. Гвоздецкий, Ю. Н. Голубчиков. – М. : Мысль, 1987. – Серия : Природа мира. – 400 с.
2. Долгушин, Л. Д. Ледники / Л. Д. Долгушин, Г. Б. Осипова. – М. : Мысль, 1989. – Серия : Природа мира. – 447 с.
3. Супруненко, П. П. Горы. Популярная энциклопедия / П. П. Супруненко, Ю. П. Супруненко. – М. : Терра – Книжный Клуб, 2004. – Серия : Популярная энциклопедия. – 479 с.
4. Супруненко, Ю. П. На высотных этажах планеты. Горное природопользование : монография / Ю. П. Супруненко. – М. : Институт географии РАН ; Тровант, 1999. – 496 с.

ОСОБЕННОСТИ СТАНОВЛЕНИЯ ГОСТИНИЧНОЙ ОТРАСЛИ В САНКТ-ПЕТЕРБУРГЕ

В. А. Чернов, *председатель НП «Хабаровское объединение туроператоров международного туризма», г. Хабаровск; chernov@mail.kht.ru*

Доля мини- и микрогостиниц в Санкт-Петербурге достигает 20% , для сравнения, в Москве – 4% , а в среднем по России не превышает 13,3% [9, с. 12]. Принято считать, что это связано с отсутствием в центре Санкт-Петербурга зданий, где можно было бы создать крупные отели наподобие московских [11, с. 50].

Необходимо заметить, что история становления гостиничной отрасли в Санкт-Петербурге значительно отличалась от первопрестольной и всей российской. Сам город Петр I строил по подобию европейских. Социально-политические и экономические реформы, которые он стал проводить в России, не могли не оказать заметного влияния и на систему гостеприимства. Изменения во многом были обусловлены стремлением ввести европейские стандарты, с которыми познакомились русские послы, купцы и молодые дворяне, получавшие по воле царя образование за границей. Да и сам Петр I имел возможность лично познакомиться с условиями проживания и питания в европейских гостиницах и постоялых дворах во время своих заграничных путешествий.

Все это заставило по-новому взглянуть на существовавшую в то время систему гостеприимства в России. Об этом подробнее см. [10, с. 290].

С переездом царского двора в новую столицу начинается ее усиленное заселение. Ехать в новую столицу по доброй воле охотников находилось немного, и Петр решился прибегнуть к принудительному заселению столицы. Своим указом он предписал «царедворцам и прочих чинов людям... дабы они свои дворы в Санктпетербурге строили» и повелел им там жить без всяких отговорок, что им негде [5, с. 74].

Здесь Петр I решил внедрить западноевропейскую «модель» жизни, перенять всё необходимое наперекор старым традициям. Строящийся город требовал большого количества мастеров из Европы, для них требовались и новые средства размещения, также по западному образцу. Появились Французская, Немецкая, Греческая, Английская слободы для их постоянного проживания, где иностранцы поселялись «землячествами». Напротив Кронверка на Санкт-Петербургском острове в 1714 г. по царскому указу выстроили семь «Домов Мазанковых» для проживания иностранцев, служивших в коллегиях и членов их семей.

Новое «диво дивное», появившееся внезапно и сказочно на севере Европы стало привлекать путешественников и купцов, возникла потребность в строительстве не постоялых дворов, а средств размещения западного образца. В 1719 г. вышел указ «О позволении иноземцу Петру Милле завести на Васильевском острову трактир». Он должен был построить кирпичный дом в два-три этажа для устройства там Вольного дома, «таким манером, как и в прочих окрестных Государствах вольные домы учреждены, дабы в том доме иностранные купеческие и здешние всяких чинов люди трактировать могли за свои деньги» [3, с. 649].

Для строительства европейского города Петр I запретил строительство каменных домов по всей России, сосредоточив камнетесов, каменщиков и других мастеровых в северной столице. Это привело к тому, что строительство подобного дома было по силам только очень состоятельным людям. Хотя деревянное строительство в городе велось, но оно не могло вместить всех приезжих, которые были в большинстве своем сезонными рабочими. Таким образом, практически, с петровских времен начал складываться рынок наемного жилья, где сдавались не только квартиры и комнаты, но и углы, койки и даже полкойки или треть койки, когда посменные рабочие спали по очереди.

Трактиры, которые содержались в основном иностранцами, строились по подобию европейских стран и предназначались исключительно для размещения иноземцев и русских «не бедных» людей. В новых заведениях были как жилые помещения для приезжих, так и предлагалась продажа «всяких питей и табаку» для употребления на месте. В трактиры запрещалось впускать простой народ, солдат, матросов и других нижних чинов, для которых существовали постоялые дворы и харчевни. Так в повседневную жизнь россиян вошло понятие «трактир». Трактир – это хорошая гостиница в современном понимании, а вольный дом – ресторан, точнее питейное заведение высшего разряда (для «подлого люда» существовали кабаки). По сути, все заведения были разделены на два класса: для знатного сословия (трактиры и вольные дома) и «подлого» народа (постоялые дворы, харчевни и кабаки).

Не прошло двадцати лет с открытия первого трактира в России, как уже в 1838 г. Петербург насчитывал 80 трактиров и 92 вольных дома. Со временем вольные дома превратились в обычные питейные дома и были запрещены из-за падения в них нравов. Трактирные дома также стали резко терять уровень обслуживания и для размещения иноземцев в 1745 г. Елизавета Петровна издает указ «Об учреждении в С. Петербурге и в Кронштадте гербергов и об отдаче оных в содержание Российским купцам». Герберги (от немецкого слова «die Herberge» – постоялый двор) уже подразделялись на

пять категорий, самая высшая – 1-я предусматривала «квартиры с постелями, столы с кушаньем, шеколад, чай, кофе, табак курительный, биллиард, виноградные вина, Французская и Гданская водка, заморский элбирь, легкое полпиво».

Содержать трактирные заведения дозволялось только русским купцам, или иностранцам, которые приняли российское подданство и числились российскими купцами, все они, в основном, открывали 3–4-разрядные герберги, предпочитая те, которые при низком налогообложении давали наибольшую выручку, по сути, – питейные заведения. Содержание гербергов 1–2 разрядов (средств размещения) доставляло больше хлопот, затрат и налогов, но дохода приносило меньше. В то же время 5-й разряд был безалкогольным, т. е. не выгодным. Для исправления ситуации в 1855 г. было разрешено открывать герберги 1 разряда (гостиницы) всем отечественным и иностранным купцам в России, кто пожелает, без уплаты акциза на спиртные напитки. В целях наведения общественного порядка, в них запрещалось продавать напитки, которыми торговали кабаки.

В 1770 г. все герберги и трактиры были разделены на четыре номера (разряда): 1) ночлег, стол и любые напитки, 2) все кроме ночлега, 3) ночлег и стол, кроме водок, 4) без ночлега, стола и водок. В положениях 1806 г. упоминаются такие виды трактирных заведений, как собственно трактиры, кухмистерские столы, харчевни, съестные трактиры, кофейные дома. Было отмечено, что кофейные дома «...ныне существующие и разделяющиеся на два номера, из которых в первом содержат стол и при оном водку и прочие напитки, также чай, кофе и проч., а для постояльцов квартиры; во втором все тож, кроме стола и квартир» [1, с. 81]. Т. е. не только трактирные и вольные, но и кофейные дома изначально являлись средствами размещения. Есть мнение, что и первые австерии в Петербурге имели специальные помещения для размещения приезжих.

Указом утверждаются требования к работе гербергов, трактиров и других аналогичных заведений, покоям (номерам для постояльцев), качеству «кушаний и напитков», отдельно указаны требования к наемному персоналу [4, с. 122]. В указе от 17 августа 1814 г. впервые упоминается еще об одном виде средств размещения – о гостиницах при почтовых станциях, и только 2 февраля 1821 г. гостиницы официально были введены в обиход [2, с. 581]. В таком виде с небольшими трансформациями трактирное дело существовало до 1863 г., т. е. до уничтожения винных откупов.

Наибольшие изменения в трактирном промысле произошли в результате реформ 1860–1870-х гг. Были разделены на самостоятельные нормативные акты «Положение о питейных сборах» и «Положение о трактирных заведениях». Теперь уже все трактирные заведения были подведены под один разряд, всем предоставлены одинаковые права по торговле, им разрешалось иметь бильярды, дозволенные законом игры и, самое главное, музыку. Сняты были и ограничения по сословиям: к содержанию трактирных заведений допускались купцы всех трех гильдий, мещане, цеховые и крестьяне, торгующие по свидетельствам всех четырех разрядов. Количество трактирных заведений не ограничивалось, а одному лицу разрешалось содержать несколько заведений.

Согласно Положению трактирным заведением являлось «открытое для публики помещение, в котором либо отдаются в наем покои «со столом», либо производится продажа кушанья и напитков». На этом основании трактирными заведениями стали считаться: гостиницы; подворья; меблированные комнаты (квартиры – в столицах), отдаваемые со столом, если у одного хозяина отдавалось более шести комнат; собственно трактиры; рестораций; кофейные дома; греческие кофейные (в Москве); кафе-рестораны и кухмистерские столы для приходящих; харчевни; буфеты при театрах, балаганах, пароходах, на пароходных пристанях, станциях железных дорог, в клубах

и публичных собраниях разного рода; такие овощные и фруктовые лавки, «где в особых покоях предлагаются «на месте» закуски и завтраки разными съестными припасами»; городские галереи (в Москве) с правом держать стол и продавать напитки; открываемые на все летнее время палатки на гуляньях. Не считались содержателями трактирных заведений: владельцы домов или жильцы, которые отдавали в наем меблированные квартиры «без стола», либо в наем «со столом» не более шести комнат; содержатели постоялых дворов и съестных лавочек; кухмистеры, кондитеры и вообще занимающиеся приготовлением всякого рода съестных припасов для продажи «на вынос», а не для употребления в местах продажи.

Все это стало стимулом для быстрого развития гостиничного дела в стране, но на ситуацию в трактирном промысле Петербурга в большой степени повлияло само падение крепостного права.

Как мы уже упоминали, длительное время средства размещения в столице делились на два рода: для богатых и бедных. Средний класс стал появляться в эпоху Просвещения Екатерины II и развился, благодаря системе учебных заведений, организованной Александром I. Средний чин, более или менее благовоспитанный по своему образованию, живший своим трудом, не мог довольствоваться ни низшими трактирными заведениями, ни высшими. Низшие были очень грязны, высшие очень дороги. В ответ на возникший спрос появились такие виды заведений как меблированные комнаты и кухмистерские, которые содержались бедными людьми, и их доход ограничивался лишь прокормлением, либо десятками рублей. Эти заведения не могли составить конкуренции гостиницам, трактирам и ресторациям, т. к. в них запрещалось содержать стол, напитки, музыку и другие увеселения.

С падением крепостного права исчезло большое количество дворян, «проматывавших» свое состояние или просто живших за счет своих поместий в столице. Многие из них вынуждены были «поумерить» свои расходы, съехать из дорогих отелей и отказаться от питания в дорогих ресторанах, став посетителями меблированных комнат и кухмистерских.

Новое Положение привело к тому, что некоторые содержатели меблированных комнат, чтобы уйти от трактирной повинности, уменьшили количество номеров в своих заведениях до шести, т. к. количество заведений, содержимых одним лицом, не ограничивалось. В то же время возможность содержать меблированные комнаты появилась практически у каждого горожанина.

Все это привело к резкому росту количества меблированных комнат в столице и к их разнообразию: от Большого меблированного дома «Пале-рояль» (построен в 1875 г. на Невском пр., 175 номеров от 1 до 10 руб. в сутки) до квартир в 3–5 комнат, отдаваемых внаем «вдовицами» для своего пропитания. Количество меблированных в городе стало превышать 200–400. Во многих крупных доходных домах часто имелось по три-четыре заведения меблированных комнат. Например, в 4-этажном доме №80 по Невскому проспекту (дом Г. Панина, позже А. В. Липгарта, Н. И. Дернова; 1800-е гг., перестройка в 1872–1873 и 1913–1914 гг.) [8, с. 322] в 1894 г. меблированные комнаты содержали А. И. Гурр, Л. И. Карш, Э. Л. Кельчевская, именно здесь находились известные меблированные комнаты «Лувр». В соседних также 4-этажных домах в это же время меблированные комнаты содержали: №82 (Е. А. Брюна, 1834 г.) – В. А. Конопак, Л. И. Лемишевская, Н.М. Леневич, К. С. Павловский и в доме №78 (П. И. Ртищевой, А. М. Тупикова) – Л. Л. Гильберт, Л. Д. Марильон [6]. И это напротив известной гостиницы «Москва» купцов Ротиных (Невский пр., №49, дом А. М. Ушакова). Следует отметить, что и сами доходные дома стали отличительной чертой российской столицы.

В Петербурге к концу XIX века арендованное жилье составляло 98% всего жилищного фонда. Большая его часть (94%) – квартиры доходных домов, но в эту же кате-

горию входили меблированные комнаты, гостиницы, пансионаты и дачи [12, с. 120]. Доходило до того, что даже проживавшие в Петербурге дворяне, в подавляющем большинстве не имели собственного дома и, как это странно не звучит, были ущемлены в своих правах, т. к. не имели права участвовать в городских выборах.

Что интересно, Петербург не был самым дорогим городом Российской империи по стоимости арендуемого жилья. Средняя (в 4–6 комнат) квартира в столице обходилась нанимателю почти вдвое дешевле, чем в Варшаве или Лодзи, и почти в два с половиной раза дешевле квартиры в Киеве. Маленькие (по тем меркам, для малообеспеченных) 1–3 комнатные вообще стоили дешевле, чем в других крупных городах, кроме Саратова и Харькова [12, с. 151]. Надо отметить, что и сегодня Санкт-Петербург не сильно выделяется высокими ценами на арендуемое жилье и гостиницы.

Это приводило к тому, что не только приезжие, но и большинство горожан, не имевших собственного жилья, не считали нормой вести оседлый образ жизни, что также являлось спецификой города. Газета «Биржа» писала: «...Петербург притягивает к себе постоянную массу посетителей, приезжающих в столицу или по делам, или для удовольствия, чтобы прожить те сбережения, которые накапливаются в провинции. Эта масса людей вызвала необходимость сооружения в Петербурге новых гостиниц и отелей. Время создало у нас, сверх того, в Петербурге массу людей, принадлежащих к постоянному населению, но которые не обзаводятся своим хозяйством, а предпочитают жить в гостиницах, находя там более удобства своему прихотливому вкусу» [7]. Практически вся петербургская интеллигенция проживала в средних по величине квартирах в течение 7–9 месяцев, лето проводила на даче, а осенью опять начинала поиски новой квартиры. Для творческой интеллигенции считалось неприличным тоном «зимовать» снова в той же квартире.

В этой статье мы не затронули другие виды средств размещения города, существовавшие в это же время: подворья, пристанища для приезжих и т. п., но уже вышеперечисленное указывает на большое отличие Петербурга от других городов России не только в разнообразии средств размещения, большом количестве различных категорий приезжих, но и в сложившемся «легком» отношении местного населения к средствам размещения, где, практически, почти каждый чувствовал себя либо нанимавшим, либо сдававшим временное жилье, и зачастую выступавшими одновременно в обоих качествах. Это наложило отпечаток на становление гостиничной отрасли Петербурга и отличает ее сегодня от других городов.

Список литературы

1. О городских доходах и расходах : указ Правительствующему Сенату от 23 февраля 1806 г. – ПСЗРИ. – №22030.
2. О гостиницах, ресторациях, кофейных домах, трактирах и харчевнях в Санктпетербурге и Москве : положение от 2 февраля 1821 г. – ПСЗРИ. – №28538.
3. О позволении иноземцу Петру Милле завести на Васильевском острову трактир : указ от 6 февраля 1719 г. – ПСЗРИ. – №3299.
4. О содержании трактиров и гербергов, кофейных домов и прочих сего рода заведений : указ от 2 марта 1806 г. – ПСЗРИ. – №22043.
5. О строении домов Царедворцам и прочих чинов людям в Санктпетербурге : указ от 4 декабря 1713 г. – ПСЗРИ. – №2747.
6. Адресная книга города С.-Петербурга на 1895 г. / под ред. П. О. Яблонского. – С.-Пб.: Лештуковская паровая Скоропечатня ПО Яблонского, 1895.
7. Биржа. – 1873. – 14 января.
8. Кириков, Б. М. Невский проспект. Дом за домом / Б. М. Кириков, Л. А. Кири-

кова, О. В. Петрова. – Изд-е 3-е, испр. и доп. – С.-Пб. : ООО «МиМ-Дельта», – М. : Центрполиграф, 2009. – 382, [2] с.

9. Лебедева, Г. Н. Формирование сегмента малых форм коллективных средств размещения в гостиничном хозяйстве : автореф ... канд. ист. наук / Г. Н. Лебедева. – М., 2009. – 28 с.
10. Чернов, В. А. Петровские реформы гостиничной отрасли // Состояние и проблемы кадрового обеспечения сферы культуры и искусства Дальнего Востока России : сб. мат-в науч.-практ. конф. – Ч. 1. – Хабаровск : Изд-во ХГИИК, 2010. – С. 289–293.
11. Чудновский, А. Д. Индустрия гостеприимства: основы организации и управления / А. Д. Чудновский, М. А. Жукова, Е. Н. Кнышова, Ю. М. Белозерова. – М. : ФОРУМ : ИНФРА-М, 2011. – 400 с.
12. Юхнева, Е. Д. Петербургские доходные дома. Очерки из истории быта / Е. Д. Юхнева. – М. : ЗАО Центрполиграф, 2008. – 362 с.

ТУРИЗМ
И РЕГИОНАЛЬНОЕ РАЗВИТИЕ

РАЗВИТИЕ АЛЬТЕРНАТИВНЫХ ВИДОВ ТУРИЗМА В АЗЕРБАЙДЖАНЕ

ALTERNATIVE TOURISM TYPES' DEVELOPMENT IN AZERBAIJAN

К. З. Зейналова, *старший преподаватель Азербайджанского государственного экономического университета, доктор философии по экономическим наукам, г. Баку, Азербайджан; azregion@gmail.com*

K. Z. Zeynalova, *Senior Lecturer, Azerbaijan State Economic University, Doctor of Philosophy in Economics Sciences, Baku, Azerbaijan; azregion@gmail.com*

Ключевые слова: *альтернативный туризм, треккинг-туризм, речной туризм, экотуризм, островной туризм*

Keywords: *alternative tourism, trekking tourism, river tourism, ecotourism, island tourism*

Индустрия туризма является одним из динамично развивающих и высокодоходных отраслей современной мировой экономики. Удельный вес туризма в общемировом ВВП составляет примерно 10% и 9% мирового капитала сконцентрировано в туриндустрии. По данным Всемирной туристической организации, если в 2000 г. объем доходов в международном туризме составлял 600 млрд долл., то в 2010 г. этот показатель вырос до 1,5 трлн долл. В 2010 г. число туристов в мире составило 940 млн чел., благодаря чему было обеспечено устойчивое развитие туриндустрии ряда государств [3]. Следует отметить, что в некоторых из них (Коста-Рика, Монако, Андорра и др.) экономическое развитие во многом определяется изменением числа посетивших страну туристов. С учетом этого все больше стран стремятся извлечь максимум выгод от развития этой отрасли. Конечно же, априори, наибольшие преимущества имеют те страны, которые отличаются благоприятностью природно-климатических условий, разветвленностью и развитостью транспортной инфраструктуры и сервисных услуг, их конкурентоспособностью и проводят соответствующую политику по стимулированию развития туризма. Значительная часть этих предпосылок имеется в Азербайджане, и поэтому важным представляется более полное использование имеющегося потенциала для развития туристской отрасли.

Своеобразие условий экономического развитию Азербайджана, при котором нефтяная промышленность остается ведущей отраслью хозяйства страны, обусловливает необходимость содействия развития и других отраслей экономики. В соответствии с этим стимулирование развития не нефтяного сектора со стороны правительства нашло свое отражение и в возрождении туриндустрии в республике. Так, основы туристической деятельности в стране регламентируется принятым законом «О туризме», а также реализуется государственная программа по развитию туризма в республике на период 2011–2014 гг. В соответствии с этой программой за последние годы в республике построены и введены в строй несколько крупных туристических комплексов [1]. Так, только в 2011 г. в республике были сданы в эксплуатацию 3 пятизвездочных отелей («Hilton», «Jumeyra BİS Bilgah» и «Kempinski Badamdar») и в настоящее время продолжается строительство еще пяти идентичных отелей в Баку, Шемахе и Губе. За последние 6 лет число функционирующих в стране гостиниц и объектов гостиничного типа увеличилось в 4 раза и к концу 2011 г. составило 508 единиц.

Несмотря на прослеживаемые позитивные сдвиги в развитии отрасли, имеющийся рекреационно-туристический потенциал страны используется не в полной

мере. При этом, как основные формы развития массового туризма, свои лидирующие позиции в стране сохраняют пляжно-морской и горно-лесной туризм. Создание современных туристических центров именно в этих природных зонах определяет основной вектор развития туриндустрии в республике. Однако разнообразие природно-климатических условий и рекреационных ресурсов предопределяет необходимость рассмотрения потенциальных возможностей организации и развития новых форм туризма в республике.

Одним из путей повышения эффективности рационального использования этих ресурсов является рост конкурентоспособности туризма и развитие в республике альтернативных видов туризма. В условиях республики наиболее привлекательными видами могут быть экотуризм, агротуризм (сельский туризм), речной туризм, треккинг-туризм и островной туризм. Если по первым двум видам уже имеются определенные сдвиги, то по остальным практически ничего не сделано.

Следует принять во внимание, что значительная часть Куры – крупнейшей реки Южного Кавказа проходит по территории Азербайджана, с востока на запад на протяжении 906 км. Водные ресурсы этой реки используются для целей энергетики (Мингечаурская и Шамкирская ГЭС), мелиорации и питьевых нужд. Вместе с тем, пока еще нереализованным остается рекреационный потенциал р. Кура. Примечательно, что еще в 60–70-х годах в низовях р. Кура местным населением, на участке г. Али-Байрамлы (ныне г. Ширван)–Сальяны, стихийно осуществлялись краткосрочные речные путешествия. Однако в дальнейшем это начинание не нашло своего продолжения. Возрождение речного туризма в республике будет способствовать решению нескольких задач. С одной стороны будут открыты новые рабочие места, откроются новые возможности вовлечения туристско-рекреационного потенциала в хозяйственный оборот, получит развитие туризм в аридных районах республики, а с другой стороны – передвижение прогулочных судов средних размеров будет содействовать предотвращению заиления дна реки, улучшению условий развития рыбного хозяйства и уменьшению частоты случаев затопления береговых зон. Параллельно с этим будет развиваться инфраструктурная составляющая прибрежных районов. Конечно же, для начала, необходимо проведение речных дноуглубительных работ, с целью обеспечения ее проходимости, а также организация пристаней и сервисных отраслей. Считаем, что для возрождения речного туризма в республике важным представляется обеспечение государственной поддержки в рамках реализуемой государственной программы по развитию туризма в республике [2].

Опыт ряда зарубежных стран (Коста-Рика, Марокко, Тунис, Андорра, Хорватия и др.) показывает, что все большее предпочтение дается относительно «мягким» формам туризма, развитие которых в наименьшей степени воздействует на природную среду. К таким формам туризма можно отнести треккинг-туризм.

Термин треккинг, в переводе с английского слова ***«trekking»***, означает походы, предусматривающий пешие туры по пересеченной местности без специальной подготовки участников. Обычно так называют увлекательные пешеходные путешествия по красивым местам природы. Треккинги могут быть как краткодневные, так и длительные прогулки по живописным местам. Наиболее распространенными являются пешеходные походы в горы на несколько дней. Треккинг, как активный вид отдыха, позволяет рекреанту непосредственно участвовать в познании своеобразий природной среды. В условиях распространяющейся гиподинамии среди жителей городской среды содействие развитию треккинг туризма приобретает особую значимость. Поэтому неудивительно, что многие люди в мире сейчас все больше предпочитают именно этот вид отдыха пляжам известных курортов. Путешествие в форме треккинга доступно любому, вне зависимости от возраста и здоровья. Одновременно это является уникальной возможностью

воочию увидеть свою страну как бы изнутри с ее природным своеобразием, укладом жизни местных сообществ, бытом и традициями, а также составить себе представление о состояние природной среды отдельных ее регионов. Вместе с этим, организация треккинг туризма может способствовать решению задач социально-экономического развития регионов республики. К ним можно отнести – обеспечение занятости определенной части местного населения (гидов по отдельным маршрутам, рост числа людей, занятых в производстве местных промыслов и в других сервисных сферах), появление возможностей дополнительных источников доходов, распространение информации о специфике района (об укладе жизни, быте, местной кухне, обычаях и традициях) и другие.

Не реализованными остаются возможности использования островного туризма в республике. На востоке Апшеронского полуострова располагаются самые крупные острова Каспийского моря – острова Пираллахи и Чилов, а на юге – острова Бакинского архипелага – Хара-Зира, Гум, Чыгыл, Гарасу, Зянбил, Сенги-Мугань, Даш Зира, Кюрдашы и другие. Большинство островов остаются необжитыми, часть из которых использовались в военных целях, а также как перевалочный пункт в материально-техническом обслуживании нефтедобычи в море. В настоящее время обсуждаются вопросы по организации крупных туристических комплексов на некоторых островах Бакинского архипелага. Можно предположить, что дифференциация предлагаемых видов туриндустрии сыграет важную роль в привлечении иностранных туристов в Азербайджан.

Список литературы

1. Аббасов, Д. Р. Возможности развития и территориальной организации и туризма в Азербайджане / Д. Р. Аббасов // Сб. «Развитие туризма в Азербайджане и региональные проблемы». – Баку, 2011. – С. 14–21.
2. «Государственная программа развития туризма на период 2011–2014 годы» Республики Азербайджан.
3. World Tourism Organization UNWTO [Electronic resource] / Site UNWTO. – URL : www.unwto.org. Проверено 23.03.2012.

РОЛЬ ПРОДОВОЛЬСТВЕННОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ В РАЗВИТИИ ТУРИЗМА В АЗЕРБАЙДЖАНЕ

THE ROLE OF THE FOOD PROVISION AT DEVELOOPMENT OF TOURISM IN AZERBAIJAN

В. Э. Сулейманов, *преподаватель Бакинского государственного университета, доктор философии по экономическим наукам, г. Баку, Азербайджан; Vurgun@yandex.ru*

V. E. Suleymanov, *Lecturer of Baku State University, Doctor of Philosophy in Economics Sciences, Baku, Azerbaijan; Vurgun@yandex.ru*

Ключевые слова: *туристическая индустрия, продовольственное обеспечение, притягательность, сельскохозяйственные продукты, государственные программы*

Keywords: *tourist industry, food provision, attractiveness, agricultural products, government programs*

Развитие туристской индустрии на современном этапе обусловлено взаимодействием политических, финансово-экономических и экологических факторов. Измен-

чивость всех этих факторов в пространственно-временном разрезе для потенциальных туристов предопределяет аттрактивность одних территорий и, наоборот, обусловливает снижение притягательности других. При всем этом, общие тенденции глобальных изменений (климатические, экономические, экологические) в значительной степени воздействуют на туристическую активность и, в частности, на количество международных туристических поездок.

По данным Всемирной туристской организации, количество международных туристических прибытий в мире увеличивается быстрыми темпами при экономическом росте 4% и выше [5]. Поэтому, при условии снижении этого показателя, соответственно сокращается число международных туристических поездок.

В условиях продолжающегося глобального финансово-экономического кризиса и сокращения доходов населения за последние годы уменьшилось как общее число туристов в мире, так и по отдельным традиционным туристическим районам. Такое положение, конечно же, обусловило обострение конкуренции на международном рынке.

В этих условиях каждая страна стремится извлечь максимум выгод от имеющихся преимуществ своей туриндустрии. За последние годы, несмотря на снижение темпов прироста валовой внутренней продукции в Азербайджане, общий рост этого показателя 2010 г. составил 10% [4].

В росте ВВП страны важную роль играет не нефтяной сектор экономики. Наряду с реализацией нефтяной стратегии развития республики приоритетными направлениями экономического развития считаются аграрный сектор, транспортная инфраструктура и туризм. Примечательно, что есть непосредственная взаимосвязанность развития этих отраслей.

В частности, трудно представить развитие туристической индустрии без соответствующей транспортной и продовольственной обеспеченности. Учитывая значимость и взаимосвязанность развития этих отраслей в Азербайджане, по всем этим трем направлениям, разработаны и реализуются соответствующие долгосрочные государственные программы [1, 2, 3].

В рамках государственной программы о продовольственной безопасности страны основное внимание уделяется дальнейшему увеличению роста местных экологически чистых продовольственных продуктов.

При этом важную значимость приобретает обеспечение устойчивого роста производства сельскохозяйственных продуктов продовольственного назначения. В этом плане есть определенные позитивные сдвиги, проявляемые в целенаправленной поддержке предпринимательства аграрного сектора со стороны государства.

Так, за последние годы созданы Национальный фонд поддержки предпринимательству и ОАО «Агролизинг», которые оказывают фермерам, как финансовую помощь, так и на условиях лизинга предоставляют необходимую сельскохозяйственную технику, а также поставляют моторно-смазочные материалы, семена, минеральные удобрения и оказывают консультационные услуги.

В результате этого прослеживается постепенное возрождение и развитие ряда отраслей сельского хозяйства, которые на протяжении последних двух десятилетий находились в состоянии упадка и стагнации. К ним можно отнести животноводство, виноградарство и производство ряда технических культур. Азербайджан, по ряду сельскохозяйственных культур (производство картофеля, сахарного песка, овощей, фруктов и др.), практически удовлетворив собственную потребность, частично экспортирует излишки в соседние страны.

Улучшение продовольственного обеспечения населения страны и наполнение внутреннего рынка сельскохозяйственными продуктами, конечно же, оказывает непосредственное влияние на изменение цен.

Вместе с тем, происходящие в мире глобальные финансово-экономические процессы обостряют проблему ресурсно-продовольственного обеспечения, что сказывается и на экономике каждой страны.

Повышение стоимости сырья, энергоресурсов вместе с увеличением мирового потребления и природными катаклизмами привело к росту цен на продукты питания.

По данным Всемирного банка, в 2011 г. они выросли на 36% , а число людей на планете, живущих ниже черты бедности, увеличилось на 44 млн чел. Рост инфляции на товары продовольствия обусловливает дальнейшее увеличение этого показателя.

Это в свою очередь создает предпосылки для обострения социальной и политической обстановки по всему миру.

В целом же, благоприятное положение внутреннего продовольственного рынка в Азербайджане способствует притоку туристов в страну.

Так, за период 2005–2010 гг. число иностранных туристов, посетивших Азербайджан, увеличилось почти в 2 раза, а величина доходов туристических организаций страны увеличилась более чем в 10 раз и составила 14 756 тыс. манат или же 19 млн долл. (табл. 28).

Таблица 28.

Динамика иностранных туристов в Азербайджане и величина доходов туристических организаций

Количество туристов и величина доходов	*2002*	*2003*	*2004*	*2005*	*2006*	*2007*	*2008*	*2009*	*2010*
Число иностранцев, посетивших Азербайджан (тыс. чел.), в том числе:	–	–	–	1 282	1 262	1 333	1 899	1 831	1 963
с целью туризма, тыс. чел.	–	–	–	693	682	732	1 042.5	1 006	1 280
Доходы туристических организаций за услуги обслуживания, тыс. манат	861	1 112	1 372	4 036	4 788	11 646	12 988	14 014	14 756

Принимая во внимание значимость развития аграрного сектора для страны и, в частности, туристической индустрии, в рамках общей государственной программы развития отрасли, продолжается реализация проектов по восстановлению сельскохозяйственных специализаций отдельных регионов республики.

Наряду с этим создаются крупные туристические центры (например, Шахдагский горно-лыжный центр, центры отдыха и туризма в Габале, Шеки, Ленкоране и др.), которые также стимулируют развитие сельскохозяйственных производств в этих зонах.

Как нам представляется, производство экологически чистых продовольственных продуктов в республике, наряду с необходимым уровнем развития туристических сервисных услуг, станет одним из определяющих факторов привлечения иностранных туристов в страну.

Список литературы

1. «Государственная программа надежного обеспечения населения в Азербайджанской Республике продуктами питания в 2008–2015 годах».
2. «Государственная программа по развитию железнодорожной системы в Азербайджане в 2010–2014 годах».
3. «Государственная программа развития туризма на период 2011–2014 годы» Республики Азербайджан.

4. C. Ismayilov, V. Suleymanov. Independent economic development of Azerbaijan in the past twenty years. St.Kliment Ohridski University Press. Sofia, 2011, s. 19.
5. World Tourism Organization UNWTO [Electronic resource] / Site UNWTO. – URL : www.unwto.org. Проверено 23.03.2012.

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ И ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В ИНДИИ

MODERN TRENDS AND FEATURES OF TOURISM DEVELOPMENT IN INDIA

Е. В. Аигина, *научный сотрудник кафедры рекреационной географии и туризма географического факультета МГУ имени М. В. Ломоносова; eaigina@yandex.ru*

E. V. Aigina, *researcher, Department of Recreational Geography and Tourism, Faculty of Geography, Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russia; eaigina@yandex.ru*

Аннотация. *В статье рассматриваются современные тенденции развития въездного, внутреннего и выездного туризма в Индии – одном из наиболее быстро растущих рынков туризма в мире. Анализируются структура и динамика туристских потоков, функциональные и территориальные особенности туризма, а также основные направления его перспективного развития и государственной поддержки. Отмечается ускоренное развитие медицинского туризма в Индии.*

Ключевые слова: *Индия, туристские потоки, виды туризма*

Современная Индия, занимающая второе место в мире по численности населения и третье (уступая только США и Китаю) – по размерам ВВП, представляет исключительный интерес для изучения как с позиции существующих масштабов и темпов развития туризма, так и с точки зрения потенциальных возможностей включения страны в международный туристский рынок. На долю туризма в стране в 2010 г. приходилось уже 6,2% ВВП и 8,8% занятых.

Быстрые темпы роста международного туризма в последнее десятилетие позволили UNWTO отнести Индию к числу наиболее активно развивающихся туристских дестинаций. По масштабам въездного туристского потока (2010 г.) Индия пока занимает 40-е место в мире и 11-е место – в Азиатско-Тихоокеанском регионе. Однако число туристских прибытий в страну быстро растет, и составило в 1990 г. 1,7 млн, в 2000 г. – 2,65 млн и в 2010 г. – 5,6 млн чел. [2].

В структуре въездного туристского потока выделяются потоки туристов из США (16,4% от общего количества), Великобритании (13,5%), Канады (4,3%), Германии и Франции (примерно по 4%), Японии и Австралии (по 3%), т. е. преобладает межрегиональный туристский обмен. Среди соседних стран отмечается только поток туристов из Бангладеш (7,5%) и Шри-Ланки (4,6%). Туристы из России составляют всего 2,1% въездного потока, немного опережая поток туристов из Китая (2,0%) [2].

Основные цели поездок иностранных туристов в Индию отражают особенности современного экономического положения страны, а также наличие во многих регионах мира внушительной индийской диаспоры (Западная Европа, Северная Америка, Южная Африка, Юго-Восточная Азия и др.). Преобладающими целями въезжающих в страну туристов являются посещение друзей и родственников (27,5%), отдых (24,0%) и деловые поездки (18,6%). При этом цели поездок существенно различаются по странам происхождения туристов. Например, для туристов из США основными целями

поездок являются посещение друзей и родственников (47%), а также деловые цели; для туристов из Великобритании – посещение друзей и родственников (37%) и отдых; для туристов из Канады – посещение друзей и родственников (50%) и отдых; для туристов из Германии – деловые поездки (35%) и отдых.

Что касается туристов из России, то среди их целей поездок, безусловно, преобладает отдых (69%); туристы из Китая приезжают в Индию преимущественно с деловыми целями (60%).

92% въезжающих в страну туристов пользуются при этом авиационным транспортом, прибывая в страну через аэропорты четырех крупнейших городов страны. В целом преобладают туристические поездки в зимний период (октябрь–март), что объясняется особенностями климата страны.

Иностранные туристы посещают преимущественно штаты Махараштра (28,5%) и Тамил Наду (15,7%), где находятся самые крупные индийские города Мумбаи и Ченнаи, а также сосредоточены наиболее известные достопримечательности страны – объекты Всемирного наследия ЮНЕСКО – такие как пещеры Аджанты и Эллоры, горная дорога Нилгири и т. п. Кроме этих районов, иностранцы приезжают также в штаты Дели (10,6%), Уттар-Прадеш (9,4%) и Раджастхан (7,2%) – так называемый «золотой треугольник» городов Дели–Агра–Джайпур, где расположены самые посещаемые туристские объекты Индии [2].

Наиболее посещаемые иностранными туристами достопримечательности – это мавзолей Тадж-Махал и Форт Агра в Агре, Кутаб-Минар, Красный форт и гробница Хумаюна в Дели. Однако число иностранных туристов, посещающих эти объекты, в 7–10 раз меньше, чем число посещающих их индийских туристов. Стоит также отметить, что многие туристы из западных стран совмещают в рамках одной поездки посещение крупных городов и прославленных достопримечательностей страны с купально-пляжным отдыхом, перемещаясь далее в своих поездках на пляжи штатов Керала и Гоа.

Внутренний туристский поток за последние 10 лет вырос более чем в 3,5 раза (1990 г. – 66 млн, 2000 г. – 220 млн, 2010 г. – 740 млн поездок) и свидетельствует о росте экономических возможностей населения, а также об изменении его образа жизни. Если проанализировать географию внутренних туристских потоков, то можно увидеть, что они сильно отличаются от потоков иностранных туристов. Индийцы посещают преимущественно штаты Андхра-Прадеш (21%) и Уттар-Прадеш (19,6%), где расположены важнейшие религиозные центры индуизма и буддизма (Тирупати, Варанаси, Аллахабад и др.) [2]. Что касается наиболее посещаемых туристских достопримечательностей, то различия в выборе мест посещения между внутренними и иностранными туристами не так заметны. Стоит отметить, что до некоторых достопримечательностей Индии иностранцы просто не добираются.

Быстрый экономический рост, помноженный на огромную численность населения страны, способствовал возникновению значительного сегмента состоятельного населения, который уже получил название «Великий индийский средний класс». В результате в последние годы все большее количество индийцев стало участвовать в туристских поездках. Темпы роста выездного туристского потока, увеличившегося за последние десять лет в 3 раза с 4,4 млн поездок в 2000 г. до 13,0 млн в 2010 г., превышают темпы роста въездного потока, который за аналогичный период лишь удвоился [2].

Туристы выезжают как группами, так и индивидуально, с целями отдыха и развлечения, шопинга, деловыми и прочими туристскими целями. Около 60% туристов составляют туристы в возрасте 25–45 лет, в основном жители северных и западных районов страны [1]. По оценкам экспертов, до 30% выездного туристского потока со-

ставляют деловые туристы, что связано с возрастанием роли Индии в международных инвестициях и торговле. Все более заметную роль в формировании направлений выездного туризма играют поездки с целями посещения друзей и родственников в различных регионах мира.

Основные направления выездного туристского потока из Индии – это преимущественно страны Азиатско-Тихоокеанского региона. Туристские потоки пока не очень стабильны, но отмечается рост выездного потока и в страны Европы, Ближнего Востока и Америки. Крупнейшие потоки выезжающих из Индии туристов принимают Сингапур и Кувейт (по 5,6% от общего числа выезжающих), Таиланд (4,6%), Малайзия (4,5%), США (4,4%), Китай (3,5%) [2].

Основными видами въездного туризма, традиционно развивавшимися в Индии, были и остаются познавательный, религиозный, экологический, активный, а также курортный туризм, связанный с посещением приморских (Гоа, Диу, Керала и др.) и горноклиматических (например, северные предгорные районы Гималаев) курортов страны. Поездки этнических индийцев на родину предков могут рассматриваться как ностальгический туризм.

На современном этапе развития активизируется продвижение новых для Индии видов туризма, к числу которых относят медицинский, круизный и сельский туризм. Особый интерес представляет развитие медицинского туризма – поездок с целями получения клинического лечения и других медицинских услуг. По некоторым оценкам, уже свыше 150 тыс. чел. в год приезжают в Индию с медицинскими целями, привлеченные как более низким уровнем цен на высокотехнологичные виды медицинской помощи (которые примерно в 3–4 раза ниже по сравнению с аналогичными операциями в Европе), так и уже достаточно высоким уровнем обслуживания в современных медицинских центрах индийских городов (например, Мумбаи или Бангалора) [3]. Помимо граждан западных стран, привлеченных этими преимуществами, в Индию для оказания медицинских услуг приезжает все больше представителей индийской диаспоры, для которых получение медицинской помощи на родине имеет принципиальное значение. В рамках государственной поддержки развития этого вида туризма в Индии утверждена специальная годичная виза категории «M» для медицинских туристов, предусматривающая упрощенные условия въезда в страну.

Необходимо отметить, что государственная поддержка развития туризма в Индии усиливается. Туристская финансовая корпорация Индии и Министерство по делам туризма уделяют особое внимание вопросам развития индустрии туризма, включая проведение сертификации предприятий турбизнеса и курортов, поддержки развития исторических отелей и строительства новых деловых центров, а также продвижению новых видов туризма. В рамках этой стратегии с 2002 г. осуществляется рекламная кампания под лозунгом «Incredible India», которая нацелена на маркетинговое продвижение Индии как диверсифицированного туристского направления, привлекательного для туристов из разных регионов мира благодаря уникальному историческому наследию и богатейшей духовной культуре. В 2008 г. была запущена кампания под лозунгом «Atithidevo Bhava» (в переводе с санскрита «Гости – как Бог»), направленная на обучение населения страны навыкам общения с иностранными туристами и информирование населения о необходимости сохранения индийского наследия, культуры и гостеприимства для целей туризма.

По расчетам Всемирного совета по туризму и путешествиям в сфере туризма Индия в настоящее время занимает 6 место в мире по конкурентоспособности, однако всего лишь 39 место – по безопасности. Если экономическое развитие страны продолжится, и существующие политические, экологические и прочие проблемы будут

в ближайшие годы преодолены, Индия имеет все шансы занять серьезную позицию на мировом туристском рынке и сделать туризм одной из важных статей дохода экономики страны.

Список литературы

1. India – The Asia and the Pacific Intra-regional Outbound Series [Text] / World Tourism Organization. – Madrid, Spain, 2006. – 17 p.
2. India Tourism Statistics 2010 : Publications [Electronic resource] // Official website of Ministry of Tourism, Govt. of India. – URL : http://tourism.gov.in/TourismDivision/AboutDivision.aspx?Name=Market% 20Research% 20and% 20 Statistics. Проверено 25.03.2012.
3. Medical Tourism in India [Electronic resource] / Website : Travel India Company. – URL : http://www.indian-medical-tourism.com/. Проверено 25.03.2012.

ПРИНЦИП ПОЛЯРИЗАЦИИ И ЕГО РЕАЛИЗАЦИЯ В ТУРИСТСКИХ ИССЛЕДОВАНИЯХ

Т. В. Бережная, *заместитель заведующего кафедрой, Воронежский институт высоких технологий, доцент, г. Воронеж; kskst@vivt.ru*

А. В. Бережной, *заведующий кафедрой, Воронежский институт высоких технологий, кандидат географических наук, доцент, г. Воронеж; kskst@vivt.ru*

T. V. Berezhnaya, *Voronezh institute of high technologies, Voronezh; kskst@vivt.ru*

A. V. Berezhnoi, *Voronezh institute of high technologies, Voronezh; kskst@vivt.ru*

Воронежская область как субъект РФ территориально располагается в Южно-Русской туристской зоне федерального значения, охватывающей Мордовию, Белгородскую, Брянскую, Курскую, Липецкую, Орловскую, Пензенскую и Тамбовскую области и имеющей познавательно-оздоровительную специализацию [1].

Туристская среда, в которой протекает туристская деятельность – это не сплошное пространство, а сложная сеть, представленная отдельными туристскими микрорегионами, отличающихся высокой степенью туристской привлекательности за счёт концентрации в них туристских ресурсов и степени развития туристской инфраструктуры [4, 5].

Возникновение туристских регионов на любой территории связано с различной насыщенностью (напряженность) конкретными природными телами, предприятиями промышленности, сельского хозяйства, сервиса, объектами истории и культуры. Это приводит к тому, что внутри любой территории возникают определенные их сгущения, своеобразные зоны концентрации, которые с течением времени становятся ядрами формирующихся или в разной степени сформированных туристских регионов. Подобный метод наложения, соединения слоёв, страт (от лат. *stratos* – слой) предлагается именовать методом ***интегральной стратификации***.

Его применение позволило в пределах административных границ Воронежской области локализовать туристских регионов локальной размерности, в том числе Воронежско-Усманский, Бобровско-Хреновской, Лискинско-Дивногорский, Павловско-Белогорский и Борисоглебско-Хопёрский. Все они по своему содержанию отличаются следующими основными признаками: временем возникновения и историческими особенностями освоения; природными, историко-культурными и социально-эконо-

мическими предпосылками формирования; уровнем развития инфраструктуры; туристской специализацией.

Воронежско-Усманский туристский микрорегион в своём местоположении определяется рамками Ближнего Подворонежья. В административном плане включает территорию г. Воронежа и отдельные части близ расположенных административных районов. Бесспорным центром региона выступает г. Воронеж с его уникальным на фоне области набором туристских ресурсов и развитой туристской инфраструктурой. Естественным природным дополнением городской территории Воронежа выступает его пригородная зона, которая в настоящее время охватывает значительные площади, включая в себя и территорию Рамонского района, позиционирующего себя как соответствующий туристский центр.

Лискинско-Дивногорский туристский микрорегион территориально сформировался в границах Лискинского и Острогожского районов. Его центрами одновременно выступают г. Лиски (крупный мультитранспортный узел) и музей-заповедник «Дивногорье». Логически с ними связан и г. Острогожск или «Воронежские Афины» как в XIX в. называли этот провинциальный уездный город, славящийся своей просвещённостью. Безусловно, ядро микрорегиона образует музей-заповедник, обладающий уникальным набором туристских ресурсов. В музейный комплекс микрорегиона входят два краеведческих музея городов Лиски и Острогожска. В составе последнего – уникальная картинная галерея им. И. Н. Крамского и его дом-музей. Кроме того, г. Острогожск входит в число исторических городов России.

Павловско-Белогорьевский туристский микрорегион включает в себя территории Павловского и частично Подгоренского районов. Туристским центром выступает г. Павловск и его ближайшие окрестности с уникальным набором туристских достопримечательностей. В природном блоке представлены как природные памятники – река Дон и естественные выходы гранитов по её берегам, Шипов лес с его идеальным дубом, живописнейшее правобережье р. Дон – «Донское Белогорье», – так и объекты социально-культурного блока, в том числе архитектура г. Павловска, Белогорский монастырь с его пещерными храмами, а так же крупнейший в Европе карьер по добыче гранитов и др.

Бобровско-Хреновской туристский микрорегион сформировался за счёт удачного сочетания на территории Бобровского и частично Таловского районов туристски привлекательных объектов природы и логически связанных с ними культурно-исторических памятников. К числу первых относится всемирно известный Хреновской бор – один из наиболее южных хвойных лесов России. Не имея официального статуса особо охраняемой территории, он, тем не менее, выполняет функции национального парка. В сочетании с р. Битюг его рекреационный потенциал неизмеримо возрастает и в настоящее время здесь уже формируется достаточно хорошо выраженная рекреационно-туристская зона.

Борисоглебско-Хопёрский туристский микрорегион находится на крайнем востоке области и охватывает территории Борисоглебского, Новохопёрского, Грибановского, Терновского и Поворинского районов. На фоне всех остальных микрорегионов он выделяется слабой связью между собой объектов туристской привлекательности. Вместе с тем имеет значительный потенциал своего развития.

На территории Воронежской области также существуют следующие территории, потенциал которых ещё раскрыт не полностью, а именно: Эртильско-Васильевский, Нововоронежско-Погоновский, Россошанско-Карабутский, Калачско-Нижнекисляйский и Богучарско-Хрипунский туристские микрорегионы.

Эртильско-Васильевский туристский микрорегион. Это наиболее своеобразная в природном отношении территория Воронежской области. Её орографическим

ядром является Окско-Донское плоскоместье – плоская центральная часть Окско-Донской низменной равнины. Поверхность её слабо расчленена долинно-балочной сетью. Глубина вреза речных долин и балок небольшая. Овраги встречаются редко. Высота водоразделов не превышает 160–180 м.

Нововоронежско-Погоновский туристский микрорегион. Он включает в себя Каширский административный район. Центром данного микрорегиона является г. Нововоронеж. Наиболее привлекательным объектом здесь выступает гидрологический памятник природы – оз. Погоново в составе Жировских озёр [2]. Озеро расположено в 5 км от устья р. Воронеж, напротив с. Рудкино. Естественными его границами являются пойменные луга Дона и участки пойменной дубравы. Озеро ориентировано с севера на юг, площадь около 62 га, длина 1 800 м, ширина 300 м, средняя глубина 2–3, максимальная 6 м. Озеро слабопроточное, сообщается с Доном узким протоком – ериком. Питание паводковое и родниковое. В пределах озера располагаются сообщества типичных водных растений и охраняемых. Озеро богато рыбными запасами, является место обитания водоплавающей дичи, бобра, ондатры [3]. Туристский потенциал данной территории ещё не раскрыт полностью.

Россошанско-Карабутский туристский микрорегион. Он включает в себя Ольховаткий, Подгоренский и Россошанский административные районы. Центром данной территории выступает г. Россошь.

Природную составляющую Россошанско-Карабутского микрорегиона образуют лесостепные и степные ландшафты юго-восточных отрогов Среднерусской возвышенности. Наиболее привлекательным объектом микрорегиона выступает с. Нижний Карабут. Здесь родился известный российский писатель В. В. Будаков. Он разработал и осуществил выпуск тридцатитомной литературной серии «Отчий край», где были представлены избранные произведения писателей средней России. Были подготовлены сборники лучших страниц Е. Баратынского, Д. Веневитинова, поэтов-декабристов, А. Фета, Н. Лескова, И. Бунина, А. Платонова. Редакторская работа В. В. Будакова отмечена присвоением ему звания «Заслуженный работник культуры Российской Федерации». Образы Воронежа, Дона, малой и большой Родины присутствуют на страницах его прозаических и поэтических произведений. Многие его стихи о Воронеже, Доне, родной земле положены на музыку. Духовная музыка на его стихи звучала в праздники Светлого Воскресения, Троицы, Победы в главном соборе России – храме Христа Спасителя, в зале церковных соборов. Творчество В. Будакова разносторонне и многогранно: стихи, философские эссе, рассказы, беседы-интервью с замечательными людьми, повести, жизнеописания, рецензии, статьи, очерки.

Калачско-Нижнекисляйский туристский микрорегион. Он включает в себя такие населённые пункты как Воробьёвка, Калач, Бутурлиновка. Центром данной территории выступает г. Калач. Физико-географическую основу территории образует Калачская возвышенность и примыкающая к ней с юго-запада Среднерусская возвышенность.

Богучарско-Хрипунский туристский микрорегион. В рамках микрорегиона наиболее привлекательным природным объектом выступает Хрипунская степь. Степь находиться в 5 км к югу от с. Новоникольское (бывший Хрипун), в окружении полей, на границе с Ростовской областью, южную и восточную границу образуют лесополосы. Степь никогда не распахивалась. В степном покрове преобладают разнотравно-типчако-перистоковыльная, типчаково-лесинговая и тырсово-типчаково-лесинговыльные ассоциации. Здесь произрастает 8 видов ковыля и ряд других редких видов растений. Микрорегион расположен в пределах степной

и лесостепной зон, граница между которыми проходит по правобережью нижнего отрезка Чёрной Калитвы, правобережью Дона (от Нижней Калитвы до Богучара) и далее по правобережью Толучеевки в направлении Петропавловки.

При анализе туристского потенциала выделенных туристских микрорегионов наиболее перспективным методологическим приёмом является принцип поляризации биосферы [8]. Он уже с успехом использован А. Ю. Александровой для анализа туристских возможностей стран, выделившей своеобразную триаду страны: страны центра, периферии и полупериферии [6, 7].

В результате применения принципа поляризации и правила триады к туристским микрорегионам Воронежской области микрорегионами центра выступают Воронежско-Усманский, Бобровско-Хреновской, Лискинско-Дивногорский, микрорегионами полупериферии – Павловско-Белогорский, Борисоглебско-Хопёрский и микрорегинами периферии – Эртильско-Васильевский, Нововоронежско-Погоновский, Россошанско-Карабутский, Калачско-Нижнекисляйский и Богучарско-Хрипунский

Список литературы

1. Александрова, А. Ю. Туризм и рекреация / А. Ю. Александрова // Новая Российская энциклопедия: в 12 т.: редкол. А. Д. Некипелов, В. И. Даниловданильян, В. К. Карев [и др.]. – М. : ООО «Изд-во «Энциклопедия», 2003. – С. 669–675.
2. Бережной, А. В. Ландшафтные экотоны на территориях, преобразованы человеком и их роль в биосфере будущего / А. В. Бережной, А. С. Горбунов, Т. В. Бережная / Проблемы экономического, социального и экологического развития Центрального Черноземья накануне XXI века: Мат. межрегиональной науч. конф. – Воронеж: Воронеж. гос. пед. ун-т, 1998. – С. 105–109.
3. Бережной, А. В. Дивногорье – ключевое звено в системе территорий природно-культурного наследия Воронежской области / А. В. Бережной, Т. В. Бережная // Территориальная организация общества и управления в регионах: Мат. Всерос. науч.-практ. конф., посвящ. памяти проф. Моск. ун-та Ю. Г. Саушкина, А. Т. Хрущёва, И. В. Никольского. – Воронеж: Воронеж. гос. пед ун-т, 2002. – С. 201.
4. Бережной, А. В. Рекреационные и туристические ресурсы Острогожского региона / А. В. Бережной // Состояние и перспективы развития малых городов России: Мат. рег. науч.-практ. конф. от 30 марта 2007 г. – сост. А. В. Бережной, Н. М. Дудин, К. И. Кремер, В. В. Путенко. – Воронеж: ИИТОУР, 2007. – Вып. 1. – С. 17–21.
5. Бережной, А. В. Ландшафтный туризм как новая форма туристской деятельности / А. В. Бережной, Т. В. Бережная // Туризм и рекреация: фундаментальные и прикладные исследования: Мат. III Межд. науч.-практ. конф., Москва, 24–25 апр., 2008 г. – М.: АНО «Диалог культур», 2008. – С. 292–293.
6. География туризма / под ред. А. Ю. Александровой. – М.: КНОРУС, 2008. – 592 с.
7. Мильков, Ф. Н. Правило триады в физической географии / Ф. Н. Мильков // Землеведение. – 1984. – XV. – С. 18–25.
8. Родоман, Б. Б. Поляризованная биосфера: сб. статей / Б. Б. Родоман. – Смоленск: Ойкумена, 2002. – 336 с.

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ РЕГИОНАЛЬНОГО ТУРИЗМА В КЕМЕРОВСКОЙ ОБЛАСТИ И РЕСПУБЛИКЕ ХАКАСИЯ

MODERN LINES OF DEVELOPMENT OF REGIONAL TOURISM IN THE KEMEROVO REGION AND REPUBLIC KHAKASSIA

О. А. Брель, *доцент, руководитель специальности География, руководитель программы ДПО «Рекреационная география и туризм» кафедры геологии и географии Кемеровского государственного университета, кандидат педагогических наук, доцент, г. Кемерово; brel_o_a@mail.ru*

O. A. Brel, *head of the specialty Geography, geology and geography chair, Kemerovo state university, candidate of pedagogical sciences, assistant professor, Kemerovo; brel_o_a@mail.ru*

На сегодняшний день в России отмечается тенденция увеличения роли регионального туризма на туристском рынке страны. Региональный туризм в Кемеровской области активно развивается последнее десятилетие. Это связано с тем, что разнообразие туристско-рекреационных ресурсов, богатейшее историко-культурное наследие, благоприятные природные условия и географическое положение, сравнительно недорогой отдых и хорошая транспортная доступность Кузбасса с каждым годом привлекают все больше туристов. С Кемеровской областью граничит Республика Хакасия, которая является конкурирующим регионом в сфере туризма по различным направлениям, а также используя свой потенциал, успешно продвигает свои региональные туристские бренды.

Сегодня оба региона стоят перед серьезной задачей – необходимостью формирования современной индустрии туризма и отдыха на основе более интенсивного использования туристского потенциала, повышения качества комплексного туристского продукта. Кроме того, общими проблемами в сфере туризма двух регионов являются:

- недостаточная известность в России и за рубежом;
- низкая платежеспособность населения регионов;
- несоответствие цены продукта его качеству и доступности;
- недостаток современных средств размещения;
- недостаточный объем инвестиционно-финансовых ресурсов, направляемых на развитие туристской отрасли;
- высокая конкурентоспособность соседних регионов с похожим туристическим ресурсом и т. д.

Конкуренция в сфере туризма усиливается тем, что многие виды туризма сходны в обоих регионах. Как в Хакасии, так и в Кузбассе каждый может выбрать то, что ему по душе: разнообразные экскурсии, культурно-познавательные, приключенческие и экологические туры, спелеотуризм, сплавы различной категории сложности, горнолыжные туры, конные туры, лечебно-оздоровительный отдых, экстремальный отдых, отдых с рыбалкой, охоту, участие в национальных праздниках.

В структуре туризма (по функциональному назначению) также просматривается некоторое сходство по приоритетным видам. Так, например жители, как Хакасии, так и Кузбасса больше предпочитают лечебно-оздоровительный туризм, на втором месте – спортивный туризм (рис. 28). Это связано с климатическими, географическими особенностями данных регионов, а также с наличием природно-ресурсного потенциала для развития лечебно-оздоровительного и спортивного туризма.

Таким образом, лечебно-оздоровительный туризм является самым популярным видом отдыха, как у жителей Кузбасса, так и у жителей Хакасии. Сравнительный анализ лечебно-оздоровительного комплекса показывает, что Кемеровская область опережает по количеству санаториев и курортов Хакасию примерно в 2 раза. Всего в Кузбассе 45 лечебно-оздоровительных учреждений, имеющих лицензии на право предоставления санаторно-курортного лечения. Лечебно-оздоровительный комплекс Республики Хакасия насчитывает один курорт и 17 санаториев и диспансеров.

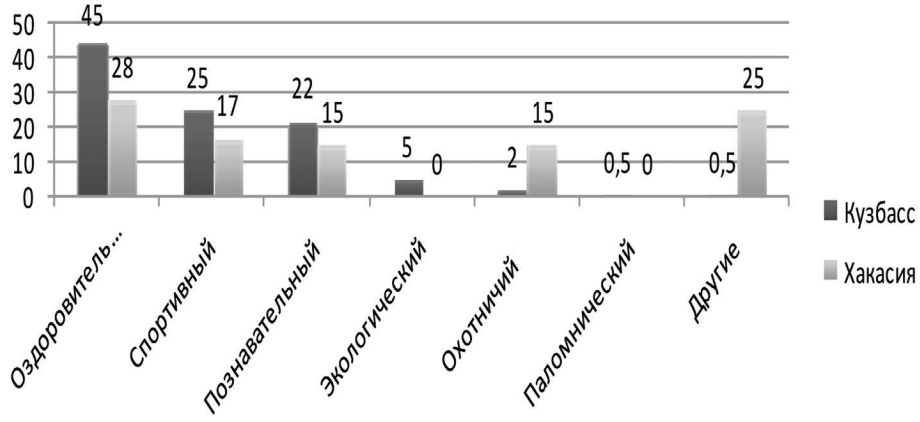

Рис. 28. Структура туризма (виды) по функциональному предпочтению

Одним из популярных видов оздоровительного отдыха является отдых на озерах, в этом плане Хакасия лидирует. В республике много озер, больших и маленьких, популярных и мало известных, соленых и пресных. Большинство озер характеризуются не просто привлекательностью для отдыха, а целым рядом лечебных свойств. Так, например, наиболее известны своими бальнеологическими свойствами озера Шира и Белё. Наиболее минерализованным является озеро Тус, которое не уступает по своим лечебным свойствам знаменитому Мертвому озеру Израиля. В настоящее время туристы приезжают на озера, как в курортную зону, так и отдыхают «дикарями».

Если продолжать сравнивать популярные виды туризма, то в процентном соотношении туристы Кузбасса выбирают оздоровительный, спортивный и познавательный туризм больше, чем в Хакасии. А в Хакасии наиболее популярны охоты и рыбалка. В Кузбассе туристы выбирают экологические и паломнические туры больше, чем в Хакасии. Причина в том, что в последнем регионе эти виды туризма только начинают развиваться.

Необходимо отметить, что одними из приоритетных направлений туризма в Хакасии так же являются рафтинг и спелеотуризм, Кемеровская область в этом отношении уступает Хакасии, что связано с особенностями рельефа и гидрологии двух территорий.

Сравнительный анализ показал и существенные различия в активных маршрутах двух регионов (табл. 29) [2]. Хакасия превосходит в несколько раз Кузбасс по количеству активных, водных, рыболовных и охотничьих маршрутов. Конечно же, это объясняется природными особенностями региона. Природа Хакасии богата и привлекательна. В республике имеются практически все виды водных объектов – горные реки, озера, реки предгорий, степные малые реки и озера замкнутых котловин. Зато Кузбасс опережает Хакасию по количеству горнолыжных комплексов.

Таблица 29.

Количество туристических маршрутов и горнолыжных комплексов

Вид	*Хакасия*	*Кузбасс*
Активные маршруты	14	3
Спелеотуры	5	1
Конные маршруты	2	1
Водные маршруты	16	5
Рыболовные и охотничьи туры	6	1
Йога-туры	2	–
Горнолыжные комплексы	3	8

Кемеровская область и Республика Хакасия богаты объектами историко-культурного наследия. В целом на территории Кемеровской области насчитывается около 700 памятников истории, в Хакасии – около 30 тыс. Ученые называют Хакасию музеем под открытым небом, археологической Меккой. Но, несмотря на лидерство Хакасии по числу памятников истории, на территории Кемеровской области историко-культурный туризм развит гораздо лучше, поскольку в процентном соотношении в туристических целях задействовано больше объектов историко-культурного наследия.

По данным Государственного комитета по туризму Республики Хакасия доля историко-культурного туризма в общем объеме составляет всего 9%. Изучение туристского продукта, предоставляемого местными турфирмами, показывает, что в настоящее время активно используются для туристического показа только 5–7 объектов культурного наследия, в то время как обладают аттрактивностью более 30 объектов. Одной из причин столь незначительного вовлечения памятников археологии в туристический оборот является низкая квалификация сотрудников турфирм, которые чаще всего не владеют соответствующими историческими знаниями и знаниями об исторических объектах, расположенных на территории Хакасии [1].

Несомненный интерес в Кемеровской области представляют следующие объекты: город-музей под открытым небом Мариинск, Мариинская тюрьма, историко-архитектурный музей федерального значения «Кузнецкая крепость», музей-заповедник «Красная горка», музей-заповедник «Томская писаница» с уникальными наскальными рисунками, государственный заповедник «Кузнецкий Алатау», национальный парк «Шорский», памятник природы федерального значения «Кузедеевский липовый остров» и др.

В Хакасии наиболее известны Большой Салбыкский курган, Сулекская, Боярские и Подкуненская писаницы, археологические памятники горной системы Сундуки, средневековые могильники Копенский и Уйбатский Чаа-Тасы и др. Многие объекты уникальны и не имеют аналогов в мире.

Необходимо отметить, что туристы в основном посещают Хакасию в летние месяцы с целью отдыха на лечебных озерах, а Кузбасс – в зимние, т. к. здесь несколько лет успешно функционирует один из лучших горнолыжных комплексов Западной Сибири – Шерегеш. Для того, чтобы переломить эти тенденции, власти двух регионов поддерживают создание различных проектов, направленных на снижение выраженной сезонности туризма.

Помимо этого, с целью формирования конкурентных преимуществ в сфере туризма и привлечения туристов, каждый регион находит свои пути развития, порой самые неординарные. Так, последние несколько лет Кузбасс позиционирует себя как место обитания «снежного человека», причем все это делается при под-

держке администрации области. Разработан целый ряд мероприятий в поисках йети, действует туристический маршрут «По следам снежного человека», активно реализуется сувенирная продукция с изображением йети, а в Таштаголе и поселке Шерегеш ему установлен целый ряд памятников и скульптур. Насколько бы все это не казалось смешным и нелепым, видно, что за этими мероприятиями стоит хорошо продуманная, грамотная программа, направленная на развитие туристического потенциала Кузбасса, в рамках которой, в том числе, решается проблема снижения сезонности туризма. Итоги кампании заметны: информация о том, что в Кузбассе обитает «снежный человек», привела к росту туристического потока, прежде всего, в Горную Шорию. Ожидается, что в 2012 г. здесь побывают более 350 тыс. туристов.

Хакасия, в свою очередь, позиционирует себя не только как место отдыха на целебных озерах, но и как территория «зеленого» туризма. В соответствии с Концепцией развития туризма в республике Хакасия сельский туризм на сегодняшний день является одним из приоритетных направлений развития туризма в регионе. Ведется разработка целого комплекса мероприятий по продвижению идеи сельского туризма, который в настоящий момент активно развивается на местных территориях. В республике уже разработаны и функционируют несколько программ отдыха на селе для туристов, желающих отключиться от городской суеты, окунуться в деревенский быт, почувствовать свою причастность к природе, познакомиться с национальными культурными традициями Хакасии.

В заключении необходимо отметить, что подавляющее большинство туристов, посещающих Кемеровскую область и Хакасию, составляют жители этих двух регионов, которые с удовольствием ездят друг к другу в гости, а также туристы из соседних регионов Сибири: Новосибирской, Томской областей, Красноярского края, Республики Алтай, Алтайского края. Кузбассовцы отдыхают в Хакасии в летний период, приезжая на озера, посещая пещерные комплексы, Саяно-Шушенскую ГЭС, а уникальный Туимский провал притягивает роуп-джамперов из всех регионов Сибири. Жители Хакасии, в свою очередь, с удовольствием отдыхают в Кузбассе зимой. Горная Шория привлекает горнолыжников и сноубордистов из соседней республики.

В связи с этим, одним из перспективных направлений дальнейшего развития туризма в Кемеровской области и Республике Хакасия является формирование единого туристско-рекреационного пространства между двумя регионами, что позволит сформировать разнообразный, многовидовой, доступный туризм, и снизить его выраженную сезонность.

Список литературы

1. Популяризация культурного наследия и развитие культурного туризма в Республике Хакасия на 2009–2013 годы : Закон республики Хакасия о республиканской целевой программе от 08.12.2008, №83-ЗРХ. – Вестник Хакасии. – Абакан, 2008. – №71.
2. Республика Хакасия : туризм [Электронный ресурс] // Портал исполнительных органов государственной власти. – Режим доступа : http://www.r-19.ru/tourism.html. Проверено 25.03.2012.

О КАРКАСЕ ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННОГО ПРОСТРАНСТВА ХАНТЫ-МАНСИЙСКОГО АВТОНОМНОГО ОКРУГА – ЮГРЫ

FRAMEWORK OF TOURIST AND RECREATIONAL SPACE KHANTY-MANSI AUTONOMOUS OKRUG

М. А. Булаев, *доцент кафедры «Сервис и туризм» Югорского государственного университета, кандидат педагогических наук, г. Ханты-Мансийск; M_Bulaev@mail.ru*

А. М. Касаткин, *заведующий лабораторией экологии и природопользования Югорского государственного университета, г. Ханты-Мансийск; A_Kasatkin@ugrasu.ru*

M. A. Bulaev, *Yugra state university, assistant professor, Khanty-Mansiysk; M_Bulaev@mail.ru*

A. M. Kasatcin, *Yugra state university, head of laboratory of ecology and environmental management, Khanty-Mansiysk; A_Kasatkin@ugrasu.ru*

Ключевые слова: *зональное туристское районирование ХМАО-Югры, опорный каркас туристского пространства, структура туристско-рекреационного каркаса*

Keywords: *zone tourist division into districts of Yugra, basic framework of tourist space, structure of a tourist and recreational framework*

На современном этапе развития туризма в регионах все большее значение приобретает создание научно обоснованного и практически применимого опорного каркаса туристско-рекреационного пространства. Модель каркаса позволяет учитывать туристское районирование территории, выделять основные и второстепенные узлы развития туризма в регионе, наглядно представлять различные связи между узлами, в том числе транспортные, выделять природные, этнографические зоны и их взаимосвязи и т. д.

Рассмотрим построение предлагаемой модели на примере Ханты-Мансийского автономного округа – Югры. Площадь территории составляет 534,8 тыс. км^2, численность населения более 1,5 млн чел., плотность населения 2,7 чел./км^2, городское население составляет более 80%, коренные малочисленные народы Севера составляют около 3,5%. Территория округа расположена от северной до южной тайги, в центре Западно-Сибирской равнины и восточного склоны Приполярного Урала. На территории основная промышленная деятельность: добыча нефти и газа, производство электроэнергии. Территория сильно заболочена (местами до 60%), имеет развитую речную и озерную сеть. Природные условия сформировали определенный уклад природопользования и расселения коренных народов, в том числе и старожильческого русского населения. Развитие добывающей промышленности за последние пятьдесят лет определило положение крупных городов и транспортных магистралей. На основе многовекового уклада жизни, построенного на рациональном природопользовании и сохранившегося в отдаленных территориях, и производственно-демографических процессов последних пятидесяти лет создан своеобразный культурно-исторический пласт.

В 2012 г. принята «Концепция развития туризма на территории ХМАО – Югры на 2013–2018 гг.» [1]. Концепция впервые предлагает территориальное туристское деление округа, подразделяя его на Восточную, Западную и Северную зоны, учитывая многочисленные, в том числе перечисленные выше, аспекты. Используя

научные достижения о принципах развития туризма в регионах на современном этапе с использованием построения туристско-рекреационного каркаса территории [2, 3, 4, 5], мы предлагаем детализацию разработки туристско-рекреационного пространства Югры на основе создания опорного каркаса каждой зоны и округа в целом. Узлами каркаса являются населенные пункты, имеющие: культурно-историческую и транспортную составляющие, объекты инфраструктуры, систему подготовки кадров в сфере туризма и др. Соединение узлов осуществляется транспортными магистралями, культурно-производственными и историко-этнографическими связями. Пространственное заполнение состоит из природных и этнографических туристско-рекреационных ареалов, имеющих значение при организации рекреационной деятельности.

Крупными узлами Восточной зоны являются города Нижневартовск и Сургут, имеющие наличие туристских объектов, развитую инфраструктуру, центры подготовки кадров и т. д. Линейное соединение узлов составляет мощный транспортный коридор, состоящий из автомобильного, железнодорожного и водного сообщения. От этих узлов расходятся лучевые образования, соединяющие их с локальными туристскими объектами и ареалами, описанными в «Концепции...» – этнографическими, археологическими, культурно-историческими, природными, промышленными и другими объектами.

Главным узлом Западной зоны является г. Ханты-Мансийск, обладающий развитой туристской инфраструктурой и динамично развивающимся комплексом туристских объектов. Остальные города, находящие в этой зоне – Нягань, Югорск, Урай, пока сложно назвать крупными узлами Западной зоны. Скорее они являются мощными локальными объектами. Линейной транспортной составляющей является автодорога между этими городами. Еще одной линейной транспортной составляющей этой зоны является железная дорога Екатеринбург–Приобье, но она не выходит на главный узел этой зоны. От главного узла и крупных локальных объектов также расходятся лучевые образования, соединяющие их с туристскими объектами, этнографическими и природными ареалами.

Крупными локальными объектами Северной зоны можно назвать городское поселение Березово и город Белоярский, соединенные между собой линейной транспортной составляющей: водным (р. Казым) и воздушным сообщением. Линейная транспортная составляющая в южном направлении от г. п. Березово – краткосрочное сообщение по воде (р. Сосьва) и воздушное вертолетное сообщение с важными локальными объектами этой зоны – п. Саранпауль и п. Няксимволь. От этих локальных объектов расходятся лучевые образования, соединяющие их с природными, этнографическими, геологическими объектами и ареалами. Основным недостатком Северной рекреационной зоны является кратковременность (водный) и маломощность (воздушный) транспортных связей.

Выделение Северной зоны очень значимо в перспективном плане. После прокладки железнодорожной ветки Урал Промышленный–Урал Полярный в каркасе Северной зоны появится надежная линейная транспортная составляющая, усиливающая и дополняющая водную. На основе древних культурно-исторических связей появится возможность создания межрегиональных туристских продуктов: на Северном Урале – с территорией Пермского края, на Приполярном Урале – с территорией Республики Коми. На основе имеющегося природного ресурса появится возможность бурного развития активных форм туризма: горнолыжного, спортивного, приключенческого, геологического и др.

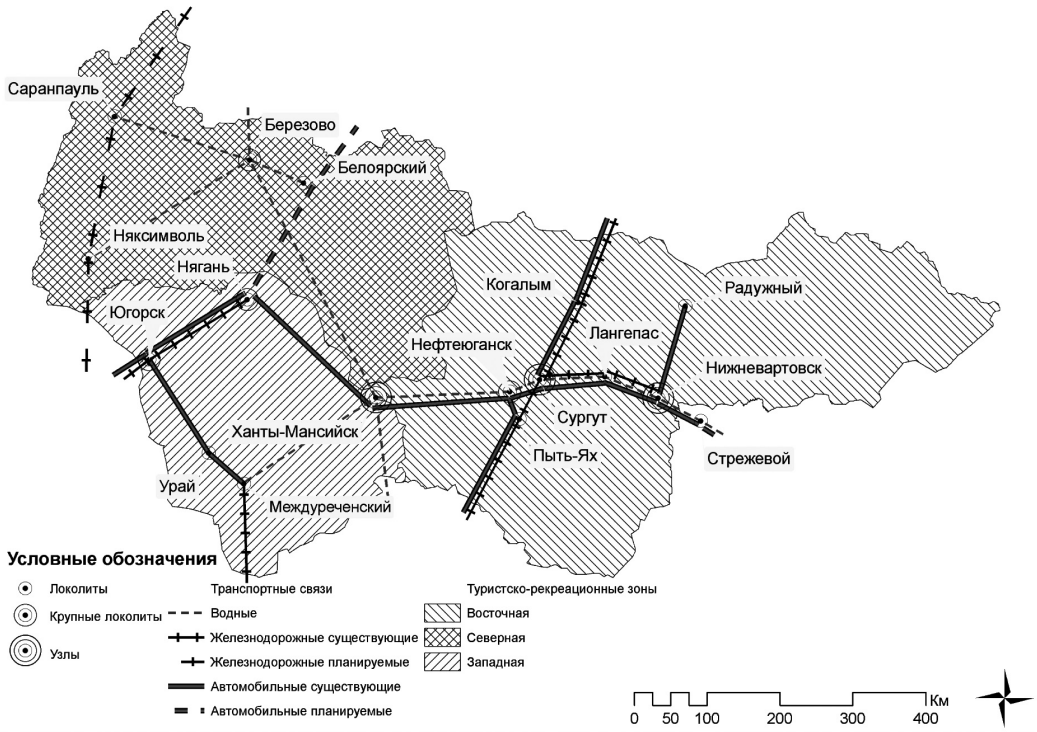

Рис. 29. Модель основы каркаса туристско-рекреационного пространства Ханты-Мансийского автономного округа

Существующие транспортные связи каркаса во многом повторяют исторические транспортные маршруты по рекам и по водоразделам (рис. 29). Например, железнодорожная ветка Ивдель–Приобье проложена по древней дороге манси, используемой ранее в зимний период. В настоящее время многие санные и водные пути перешли в разряд историко-этнографических связей. Это наглядно демонстрируется в Северной зоне, где существующий летний водный путь до сих пор является единственным (кроме авиационного) для многих населенных пунктов. На рисунке 29 не показаны ареалы каркаса туристско-рекреационного пространства. Удобнее это выполнить в рамках каркаса каждой зоны.

Создание каркаса туристско-рекреационного пространства на территории Югры требует продолжения работы по формированию единого опорного каркаса нескольких соседних территорий Западной Сибири. Это позволит улучшить межрегиональные туристские связи, появится возможность более эффективного использования туристско-рекреационных ресурсов нескольких территорий, в том числе в виде создания межрегионального турпродукта и др.

Распределение туристских объектов и инфраструктуры (локалитов) по зонам и определение их взаимосвязи с туристскими узлами заставляет сделать следующий шаг в развитии туризма на территории. Это – формирование механизмов управления сферой туризма в каждой зоне и в округе в целом, возможно с применением методов государственно-частного партнерства. Саморегулируемые организации в сфере туризма могут стать ядром в крупных узлах предлагаемого каркаса.

При таком подходе государственно-частные партнерства в каждой зоне смогут определять долгосрочные планы и первоочередные задачи, методы их достижения и способы финансирования в рамках регионального и федерального законодательства, программы развития туризма округа с учетом интересов зональных участников сферы туризма и разработку нормативно-правовых основ.

Список литературы

1. О Концепции развития внутреннего и въездного туризма в Югре : Постановление Правительства Ханты-Мансийского автономного округа – Югры от 01.06.2012 г. №195-п [Электронный ресурс] // Информационно-просветительский портал Ханты-Мансийского автономного округа – Югры : Правительство Ханты-Мансийского автономного округа – Югры ; Департамент информационных технологий. – URL : http://www.eduhmao.ru/info/11/12545/. Проверено 15.06.2012.
2. Дунец, А. Н. Туристско-рекреационное пространство горного трансграничного региона: теория организации и развитие : дис. ...док. геогр. наук : 25.00.24 : защищена 27.03.2012 / Дунец Александр Николаевич. – С.-Пб., 2012.
3. Колбовский, Е. Ю. Геоэкологические подходы к проектированию региональных туристско-рекреационных систем / Е. Ю. Колбовский // Человек в зеркале современной географии. – Смоленск : Изд-во СГУ, 1996. – С. 83–85.
4. Кружалин, В. И. Теоретические и методологические подходы к изучению туристско-рекреационных территорий / В. И. Кружалин // Туризм и рекреация на пути устойчивого развития. – М. : Советский спорт, 2008. – С. 7–14.
5. Ткачев, Б. П. Формирование экологического каркаса г. Ханты-Мансийска / Б. П. Ткачев // Материалы конференции : «Вопросы экологии и природопользования». – Ханты-Мансийск : РИЦ ЮГУ, 2012. – С. 125–129.

ОЦЕНКА РИСКА ТУРИСТСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ (НА ПРИМЕРЕ ПРИРОДНОГО ПАРКА «ЕРГАКИ»)

RISK ASSESSMENT OF TOURIST ACTIVITY (ON EXAMPLE OF THE NATURAL PARK «ERGAKI»)

Г. И. Гладкевич, *доцент географического факультета МГУ имени М. В. Ломоносова, кандидат географических наук, доцент; dolph-glad@mail.ru*

Н. А. Мозгунов, *младший научный сотрудник географического факультета МГУ имени М. В. Ломоносова, кандидат географических наук; mozgunoff@list.ru*

G. I. Gladkevich, *Associate Professor, Lomonosov Moscow State University, Ph. D. in Geography, Associate Professor; dolph-glad@mail.ru*

N. A. Mozgunov, *Junior Researcher, Lomonosov Moscow State University, Ph. D. in Geography; mozgunoff@list.ru*

Степень риска туристской деятельности или ее безопасность определяются совокупностью факторов, учитывающих неблагоприятные и опасные природные явления, действующие на территории объекта оценки, с одной стороны, и совокупностью социально-экономических параметров, характеризующих объект, с другой.

Зависимость от природных условий в целом и от неблагоприятных и опасных природных явлений, в частности, можно снизить за счет механизмов учета пространственных факторов проявления тех или иных стихийных бедствий. Стихийные бедствия распространены практически повсеместно, но существенно различаются по последствиям их действий, по величине ущерба, который они могут нанести. Характер реакции на неблагоприятные стихийные явления зависит от особенностей расселения

населения, от созданного хозяйственного потенциала, высокие параметры которых резко увеличивают (гипотетический) ущерб природе и людям.

Совокупность (класс) выделенных для оценки природных признаков должна быть доступна и репрезентативна одновременно с точки зрения выявления неоднозначности последствий на разных участках оцениваемой территории. Это обстоятельство связано с тем, что не только отличающиеся друг от друга удаленные регионы по-разному реагируют на то или другое воздействие, но и внутри ограниченной территории из-за различий рельефа, заболоченности, селе- и лавиноопасности и разных степеней нагрузки последствия также будут отличаться.

Многообразие последствий отражает не столько стечение случайных обстоятельств, сколько проявление определенных закономерностей, связанных со значительным множеством факторов. Те из них, воздействие которых на реципиентов стихийных бедствий наиболее существенно (относительно велико и устойчиво), могут рассматриваться в качестве типологических признаков как объектов риска. Следовательно, отбор искомых типологических признаков сводится к выявлению из всего множества факторов возникновения последствий стихийных бедствий ограниченного количества показателей – индикаторов, в наибольшей степени определяющих их характер и масштабы (тяжесть последствий).

Оцениваемые факторы можно подразделить на основные – определяющие типологические признаки, и второстепенные – дополнительные.

Все основные факторы последствий, в свою очередь, следует разделить на два принципиальных класса:

1) Естественные (природные), не зависящие от человека, общества, особенностей его поведения, его интересов.
2) Социально-экономические, связанные с конкретным индивидуумом, с хозяйственной деятельностью на данной территории, специфическими параметрами развитой здесь инфраструктуры, охранных служб, служб оказания помощи, эвакуации пострадавших и т. д.

Типологические признаки, положенные в основу оценки, должны соответствовать основополагающим признакам системности. С учетом вышесказанного должны быть отобраны параметры (из тех, которые имеются в наличии при существующей информационной базе), разносторонне характеризующие предмет оценки. Если речь идет о природном парке, как в данном случае, то необходим комплекс интегральных показателей, характеризующих специфические природные, социально-экономические и инфраструктурные особенности отдельных частей территории природного парка и характер последствий проявления бедствий, как стихийного характера, так и вызванных несоблюдением правил безопасности отдельными посетителями этого места.

Оговоримся, что речь идет об оценке только той части территории парка, которая в функциональном зонировании может быть названа как «рекреационно-туристическая зона» с объектами показа, маршрутами тропами, кордонами, объектами туристической инфраструктуры.

Степень риска на территории выделяемой хозяйственной зоны, следует считать невысокой из-за ее достаточной инфраструктурной освоенности.

В зоне традиционного природопользования, как правило, нет практически туристской деятельности. Она предназначена для проживания, наиболее населена и имеет все необходимые условия безопасности. В то же время, жители могут заготавливать там пищевые лесные ресурсы, лекарственные растения, недревесные лесные ресурсы, охотиться по именным разовым лицензиям, выдаваемым в соответствии с действующим законодательством, по согласованию с Дирекцией природного парка, заниматься

рыболовством в соответствии с действующим законодательством. Однако они имеют все необходимые навыки безопасности в силу их адаптации к местным условиям.

В зоне особой охраны природного парка рекреационно-туристическая деятельность не предусматривается. Данная территория является заповедным ядром парка, на которой запрещается нахождение, проезд и проход вне дорог общего пользования, за исключением должностных лиц при выполнении ими служебных обязанностей.

Таким образом, все приведенные ниже рассуждения и расчеты относятся только к рекреационно-туристической зоне (на примере природного парка «Ергаки»).

Оценка риска туристской деятельности на территории природного парка начинается с выделения топологических признаков для каждого участка территории, что должно найти место в шкале оценки с учетом разнородности присущего ему качеств, несопоставимости единиц измерения, значимости (веса) каждого параметра оценки в общей интегральной оценке.

Получение интегральной оценки такого рода осложняется несопоставимостью (несводимостью) отдельных показателей из-за несоразмерности принятых единиц. Проблема может быть решена при условии обращения к непараметрическому методу исследования, который обладает рядом преимуществ – более широкому полю приложения, меньшей чувствительности к искажениям применяемых данных [2].

Сфера приложения непараметрического метода заключается в обеспечении синтеза значений частных показателей в интегральные, необходимых с точки зрения получения непротиворечивых обобщающих оценок свойств объектов. Таким непараметрическим методом может быть метод суммы мест.

Наряду с преимуществом метода суммы мест, заключающемся в простоте техники вычислений, есть и существенный недостаток, выражающийся в том, что порядок мест по частным индикаторам не учитывает дистанции между их назначениями. Участки территории, имеющие значительный отрыв по отдельным показателям, по методу суммы мест не получают ощутимых преимуществ перед другими субъектами оценки. При близких значениях индикаторов установление порядка мест участков, напротив, приобретает условный характер. Все это способно привести к определенным смещениям при определении рейтинга оцениваемых участков по данному методу при условии, если он станет единственным для итоговой оценки.

Сущность метода многомерной непараметрической оценки заключается в предварительном ранжировании всех регионов по данному показателю, характеризующему моделируемое многомерное явление. При этом первые места присваиваются наилучшим их значениям.

Вычислив суммы мест по всем рассматриваемым показателям и перейдя к простой средней арифметической из оценок значений индикаторов участков природного парка в процентах к наилучшим значениям, можно установить их ранги по любой логически связанной и значимой совокупности параметров оценки. Результаты вычислений имеют реальный экономический смысл, заключающийся в том, что они выражают уровень обобщающей оценки явления в процентах к наилучшим значениям, интегрированным в средней величине из частных оценок.

Использование такого методического прием решает проблему интегральных оценок, поскольку при балльной оценке отдельные регионы получают завышенные либо, напротив, заниженные значения рейтинга.

Алгоритм рейтинговой оценки участков оцениваемой территории может быть представлен в виде следующих файлов:

- информация по отдельным участкам представляется в виде матрицы исходных данных;

- по каждому из показателей устанавливаются наилучшие значения, приписываемые условному эталонному региону;
- исходная матрица переводится в матрицу нормированных значений показателей;
- для каждого участка на основе частных показателей устанавливается численное значение обобщающего показателя, характеризующего изучаемое явление;
- значения обобщающей оценки упорядочиваются по тому или иному критерию.

При более глубоком анализе предусматривается дополнительная процедура, – квалиметрическое взвешивание, когда устанавливается значимость отдельных качеств путем введения «весового» коэффициента. «Вес» показателя (определяется на основе опроса экспертов) зависит от степени его влияния, оказываемого на благоприятность (или неблагоприятность) тех или других условий. Так, например, роль рельефа важнее, нежели залесенность. В таком случае веса экспертами меняются в зависимости от возможных отрицательных последствий этого качества.

Сумма весов по всем показателям должна равняться единице.

Систематика топологических участков природного парка по их реакции на стихийные бедствия и чрезвычайные происшествия может быть проведена по следующим градациям (экспертно):

- дифференциация территории природного парка по особенностям рельефа, с учетом наличия картографических данных, делящих территорию на «открытые участки», участки, покрытые лесной и кустарниковой растительностью, а также наличия необорудованных горнолыжных спусков;
- дифференциация территории природного парка по степени неблагоприятности водных объектов, включающих труднопроходимые речки, ручьи, преодолимые ручьи, озера, разная степень заболоченности территории, наличие водопадов, родников;
- дифференциация территории природного парка по геоморфологическим особенностям, включающая оценку открытых труднопреодолимых скал, скальных осопей, обрывов, отдельных скал, останцов, скальных пиков;
- дифференциация территории природного парка по социально-экономическим и инфраструктурным параметрам, включающим наличие шоссе федерального значения, улучшенных дорог, полевых, лесных дорог, туристских троп, линий электропередач, дорожных указателей и главных параметров оценки – доступности до крупного, обеспеченного всеми видами помощи населенного пункта, а также ранга доступности до ближайшей турбазы с учетом качества и класса транспортных коммуникаций.

Процесс оценочной деятельности может быть представлен в виде матрицы, где по вертикали размещаются все имеющиеся на территории природного парка разнородные единицы (участки), а по горизонтали размещены по блокам названные параметры оценки.

Сложность может возникнуть уже на самом первом этапе составления матрицы. Она связана с разбиением территории парка на ограниченное слишком общее число зон, имеющих различное функциональное значение. Выполнение оценки должно касаться, прежде всего, зоны, подверженной риску в наибольшей степени – рекреационно туристической. Но используемая как полигон оценки, территория природного парка «Ергаки» в настоящее время вообще не имеет никакого картографического зонирования или официального деления на участки.

В таком случае, необходимо дифференцировать территорию на отдельные участки каким-либо другим способом. Такой метод в картографической и географической

науке известен, когда на территорию накладывается воображаемая решетка, после чего проводится по совокупности выбранных признаков оценка каждой из полученных «ячеек».

Размеры предлагаемой «решетки» могут составить, например, 10х10, т. е. насчитывать 100 конкретных участков природного парка, отличающихся как природными (т. е. природно опасными явлениями), так и социально экономическими и инфраструктурными параметрами.

После проведения расчетов и получения интегральной оценки каждого выделенного участка с учетом экспертно определенного «веса» каждого параметра следует перейти к типологии всех участков рекреационной зоны по параметрам, снижающим опасность туристской деятельности, с одной стороны, и параметрам риска, – с другой.

Положение участка территории, на которой разрешена и осуществляется рекреационная деятельность, на оси X тем ближе к оси Y, чем выше оценка параметров, снижающих опасность туристской деятельности в его условных границах.

Положение участка на оси Y соответствует степени риска. По результатам оценки вся территория рекреационной зоны (в данном случае, природного парка «Ергаки») разбивается на типы участков (рис. 30).

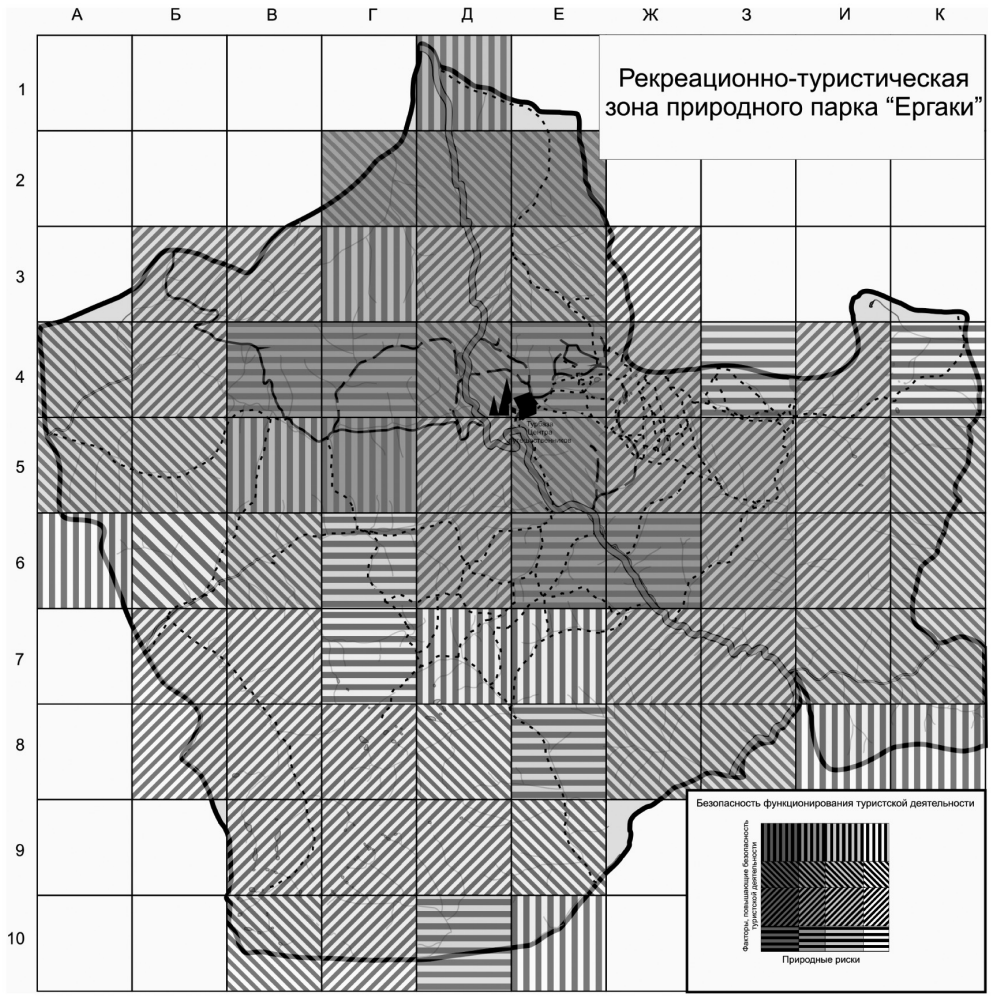

Рис. 30. Безопасность функционирования туристской деятельности на территории рекреационно-туристической зоны природного парка «Ергаки» (*выполнено авторами*)

Проведенная оценка позволила определить наиболее опасные места для осуществления туристской деятельности и территории относительно безопасные для туристов. С точки зрения безопасности туристской деятельности можно выделить довольно большие участки парка, по совокупности показателей оценки, характеризующиеся повышенным риском:

1. *В Юго-Западной части рекреационной зоны* основными факторы риска являются сильная расчлененность рельефа, труднопреодолимые скалы, густая речная сеть, включающая труднопреодолимые реки. Данная территория удалена от основных транспортных путей, туристических баз. Здесь следует уделить особое внимание обеспечению безопасности осуществления туристской деятельности. Благодаря природной специфике (орографической и гидрографической), а также повышенной аттрактивности пейзажей, из-за удаленного положения и малого антропогенного воздействия на данную территорию, этот участок будет притягивать к себе туристов.
2. *Западная часть парка* немного более безопасна для туристской деятельности. Это связано с более благоприятным расположением по отношению к транспортным путям, которые в случае необходимости сокращают время, необходимое на оказание помощи. По данной части парка проходит дорога улучшенного качества, которая соединяет запад территории парка «Ергаки» с федеральной трассой М54. Однако влияние «удобного» транспортного положения нивелируется довольно сложной физико-географической характеристикой района: значительной залесенностью данной территории, густой сетью рек, в том числе труднопреодолимых.
3. *Юго-восток парка*, в соответствии с проведенной оценкой, – крупный ареал со степенью риска осуществления туристской деятельности выше среднего. Часть ареала более гористая, имеющая разветвленную сеть рек и озер. Она примыкает к зоне особой охраны, что, с одной стороны, положительный момент для туризма – естественная, нетронутая природа, с другой, – риск встретиться с хищными представителями дикой фауны здесь более велик. Значительная часть территории данного ареала удалена от транспортных путей.
4. *Северная и центральная части* (около трети территории всей рекреационной зоны природного парка «Ергаки») относятся к наиболее безопасным участкам парка. Здесь развита инфраструктура обслуживания, расположен центр путешественников, пост МЧС РФ. В центральной части существует разветвленная сеть автодорог, которая включает в себя участок федеральной трассы, дороги улучшенного качества, полевые и лесные дороги.

При использовании рекреационного потенциала территории необходимо учитывать экологическую емкость территории. Емкость территориальной системы – фундаментальное системное свойство, отражающее «меру ее наполнения» различными антропогенными объектами или явлениями. В связи с тем, что природные и территориальные ресурсы ограничены, наполнение системы антропогенными объектами или, выражаясь другими словами, воздействие человека на территорию не может выходить за параметры, превышение которых приведет к разрушению или деградации.

Территориальная емкость не может быть выражена как сумма слагаемых разных видов емкости. Это понятие гораздо глубже и связано с особенностью функционирования территориальных систем, в которых соседствующие на территории функции могут выступать антагонистами по отношению друг к другу, а могут при их согласованном развитии усиливать друг друга, способствуя многократному росту территориальной емкости. Определение территориальной емкости основывается на фик-

сировании результатов воздействия различных видов туристской и хозяйственной и деятельности и определении того уровня воздействия, при котором территориальная система переходит в состояние деградации.

Список литературы

1. Гладкевич, Г. И. Типологическая дифференциация территории по риску последствий стихийных бедствий / Г. И. Гладкевич, В. И. Кружалин, Ю. Л. Мазуров // Известия РАН. Серия геогр. – М., 2000. – №6. – С. 57–65.
2. Гладкевич, Г. И. Метод «ПАТТЕРН» в оценке предпочтений использования территории для целей развития сельского туризма / Г. И. Гладкевич, Н. А. Мозгунов // Туризм и рекреация: фундаментальные и прикладные исследования : матер. V Межд. науч.-практ. конф. (Москва, МГУ, Геогр. ф-т, 28–29 апреля 2010 г.). – С.-Пб., 2010. – С. 110–118.
3. Азгальдов, Г. Г. Количественная оценка качества (Квалиметрия) / Г. Г. Азгальдов, Л. А. Азгальдова. – М. : Изд-во стандартов. – 1971. – 175 с.
4. Природный парк «Ергаки» [Электронный ресурс] / Официальный сайт КГБУ «Дирекция природного парка “Ергаки”». – URL : http://www.ergaki-park.ru/. Проверено 10.04.2012.

НЕКОТОРЫЕ АСПЕКТЫ РАЗВИТИЯ ВНУТРЕННЕГО ТУРИЗМА В ТВЕРИ И ТВЕРСКОЙ ОБЛАСТИ НА ОСНОВЕ СОЗДАНИЯ ИНТЕРАКТИВНОГО БАНКА ТУРОВ И ЭКСКУРСИЙ ПО СЕЛИГЕРУ

А. В. Дворецкая, *старший преподаватель кафедры туризма и сервиса Федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего профессионального образования «Российский государственный университет физической культуры, спорта, молодежи и туризма (ГЦОЛИФК)», Москва; zverek@gmail.com*

Н. П. Манько, *профессор кафедры туризма и сервиса Федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего профессионального образования «Российский государственный университет физической культуры, спорта, молодежи и туризма (ГЦОЛИФК)», доктор военных наук, профессор, Москва*

A. V. Dvoretskaya, *teacher, department of department the tourism and service, Russian State University of Physical Education, Sport, Youth and Tourism, Moscow, Russian Federation; zverek@gmail.com*

N. P. Manko, *head doctor of military science, professor of department the tourism and service, Russian State University of Physical Education, Sport, Youth and Tourism, Moscow, Russian Federation*

Анализ тенденций развития туризма в мире показывает, что одним из основных и наиболее перспективных направлений перехода к инновационному социально ориентированному типу экономического развития России является создание оптимальных условий для улучшения качества жизни наших граждан за счет развития инфраструктуры отдыха и туризма.

Создание условий для восстановления работоспособности, поддержание и укрепление здоровья людей являются важнейших задачами руководителей государства. Поэтому на всех уровнях от Президента до руководителя, даже самого маленького,

трудового коллектива необходимо с особым вниманием относиться к созданию мотиваций и условий для творческого труда и здорового образа жизни. В связи с этим развитие внутреннего и въездного туризма все больше и больше выходит на первый план, становится приоритетной задачей в сфере туристской индустрии.

Туризм играет важную роль в решении социальных проблем, обеспечивает создание дополнительных рабочих мест, рост трудовой занятости фактически всего населения страны. Грамотная политика, проводимая государством в этом вопросе, позволит как напрямую, так и косвенно осуществить повышение благосостояния нашей нации.

В настоящий момент туризм является одним из важных направлений оживления экономики, оказывая стимулирующее воздействие на развитие многих сфер экономической деятельности, таких как услуги средств размещения, транспорта, связи, торговли, общественное питание, сельское хозяйство, строительство. Туризм также выступает катализатором социально-экономического развития, как всей страны, так и ее отдельных регионов, Твери и Тверской области в частности.

Проведенный, даже не углубленный анализ, показывает, что город Тверь и Тверская область обладают достаточно высоким туристско-рекреационным потенциалом, позволяющим успешно развивать в данном регионе различные виды туризма. На территории данной области, по оценкам руководителей ряда туристских фирм, сосредоточены уникальные природные и рекреационные ресурсы, объекты национального и мирового культурного и исторического наследия. Вся территория области как бы пронизана транспортными коммуникациями (автомобильными и железными дорогами высокого качества), связывающими её города и другие населенные пункты между собой, а также и с Москвой, Санкт-Петербургом и другими городами центральной России. На территории области проводятся важные экономические, спортивные и культурные мероприятия государственного и мирового уровня. В этом регионе имеется широкий спектр потенциально привлекательных для туристской индустрии объектов. Однако их развитие невозможно без создания или совершенствования всех видов базовой инфраструктуры.

В тоже время ни для кого, в том числе и для руководства Твери и Тверской области, не является секретом, что этот туристский потенциал используется далеко не в полной мере. Так из числа посетивших данный регион в 2010 и 2011 гг. иностранных граждан лишь около 10–12% прибывали с туристскими целями, хотя даже при современном состоянии туристской инфраструктуры область способна принимать в год в десятки раз больше туристов. Сфера туризма в области еще не стала полноправным источником пополнения бюджета.

Основными факторами, сдерживающими рост внутреннего и въездного туристских потоков в данном регионе, являются:

- слабо развитая, а в ряде районов области, таких как Спировский, Осташковский, отсутствующая инженерная инфраструктура, что является серьезным барьером для привлечения частных инвестиций в туристскую сферу;
- низкий уровень развития туристской инфраструктуры (недостаточность, а в ряде районов фактически полное отсутствие средств размещения туристов и объектов досуга, запущенность многих туристских объектов показа, неразвитость качественной придорожной инфраструктуры практически на всех автодорогах области);
- отсутствие у правительства области доступных инвесторам долгосрочных кредитных инструментов с процентными ставками, позволяющими вкладывать и окупать инвестиции в объекты туристско-рекреационного комплекса в достаточно короткие сроки;

- низкий уровень обслуживания во всех секторах уже созданной туристской индустрии вследствие недостатка и низкого уровня подготовки кадров, занятых обслуживанием туристов;
- отсутствует эффективная система продвижения (особенно ее интерактивная составляющая) возможностей города и области как привлекательного направления для туристов, по причине низкого уровня бюджетного финансирования, отсутствия налоговых льгот на рекламу туристского продута, производимого в рамках въездного и внутреннего туризма;
- практически отсутствуют собственные привлекательные туры по различным видам туризма, которые могли бы успешно реализовываться, даже при нынешнем состоянии индустрии туризма в области;
- в правительстве области отсутствует комплексная программа развития туристской индустрии на даже ближайшую перспективу, в том числе и по созданию кластеров по различным видам туризма;
- в регионе фактически отсутствуют туроператоры, которые бы напрямую занимались разработкой туров для организации въездного и внутреннего туризма.

Недостаточная государственная поддержка сферы туризма со стороны правительства области и отсутствие взаимодействия на льготных условиях с частными инвесторами может:

- привести к дальнейшему снижению конкурентоспособности создаваемого и продвигаемого областного туристского продукта на мировом и внутреннем рынках;
- уменьшить количество внутренних и въездных туристских потоков, что повлечет за собой сокращение налоговых и иных поступлений в бюджетную систему не только области, но и России;
- не обеспечить существенного повышения уровня занятости населения не только в сфере туризма, но и в смежных с нею отраслях, увеличения доходов населения и региона в целом, что немаловажно для экономики дотационной области, которой является Тверская;
- увеличить количество граждан области выезжающих в другие страны и регионы РФ, и соответственно к дальнейшему оттоку финансовых средств;
- вызвать у руководителей области нежелание применять, с целью дальнейшего развития в регионе внутреннего туризма, программно-целевой метод (по причине незнания его возможностей).

Однако анализ опыта других стран показывает, что наиболее вероятными последствиями отказа от использования наиболее перспективного, применительно к настоящей ситуации, программно-целевого метода может привести к:

- разрозненным действиям органов исполнительной власти на всех уровнях, снижению их ответственности и появлению бессистемности в решении стоящих задач в сфере туризма;
- распылению бюджетных средств;
- незначительному увеличению объема финансовых средств из внебюджетных источников для решения проблем в сфере туризма.

С целью изменения сложившейся ситуации необходимо активное совместное участие правительств области и города, инвесторов, поставщиков услуг, туроператоров и турагентов в решении возможных проблем, таких как:

- уменьшение высоких издержек при строительстве объектов инженерной инфраструктуры для создаваемых туристско-рекреационных кластеров по различным видам туризма;

- отсутствие доступных инвесторам долгосрочных кредитных инструментов с процентными ставками, позволяющими окупать инвестиции в объекты туристско-рекреационного комплекса в приемлемые для инвесторов сроки;
- повышение качества подготовки отраслевых кадров;
- повышение качества предоставляемых предприятиями индустрии туризма услуг.

Правительству необходимо в кратчайшие сроки, с привлечением ученых, разработать программу эффективной государственной поддержки решения указанных проблем. Такая программа, сбалансированная и согласованная со всеми заинтересованными лицами, позволит не только привлечь дополнительные инвестиции в туристскую отрасль на условиях государственно-частного партнерства, но и изменить к лучшему ее имидж области и города.

Разрабатываемая программа должна характеризоваться следующими принципиальными особенностями [1]:

- должна иметь системный характер и взаимную увязку основных целей и решаемых задач;
- иметь комплексный и единый методологический подход к решению спланированных задач с учетом взаимосвязи (исключение дублирования и взаимное дополнение) с другими реализуемыми и планируемыми к реализации действиями государства, направленными на развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации;
- ориентация целей, задач и мероприятий на достижение результатов, оцениваемых целевыми индикаторами и показателями;
- конкурсный отбор инвестиционных проектов, предполагаемых к реализации в рамках Программы, с учетом важных для отрасли критериев, в том числе на соответствие кластерному принципу развития регионов;
- внедрение прогрессивных механизмов государственной поддержки приоритетных направлений туризма на основе государственно-частного партнерства, в том числе посредством субсидирования процентных ставок по кредитам;
- запланированное применение новейших технологий, инновационных подходов, а также мирового опыта в области создания и развития туристско-рекреационных комплексов и продвижения туристских продуктов.

Развивая туристскую индустрию в регионе необходимо особое внимание обратить на создание интерактивной базы данных, которой в настоящее время в Твери нет, содержащей необходимый объем информации о состоянии туризма и позволяющей ее пользователям (туристам и туристским фирмам) активно участвовать в организации отдыха и путешествий. Основные подходы по ее проектированию и применению заключаются в следующих ниже указанных в данной статье моментах.

Согласно стратегии развития туризма в Российской Федерации его приоритетными направлениями являются организация внутреннего и въездного туризма. Однако развитие данных видов туризма невозможно без создания современной системы продвижения на внутреннем и международном рынке отечественных туристских ресурсов. В современном обществе важнейшую роль играют информационные технологии и информационные системы, которые в свою очередь являются важнейшим инструментом создания и продвижения турпродукта. С этой целью в сфере туризма необходимо создать интерактивный банк данных, содержащим информацию, как по отдельным услугам, так и разработанному турподукту в целом, по поставщикам услуг, о туроператорах и турагентах, работающих на данный регион [1].

Такой интерактивный банк представляет собой компьютерную базу данных и предназначен как для специалистов туристской индустрии – производителей туристского продукта, так и для туристов, потребителей товаров и услуг.

Целью данной статьи является показать определенный подход и взгляды по созданию методики объединения и систематизации данных о туристских объектах и услугах туристского кластера, необходимых для продвижения их на туристском рынке.

Интерактивный банк планируется реализовать в виде веб-сайта на основе создания базы данных с элементами поисковой системы [3]. Схематически интерактивный банк туров и экскурсий изображен на рис. 31.

Интерактивный банк состоит из модулей данных, подробно описывающих все составляющие туристской инфраструктуры не только отдельного конкретного кластера, но и других туристских объектов Тверской области, в том числе и разнообразных объектах экскурсионного показа.

Такой интерактивный банк позволяет оперативно осуществить сбор, обработку и хранение информации различных форматов.



Рис. 31. Структура интерактивного банка

Информация может быть размещена в виде:

- текстового описания туристского объекта;
- фото-, видео-, аудиоматериалов об объекте;
- иллюстрированного описания туров и экскурсий;
- контактной информации турфирм и предприятий туриндустрии;
- базы частных клиентов;
- карт и схем туристских маршрутов;
- расписаний движения поездов и автобусов.

И это далеко не полный перечень возможных информационных материалов. По мере развития интерактивного банка данных, будет увеличиваться и количество входящих в него баз данных.

Главной особенностью интерактивного банка является то, что поисковая система в полуавтоматическом режиме подсказывает пользователю действия, которые ему необходимо выполнить при поиске нужного ему турпродукта, услуги или формировании нового тура (турпакета).

Рассмотрим действие данного механизма на примере задачи разработки нового турпродукта (рис. 32) [2]. В данном случае, клиентом, обратившимся к поисковому интерфейсу интерактивного банка, будет сотрудник туроператорской компании. Начиная разработку нового тура с использованием интерактивного банка, сотрудник туроператорской компании выберет в меню опцию «Формирование тура», далее система в полуавтоматическом режиме, с помощью различных вариантов меню, предложит основные компоненты тура с их подробными описаниями и критерии для подбора.

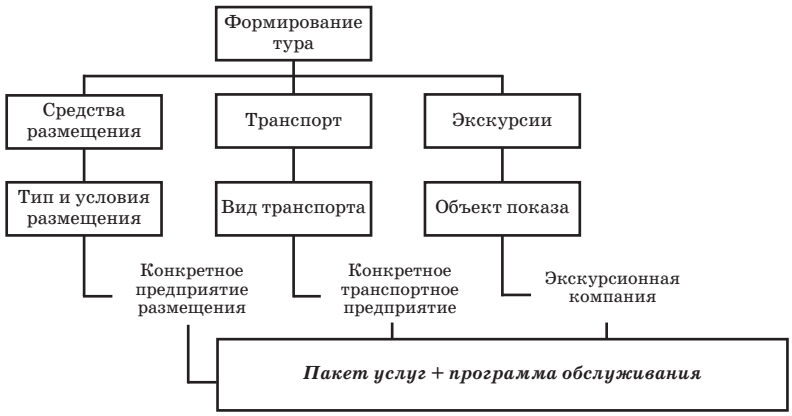

Рис. 32. Разработка турпродукта

Современная тенденция самодеятельного туризма является еще одной областью, где будет востребован интерактивный банк туров и экскурсий. Используя тот же алгоритм поиска, в частности систему подсказок, турист сможет сам организовать свое путешествие.

Таким образом, интерактивный банк туров и экскурсий может быть очень полезен для продвижения как турпродукта, так и отдельных его составляющих на туристском рынке.

Доступность пользователю в любой точке мира достигается возможностью распространения через глобальную компьютерную сеть Интернет, поскольку интерактивный банк туров и экскурсий, разрабатывается в виде веб-сайта с поисковой системой на основе базы данных и пользовательским интерфейсом. Одновременно структура веб-сайта дает возможность распространять интерактивный банк данных и на компакт дисках, при этом при наличии подключения к сети Интернет всегда будет доступно оперативное обновление данных.

Следует подчеркнуть, что интерактивный банк туров и экскурсий не является средством электронной коммерции, может рассматриваться как инструмент разработки, продвижения и реализации турпродукта, а также как средство систематизации и анализа информации обо всех составляющих рынка туристских услуг и товаров.

Разрабатывая направления развития туризма на едином пространстве Тверской области необходимо помнить, что сами по себе уникальные природные ресурсы и культурное наследие области, не могут рассматриваться в качестве единственного и достаточного условия для обеспечения успешного развития туризма.

Лишь эффективное и рациональное использование данных ресурсов при одновременном развитии туристско-рекреационных кластеров в различных районах области и региональной инфраструктуры, широкая информационная поддержка (продвижение) въездного и внутреннего туризма, повышение качества услуг и привлечение в отрасль профессиональных кадров и высококвалифицированных специалистов в целом обеспечат повышение конкурентоспособности туристского рынка в средне- и долгосрочной перспективе.

Список литературы

1. Федеральная целевая программа «Развитие внутреннего и въездного туризма Российской Федерации (2011–2018 годы)» [Электронный ресурс] // Федеральные целевые программы России : официальный портал Департамента государственных целевых программ и капитальных вложений Минэконом-

развития России. – URL : http://fcp.economy.gov.ru/cgi-bin/cis/fcp.cgi/Fcp/ViewFcp/View/2011/361. Проверено 15.03.2012.
2. Ильина, Е. Н. Туроперейтинг : организация деятельности : учебник для вузов турист. профиля / Е. Н. Ильина ; Рос. междунар. акад. туризма. – М. : Финансы и статистика, 2003. – 251 с.
3. Проектирование информационных систем : учебное пособие для учреждений среднего профессионального образования по группе специальностей «Информатика и вычислительная техника» / Н. З. Емельянова, Т. Л. Партыка, И. И. Попов. – М. : Форум, 2011. – 432 с.

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННОГО КОМПЛЕКСА ЗАБАЙКАЛЬСКОГО КРАЯ И ПУТИ ИХ РЕШЕНИЯ

ACTUAL PROBLEMS OF TOURIST-RECREATIONAL COMPLEX DEVELOPMENT IN ZABAYKALSKY KRAI AND METHODS FOR THEIR SOLUTION

С. В. Дорош, *научный сотрудник ФГБНИУ СОПС РАН и Минэкономразвития РФ, Москва; sergey.dorosh@gmail.com*

S. V. Dorosh, *research scientist at the Council for the study of production forces (SOPS) of the Russian Academy of Sciences and the Russian Economics Ministry, Russia, Moscow; sergey.dorosh@gmail.com*

Аннотация. *В статье рассмотрены актуальные проблемы, препятствующие формированию эффективного туристско-рекреационного комплекса в Забайкальском крае, обладающем значительным туристско-рекреационным потенциалом. Даны предложения по их решению.*

Ключевые слова: *туристско-рекреационный комплекс, Забайкальский край, государственно-частное партнерство*

Развитый туристско-рекреационный комплекс (ТРК), представляющий собой «единую систему природных, туристских, лечебно-оздоровительных и социально-культурных подсистем, характеризующихся функциональной взаимосвязанностью и территориальной целостностью, приводимую в движение сопряженными с ней отраслями: сельским хозяйством и пищевой промышленностью, пассажирским транспортом и связью, торговлей и общественным питанием» [5, с.19], – важный структурный элемент региональной экономики. Эффективно функционирующий и развивающийся ТРК способен значительно повысить конкурентоспособность региона.

Формирование туристско-рекреационного комплекса в регионе может способствовать хозяйственному освоению менее развитых муниципальных районов, вовлечению в хозяйственный оборот неиспользованных другими отраслями природных ресурсов, влиять на развитие транспортной инфраструктуры, способствовать росту занятости населения.

Туристско-рекреационный комплекс создает материальную основу для отдыха и лечения граждан, способствует развитию и совершенствованию материально-технической базы, техники и технологий отраслей, прямо или косвенно связанных с обслуживанием туристов и рекреантов, расширяет возможности формирования доходной базы регионального бюджета.

На развитие региональных ТРК наиболее существенное влияние оказывают следующие факторы: степень развития национальной и региональной экономик; уровень государственной поддержки приоритетных направлений туризма и рекреации; платежеспособность населения страны и региона; инвестиционная привлекательность данного комплекса; нормативно-правовая база туристско-рекреационной деятельности; ценовая политика в области туризма и рекреации; качество предоставляемых туристско-рекреационных услуг.

Существует ряд объективных предпосылок, определяющих перспективность формирования и развития высокоэффективного туристско-рекреационного комплекса на территории Забайкальского края, в том числе:

- выгодное географическое положение;
- богатые природно-ресурсные возможности;
- уникальное культурно-историческое наследие;
- этнографическое разнообразие.

Рассмотрим их кратко.

Географическое положение Забайкальского края обусловливает прохождения через его территорию Транссибирской и Байкало-Амурской железнодорожных магистралей. В 2010 г. завершено строительство федеральной автомобильной трассы «Амур» (Чита–Хабаровск), открывшей круглогодичное сообщение между западными регионами России и Дальним Востоком. Аэропорт г. Читы «Кадала» имеет статус международного (принимает рейсы из Китая). Железнодорожные и автомобильные магистрали, международный аэропорт обеспечивают высокую транспортную доступность Забайкальского края для иностранных и для российских туристов.

Важным фактором, способным значительно повлиять на количество иностранных туристов, в первую очередь китайских, является приграничное положение Забайкальского края.

Кроме того, Забайкальский край может служить транзитным регионом на пути к Байкалу и в европейскую часть России для туристов из Японии, Китая, Монголии, Кореи.

Природно-ресурсный потенциал. В Забайкальском крае соприкасаются и сменяют друг друга природные комплексы дальневосточных широколиственных лесов, сибирской хвойной тайги и степей Даурии. О суровой и первозданной красоте горных хребтов Кодар и Удокан известно далеко за пределами края.

На территории Забайкальского края расположены 2 государственных природных биосферных заповедника федерального значения (Даурский и Сохондинский), национальный парк «Алханай», 2 государственных заказника федерального значения, 53 памятника природы, 15 природных заказников, 105 научных объектов геологического наследия. В крае известно более двухсот целебных источников минеральных вод и грязей.

Сочетание пересеченного рельефа с водными пространствами рек и озер, живописными лесными пейзажами образуют ландшафты высокой аттрактивности.

Культурно-историческое наследие. Памятники истории и культуры Забайкальского края включают более 800 объектов, в том числе 16 федерального значения, 58 музеев, 12 театров; в регионе расположены 1923 памятника архитектуры, в том числе 22 федерального значения.

В Красночикойском районе близ деревни Нарым открыто уникальное поселение древних людей. Огромное жилище, возраст которого около 20 тыс. лет, отапливалось сразу пятью очагами! В мире не существует аналогов этому памятнику.

На территории Забайкальского края обнаружены древние городища гуннов, когда-то начавших отсюда триумфальное шествие на Европу, захоронения древних тюрков и монголов.

Более чем 300-летняя история освоения и заселения Забайкалья русскими казаками отразилась в серии замечательных памятников культуры, архитектуры и градостроительства.

Значительный интерес представляют природные и рукотворные памятники шаманизма, наложившего значительный отпечаток на быт и культуру бурятов и эвенков.

Особое внимание не только у паломников, но и у обычных туристов вызывают дацаны и дуганы, являющиеся очагами буддистской культуры, философии и медицины.

Забайкальский край привлекает внимание и как место ссылки и последующего пребывания декабристов. Имеется множество исторических объектов, связанных с этим периодом.

Этнокультурное разнообразие. На территории Забайкальского края можно познакомиться с этнической культурой русских, бурятов, эвенков, казаков и семейских (старообрядцев).

Имеющийся в Забайкальском крае природно-ресурсный и культурно-исторический потенциал позволяет развивать различные виды туризма, в особенности его активные формы: пеший, водный, горный, конный, вело-, авто-, мототуризм и др. Очень перспективным является развитие экологического и научно-познавательного туризма.

Однако наличие вышеперечисленных предпосылок не является гарантией формирования конкурентоспособного туристско-рекреационного комплекса.

На сегодняшний день уровень развития туристско-рекреационного комплекса Забайкальского края можно характеризовать как крайне низкий. Связи между отдельными его элементами слабые или отсутствуют вовсе. Туристская инфраструктура, в первую очередь средства размещения, нуждается в серьезной модернизации. Подтверждением этому служит малое число туристов, прибывающих из-за пределов региона, в первую очередь китайских. Более того, ситуация в последние годы усугублялась (табл. 30), что обусловлено во многом именно низким уровнем сервиса и условиями размещения туристов.

Таблица 30.

Количество китайских туристов, обслуженных туристскими организациями Забайкальского края в 2005–2009 гг. по безвизовым туристским формальностям (Источник: [1, с. 7])

Индикатор	*Показатели по годам*				
	2005	*2006*	*2007*	*2008*	*2009*
Количество китайских туристов (нерезидентов), тыс. чел.	18,81	12,11	6,29	6,11	2,09

Основными факторами, препятствующими развитию эффективного регионального туристско-рекреационного комплекса, являются:

- общие социально-экономические проблемы региона;
- неразвитость региональной транспортной системы;
- низкий уровень развития инженерной, транспортной и социальной инфраструктуры непосредственно в местах туризма и отдыха;
- недостаток собственных финансовых средств у организаций, задействованных в ТРК;
- необеспеченность туристско-рекреационного комплекса высококвалифицированными специалистами;
- отсутствие четко выверенной стратегии развития и механизма управления туристской отраслью.

Решать социально-экономические проблемы Забайкальского края призваны федеральная целевая программа «Экономическое и социальное развитие Дальнего Вос-

тока и Забайкалья на период до 2013 года» и Программа социально-экономического развития Забайкальского края на 2010–2014 гг., в соответствии с которой была разработана и реализуется краевая программа развития туризма.

В соответствии с долгосрочной целевой программой «Развитие туризма в Забайкальском крае (2011–2013 гг.)» предусмотрен ряд мероприятий, в том числе развитие туристской инфраструктуры. Наиболее масштабными по финансированию являются следующие мероприятия [1]:

- разработка проектно-сметной документации на строительство наружных магистральных инженерных сетей туристско-рекреационного комплекса «Русская деревня» в Забайкальском районе (26 млн руб.);
- бурение и обустройство скважины питьевой воды на территории научного стационара на кордоне «Уточи» (1,46 млн руб.);
- создание туристского комплекса «Усадьба семейского крестьянина» на территории муниципального района «Красночикойский район» (1 млн руб.);
- создание агро-этнотуристского центра в поселке при станции Куанда в Каларском районе (950 тыс. руб.);
- реконструкция коттеджного городка туркомплекса «Алхана-тур», Дульдургинский район (600 тыс. руб.).

Кроме того, краевой долгосрочной целевой программой «Развитие системы особо охраняемых природных территорий в Забайкальском крае (2012–2016 гг.)» предусмотрено строительство объектов туристской инфраструктуры на особо охраняемых природных территориях (ООПТ), в том числе: строительство туристской базы (на территории природного парка «Ивано-Арахлейский»), двух информационных центров; обустройство 175 бивуаков [2].

Обращает на себя внимание тот факт, что краевыми долгосрочными программами, предусматривающими развитие отдельных элементов туристско-рекреационного комплекса, предполагается привлечение финансовых средств только из краевого бюджета. Очевидно, такая ситуация обусловлена, во-первых, слабыми финансовыми возможностями частных забайкальских инвесторов, а во-вторых, отсутствием разработанного пакета инвестиционных предложений по развитию туризма, который вызвал бы интерес за пределами края.

Вместе с тем важным шагом на пути формирования регионального туристско-рекреационного комплекса является выделение «наиболее посещаемых, перспективных рекреаций Забайкальского края с наибольшей степенью готовности туристской инфраструктуры» [1, с. 9], на развитие которых и предполагается направлять средства краевого бюджета:

- Ивано-Арахлейский государственный природный ландшафтный заказник регионального значения;
- приграничный поселок Забайкальск;
- Каларский район;
- Государственный природный биосферный заповедник «Даурский»;
- Дульдургинский район Агинского Бурятского округа Забайкальского края;
- Красночикойский район.

Выбор территориальных приоритетов крайне важен с точки зрения эффективности использования имеющихся ресурсов, в первую очередь финансовых.

По мнению автора, для формирования высокоэффективного туристско-рекреационного комплекса в Забайкальском крае необходимо осуществить следующее:

1. Правительству Забайкальского края разработать Стратегию развития туристско-рекреационного комплекса с горизонтом как минимум до 2020 года.
2. В Стратегии должны быть определены этапы развития туристско-рекреационного комплекса.

3. Провести более подробное туристско-рекреационное районирование с выделением туристско-рекреационных зон конкретной специализации, используя материалы уже проводившихся отдельными специалистами исследований [4; 6].
4. В рамках действующего федерального и краевого законодательства закрепить понятие туристско-рекреационных зон (по аналогии с Законом Забайкальского края от 04.05.2010 №368-ЗЗК «О промышленных парках Забайкальского края» (принят Законодательным Собранием Забайкальского края 21.04.2010).
5. Управление туристско-рекреационными зонами передать коммерческой компании, главным акционером которой станет Правительство Забайкальского края (аналогичная компания создана для управления зоной промышленно-производственного типа в п. Могойтуй). Создание подобной компании даст возможность активно использовать механизм государственно-частного партнерства.
6. На первом этапе сконцентрировать все имеющиеся средства на развитии двух (максимум трех) зон. Приоритетным направлением определить развитие современной, отвечающей мировым стандартам туристской инфраструктуры, в первую очередь средств размещения и транспорта.
7. На базе туристско-рекреационных зон сформировать региональный туристский кластер с привлечением потенциала научных и образовательных учреждений края, т. е. провести кластеризацию туристско-рекреационного комплекса. Создание регионального туристского кластера позволит Забайкальскому краю претендовать на средства федерального бюджета в рамках федеральной целевой программы «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011–2018 гг.)», в основу которой положен кластерный подход, положительно зарекомендовавший себя при развитии туризма в ряде зарубежных стран – ЮАР, Австралии, США [3].

Список литературы

1. Постановление Правительства Забайкальского края от 15 июня 2010 г. №238 «Об утверждении краевой долгосрочной целевой программы “Развитие туризма в Забайкальском крае (2011–2013 годы)”» [Текст] // Азия-Экспресс (еженед. газета. – 2010. – 21 июня (№41).
2. Постановление Правительства Забайкальского края от 27 июля 2011 г. №274 «Об утверждении краевой долгосрочной целевой программы “Развитие системы особо охраняемых природных территорий в Забайкальском крае (2012–2016 годы)”» [Текст] // Азия-Экспресс (еженед. газета. – 2011. – 04 авг. (№31).
3. Александрова, А. Ю. География туризма : учебник для вузов / А. Ю. Александрова ; под ред. А. Ю. Александровой. – М. : Кнорус, 2010. – 592 с.
4. Лазаревская, С. В. Туристско-рекреационный потенциал Забайкальского края: информационно-аналитический подход к управлению туризмом в регионе: автореф. дис. ... канд. геогр. наук : 25.00.24. / С. В. Лазаревская ; С.-Петерб. гос. ун-т. – Чита, 2010. – 16 с.
5. Макекадырова, А. С. Совершенствование практики формирования туристско-рекреационного комплекса национальной экономики / А. С. Макекадырова. – М. : Изд-во Рос. экон. акад., 2007. – 160 с.
6. Сокол-Номоконов, Э. Н. Управление территориальным развитием поселения / Э. Н. Сокол-Номоконов. – Чита : Экспресс-издательство, 2010. – 116 с.
7. Монич, И. П. Оценка влияния трансграничных факторов на развитие туризма регионов Дальнего Востока и Забайкалья / И. П. Монич // Ресурсная экономи-

ка, изменение климата и рациональное природопользование : Сб. материалов Междунар. конф. (1–7 июля 2009 г., г. Красноярск). – Красноярск, 2009. – С. 586–599.

КУЛЬТУРНО-ИСТОРИЧЕСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ МОСКОВСКОЙ ОБЛАСТИ ДЛЯ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА

С. Н. Жагина, *научный сотрудник географического факультета Московского государственного университета имени М. В. Ломоносова; vulpes-06@mail.ru*

Аннотация. *Одной из составляющих культурно-исторического потенциала Подмосковья являются старинные усадьбы. Рассматривается история таких известных усадеб как Архангельское, Остафьево, Абрамцево, Мураново и Мелихово, возникновение и строительство которых связано с жизнью великих людей. Наряду с архитектурными памятниками и монастырями, они являются важными центрами культурно-познавательного туризма и нуждаются в поддержке государства и инвесторов, что помогло бы превратить их в настоящие жемчужины для привлечения как российских, так и зарубежных туристов.*

Ключевые слова: *Подмосковье, старинные усадьбы, виды туризма, история, культура*

Подмосковье – исторический и культурный центр России, который привлекает туристов со всего мира. Здесь имеются прекрасные возможности и условия для развития разных видов туризма и рекреации, в первую очередь, культурно-познавательного туризма [1, 6]. Особое место в географии туризма Подмосковья занимают музеи-усадьбы. Культура русской усадьбы, история ее длившегося целое столетие расцвета и блистательного полувекового заката, оборванного катастрофой 1917 г., далеко еще не исследованы с той полнотой, какую заслуживает это культурно-историческое явление. Многие подмосковные усадьбы вошли в историю науки и искусства. Невозможно представить историю Художественного театра без усадьбы Любимовка, принадлежавшей К. С. Станиславскому, где обсуждался проект создания принципиально нового театра. Для ботаников таким святым местом является усадьба Горенки Разумовских, где в начале XIX в. существовал ботанический сад, в котором культивировалось более девяти тысяч растений. Именно этот сад стал базовым для формирования коллекций Московского и Петербургского садов, а также Никитского ботанического сада в Крыму [2].

Наиболее известными являются музей-усадьба «Архангельское» (Красногорский район), усадьба «Остафьево» (Подольский район), музей-заповедник «Абрамцево» (Сергиево-Посадский район), усадьба «Мураново» (Пушкинский район) и музей-заповедник А. П. Чехова «Мелихово» (Чеховский район). Кратко рассмотрим их культурно-исторические особенности [9].

Архангельское. Музей-усадьба «Архангельское» находится в Красногорском районе к северо-западу от Москвы [5]. Это одна из известнейших подмосковных усадеб. В XVII в. владельцами усадьбы были князья Одоевские. С 1681 г. по 1703 г. вотчина принадлежала князю М. Я. Черкасскому. С 1703 г. до 1810 г. усадьба оставалась в роду Голицыных. В 1810 г. Архангельское приобрел Н. Б. Юсупов, известный коллекционер и любитель искусства. При нем дворец (французский архитектор Ш. Герн), заложенный еще при прежнем владельце, был завершен. В 1790-х гг. по проекту итальянца Джакамо Тромбаро перед дворцом были устроены две террасы с мраморными

балюстрадами. Обрамлением дворцового комплекса является парк, благодаря которому усадьбу называют «подмосковным Версалем» [4].

Усадьба постоянно привлекала к себе внимание таких великих людей как Н. М. Карамзин, А. С. Пушкин, П. А. Вяземский, А. И. Герцен, Н. П. Огарев, В. А. Серов, А. Н. Бенуа, К. Е. Маковский, К. А. Коровин, И. Ф. Стравинский и др. В 1919 г. усадьба была превращена в историко-художественный музей, а в 1934–1937 гг., здесь появились корпуса Центрального военного клинического санатория «Архангельское».

В настоящее время в усадьбе сохранились каскадные итальянские сады со скульптурами, памятник Пушкину, церковь Михаила Архангела XVI в. Уникальную часть фонда музея составляют коллекция западно-европейской живописи XVIII–XIX вв. (Франция, Италия, Голландия); коллекция русского искусства, состоящая, в основном, из работ крепостных мастеров; небольшая, но очень интересная коллекция рисунков; коллекция мебели XVIII–XIX вв., предметы декоративно-прикладного искусства, большая коллекция книг.

Остафьево. Другим важным центром русской культуры VIII–XIX вв. является усадьба «Остафьево», которая находится в Подольском районе на юге Московской области. В документах начала XVII в. впервые появилось упоминание об этой местности как пустоши Сельца Никульского. Свое нынешнее название усадьба получила во второй половине XVIII в. после присоединения ее к соседней деревне Остафьево. В 1792 г. новым владельцем Остафьева стал князь А. И. Вяземский. В 1801 г. он начинает строительство усадебного дома по проекту, авторство которого пока не установлено. Андрей Иванович притягивает к себе незаурядных людей. В числе частых гостей были баснописец, позднее министр юстиции И. И. Дмитриев, сенатор и поэт Ю. А. Нелединский-Мелецкий, дипломат, член Петербургской академии наук А. М. Белосельский-Белозерский, В. Л. Пушкин, В. А. Жуковский. С 1804 г. в Остафьево живет историограф Н. М. Карамзин, который здесь работал над «Историей государства Российского».

В 1807 г. после смерти А. И. Вяземского владельцем усадьбы становится его сын Петр. Он достраивает усадебный дом. В 1821 г. П. А. Вяземский попадает в опалу и в течение следующих девяти лет живет с семьей в Остафьеве под особым надзором полиции. Именно в это время происходит расцвет духовной жизни в Остафьеве, ставшим местом встреч многих выдающихся людей этой эпохи. В Остафьево приезжали А. И. Тургенев, В. Л. Пушкин, В. А. Жуковский, К. Н. Батюшков, В. К. Кюхельбекер, А. С. Грибоедов, Д. В. Давыдов, А. С. Пушкин, А. Мицкевич.

До наших дней уцелели лишь основные постройки усадьбы. Главный дом построен в 1806 г. в стиле классицизма предположительно по проекту архитектора школы М. Казакова. Сохранилась старая липовая аллея «Русский Парнас». В 1911–1913 гг. последний владелец Остафьева С. Д. Шереметев установил в усадебном парке памятники Карамзину, Пушкину, Жуковскому, Вяземским [7].

В феврале 1995 г. Указом Президента РФ музей-усадьба «Остафьево» «Русский Парнас» включен в перечень объектов исторического и культурного наследия федерального значения. Здесь ведутся работы по воссозданию первоначального архитектурного ландшафтного образа усадьбы.

Абрамцево. Усадьба «Абрамцево» была крупнейшим центром культурной и художественной жизни XIX в. Она расположена в Сергиево-Посадском районе на северо-востоке Московской области. Первое упоминание об Абрамцеве (пустоши Обрамкова) относится к XVII в. В середине XVIII в. здесь была устроена барская усадьба с большим господским домом, регулярным садом, разбитым на трех искусственных террасах, спускающихся к реке Воре. В 1843 г. усадьба стала собственностью русского писателя Сергея Тимофеевича Аксакова. При жизни Аксаковых их дом в Абрамцеве посещали Н. В. Гоголь, И. С. Тургенев, М. С. Щепкин, М. П. Погодин и другие представители

литературы и искусства тех лет. В 1859 г. С. Т. Аксаков скончался, и жизнь в Абрамцеве на некоторое время затихла [9].

В 1870 г. опустевший абрамцевский дом приобрел Савва Иванович Мамонтов – крупный промышленник. С. И. Мамонтов привлекал в Абрамцево музыкантов, артистов и художников. В течение многих лет в имении Мамонтова отдыхали и творили И. Е. Репин, В. Д. Поленов, М. М. Антакольский, В. М. Васнецов, М. В. Нестеров, М. А. Врубель, В. А. Серов, Ф. И. Шаляпин, Н. И. Забела.

В 1878 г. здесь образовался Абрамцевский художественный кружок. Членов этого кружка объединяло общее стремление к дальнейшему развитию русского национального искусства, опиравшегося на народное творчество и его художественные традиции. Абрамцевский художественный кружок сыграл большую роль в развитии национальной художественной культуры России конца XIX – начала XX в. После революции усадьба была превращена в музей. В усадьбе сохранились парк, дом, баня (1873 г.), церковь (1872 г.).

Мураново. Усадьба «Мураново» (Пушкинский район), снискавшая себе в свое время славу известного «литературного гнезда» Подмосковья, располагается недалеко от усадьбы «Абрамцево». С историей усадьбы самым тесным образом связаны имена Е. А. Баратынского и Ф. И. Тютчева – двух крупнейших поэтов России. С августа 1920 г. здесь открыт музей, знакомящий посетителей с жизнью и творчеством этих поэтов [3].

В музейной экспозиции Муранова представлены ценные произведения изобразительного искусства. К дому-музею примыкает парк, в котором сохранились березы и сосны, посаженные еще при Е. А. Баратынском.

Мелихово. Город Чехов (до 1954 г. Лопасня) расположен в южном Подмосковье, на берегах реки Лопасня (приток Оки). Первое упоминание о Лопасне встречается в Ипатьевской Летописи 1176 г. Село Лопасня сложилось из деревни Бадеево (известна с 1401 г., в XVI–XVIII вв. принадлежала Троице-Сергиевому монастырю), сел Зачатьевского (известно с XVII в.) и Садки (известно с XVII в.). Именно на этом месте и возник город, носящий имя великого русского писателя, который в 1892–1898 гг. жил неподалеку от Лопасни, в деревне Мелихово [6].

Имение постройки XIX в. в Мелихово семья Чехова купила в 1892 г. Здесь Чеховым было написано более 40 произведений, среди них: «Дом с мезонином», «Палата №6», «Ионыч», «Крыжовник», «Человек в футляре» и другие, пьесы «Чайка», «Дядя Ваня», принесшие писателю мировую славу. При участии сестры Чехова Марии Павловны и его племянника Сергея Михайловича в 1940 г. был основан мелиховский музей. Здесь находятся дом писателя, флигель, где он работал над своими произведениями, школа, построенная по его инициативе, парк с садом, «Аллея любви», по которой прогуливался писатель, а также можно полюбоваться огородом «Уголок Франции», открыта экспозиция музея «Амбулатория доктора Чехова».

В Мелихово постоянно проходят музыкальные и театральные вечера и фестивали, гуляния и праздники, рождественские елки, театрализованные экскурсии.

Недалеко от имения «Мелихово» находится древний мужской монастырь Свято-Вознесенская Давидова Пустынь. Монастырь был основан в 1515 г. месточтимым святым Давидом, учеником преподобного Пафнутия Боровского. Подворьем Давидовой Пустыни является святой источник в древнем селе Талеж, которое было упомянуто в духовной грамоте Ивана Калиты в 1339 г. Святой источник в Талеже является центром многочисленных паломнических туров [10].

Туристы, посещающие литературно-мемориальный музей заповедник А. П. Чехова «Мелихово», имеют возможность соприкоснуться с культурно-православными ценностями этой земли [10]. Все это обуславливает развитие таких видов туризма как

литературно-биографический, историко-литературный, литературно-художественный, познавательно-религиозный, культурно-познавательный, паломнический.

Усадьбы и исторические памятники Подмосковья играют большую роль в привлечении туристов [8]. Как правило, на их территории находятся музеи, которые позволяют сохранять материалы о жизни и деятельности великих людей, оставивших значительный след в истории. Старинные усадьбы нуждаются в охране и инвестициях для их восстановления, т. к. значительная часть усадеб (в отдельных районах до 70%) находятся фактически в руинах или застраиваются посторонними объектами. Большую роль в восстановлении усадеб играют энтузиасты-волонтеры.

Список литературы

1. Александрова, А. Ю. Туризм и рекреация в России [Текст] / А. Ю. Александрова // Международный туризм в портретах выдающихся личностей ; под. ред. д-ра геогр. наук А. Ю. Александровой. – М. : Крокус, 2003. – С. 147–149.
2. Водно-болотные угодья Московской области : природные, экономические и историко-культурные аспекты [Текст] / М. А. Аршинова [и др.] ; под ред. И. Е. Каменновой, Т. Ю. Минаева, Е. В. Ротшильда. – М. : Wetlands international-Russia Programme, 2009. – 89 с.
3. Города Подмосковья. Книга 2. [Текст] / отв. редактор академик В. Л. Янин. – М. : Московский рабочий, 1980. – С. 300–460.
4. Ильин, М. А. Подмосковье : Книга-спутник по древним подмосковным городам, сёлам и старым усадьбам (XIV–XIX вв.) [Текст] / М. А. Ильин. – Изд. 3-е, исправл., дополн. – М. : Искусство, 1974. – 272 с.
5. Куделин, П. Г. Вокруг Москвы [Текст] / П. Г. Куделин ; ред. Л. Дудорова. – М. : Московский рабочий, 1963. – 240 с.
6. Осокин, В. Н. Жемчужины Подмосковья [Текст] / В. Н. Осокин. – М. : Реклама, 1972. – 158 с.
7. Попадейкин, В. И. Тропами Подмосковья [Текст] / В. И. Попадейкин, В. В. Струков, А. М. Тарунов. – Издание 4-е, перераб. и доп. – М. : Московский рабочий, 1989. – 411 с.
8. Чудновский, А. Д. Социально-экономическое развитие регионов России как фактор формирования спроса на туристские услуги [Текст] / А. Д. Чудновский. – М. : КНОРУС, 2003. – 166 с.
9. Музей-заповедник «Абрамцево» : официальная страница [Электронный ресурс] // Информационный портал «Музеи России». – URL : http://www.museum.ru/M470. Проверено 05.03.2012.
10. Ростуризм [Электронный ресурс] / Официальный сайт Федерального агентства по туризму Министерства культуры Российской Федерации. – URL : http://www.Russiatourism.ru. Проверено 05.03.2012.

РЕГУЛИРОВАНИЕ РЕКРЕАЦИИ В УСЛОВИЯХ МЕГАПОЛИСА (на примере природно-исторического парка «Битцевский лес»)

REGULATION OF RECREATION IN A MEGAPOLIS (by an example of natural-historical park «Bitcevskiy forest»)

С. Н. Жаринов, *аспирант географического факультета МГУ имени М. В. Ломоносова; snsharinov@mail.ru*

S. N. Zharinov, *Moscow State University, postgraduate; snsharinov@mail.ru*

Аннотация. *В статье рассмотрены подходы к регулированию рекреации в условиях мегаполиса на примере природно-исторического парка «Битцевский лес», расположенного в границах города Москвы. Проведенные полевые исследования показали, что рекреационная нагрузка превышает расчетная (допустимую) почти вдвое и ведет к деградации природной среды парка. Для предотвращения негативного воздействия предлагается провести функциональное зонирование территории парка.*

Ключевые слова*: рекреация, допустимые нагрузки, природно-исторический парк, функциональное зонирование*

Abstract. *The article considers the approaches to the management of recreation in a metropolis as an example of natural-historical park «Bitsevsky Forest», which is located within the city of Moscow. Conducted field studies have shown that the recreational load almost twice exceeds the calculated (acceptable) and leads to degradation of the natural environment of the park. To prevent the negative impact we proposed functional zoning to the park.*

В последнее время остро стоит проблема организации отдыха городского населения, в решении которой значительная роль принадлежит паркам. Зеленая окраска листьев насаждений парка, их тихий шелест, наличие в воздухе фитонцидов, повышенное содержание в воздухе кислорода оказывают благоприятное физиологическое действие на нервную систему человека, укрепляют здоровье человека и улучшают его работоспособность [3].

Гармоничное развитие человека возможно в тесной связи с природой, служащей мощным средством воспитания, познания прекрасного и закономерностей жизни. Кроме того, общение с природой в значительной мере снижает нагрузки, дает разрядку человеческому организму. Отрицательное воздействие на человека ряда неблагоприятных факторов городской жизни значительно снижается умелым размещением в городе зеленых насаждений [1].

Природные территории, особенно расположенные в границах городов, более всего подходят для кратковременного отдыха населения. Специфика городов связана не только с их площадью, численностью населения, экономическим и социальным значением, но и с географическим положением, природно-климатическими условиями, которые обусловливают особенности проектирования и организации озелененных территорий, различных по их рекреационному потенциалу. В связи с этим при градостроительном проектировании должны быть предусмотрены озелененные территории для отдыха, которые обеспечили бы потребность населения и одновременно сохраняли окружающую среду.

Рекреация (лат. recreatio – восстановление, синоним: отдых) – восстановление физических и духовных сил человека, повышение уровня здоровья и работоспособности. Практически под рекреацией понимают отдых после рабочего (учебного) дня, рабочей недели, во время очередного отпуска или каникул. Рекреация тесно связана с формами проведения человеком свободного времени, где разнообразные занятия, направленные на восстановление здоровья и физических сил, всестороннее развитие личности, улучшают социальную обстановку городов. Поэтому в содержании и формах организации рекреационной деятельности происходят постоянные изменения, постепенно повышается значение активных видов отдыха [2].

Цель исследования – анализ подходов к регулированию рекреации в условиях мегаполиса на примере территории природно-исторического парка «Битцевский лес», расположенного в черте города Москвы.

Природно-исторический парк «Битцевский лес» – это особо охраняемая природная территория, расположенная на юго-западе Москвы. Парк создан в 1992 г. на базе Битцевского лесопарка – это первый в России природный парк, организованный по инициативе жителей близлежащих районов города для сохранения животного и растительного мира [7]. Протяженность парка с севера на юг – 10 км, с запада на восток – 1,5–4 км, площадь – 2 208,4 га.

Территория Битцевского леса включает в себя природные комплексы и объекты, имеющие значительную экологическую ценность и предназначенные для использования в природоохранных, просветительских и рекреационных целях. Особое градостроительное значение, а вместе с ним и экологическое, природно-исторический парк имеет как рубеж между крупными жилыми районами Коньково, Тёплый Стан, Ясенево и Зюзино в Юго-Западном АО и Чертаново Северное, Центральное и Южное в Южном АО. Природный комплекс парка выполняет функции экологического барьера, снижающего негативное влияние плотно застроенных жилых массивов друг на друга; улучшает микроклимат и состояние окружающей среды в прилегающих к нему кварталах жилой застройки, существенно повышает комфортность проживания людей в них, что имеет и большое социальное значение. Ведь природно-исторический парк «Битцевский лес» – это легкодоступная природная территория, предоставляющая возможности для разнообразных видов отдыха именно в природном окружении: прогулки в лесу, тихий отдых, занятия физкультурой и спортом всем слоям населения.

Рекреационное воздействие на природные сообщества, растительный и животный мир парка проявляется в самых разнообразных формах: от незначительного нарушения напочвенного покрова при собирательстве до полной деградации лесных и луговых экосистем в местах массового неупорядоченного отдыха, приуроченных, как правило, к периферийным участкам леса и лугам. К основным видам воздействия рекреации на лесные и луговые сообщества здесь, как и ко всем другим природным территориям Москвы, относятся вытаптывание травяной растительности с последующим уплотнением и деградацией почвы, механическое повреждение кустарников и деревьев, разведение костров, сбор цветов, ягод, грибов, лекарственных растений, беспокойство животных, замусоривание территории.

На территории природно-исторического парка, который оказался в зоне массового рекреационного использования с начала 1970-х годов, наиболее распространен повседневный прогулочный отдых, охватывающий практически всю его территорию, а также отдых на детских площадках и площадках тихого отдыха [5]. Местоположение этой ООПТ среди крупных жилых районов обусловливает достаточно высокую ежедневную посещаемость его местным населением и высокие рекреационные нагрузки на природные сообщества. Рекреационные нагрузки на парк очень высоки, однако следует учитывать, что основная часть отдыхающих передвигается по прогулочным дорогам и тропам, не причиняя сколько-нибудь ощутимого ущерба природным экосистемам, растительному и животному миру территории.

Рекреационная нагрузка – степень влияния отдыхающих людей на естественные природные комплексы или рекреационные объекты, обычно выражается в количестве людей или человеко-дней на единицу площади или на рекреационный объект за определенный промежуток времени. В соответствии с приложением к Постановлению Правительства Москвы от 06.08.2002 №623 ПП «Об утверждении норм и правил проектирования комплексного благоустройства на территории города Москвы МГСН 1.02-02» рекреационная нагрузка территории парка рассчитывалась по формуле:

$$R = Ni/Si,$$

где R – рекреационная нагрузка, Ni – количество посетителей объекта рекреации, Si – площадь рекреационной территории.

Согласно методике количество посетителей, одновременно находящихся на территории, рекомендуется принять 10–15% от численности населения, проживающего в зоне доступности от объекта рекреации. Зона доступности объекта рекреации определяется его типом. Так для лесопарков зона доступности составляет 15–20 минут транспортом. Предельно допустимые значения рекреационной нагрузки составляют для лесопарков 50 чел./га (табл. 31) [6]. В случае невозможности предотвращения превышения нагрузок следует предусматривать формирование нового объекта рекреации в зонах доступности.

Таблица 31.

Ориентировочный уровень предельной рекреационной нагрузки (Источник: [6])

Тип рекреационного объекта города	*Предельная рекреационная нагрузка – число единовременных посетителей, чел./га*	*Радиус обслуживания населения (зона доступности)*
Леса	Не более 5	–
Лесопарки	Не более 50	15–20 мин. трансп. доступн.
Сады	Не более 100	400–600 м
Парки (многофункциональные)	Не более 300	1,2–1,5 км
Скверы, бульвары	100 и более	300–400 м

В зоне транспортной доступности 15–20 минут находятся жители близлежащих районов: Зюзино, Черемушки, Коньково, Ясенево, Теплый стан, Северное Бутово, Южное Бутово, Северное Чертаново, Центральное Чертаново, Южное Чертаново. Расчеты показывают, что нагрузки на парк достаточно велики [6, 8]:

$$Ni = (178\,989 + 87\,638 + 121\,668 + 101\,847 + 152\,058 + 125\,923 + 180\,652 + 142\,085 + 111\,967 + 110\,641) \times 0{,}15 = 197\,020 \text{ чел.}$$

$$Si = 2\,208{,}4 \text{ га}$$

$$R = 197\,020/2\,208{,}4 = 89 \text{ чел./га},$$

где Ni – 15% граждан, проживающих в 15–20 минутной транспортной доступности от природно-исторического парка «Битцевский лес»;

Si – площадь природно-исторического парка «Битцевский лес»;

R – рекреационная нагрузка на природно-исторический парк «Битцевский лес».

Согласно таблице 1, 89 чел./га – это высокий показатель, значительно превышающий предельно допустимую нагрузку (50 чел./га) и отражающий необходимость строго регулирования (табл. 32) режима использования территорией посетителями и ее специального обустройства [6].

Таблица 32.

Комплексное благоустройство территории ПК в зависимости от рекреационной нагрузки [6]

Рекреационная нагрузка, чел/га	*Режим пользования территорией посетителями*		*Мероприятия благоустройства и озеленения*
До 5	Свободный	–	–
5–25	Средне-регулируемый	Движение преимущественно по дорожно-тропиночной сети. Возможно пользование полянами и лужайками при условии специального систематического ухода	Организация дорожно-тропиночной сети плотностью 5–8%, прокладка экологических троп
26-50			Организация дорожно-тропиночной сети плотностью 12–15%, прокладка экологических троп, создание на опушках полян буферных и почвозащитных посадок, применение устойчивых к вытаптыванию видов травянистой растительности, создание загущенных защитных полос вдоль автомагистралей, пересекающих лесопарковый массив или идущих вдоль границ

Продолжение Таблицы 32.

51–100	Строго-регулируемый	Движение только по дорожкам и аллеям. Отдых на специально оборудованных площадках, интенсивный уход за насаждениями, в т. ч. их активная защита, вплоть до ограждений	Функциональное зонирование территории и организация дорожно-тропиночной сети плотностью не более 20–25% , буферных и почвозащитных посадок кустарника, создание загущенных защитных полос вдоль границ автомагистралей. Организация поливочного водопровода (в т. ч. автоматических систем полива и орошения, дренажа, ливневой канализации, наружного освещения, а в случае размещения парковых зданий и сооружений – водопровода и канализации, теплоснабжения, горячего водоснабжения, телефонизации. Установка мусоросборников, туалетов, МАФ
Более 100			Организация дорожно-тропиночной сети плотностью 30–40% – более высокая плотность дорожек ближе к выходам и в зонах активного отдыха, высокий уровень благоустройства как для нагрузки 51–100 чел./га, огораживание декоративными оградами участков с ценными насаждениями или растительностью вообще

Учитывая, что численность населения этих районов постоянно растет (строительство многоэтажных домов, расширение границ города Москвы), то и количество посетителей парка тоже будет расти, что грозит дигрессией природной среды парка, которая уже наблюдается в настоящий момент.

Изменения природной среды под воздействием рекреационного использования лесной территории были оценены по стадиям дигрессии, интенсивность которой предусматривает 3 стадии (табл. 33) [4].

Полевыми исследованиями и анализом космических снимков высокого разрешения было выявлено, что для парка требуется регулирование рекреации, поскольку большая его часть (более 60% площади) находится на 2-й стадии рекреационной дигрессии (рис. 33).

В связи с этим необходимо развивать рекреационную деятельность в периферийных частях парка (создание туристических, экологических и велосипедных троп, а в зимний период лыжных трасс; оборудование пикниковых точек; благоустройство беседок, спортивных и детских площадок; создание и благоустройство дорожно-тропиночной сети), тем самым предоставляя возможность для сохранения экосистем в центральной части парка.

Таблица 33.

Характеристика рекреационной дигрессии [4]

Стадия	*Характеристика рекреационной дигрессии*
1	Изменений лесной среды нет. Регулирование рекреационного использования не требуется.
2	Изменения лесной среды средней степени. Требуется регулирование рекреационных нагрузок.
3	Изменение лесной среды сильной степени. Требуется строгий режим рекреационного использования.

Рекреация в той или иной мере распространена на всей территории природно-исторического парка и, в зависимости от силы её проявления, вызывает большую или меньшую деградацию природных сообществ. Там где развит массовый отдых, лесные и луговые биотопы замещаются насаждениями паркового типа и другой чуждой для естественной природы растительностью.

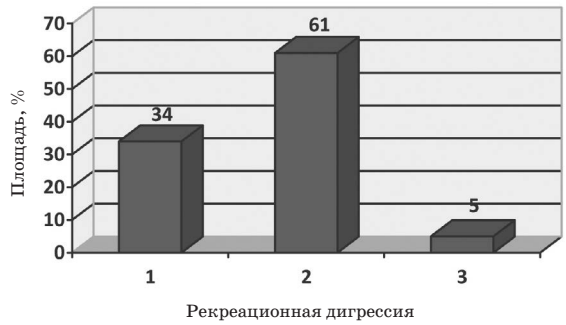

Рис. 33. Стадии рекреационной дигрессии территории парка (пояснения – в табл. 33)

Воздействие на природные комплексы как природных, так и антропогенных факторов, влечет за собой изменение составляющих биогеоценозов, поэтому в ходе исследования территории парка была проведена градация выделов по санитарно-гигиеническому состоянию.

Санитарное состояние определяют исходя из степени наличия в пределах выдела факторов, ухудшающих состояние природной среды (шум, захламленность, переувлажненность воздуха и почвы, перегущенность насаждений и т. п.). Эту оценку проводят по трехбалльной шкале (табл. 34).

Таблица 34.

Характеристика санитарно-гигиенической оценки [4]

Санитарно-гигиеническая оценка	*Характеристика санитарно-гигиенической оценки*
1	Выдел с отсутствием или небольшим присутствием негативных факторов
2	Выдел, в котором неблагоприятные факторы создают значительное влияние на санитарное состояние выдела
3	Выдел, в котором неблагоприятные факторы создают неудовлетворительное санитарное состояние выдела

Выявлено, что влияние неблагоприятных факторов на санитарно-гигиеническое состояние территории минимально на 47%, состояние, близкое к критическому – на 46%, 7% – неудовлетворительное (рис. 34).

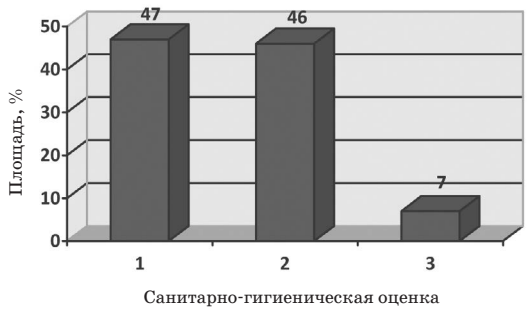

Рис. 34. Санитарно-гигиеническая оценка территории парка (пояснения – в табл. 34)

Необходимым условием нормального функционирования природных экосистем природно-исторического парка является упорядочение рекреационного использова-

ния его территории посредством локализации мест массового отдыха, путём выделения их в рекреационные центры и соответствующего обустройства, прокладки прогулочных маршрутов, оборудования стационарных площадок отдыха и усиления мер по соблюдению установленного в природно-историческом парке режима особой охраны и использования территории (рис. 35).

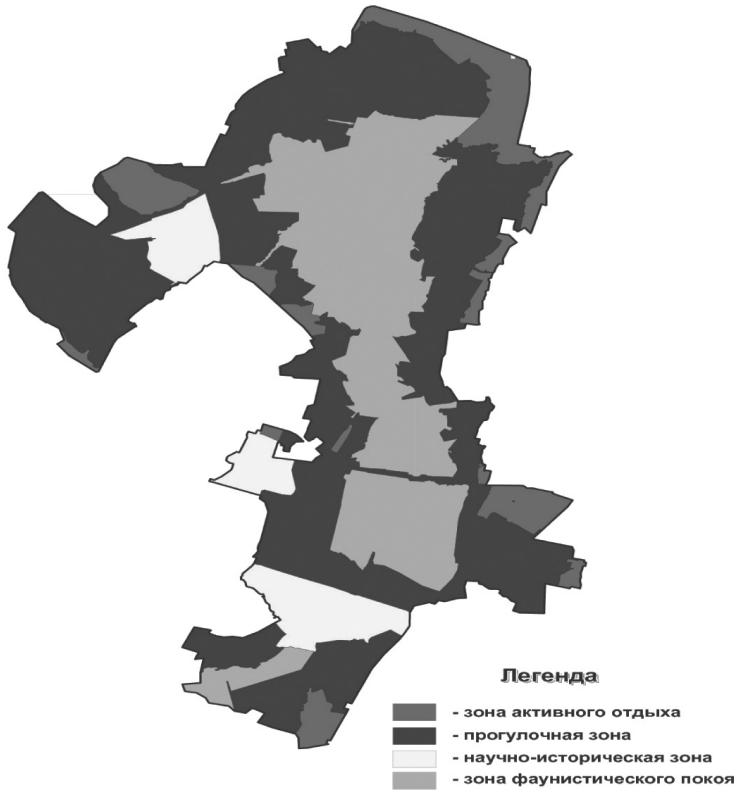

Рис. 35. Схема функциональных зон

Целесообразно в целях сохранения природных объектов парка выделить на его территории 4 зоны: активного отдыха, прогулочную, научно-историческую, фаунистического покоя. Это позволит оптимизировать рекреационное использование территории жителями г. Москвы.

Список литературы

1. Битюкова, В. Р. Принципы и методы комплексной оценки экологического состояния городской среды (на примере г. Москвы) / В. Р. Битюкова // Проблемы урбанизации на рубеже веков. – Смоленск : Ойкумена, 2002. – С. 189–197.
2. Бурт, Ю. И. О рекреационных потребностях населения СССР / Ю. И. Бурт // Архитектура и отдых : Сб.науч. тр. ЦНИИЭП Учебных зданий. – 1978. – Вып. 6. – С. 9–14.
3. Гостев, В. Ф. Проектирование садов и парков : уч. для техникумов / В. Ф. Гостев, Н. Н. Юскевич. – М. : Стройиздат, 1991. – 340 с.
4. Гусев, Н. Н. Лесоустройство: учебник / Н. Н. Гусев, В. В. Заварзин, В. А. Солдатов ; под ред. А. Н. Филипчука ; МПР РФ. – М. : ВНИИЛМ, 2004. – 288 с.
5. Проект организации и развития лесопаркового хозяйства природного парка Битцевский лес / Центральное лесоустроительное предприятие – М., 1996. – Т. 1. – Кн. 1. – (Фондовые материалы администрации п/парка «Битцевский лес»).

6. Постановление Правительства Москвы от 06.08.2002 №623 ПП «Об утверждении норм и правил проектирования комплексного благоустройства на территории города Москвы МГСН 1.02-02» [Электронный ресурс] // Московский портал. – URL : http://www.moscow-portal.info/law1/mix_yv/d_cqgyr/index.htm. Проверено 06.04.2012.
7. Битцевский лес : особо охраняемая территория регионального значения [Электронный ресурс] // Сайт : ПИП «Битцевский лес». – URL : http://www.bitsevskipark.ru/. Проверено 08.04.2012.
8. Муниципальная статистика [Электронный ресурс] // Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по г. Москве. – URL : http://moscow.gks.ru/munstat/default.aspx. Проверено 09.04.2012.

ПРОЕКТ ДИВЕРСИФИКАЦИИ В ТУРИНДУСТРИИ МУНИЦИПАЛЬНОГО РАЙОНА

Н. А. Канаева, *младший научный сотрудник Воронежского инженерного авиационного университета, Воронеж; minaevantx@rambler.ru*

Аннотация. *В работе излагается история развития экологических и тур проектов и описывается их современное состояние в конкретном, Бобровском районе Воронежской области. Предлагается проект организации диверсифицированного комплекса на базе фермерского хозяйства. Приводится описание модели комплекса.*

Ключевые слова: *экологический и сельский туризм, организация диверсифицированного комплекса*

Проекты туриндустрии в Бобровском районе Воронежской области начинались и развиваются силами энтузиастов, и все этапы, как и исходные идейные посылки, вполне идентичны подобным проектам, которые развивались в стране, и в частности нашли отражение в Трудах Конференций [1–4, 6, 7].

Начало развитию экологической активности в районе было положено в 1990 г., когда по инициативе нескольких энтузиастов, организовавших поддержку Министерства водного хозяйства России, Академии наук и ВГУ, была проведена комплексная экспедиция по реке Битюг, составляющей, наряду с Хреновским бором, базовую экологическую ценность Бобровского района. Комплексность определялась составом участников экспедиции, в которую входили представители различных направлений науки (от биологии до системных аналитиков) и практической деятельности (управление водным хозяйством, охрана окружающей среды, журналисты, лесники, аграрии, геологи и т. д.).

Заключительный вывод экспедиции был благоприятным и утверждал доказательно на основе измеряемых данных, что экологическая система лес-река пребывает в удовлетворительно стационарном состоянии (как пример, прозрачность воды в глубинных местах доходит до 5 метров, донные отложения искони и традиционны, биоразнообразие системы стационарно и т. д.). Предложение экспедиции о развитии экологического туризма нашло отражение в виде нескольких публикаций в областных СМИ и на телевидении.

Далее в этой деятельности наступил перерыв до 2003 г., вследствие кардинальных изменений в экономике и устройстве страны. В 2003 г. экологическая деятельность в Бобровском районе возродилась, и в 2004 г. состоялся рабочий семинар по проекту «Сохраним Бобровский край» на тему «О привлечении инвестиций в эко-

логические проекты» [5]. Организаторы: Воронежская областная экологическая инспекция, Администрация Бобровского района Воронежской области, Воронежская региональная общественная экологическая организация «Сохраним Бобровский край» (ВРОЭКО «Собор»), Воронежский государственный университет, Воронежская инвестиционная палата, Российская международная академия туризма, Агентство научных туров РАН-РМАТ, Бобровское информационное агентство «Справка». Участники: руководители района и области, бизнесмены, менеджеры, сотрудники природоохранных и экологических служб области и города, экологические активисты – общественники, педагоги, ученые – экологи, охотоведы, юные натуралисты.

Тематика: правовые аспекты природоохранной деятельности (новые методики, обзор опыта); проблемы создания Национального Парка на базе Хреновского бора и реки Битюг, организации народного экологического мониторинга и взаимодействие общественных организаций с муниципальными и областными органами инспекции, организации экологического туризма в природоохранных зонах, разработки бизнес-планов по экологическим проектам и привлечения инвестиций, подготовки и переподготовки кадров.

Участники получили буклеты, в которых содержались: общая информация о Бобровском крае и возможных местах размещения и маршрутах: лес, кони, река, охота, рыбалка, этнографический музей, краткие описания, фото, карта района, и общая информация о Воронежской региональной общественной экологической организации *«Сохраним Бобровский Край»*.

На основе выступлений Воронежский государственный университет издал материалы под названием: «Сохраним Бобровский край». Знаковым в культурном отношении были стихи поэтов Е. Исаева, Д. Попова, В. Шуваева, прозвучавшие на семинаре и включенные в издание, и комментарии на статью В. Пескова и А. Исаева в защиту леса.

Особо следует подчеркнуть значение деятельности Воронежской региональной общественной экологической организации «Сохраним Бобровский край». Организация была создана в 2004 г. по инициативе той же группы энтузиастов – жителей г. Бобров и ученых из г. Воронежа и г. Москвы. Деятельность членов организации была ориентирована на поддержку экологических инициатив жителей района и их объединений, содействие разработке и внедрению эффективных методов решения проблем охраны окружающей среды, содействие развитию взаимопонимания и сотрудничества с другими территориями в области экологии и осуществлялась в тесном контакте с академическими и университетскими кругами. В планах работы общественной экологической организации «Сохраним Бобровский край» был предусмотрен выпуск литературы по экологической тематике, проведение конференций, семинаров, привлечение общественности, и, самое главное, молодежи к задачам рационального использования природных ресурсов в современных условиях. Одной из реальных целей проекта являлась просветительская и воспитательная деятельность в интересах жителей данного региона. Проект ориентировался на развитие культуры использования природных ресурсов в современных условиях. Предполагалось и реализовано к настоящему времени:

1. Создание атласа компьютерных карт Прибитюжья при широком привлечении учащейся молодежи и преподавателей естественных дисциплин школ Бобровского района.
2. Проведение семинаров для учителей, учёных, студентов, специалистов – экологов по малым рекам, с приглашением профессионалов по отдельным вопросам из Москвы, Воронежа и других регионов.

3. Создание научных туров (экология, гидрология, этнография, социология) по маршрутам в пределах бассейна р. Битюг и Хреновского бора.

Активность экологической организации «Сохраним Бобровский край» получила международное признание. В 2005 г. Британский Совет/Отдел Культуры Посольства Великобритании при поддержке Министерства охраны окружающей среды, продовольствия и развития сельских районов Великобритании («Defra») предоставил Воронежской региональной общественной экологической организации «Сохраним Бобровский край» грант (целевое пожертвование) для проведения проекта «Поддержка общественного движения за создание особо охраняемой территории в бассейне р. Битюг». Цель проекта SEPS-371 – методическое и организационное обеспечение общественного экологического движения в Бобровском районе как необходимого условия сохранения биоразнообразия в бассейне р. Битюг на основе принципов устойчивого развития, а именно:

- предоставление организационной и методической помощи региональной экологической организации «Сохраним Бобровский край», занимающейся природоохранной деятельностью;
- поддержка традиционных видов деятельности (пчеловодство, коневодство, народные промыслы, и др.), что должно повысить уровень занятости населения и способствовать сохранению природных ресурсов;
- развитие методической основы значимой экологической деятельности населения, направленной на охрану и улучшение состояния окружающей среды, вовлечение в эту работу широкого круга активной части населения (учителей, школьников, студентов, бизнесменов и пр.) и представителей местной власти, обеспечение информированности населения по проблемам экологии с целью формирования новых знаний, взглядов, навыков;
- разработка обосновывающих материалов по созданию Особо охраняемой природной территории регионального значения «Природный парк Бобровский».

Одной из существенных активностей проекта было развитие экологического туризма в районе на базе существующего биоразнообразия, что включало в себя, в частности, создание экологических постов наблюдения на Памятниках природы Бобровского района и осуществление мониторинга в летний, осенний и зимний периоды. К этой работе были привлечены экологи-энтузиасты, юные натуралисты г. Боброва, учащиеся школ района. Существенной была исследовательская компонента проводимых мероприятий. В календарном плане работ предусматривалась разработка трех экологических туристских маршрутов, проведение экспедиции в бассейне р. Битюг, разработка предложений по поддержке экологически ориентированных видов хозяйственной деятельности в районе, разработка методических материалов по устойчивому развитию территории: экологический мониторинг силами общественности, экологически ориентированное хозяйствование, сохранение биоразнообразия, экологический туризм.

Предусматривались и были проведены несколько семинаров по направлениям: сохранение биоразнообразия и экологический туризм. По итогам проведенных мероприятий Гранта были выпущены специальные буклеты-листовки, как раздаточные материалы. Более подробная информация изложена на сайте Агентства научных туров (агентство образовано совместно РАН и РМАТ) [8].

Экологический туризм. В процессе выполнения работ была сформулирована основная целевая установка: экологический туризм является одним из существенных механизмов охраны окружающей среды, поскольку эффективный и рационально мыслящий бизнес ориентирован на сохранение ресурса, приносящего прибыль. Отмечалось, что повышение качества обслуживания в малых формах турбизнеса обеспечит

повышение потока въездных клиентов, что обеспечит и приток части отечественных клиентов среднего класса. Кроме всего прочего, не стоит пренебрегать венчурным капиталом, благотворительными западными фондами, грантами и пожертвованиями.

Дополнительные возможности возникают также при включении турбизнеса в более крупные нетуристские проекты, а также обратные включения нетуристских проектов в турбизнес. Это и есть пример ***диверсификации*** в организации экономических проектов.

Проблемы с развитием туризма в России приводят к выводу о необходимости поиска новой формы ведения малого турбизнеса. Рентабельность такой формы бизнеса возможна только в смешанной форме с привлечением долей капитала с разными сроками окупаемости и разной нормой прибыли из разных источников:

- федеральные и местные программы и инвестиции;
- банковские кредиты;
- благотворительные фонды, гранты и пожертвования;
- акционерные общества для среднего бизнеса с коротким сроком окупаемости части вложенного капитала;
- средства населения.

Это тоже пример ***диверсификации***, но уже в финансовой сфере.

Туры и проекты. В течение 2007–2009 гг. на территории Хреновского бора в летнее время проводились туры: «Конные маршруты», «За сказкой на Битюг», «В зоопарк на Битюг», разработанные в рамках проекта Британского Совета [8, 9, 10]. Кроме отдельных туров, коллективом ВРОЭКО «Собор» был предложен проект комплексного развития туриндустрии района в виде серии усадеб аграрного и туристско-рекреационного направления на правобережных холмах реки Битюг. Размещение усадеб предлагается осуществить на землях сельских поселений, что легко реализуемо в силу существующего законодательства. Кроме того, может быть использована уже развитая инфраструктура сельских поселений.

В состав Усадьбы предлагается включить базовый жилой фермерский комплекс, дома для приема туристов и вспомогательные сооружения. Ландшафт правобережья позволяет реализовать горнолыжные проекты, чему есть заключение представителей Русской горнолыжной школы, имеющих опыт обустройства таких склонов в Москве и окрестностях Москвы. В целом, предполагается ориентировать усадьбу на круглогодичную эксплуатацию и горнолыжные, лыжно-равнинные, конно-спортивные и водные занятия. Предлагаемое размещение на холмах сильно снижает давление тургрупп на лесной массив Хреновского бора, расстояние до которого измеряется несколькими километрами.

Бор легко достигается в процессе туров и остаётся вне давления в свободное у туристов время. Широкая пойма реки обеспечивает простор для летних и зимних конных маршрутов вдоль реки. Река находится в нескольких десятках, не более полутора сотен, метров.

Модель диверсификации.

Проект усадьбы, как формы туристско-рекреационного комплекса для района, предполагает естественную необходимость диверсификации экономического уклада хозяйства. В качестве базового элемента хозяйства естественно принять эффективное фермерское хозяйство, к которому присоединяется турпроект. Подключение ещё одной интенсивности возможно в случае излишка ресурса или более эффективного использования используемого в агропроизводстве. Традиционный подход использовал ресурс времени, – в летнее время производство, в зимнее – промысел, например отхожий, или кустарное ремесло.

В настоящем проекте выделяется три блока: Агродеятельность, Туристско-рекреационные услуги, Строительство туристско-рекреационного комплекса.

Блок «Агропроизводство» описывается традиционным способом в виде линейной производственной модели, где присутствует набор технологий с переменными – интенсивностями использования технологий. Каждый технологический процесс характеризуется вектором затрат-выпусков. Размерность вектора определяется перечнем используемых ресурсов и выпуском продукции. Рассмотрены два варианта: а) переменные – это размеры площадей под отдельные культуры с заданными нормативами потребления ресурсов и выходов продукции при севооборотных ограничениях; б) вариант с переменными площадями под севооборотами при заданном их наборе. Для каждого фермерского хозяйства характерен свой масштаб производства, как правило, не очень значительный, можно сказать, средний. Следствием среднего масштаба является склонность к специализации производства и уменьшение чисто аграрных приёмов ведения хозяйства, т. е. севооборотной технологии более предпочитаются химические приёмы ведения земледелия. Соответственно, компоненты вектора технологий включают потребление химических ресурсов. Вследствие этого (что с точки зрения общности моделирования непринципиально) предполагается, что характеристики технологий в смысле выпуска продукции не зависят от предыстории, принятие решений о выборе технологий на каждый год зависит от модели рыночного спроса и модели прогноза погодных и климатических условий.

Указанные соображения определяют структуру базы данных для конкретной модели.

В качестве критерия принимается прибыль производства. Принципиально важной характеристикой аграрного производства является государственная политика налогообложения, распространяемая на ведение фермерского хозяйства, что находит отражение в записи критерия задачи.

Блок «Туристско-рекреационные услуги» – предоставление туристских услуг моделируется производственной функцией, описывающей прибыль экономического агента в зависимости от переменных турпроекта: общих затрат для группы, затрат на человека в сутки, числа людей в группе, числа дней похода, затрат на обслуживающий персонал, стоимости путёвки. Затраты определялись организацией маршрута, обслуживанием и страховкой группы туристов и лошадей.

Блок «Строительство туристско-рекреационного комплекса» – строительство описывается в агрегированном виде, как план-график инвестиционного проекта с традиционными этапами: строительства, эксплуатации, и расчётом времени окупаемости.

Блоки связаны строкой материальных ресурсных ограничений, финансами и производственного времени.

Основная особенность введения диверсификации в форме туристско-рекреационных услуг связана с возможностью использования природных условий производственного потенциала в интересах другого блока.

Цель настоящего исследования состоит в поиске формальных обоснований и методических условий согласования различных типов деятельности фермера.

Формальный вывод: если случайные процессы изменения цен на аграрную продукцию и цен на туруслуги не связаны, то использование дополнительного производства услуг уменьшает неопределённость (волатильность) финансовых результатов агропроизводства.

Построенная система моделей позволяет проводить различные вычислительные эксперименты при разных сценариях управлений и неконтролируемых факторов и получать количественные и качественные оценки принимаемых решений в диверсифицированной системе производства продукции и услуг.

Выводы:

1. Проблемы развития провинциального, сельского, эко-агротуризма для данного района те же, что и для всех районов страны. Подходы к их решению и результаты также совпадают.
2. Энтузиазм отдельных активистов не иссякает, что вселяет надежду в расцвет сельского туризма в стране, подобно тому, как это реализовалось в Европе и других странах.
3. Разработанные модели диверсификации и вычислительные эксперименты создают аргументированную базу для выбора рациональной структуры производства агротурпродукта.
4. Главное в рационально организованном диверсифицированном хозяйстве начало процесса, далее процесс будет развиваться по инерции.

Список литературы

1. Даитов, В. В. Зарубежный опыт развития деревенского туризма / В. В. Даитов // Труды VI междун. науч.-практ. конф. : Туризм и рекреация: фундаментальные и прикладные исследования. (Санкт-Петербург, БАТиП, 27–28 апр. 2011.). С.-Пб., 2011. – С. 464–466.
2. Даитов, В. В. Перспективы развития сельского туризма в южных регионах России / В. В. Даитов // Труды VI междун. науч.-практ. конф. : Туризм и рекреация: фундаментальные и прикладные исследования. (Санкт-Перербург, БАТиП, 27–28 апр. 2011.). С.-Пб., 2011. – С. 462–464.
3. Здоров, М. А. Концептуальная модель развития аграрного туризма в Ленинградской области / М. А. Здоров // Труды VI междун. науч.-практ. конф. : Туризм и рекреация: фундаментальные и прикладные исследования. (Санкт-Перербург, БАТиП, 27–28 апр. 2011.). С.-Пб., 2011. – С. 467–472.
4. Лащенко, Н. С. О перспективах развития эко-агротуристического направления в российской провинции: факторы «за» и «против» / Н. С. Лащенко // Труды III междун. науч.-практ. конф. : Туризм и рекреация: фундаментальные и прикладные исследования. (Геогр. ф-т МГУ, 24–25 апр. 2008.). – М., 2008. – С. 132–139.
5. Проект «Сохраним Бобровский край» : материалы рабочего семинара / Воронежский государственный университет. – Воронеж : ВГУ, 2005. – 49 с.
6. Сергеева, Т. К. Сельский туризм: мировая практика и современный российский опыт / Т. К. Сергеева // Труды III междун. науч.-практ. конф. : Туризм и рекреация: фундаментальные и прикладные исследования. (Геогр. ф-т МГУ, 24–25 апр. 2008.). – М., 2008. – С. 132–139.
7. Цыщук, Г. Ю. Организационно-экономические вопросы развития агротуризма на муниципальном уровне / Г. Ю. Цыщук // Труды VI междун. науч.-практ. конф. : Туризм и рекреация: фундаментальные и прикладные исследования. (Санкт-Петербург, БАТиП, 27–28 апр. 2011.). С.-Пб., 2011. – С. 505–511.
8. Бобровский край : проект [Электронный ресурс] // Официальный сайт РАН – РМАТ : Агентство научных туров. – URL : http://www.antran.ru/Russian/Projects_rus/proj_Bobrov.htm. Проверено 15.03.2012.
9. Зимний отдых в Боброве : Новогодние праздники и зимний активный отдых [Электронный ресурс] // Направление : Клуб туризма. – URL : http://napravlenie.info/catalog/element.php?ID=1185. Проверено 07.03.2012.

10. На родину рысака – конные туры выходного дня в Воронежской области : Хреновской конезавод [Электронный ресурс] // Направление : Клуб туризма. – URL : http://www.napravlenie.info/catalog/element.php?ID=1181&PHPSESSID=e1fed1162f2aabc87589e692e536edb3. Проверено 07.03.2012.

РАЗРАБОТКА ГИС «ВОЗОБНОВЛЯЕМЫЕ ИСТОЧНИКИ ЭНЕРГИИ РОССИИ» И ВОЗМОЖНОСТИ ЕЕ ПРИМЕНЕНИЯ ДЛЯ РАЗВИТИЯ РЕГИОНАЛЬНОГО ТУРИЗМА

DEVELOPMENT OF THE GIS «RENEWABLE ENERGY SOURCES IN RUSSIA» AND ITS POTENTIAL APPLICATION FOR REGIONAL TOURISM DEVELOPMENT

С. В. Киселева, *ведущий научный сотрудник НИЛ возобновляемых источников энергии географического факультета МГУ имени М. В. Ломоносова, кандидат физико-математических наук; k_sophia_v@mail.ru*

Л. В. Нефедова, *старший научный сотрудник НИЛ возобновляемых источников энергии географического факультета МГУ имени М. В. Ломоносова, кандидат географических наук; rsemsu@mail.ru*

Н. И. Тульская, *заведующая лабораторией рекреационных исследований кафедры рекреационной географии и туризма географического факультета МГУ имени М. В. Ломоносова, кандидат географических наук; tnadya@mail.ru*

S. V. Kiseleva, *leading researcher, research laboratory of renewable energy sources, Faculty of Geography, Lomonosov Moscow State University, Ph. D. in Phys. and Math., Moscow, Russia; k_sophia_v@mail.ru*

L. V. Nefedova, *senior researcher, research laboratory of renewable energy sources, Faculty of Geography, Lomonosov Moscow State University, Ph. D. in Geography, Moscow, Russia; rsemsu@mail.ru*

N. I. Tulskaya, *head of the laboratory of recreation studies, Department of recreation geography and tourism, Faculty of Geography, Lomonosov Moscow State University, Ph. D. in Geography, Moscow, Russia; tnadya@mail.ru*

Аннотация. *Рассмотрены проблемы и состояние разработки геоинформационной системы по ресурсам и использованию возобновляемых источников энергии (ВИЭ) России. Подробно описаны базы данных и слои ГИС, представленные на разработанном сайте http://www.gis-vie.ru. Показаны возможности и преимущества применения ВИЭ для энергоснабжения рекреационных территорий и развития экологического туризма в регионах, а также те инструменты ГИС, которые могут быть использованы в этих целях.*

Ключевые слова: *возобновляемые источники энергии, геоинформационная система, базы данных, ресурсы солнечной и ветровой энергии*

Abstract. *The problems and the state of development of the GIS «Renewable energy sources of Russia» are considered. There are described in detail the GIS databases and layers that are presented on the developed site http://www.gis-vie.ru. The article demonstrates the possibilities and advantages of the renewable energy use for recreational areas powering and ecological tourism elaboration in the regions, as well as the GIS –tools, that can be used for this purposes.*

Keywords: *renewable energy sources, Geographic Information System, database, resources of solar and wind energy*

Использование возобновляемых источников энергии (ВИЭ) – солнечных, ветровых, геотермальных ресурсов, энергии биомассы и малых рек – приобретают в настоящее время все более широкие масштабы, благодаря быстрому техническому развитию этой отрасли, повышению экономической эффективности проектов, а также возрастающей значимости экологических приоритетов.

Экологические экскурсии и познавательный туризм – традиционные и высокоэффективные формы эколого-просветительской деятельности, причем для национальных парков, в отличие от заповедников, познавательный туризм является наиболее приоритетным направлением эколого-просветительской деятельности. Немаловажное значение для развития экологического туризма – особенно на особо охраняемых природных территориях (ООПТ) – имеют требования к минимальным условиям комфортности, и, в частности, к энергообеспечению стоянок (питание для компьютерной техники, мобильных телефонов, фото- и видеоаппаратуры, обеспечение безопасности во время ночевок). Таким образом, современный экологический и познавательный туризм прочно связан с необходимостью технической оснащенности. Поэтому установки на ВИЭ малой мощности, необходимые для энергообеспечения стоянок, получают за рубежом все большее применение [8].

Несмотря на огромный природно-познавательный потенциал, рост посещаемости российских ООПТ в целом происходит крайне медленно. Причинами этого эксперты называют – помимо прочего – недостаток рекламы, небольшой набор рекреационных услуг и невысокую комфортность мест отдыха и ночлега. Ряд рекреационных территорий России расположен в зонах, характеризующихся дефицитом электро- и водоснабжения, достаточно жесткими экологическими ограничениями. Иногда экологический туризм превращается в экстремальный туризм, к которому не готово большинство групп туристов. Использование ВИЭ для выработки тепла и электроэнергии в этих условиях зачастую является единственно возможным способом энергоснабжения или, по крайней мере, позволяет уменьшить антропогенное воздействие при совместном использовании, например, с традиционными дизель-генераторами.

Для разработки схем автономного энергоснабжения на основе ВИЭ необходим совместный анализ возобновляемых энергоресурсов и потребления энергии в данной точке (населенном пункте, кордоне, туристическом объекте). Иными словами, помимо решения технологических и технических задач возникает задача оценки возможности и эффективности использования ВИЭ для энергообеспечения. В связи с комплексностью проблемы очевидны преимущества использования ГИС-технологий, а именно модульность геоинформационных систем, позволяющих работать с большими массивами информации и связывать воедино отраслевые информационные ресурсы муниципальных районов, населенных пунктов, областей, федеральных округов.

В НИЛ ВИЭ Географического факультета МГУ совместно с ОИВТ РАН ведется разработка ГИС «Возобновляемые источники энергии России» Разработка ГИС предусматривает сбор, обобщение и формирование массивов географически привязанных данных о ресурсах возобновляемых источников энергии на территории России, климатических данных; информации о созданных объектах, энергоснабжение которых осуществляется с помощью ВИЭ, о фирмах-производителях и дилерах оборудования и его характеристиках, а также визуализацию информации в виде таблиц, графиков, диаграмм и карт. Наличие большого количества разнородных информационных ресурсов (в том числе не оцифрованных), подходов к оценкам в области возобновляемой энергетики заставляет при создании ГИС решать также ряд методических задач,

а именно: сопоставление различных источников данных; обоснование выбора методов расчетов ресурсной базы; математического моделирования эффективности работы энергетических объектов на возобновляемых источниках и др.

Начальным этапом создания ГИС «ВИЭ России» являлся сбор первичной информации, которая составляет основу тематических и атрибутивных баз данных. Поскольку по некоторым разделам (например, ресурсы солнечной и ветровой энергии; ресурсы биомассы и др.) существует целый ряд разнородных информационных источников, характеризующихся различной степенью полноты, достоверности и адекватности, был проведен анализ с целью создания иерархии доступных источников данных и выявления соответствия содержания этих источников задачам создания ГИС [1].

Создана абаза данных (БД) по ресурсам солнечной и ветровой энергии для территории России, которая содержит как данные открытого сетевого ресурса NASA SSE, так и данные наблюдений метеорологических станций РФ [5]. Созданная БД помимо различных характеристик падающей солнечной радиации содержит информацию о средних месячных и годовых значениях скоростей ветра в точках сетки 1°x1° и в пунктах расположения метеостанций. Имеется возможность пополнить этот блок БД «модельными» данными по повторяемости скорости ветра на высоте 50 м (из БД NASA), или данными для высот флюгерных измерения (из метеорологических справочников и других аналогичных источников). Однако, проведенные процедуры верификации массивов данных NASA SSE, показав весьма удовлетворительное согласие с данными наземных измерений по солнечной радиации, для характеристик ветрового поля на территории России показывает не всегда пренебрежимые отклонения. Кроме того, сложно провести обоснование адекватности данных о повторяемости ветра, поскольку в NASA SSE они приведены для высоты 50 м, тогда как флюгерные измерения на метеостанциях проводятся обычно на высотах не более 20 м. Следовательно, вопрос об источниках достоверной информации остается открытым, поскольку для расчетов мощности ветровой струи (наиболее определяющая характеристика ветрового потенциала территории) требуются именно достоверные данные о повторяемости скоростей ветра.

С наибольшими трудностями связано составление блока ресурсов малой гидроэнергетики, который находится в стадии разработки. Связано это как с необходимостью привлечения большого количества данных гидрологических измерений, гидрографических и географических характеристик русел и территорий водосборов малых рек, так и с недостаточностью расчетных характеристик стока. Специфической особенностью малых рек является исключительная зависимость водных ресурсов от ландшафтно-географических особенностей их водосборов. По этой причине ограниченные водные ресурсы малых рек очень изменчивы как во времени, так и в пространстве. В этих условиях успех оценок гидроэнергетических ресурсов малых ГЭС (МГЭС) определяется развитостью сети гидрологических измерений и методик расчетов стока рек при отсутствии данных наблюдений.

Основные гидрологические характеристики для расчетов гидроэнергопотенциала (ГЭП) различных уровней обобщения зависят от масштаба проведения исследований. На макроуровне проводятся оценки потенциалов крупных регионов (первичные оценки); на мезоуровне – оценки и расчеты на уровне водосборных бассейнов рек 3–4 порядка (уточненные оценки); на микроуровне – оценки ГЭП малой реки и выбор вариантов размещения створов МГЭС (водно-энергетические расчеты).

Для общих оценок на макроуровне необходимо определение среднемноголетних значений расходов в замыкающих створах рек 2–3 порядка и средневзвешенного уклона русла рек. В этом случае необходимо создание слоев ГИС, содержащих карту гидрологического районирования (для оценок распределения стока в течение года), карту модулей стока, региональные коэффициенты редукции значений модуля стока

в зависимости от площадей водосборов для малых рек, залесенности, заболоченности. Для оценок уклона при создании ГИС любого масштаба целесообразно привлечение космических снимков и цифровых моделей рельефа.

Оценки валового гидроэнергетического потенциала отдельных регионов целесообразно проводить путем расчетов потенциала по створам, ограниченным устьями притоков отдельных рек для условий 50% обеспеченности стока, выделяя водосборные бассейны на картах соответствующего масштаба, и затем выполнять расчеты суммарного значения гидроэнергетического потенциала на территории региона.

Оценки и уточненные расчеты ГЭП малых рек небольшой территории (бассейн реки 3–4 порядка) возможно проводить, используя следующие гидрологические характеристики:

- гидрографические характеристики (длины водотоков, площади водосборов, средний уклон русла, озёрность, лесистость, заболоченность водосбора);
- средний уклон русла наиболее крупных частей при больших градиентах уклона;
- среднемноголетние значения стока в устьевых и характерных участках рек, определенные с использованием региональных карт модуля стока.

Для вычисления требующихся значений расходов воды 50% и 95% обеспеченности необходимо построение региональных кривых обеспеченности стока, вид которых определяется значениями коэффициентов вариации и ассиметрии. Рекомендуется оценить также внутригодовое распределение стока, характерное для многоводных, средних и маловодных лет.

Оценки ГЭП малых рек и его распределения по территории затруднено ограниченностью объема данных о стоке по времени и в пространстве. Имеющиеся в стране гидрологические посты наблюдений сосредоточены в основном на больших и средних реках, что не позволяет определить энергопотенциал малых рек методом «линейного учета». Более точные оценки значений стока, необходимые для гидроэнергетических расчетов конкретной малой реки, выбора перспективных створов МГЭС (микроуровень), могут быть получены путем подробных гидрологических расчетов и, в случае необходимости, наблюдений и изысканий на местности с соответствии с принятыми в инженерной гидрологии методиками [4].

Из анализа информационных ресурсов, потребностей гидроэнергетических оценок и расчетов нами была разработана структура базы данных (БД) по МГЭС. Было обосновано, что БД ГИС «Ресурсы малой гидроэнергетики» должна содержать картографическую, атрибутивную, текстовую и графическую информацию, архивы (или ссылки на открытые ресурсы) космических снимков.

Картографическая составляющая БД должна содержать векторную информацию различных масштабов в зависимости от уровня проведения оценок: от масштаба 1:10 000 000 (включает все общегеографические и специализированные объекты территории для оценок на федеральном уровне) до масштаба 1:1 000 (необходимо для гидрологических расчетов конкретных гидроэнергетических сооружений).

При этом *общегеографические слои* содержат: федеральные округа, хозяйственные районы, территориальное деление (субъекты РФ), районы административного деления субъектов РФ, населенные пункты, отметки высот, изолинии, растительность, автомобильные дороги, ЛЭП. Картографическая информация о водных объектах включает: моря, озера, пруды, реки, водохранилища, бассейны морей, бассейны рек, посты гидрологических наблюдений, болота, ледники, дополнительную гидрографию (ключи, родники, гейзеры, источники), изобаты.

Гидрологические слои должны содержать информацию об основных зональных гидрологических характеристиках водотоков, об имеющихся расчетах статистичес-

ких параметров стока и их распределении по территории; зоны синхронного стока, зоны сходных параметров внутригодового распределения стока. Важным гидрологическим слоем являются результаты и карты проведения гидрологического районирования разного уровня.

Слои гидротехнических сооружений должны содержать: месторасположение и мощность установленных гидроагрегатов, среднегодовую выработку, год сооружения и техническое состояние, тип энергообъекта (сетевой или автономный), владелец.

Группа слоев охраняемых территорий должна содержать информацию о расположении ООПТ с указанием их уровня охраны, а также о землях водного фонда.

Атрибутивная информация должна содержать данные об общегеографических и специализированных объектах, современных и перспективных потребителях электроэнергии, важных с точки зрения оптимизации и экономической обоснованности выбора мест сооружения объектов малой гидроэнергетики.

Графическая информация должна содержать растровые файлы: электронные копии карт, авиа- и космические снимки, содержащие необходимую информацию и др.

Текстовая информация должна содержать описательные сведения об объектах баз данных и методиках проведения оценок и расчетов в БД.

Именно представление в ГИС методик оценки ресурсов ВИЭ, а также методик оптимизации схем автономного и сетевого энергоснабжения объектов представляется чрезвычайно важным уже на текущем этапе развития геоинформационной системы. Представляется, что такого рода справочная информация вкупе с размещенными в ГИС массивами данных позволит пользователю при известной нагрузке (потребностях в тепловой и электроэнергии) провести самостоятельные оценки возможности и эффективности использования установок на ВИЭ для энергообеспечения [2, 6, 7].

В настоящее время разработанные базы и собранные массивы данных, карты распределения ресурсов ветровой и солнечной энергии, материалы по техническим приложениям и т. д. размещены на специально созданном сайте http://www.gis-vie.ru. Для создания онлайновой версии ГИС «Возобновляемые источники энергии России» был выбран сервис «Яндекс.Карты» как более ориентированный на карты Российской Федерации и СНГ и сопровождающийся более развитой русскоязычной документацией. Доступ пользователя к системе «Яндекс.Карты» осуществляется через web-интерфейс, при этом могут использоваться любые браузеры, обеспечивающие показ соответствующего сайта, в том числе и некоторые мобильные. Для пользователя, таким образом, система является кроссплатформенной. В соответствии с требованиями пользовательского соглашения сервиса «API Яндекс.Карты» пользователю ГИС, построенной на основе сервиса, обеспечивается бесплатный открытый доступ к системе. Необходимость зарегистрироваться ограничением доступа не считается. Поскольку ГИС строится на основе интерактивных карт, реализуемых средствами JavaScript, браузер должен иметь возможность запуска Java-скриптов, и эта возможность не должна быть отключена программами блокирования нежелательного контента.

Представляется, что для обоснования проектов использования солнечной энергии в санаторно-курортных хозяйствах продуктивным может быть использование карт доли и вероятности покрытия нагрузок горячего водоснабжения только за счет солнечных коллекторов для всей территории России. Массивы данных были получены с помощью имитационных моделей солнечных установок, разработанных с использованием программы динамического моделирования TRNSYS [3]. Карты представлены на сайте в разделе «Технические приложения».

Общеизвестна роль геотермального тепла в бальнеологической практике. Возможности для развития этого направления, по данным экспертных оценок, велики и позволяют значительно расширять зоны курортного хозяйства страны. В процессе

работы был проведен сбор, обобщение информации и создание массивов данных по ресурсам геотермальной энергии. Обосновано содержание массивов данных с выделением следующих характеристик геотермальных источников: расположение, энергетические и геохимические параметры, современное и потенциальное использование. В подготовленных подробных таблицах, доступных на сайте, отражена информация о геотермальных источниках наиболее высокопотенциальных регионов России: Камчатка, Курильские острова, Северный Кавказ.

Определенный интерес для составлении планов развития туризма в регионах могут представлять созданные и размещенные на сайте интерактивные карты действующих, сооружаемых и проектируемых энергообъектов, использующих различные виды ВИЭ (гелио-, ветро-, гидроэнергоресурсы, геотермальные ресурсы и энергию биомассы). Объекты по возобновляемой энергетике в рекреационных зонах являются одним из путей коммерциализации и распространения опыта осуществления проектов использования ВИЭ через индустрию туризма и рекреации. Показателен пример ряда зарубежных инициатив, например, проект RETI – Renewable Energy in Tourism Initiative (2008), подготовленный под эгидой национальной лаборатории возобновляемой энергетики США (NREL) университетами Колорадо и Восточной Каролины [8]. Объекты на ВИЭ являются самостоятельно привлекательными для туристов и, наряду с природными и культурными объектами, позволяют организовывать познавательные экскурсионные маршруты.

Работа выполнена при частичной финансовой поддержке Федеральной целевой программы «Научные и научно-педагогические кадры инновационной России» на 2009–2013 гг., ГК №14.74011.0096.

Список литературы

1. Гридасов, М. В. Разработка геоинформационной системы «Возобновляемые источники энергии России» : постановка задачи и выбор методов / М. В. Гридасов, С. В. Киселева, Л. В. Нефедова, О. С. Попель, С. Е. Фрид // Теплоэнергетика. – М., 2011. – №11. – С. 38–46.
2. Киселева, С. В. Перспективы использования возобновляемых источников энергии для энергообеспечения рекреационных и заповедных территорий России / С. В. Киселева, Л. В. Нефедова // Вестник РАЕН. – М., 2009. – Т. 9. – №1. – С. 102–107.
3. Коломиец, Ю. Г., Попель О. С., Фрид С. Е. Эффективность использования солнечного излучения для нагрева воды на территории Российской Федерации / Ю. Г. Коломиец, О. С. Попель, С. Е. Фрид // Альтернативная энергетика и экология. – Саров : НТЦ ТАТА, 2009. – №6. – С. 6–23.
4. Методические рекомендации по определению расчетных гидрологических характеристик при отсутствии данных гидрометрических наблюдений / Государственный Гидрологический институт. – С.-Пб. : Нестор-История, 2009. – 193 с.
5. Попель, О. С. Климатические данные для возобновляемой энергетики России : База климатических данных : уч. пособие / О. С. Попель, С. Е. Фрид, С. В. Киселева, Ю. Г. Коломиец, Н. В. Лисицкая. – М. : Изд-во МФТИ, 2010. – 56 с.
6. Тарасенко, А. Б. О выборе оптимального состава гибридной энергетической установки для изолированного поселка / А. Б. Тарасенко, С. В. Киселева, О. С. Попель, В. Ф. Титов // Альтернативная энергетика и экология. – Саров : НТЦ ТАТА, 2012. – №2. – С. 177–182.

7. Тарасенко, А. Б. Возможности оптимизации энергетического баланса островного поселения : на примере пос. Соловецкий Архангельской области / А. Б. Тарасенко, Н. В. Тетерина, С. В. Киселева // Альтернативная энергетика и экология. – Саров : НТЦ ТАТА, 2012. (В печати).
8. Renewable Energy in Tourism Initiative // University of Colorado, NREL, East Carolina University, March 2008, v.2.0. 208 p.

ОПЫТ РАЗРАБОТКИ И ПЕРСПЕКТИВЫ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОЕКТОВ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В МУНИЦИПАЛЬНЫХ ОБРАЗОВАНИЯХ КИРОВСКОЙ ОБЛАСТИ

EXPERIENCE AND IMPLEMENTATION PROSPECTS OF TOURISM DEVELOPMENT PROJECTS IN THE MUNICIPALITIES OF KIROV REGION

Е. В. Конышев, *заведующий кафедрой социально-культурного сервиса и туризма Вятского государственного гуманитарного университета, кандидат географических наук, г. Киров; konj@bk.ru*

E. V. Konyshev, *managing of social service and tourism chair of Vyatka State University of Humanities, the candidate of geographical sciences, Kirov, konj@bk.ru*

Аннотация. *В статье представлены принципы разработки проектов развития туризма на территории области. Обобщается опыт разработки и реализации проектов в сфере туризма кафедрой социально-культурного сервиса и туризма ВятГГУ.*

Ключевые слова: *Кировская область, муниципальные районы, принципы проектирования в туризме*

В 2011 г. Правительство Кировской области объявило конкурс среди муниципальных образований Кировской области на право получения грантов на разработку и реализацию проектов в сфере туризма. В конкурсе приняло участие 15 муниципальных образований в трех номинациях. В номинациях «городские округа» и «муниципальные районы» победили проекты, которые разрабатывали сотрудники ВятГГУ. Университет занял лидирующие позиции в подготовке кадров для туризма, а преподаватели профильной кафедры принимают активное участие в формировании и реализации туристской политики области. Обобщая опыт разработки и реализации проектов, мы рекомендуем при этой работе руководствоваться следующими принципами:

1. Реализация проектов направлена на развитие опорных точек туристского каркаса Кировской области. Туристский каркас территории – это совокупность ее туристских центров и туристских маршрутов, образующих пространственно организованную инфраструктуру, пригодную для организации туризма и отдыха местных жителей и жителей других регионов. Основной туристского каркаса являются опорные точки (точки роста), имеющие наиболее оптимальное сочетание различных видов ресурсов. В основе создаваемых на их территории туристских продуктов должны лежать уникальные туристские объекты или события. Помимо точек роста в туристский каркас входят зоны пригородного отдыха. Объединяющей структурой туристского каркаса является сеть туристских маршрутов. Важнейшие элементы структуры каркаса – пункты «входа» и «выхода» туристских групп на маршруты, наиболее привлекательные и посещаемые туристские объекты, магистральные туристские маршруты. Сложившаяся сеть маршрутов – это текстура района, свидетельствующая о его характере, насыщенности объ-

ектами, туристской освоенности, транспортной доступности. Транспортную функцию выполняют транзитные коридоры. Транспортные коридоры представляют собой участок территории, на котором сконцентрировано большинство имеющихся транспортных магистралей, обеспечивающих транзит грузов и пассажиров.

2. Разделение функций по формированию, контролю и реализации туристской политики. Оптимальная организационно-управленческая структура по реализации туристской политики должна выглядеть следующим образом:

- формирование муниципальной туристской политики – администрация муниципального района.
- реализация туристской политики – Информационно-туристский центр;
- контроль за исполнением туристской политики – глава муниципального района.

3. Использование кластерного подхода при проектировании туристско-рекреационной системы района. Кластерный подход предполагает сосредоточение в рамках ограниченной территории предприятий и организаций, занимающихся разработкой, производством, продвижением и продажей туристского продукта, а также деятельностью, смежной с туризмом и рекреационными услугами. Туристский кластер является пространственной формой организации туристской индустрии в рамках туристского каркаса территории.

4. Создание и системное продвижение бренда территории на основе уникальных характеристик, объектов, событий.

Муниципальные образования Кировской области активно выступают как субъекты экономической деятельности, активно продвигающие свой потенциал и формирующие собственный положительный имидж. В связи со слабостью и расплывчатостью регионального имиджа, муниципальные образования ищут собственные основания для его создания на основе собственных уникальных параметров и характеристик. Следует отметить, что, несмотря на активную политику в брендообразовании, не все муниципальные районы обладают четко выраженной территориальной идентификацией (табл. 35).

Таблица 35.

Территориальная идентификация населенных пунктов Кировской и Вологодской области

Киров – ?	Вологда – кружевная столица России
Котельнич – «Котел времен»	Великий Устюг – Родина Деда Мороза
Слободской – ?	Череповец – город лидеров
Белая Холуница – ?	Тотьма – город русских мореходов
Великорецкое – ?	Кириллов – святая земля
Советск – ?	Белозерск – былинный город
Суна – ?	Липин Бор – царство Золотой рыбки
Уржум – «Уржумский уездЪ»	Сизьма – самобытный уголок
Нолинск – ?	Вытегра – обитель батюшки Онего
Яранск – ?	Устюжна – город кузнецов
Вятские Поляны – ?	Устье – традиции лодочного мастерства
Кирс – ?	Грязовец – южные ворота Вологодчины
Лальск – ?	Никольск – жемчужина северных увалов

5. Разъяснительная работа с местным населением, доведение до них значимости развития туризма. Население, проживающее на территории, выступает как мощный

туристский ресурс и катализатор развития туризма в муниципальном образовании. Каждый человек, проживающий в туристском районе, должен знать о выгодах туризма для себя, территории, общества. В этом случае негативные последствия от привлечения туристов будут восприниматься им не так остро. Каждый этап реализации проектов в сфере туризма должен широко освещаться в местных средствах массовой информации и обсуждаться на заседании рабочей группы.

6. Мониторинг развития туризма. Контроль качества и обеспечение безопасности. Каждый из проектов предполагает несколько этапов и различное количество исполнителей. Контроль за исполнением проекта возлагается на администрацию муниципального образования в лице главы района. Задачей муниципалитета также является разработка системы обеспечения безопасности туристов. Уровень безопасности является одним из основных параметров привлекательности территории для туристов, способствующих повышению туристского потока.

Исходя из обозначенных принципов нами были разработаны проекты развития туризма в муниципальном образовании «Уржумской район» и муниципальном образовании «Город Котельнич». Пакет разработанной документации включал в себя муниципальную целевую программу развития туризма, пояснительную документацию и бизнес-план проекта, дизайн-проект и предварительную смету. Выбор данных муниципальных районов обусловлен рядом факторов.

С позиции географического положения город Котельнич может классифицироваться как «центральное место», всегда занимающий выгодное положение на пересечении торговых, транспортных и миграционных путей. Через город проходят транспортные магистрали, соединяющие Центральную Россию с западными и восточными районами. Близость к таким городам, как Нижний Новгород (410 км), Кострома (478 км), Пермь (567 км), Глазов (295 км), положительно может сказаться на количестве и интенсивности туристских потоков.

Экологическая обстановка в городе и районе стабильная, нет природных катастроф и явлений, которые смогли бы быть опасными для туристов. Фон электромагнитных излучений соответствует норме и стабилен. В городе и районе существует риск заражения от укуса клеща, получения ожогов от борщевика, нападения гадюки. Расположенный в Оричевском районе (пос. Марадыково) объект по уничтожению химического оружия существенной опасности не представляет ввиду предпринимаемых мер по предотвращению аварий и постоянному мониторингу состояния окружающей среды.

В условиях среднерусской природы Котельнич выделяется расположением на высоком правом берегу крупной реки, что обеспечивает хорошую обзорность, и узнаваемость города.

Уникальным географическим объектом международного уровня является местонахождение фауны Пермского периода, дающее ископаемые хорошей сохранности, очень широкого видового состава. Ежегодно на Котельничском местонахождении открываются новые виды ископаемых животных: дицинодонтов, парейазавров, зверощеров и пр. Уникальным географическим объектом регионального уровня является дубовая пойменная роща, располагающаяся на противоположном берегу Вятки и являющаяся самой северной пойменной рощей широколиственных лесов в России.

Коллективные средства размещения представлены 2 гостиницами, 1 общежитием, общая вместимость которых составляет 126 мест. Сфера общественного питания представлена 20 организациями, из них: 2 кафе, 14 закусочных, 12 столовых при предприятиях и учреждениях. Общее количество посадочных мест в вышеуказанных учреждениях – 1 324.

Уржумский район обладает следующими преимуществами для развития туризма:

- географическое положение Уржума обеспечивает ежедневный транзитный поток значительного количества пассажиров, являющихся потенциальными посетителями краткосрочных экскурсий и потребителями сувенирной продукции, а также – распространителями информации внутри и за пределами региона. Расположение на Казанском тракте делает Уржум доступным объектом туризма в преддверии Универсиады 2013 года, которая пройдет в Казани;
- Уржум может предложить туристам уникальные продукты на основе элементов культурного наследия русского, марийского и татарского этносов, чем обеспечит к себе интерес туристов прилегающих регионов и других национальных республик, а также зарубежных туристов как территория многонациональных культурных традиций;
- на территории района имеются как крупные налогоплательщики (Уржумский СВЗ), так и многочисленные предприятия малого и среднего бизнеса, индивидуальные предприниматели, готовые софинансировать программу развития туристского потенциала района.

По результатам проведенного в 2010 г. маркетингового исследования потребителей туристических услуг Кировской области был сделан вывод, что Уржумский район входит в пятерку наиболее перспективных для развития внутреннего и въездного туризма. Как показал предварительный маркетинговый анализ, уникальными образами Уржума являются:

- С. М. Киров (российский образ-узнавание);
- озеро Шайтан (межрегиональный образ-узнавание);
- Казанский тракт и провинциальный город (город по дороге на Казань).

Выделенные преимущества, богатый исторический и природный потенциал позволили разработать на этой основе проект «Котел времен» и «Золотые закрома земли уржумской».

Реализация проекта **«Котел времен»** (город Котельнич) предполагает работу в трех направлениях.

1. Тематический парк «Динозавры на Вятке» как единый ландшафтно-архитектурный ансамбль, отражающий основные этапы в истории развития органического мира Земли. В ландшафтный дизайн будут вписаны скульптурные группы, выполненные в натуральную величину. Центральной частью парка будет являться купольная конструкция типа «геосфера», в которой расположены экспозиционно-выставочные площади, в частности, экспозиция Вятского палеонтологического музея об истории открытия и изучения Котельничского местонахождения парейазавров, и др. Наличие крытого помещения необходимо для круглогодичного функционирования Динопарка. Таким образом, комплекс Динопарка будет включать две зоны: рекреационную зону, где будут работать экскурсоводы, и экспозицию Вятского палеонтологического музея.

Расположение парка планируется в центре города, в пойме реки Котлянка, также возможны организованные экскурсионные выезды на основное местонахождение.

2. Тематический парк «Реконструкция исторического города», воссоздающего атмосферу города XVI–XVII веков. Территория будет огорожена частоколом, размещать стилизованные дома, мельницу и др. сооружения. Для туристов будет предлагаться информационно-театрализованная программа, освещающая жизнь, быт и традиции того времени. Парк будет открыт для проведения различных мероприятий: «Свадебные величания», «Святочные гадания», «Зимние забавы», «Веснянки», «Марфушкины игрушки» и др.

В юго-западной части парка будет находиться археологический срез в части Котельничского городища, закрепленный под стекло, вдоль которого размещен инфор-

мационный баннер с описанием и датировкой стратиграфических слоев. В нескольких метрах в крытом помещении будет размещена археологическая экспозиция, содержащая раскопки памятников археологии, экспонаты Краеведческого музея г. Котельнича и пр.

В северо-западной части будет размещен «туристический раскоп» с остатками сооружений, фрагментами посуды и других изделий, оснащенный планами раскопок, необходимым оборудованием для воссоздания атмосферы полевой работы археологов.

3. Музей истории городского быта, оборудованный в помещении краеведческого музея г. Котельнич. Цель – репозиционирование музея. Зал древности будет переоборудован в зал истории г. Котельнич – развитого купеческого города, – где представлены макет города, герб, карта города XIX века, баннер с основными историческими датами и пр. На месте остальных разделов предполагается создание отдельных оборудованных помещений: гостиная, детская, кабинет, столовая и др. с размещенными механическими манекенами. Одна из экспозиций будет посвящена развитию купечества и предпринимательства.

Полная себестоимость (текущие затраты на проект) включают: затраты на заработную плату; страховые взносы; коммунальные расходы; амортизация экспозиций, оборудования, других капитальных вложений; материальные затраты; налог на имущество и земельный; прочие расходы. Общая стоимость проекта составляет 28,5 млн руб.

Ожидаемыми конечными результатами реализации проекта за девять лет являются:

- увеличение потока туристов и экскурсантов более чем на 300% (в 2010 г. количество туристов и экскурсантов составило 17,2 тыс.человек), т. е. до 52,7 тыс. чел. за первые три года реализации проекта, с последующим ежегодным потоком более 30 000 чел. (10% от общего числа посетителей Кировской области);
- снижение числа безработных на 5% (в перерасчете на 2011 г.);
- увеличение объема туристских услуг до 100,2 млн руб. в год.

Сопутствующие эффекты: количество создаваемых рабочих мест – до 52 дополнительных рабочих мест на полной и частичной занятости (учетом мультипликативного эффекта). Кроме 27 мест, создающихся в ходе реализации данного проекта учитываются рабочие места в предприятиях питания, гостиничного сектора, ремесленные мастерские, производство сувениров, привлечение центра занятости для благоустройства территории и пр; разработка и внедрение 6 туристско-экскурсионных маршрутов, основанных на уникальности Котельнича, проводимых событийных мероприятий и использующие инфраструктуру вновь создаваемых туристских объектов.

Цель проекта **«Золотые закрома земли уржумской»** – заложить основы формирования и развития туристского кластера на территории Уржумского района на основе уникальных элементов культурного и природного наследия.

Направления реализации проекта «Золотые закрома земли уржумской»:

1. Тематический парк «УржумскийуездЪ».

Основная идея парка заключается в соединении привлекательных образов, связанных с территорией Уржумского района, в один ассоциативный ряд, их локализация и материальное воплощение. В основе уникальных образов района лежат природные, культурные объекты, люди, мифы и реальные исторические события.

Интегрирующим началом многих уникальных образов Уржумского района является дореволюционный уездный город. Дореволюционный уездный город в стереотипах – «золотой век России» с тишиной, простотой отношений, простой едой (т. е. натуральными, экологически чистыми продуктами), ярмарками, каруселями

для детей, пролетками, воскресными службами в церкви, гимназиями, библиотеками, литературными вечерами для знати, картинной галереей и пр. («Россия, которую мы потеряли»).

Дополняющим образом уездного города станет положительный романтический образ зажиточной русской деревни с сильными православными традициями в условиях типичных ландшафтов Русской равнины.

Элементы и предоставляемые услуги тематического парка:

- Сектор 1 – «Центр Православной культуры», примыкающий к Троицкому собору: церковная лавка (продажа предметов религиозной тематики); скульптурные формы (сцены и сюжеты из Библии); мастерская по изготовлению восковых свечей; росписи икон (интерактивные формы деятельности); учебные классы для семинаров (обучение, познавательная роль); православный театр, экскурсии, посещение колокольни (познавательная роль, аттракция).
- Сектор 2 – «Купеческий городок», примыкающий к ул. Советская (западная часть парка): парк детских и взрослых аттракционов (карусели, молодецкие забавы, детская анимация); «Музей ржи» (мельница, пекарня, амбар, выпечка хлеба, угощение гостей); «Музей золотых уржумских напитков» (экспозиция, дегустация, выставочный стенд с описанием технологии производства).
- Сектор 3 – «Уржумская деревня», восточная часть парка: дом русского крестьянина; дом удмуртского крестьянина; дом татарского крестьянина; дом марийского крестьянина. Дом может быть не в натуральную величину, а уменьшенной моделью. В каждом доме воссоздаются образы крестьян, быт, проводятся мастер-классы по традиционным ремеслам, представлены национальные продукты, блюда, сувениры.
- Сектор 4 – площадка для игр, массовых спортивных и творческих мероприятий.

2. Пешеходная ул. Советская.

Идея реконструкции участка Казанского тракта может найти воплощение на ул. Советской (примыкает к тематическому парку) через тематику заведений общественного питания (трактиры, корчмы), развлекательных и культурно-досуговых учреждений (разбойники, приключения, музей-экспозиция «Казанский тракт»). На пешеходной улице требуется установить информационные стенды с описанием памятников культурного наследия, экскурсий, предлагаемых программ, сувенирной продукции. Вся улица должна быть вымощена брусчаткой, вывески и названия предприятий и заведений должны быть выполнены в едином стиле, по центру улицы располагаются фонари и скамейки. Неотъемлемыми элементами пешеходной улицы являются скульптурные формы. Со скульптурами предполагаются литые скамейки, сделанные из камня и бруска.

3. Смотровая площадка на Отрясовской горе.

Оборудование и благоустройство обзорной площадки на Отрясовской горе предполагает строительство часовни, беседки, оградки, выделение места под автостоянку (в перспективе открытие рядом кафе и гостиницы для транзитников), проведение работ по ландшафтному дизайну.

4. Система событийных мероприятий.

Одним из базовых направлений развития туризма является проведение событийных мероприятий. Реализация программы предусматривает ежегодное проведение 5–6 фестивалей под общей тематикой «Золотые закрома земли Уржумской»: февраль – «Серебряные голоса», «Краеведческие чтения»; май – Васнецовские хороводы, «Государство ромашек»; август – «Свято-Алексеевские дни»; октябрь – «Каравай ржаной уржумский».

5. Сеть туристских маршрутов.

Путешествия в природной среде. Сплавы по реке Вятка от Буйского Перевоза до Донаурово. Рыбалка, активный отдых, пейзаж, веломаршруты являются дополнительными видами рекреационной деятельности на маршрутах.

Общая стоимость проекта составляет 8 660 тыс. руб. Конечными результатами реализации муниципальной целевой программы развития туризма Уржумского района Кировской области за девять лет (с учетом мультипликативного эффекта) являются:

- увеличение потока туристов и экскурсантов более чем на 300% (в 2010 г. количество туристов и экскурсантов составило 3,2 тыс. человек), до 23 тыс. чел. за первые два года реализации проекта, с последующим ежегодным потоком более 13 000 чел. (5% от общего числа посетителей Кировской области). Ожидаемый объем туристов в год в 2019 г. составит 14 353 чел.;
- снижение числа безработных на 5% (в перерасчете на 2011 г.);
- увеличение объема туристских услуг до 37 млн руб. в год.

Сопутствующие эффекты: количество создаваемых рабочих мест – до 53 дополнительных рабочих мест на полной и частичной занятости (учетом мультипликативного эффекта). Кроме 18 мест, создающихся в ходе реализации тематического парка «Уржумский уездЪ», учитываются рабочие места в предприятиях питания, гостиничного сектора, ремесленные мастерские, производство сувениров, привлечение центра занятости для благоустройства территории и прочее; разработка и внедрение 6 туристско-экскурсионных маршрутов, основанных на уникальности Уржумского района, проводимых событийных мероприятий и использующие инфраструктуру вновь создаваемых туристских объектов.

Таким образом, реализация данных проектов позволит заложить основы туристского кластера на территории муниципальных образований, сформировать региональный туристский продукт и повысить социально-экономическую эффективность развития туризма в целом по Кировской области.

МЕКСИКАНСКИЙ ЗАЛИВ: «УСТОЙЧИВАЯ» ТЕНДЕНЦИЯ ДЕГРАДАЦИИ ОКРУЖАЮЩЕЙ СРЕДЫ

GULF OF MEXICO: «STEADY» TENDENCY OF ENVIRONMENTAL DEGRADATION

М. Н. Ломоносов, *ученый секретарь Оргкомитета конференции, старший научный сотрудник кафедры рекреационной географии и туризма географического факультета МГУ имени М. В. Ломоносова, действительный член Российской академии космонавтики имени К. Э. Циолковского; minilom@yandex.ru*

M. N. Lomonosov, *Scientific Secretary of the Organizing Committee, Senior researcher, Department of recreation geography and tourism, Faculty of Geography, Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russia; minilom@yandex.ru*

Мексиканский залив с его прибрежной зоной, с одной стороны, обладая высоким туристско-рекреационным потенциалом, является ценной компонентой Американского туристского макрорегиона мира. Но, с другой стороны, происходит неуклонная и стремительная утрата достоинств этого района, что связано с серьезной и больной проблемой поддержания гомеостаза экосистемы залива. Причина проблемы заключается в кумулятивном эффекте природно-техногенных, регулярных и нередко катастрофических, воздействий на окружающую среду Мексиканского залива. Радикальные

меры по охране окружающей среды, по предотвращению, предупреждению и защите от воздействий отсутствуют, а отдельные локальные меры не достигают должных результатов, и поэтому возникли и развиваются процессы деградации залива.

Авария на буровой платформе Deepwater Horizon компании British Petroleum 20 апреля 2010 г. нанесла мощный удар по экосистеме Мексиканского залива. Катастрофические последствия аварии еще длительное время будут сказываться во всех сферах деятельности этого региона, включая туристско-рекреационную деятельность. Среди прочих причин аварии отмечается и человеческий фактор, который не исключается и в дальнейшем, что дает основание утверждать: авария носит системный характер. Об отношении к обеспечению безопасности нефтедобычи в Мексиканском заливе говорит следующий факт: журналисты агентства Associated Press провели расследование, согласно которому на дне Мексиканского залива выявлено порядка 27 000 заброшенных нефтяных и газовых скважин, в том числе 600 скважин, принадлежащих British Petrolium [11]. Все эти скважины являются примером злостного нарушения технического регламента по консервации скважин и представляют огромную угрозу не только для экосистемы залива, но и для экологии Мирового Океана. Причем практика показывает, что штрафные санкции не способны исправить такое положение дел. В неудовлетворительном состоянии находится трубопроводная магистраль на дне Мексиканского залива. Результаты анализа причин аварий трубопроводной магистрали Мексиканского залива показывают: порядка 50% аварий связаны с коррозией труб, а это означает отсутствие должного контроля, диагностики и своевременной замены элементов магистрали до истечения их срока эксплуатации [8]. Разливы нефти, кроме прочего, приводят к нарушению теплового обмена воздух-вода и способствуют энергетической подпитке ураганов.

Неустойчивость экосистемы Мексиканского залива обусловлена рядом факторов, усугубляющих деградацию залива и его прибрежной зоны, на двух из которых автор акцентирует внимание в данной работе. Они связаны с разработкой углеводородных ресурсов в заливе и запланированным строительством космодромов на побережье, по всему внешнему периметру залива.

Автор высказывает свое аргументированное мнение о радикальном подходе к решению проблем в Мексиканском заливе в поддержку «тихого» голоса природоохранных организаций, который не слышен на фоне экономических устремлений, связанных с заливом.

С позиций синергетики Мексиканский залив является подсистемой Земли как глобальной динамической системы. Уникальной особенностью Мексиканского залива является то, что Мексиканский залив – жизненно важный орган Земли, здесь совместно с Карибским морем находится место зарождения и рождения течения Гольфстрим, от которого зависят многие глобальные процессы: климат, состояние Мирового Океана и т. д. Локальные негативные воздействия на Мексиканский залив приводят, как правило, к реакции на них всей Земли. Неслучайно в серии публикаций об исследованиях причин и последствий катастрофы в Мексиканском заливе в апреле 2010 г. используется выражение «метастазы Мексиканского залива», подчеркивая тем самым глобальный масштаб этого губительного для Земли события. Автор позволит себе процитировать вывод в своей предыдущей работе [6]: «В отношении региона Мексиканского залива вывод также ясен: пока ведутся работы в заливе, будет постоянно присутствовать угроза туристско-рекреационным ресурсам и, соответственно, устойчивости туризма в регионе. Отсюда следует, что необходимым условием устойчивости туризма является прекращение морских работ и перенос их на сушу. И это условие является приоритетным среди прочих необходимых условий устойчивости туризма. При этом Мексиканский залив следует объявить особо охраняемой морской акваторией. Он этого

заслуживает. Этот вывод целиком и полностью относится к другим регионам мира, где ведутся шельфовые разработки нефтегазовых месторождений. Если Урок-2010 Мексиканского залива не будет усвоен человечеством, то все сказанное может оказаться утопией, а реальность – трагедией».

На начальном этапе трагедии складывалось впечатление, что мировое сообщество задумается о цене, которую приходится платить всему человечеству за неразумное отношение к природным ресурсам Мирового Океана. И действительно, в июле 2010 г. администрация Президента США ввела мораторий на бурение в Мексиканском заливе до 30 ноября 2010 г. (со второй попытки, первая в мае была неудачная: ее отклонил Федеральный Суд США) [13]. Но уже в октябре, досрочно, мораторий был отменен. С этого момента отмечается рост активности по освоению нефтегазовых месторождений в заливе. Спустя 2 года после трагедии можно констатировать: Урок-2010 не извлечен.

В декабре 2011 г. в Новом Орлеане прошел первый, после аварии 2010 г., аукцион по продаже прав на освоение нефтегазовых участков в Мексиканском заливе, в котором приняли участие 20 компаний, заявивших 241 предложение по бурению на 191 участке [16].

На втором аукционе (июнь 2012 г., Новый Орлеан) были выставлены на продажу арендные права в отношении 7 434 блоков в центральной части залива, участники – 56 компаний, подавших 593 предложения по 454 участкам [10].

Всего в 2012–2017 гг., в соответствии с 5-летним планом на этот период Министерства внутренних дел США (природные ресурсы США находятся в ведении МВД США) о развитии новых морских нефтегазовых месторождений, должно быть проведено 15 аукционов на право разработки морских участков (12 аукционов по участкам в Мексиканском заливе и 3 на шельфе Аляски) [15].

Мексика и Куба, как прибрежные страны Мексиканского залива, также активно реализуют свои долгосрочные планы по разведке и освоению нефтегазовых месторождений залива. Кроме того, США и Мексика подписали в феврале 2012 г. Соглашение о совместной разработке месторождений газа и нефти, находящихся в районе границы Мексика–США в Мексиканском заливе. Таким образом, нефтегазовая деятельность охватывает значительную часть Мексиканского залива. В Мексиканском заливе также ведутся поиски и уже обнаружены месторождения газогидратов, нового нетрадиционного вида углеводородного сырья.

Кстати, освоение газогидратного сырья, помимо проблем, общих с освоением нефтегазовых месторождений, добавляет еще ряд специфических проблем, подробно представленных в работе [9]. Приведем некоторые из них. Бурение и эксплуатация газогидратных месторождений вызывает дестабилизацию состояния морских газогидратов, при которой могут происходить следующие процессы:

- диссоциация, плавление газогидратов;
- образование объемных газовых пузырей;
- выделение свободного газа, в первую очередь метана как основной компоненты газогидратов;
- образование оползней.

Указанные процессы создают условия (предпосылки) для аварийных и катастрофических экологических ситуаций: из-за снижения прочности морского дна возможны проседания дна, подвижки донных блоков земной коры, локальные землетрясения; оползни могут сносить донные сооружения и провоцировать возникновение цунами; метан воздействует на повышение температуры атмосферы примерно в 30 раз сильнее углекислого газа; газовые пузыри образуют области пониженной плотности, в которые могут проваливаться надводные объекты (платформы, корабли и т. д.) – это

явление известно как «эффект Бермудского треугольника». Этот эффект упомянут неслучайно: он возник на основании одной из реалистичных гипотез относительно аномальных явлений в Бермудском треугольнике (условные вершины треугольника: Майами–Бермудские острова–Пуэрто-Рико, хотя, в действительности, область треугольника шире, она включает в себя Флоридский пролив и часть Мексиканского залива), которая связана со скоплением и поведением газогидратов. Цитата из [2]: «... тектоническая активность подводных недр периодически разрушает газогидратные залежи. Так, например, дно Мексиканского залива в районе Бермудского треугольника в результате тектонического разрушения газогидратных залежей периодически фонтанирует мощнейшими газовыми потоками, образующими на поверхности моря громадные купола воды и газа». Научная тайна Бермудского треугольника имеет прямое отношение к газогидратным месторождениям в плане неопределенности и непредсказуемости поведения месторождений при природных и технологических воздействиях на них. Автор знаком с этой проблемой, т. к. принимал участие в специальной морской комплексной геофизической экспедиции в море Дьявола (Тихий океан), по своим свойствам аналогу Бермудского треугольника, для изучения геофизических полей этой уникальной акватории Мирового Океана. Аномальность и Драконова треугольника (одно из названий моря Дьявола), и Бермудского треугольника – общепризнанный научный факт.

К угрозам для экосистемы Мексиканского залива имеет непосредственное отношение, так называемая, наведенная сейсмичность [18].

Последнее время все чаще появляются научные публикации о взаимосвязи наведенной сейсмичности, т. е. техногенных землетрясений, с бурением скважин и процессами нефтегазодобычи, разработками угольных и сланцевых месторождений. Среди провоцирующих сейсмичность процессов называются гидроразрыв пласта («Fracking») и создание избыточного давления в нефтегазовой залежи путем принудительного нагнетания в нее, например, газа («Reinjecting»). Эти процессы способствуют повышению нефтегазоотдачи.

В августе 2011 г. Геологическая служба США официально признала связь наведенной сейсмичности с бурением и на основании анализа данных по стране сообщила, что сейсмичность на большей части территории США в последние годы возросла в 6 раз по сравнению с прошлым столетием, и это она относит, в основном, к техногенным причинам, в частности к «Fracking» и «Reinjecting». Вскоре Министерство энергетики США создало специальный Комитет для исследований полного спектра воздействий на окружающую среду процессов «Fracking» и «Reinjecting». Причем было подчеркнуто, что целью Комитета является не просто проведение исследований, а, именно, разработка национальных стандартов для минимизации землетрясений, инициированных этими процессами [19].

Отсюда следует, что спусковые механизмы техногенных землетрясений по указанным причинам далеко не изучены и поэтому в морских работах необходимо, как минимум, отказаться от применения «Fracking» и «Reinjecting». Если на суше наведенная сейсмичность чаще носит локальный и региональный характер, то на море – практически всегда глобальный.

По мнению автора, важную роль в спусковых механизмах катастрофических явлений играют физические резонансы и, особенно среди них, параметрические резонансы. Физическое явление резонанса может проявлять огромную разрушительную силу. Со школьных времен известно, что через мост группе людей нельзя ходить в ногу, особенно это касается военных. С резонансом связано знаменитое разрушение в 1940 г. подвесного моста Тэкома-Нэрроуз (США, штат Вашингтон). Помнятся кадры «пляшущего» моста через Волгу в Волгограде 20 мая 2010 г., амплитуда колебаний

которого достигала 1,5 м, по оценке экспертов такое явление наблюдается впервые в мировой практике [17].

Классический пример параметрического резонанса может продемонстрировать физический маятник. Автор исследовал поведение и, особенно, зону параметрического резонанса физического маятника при вибрационном гармоническом воздействии на него в вертикальной плоскости [5]. Такая существенно нелинейная динамическая система описывается классическим уравнением Матьё. Параметрический резонанс в этой системе принципиально отличается от резонанса в линейной системе: линейная система идет «в разнос» при резонансе независимо от того, с какой стороны частота воздействия приближается к резонансной частоте, из верхних частот или из нижних, а при параметрическом резонансе (кстати, он возникает в физическом маятнике не на собственной частоте системы, а на кратных собственной частоте частотах, и таких, практически значимых, параметрических резонансных зон в системе много) система имеет два разных состояния: с одной стороны от резонанса она «замирает», т. е. останавливается, а с другой идет «в разнос» подобно линейной системе. При переходе резонансной частоты одно состояние меняется на другое. Поэтому возможна ситуация, которая описывается выражением «затишье перед бурей», когда, казалось бы, ничто не предвещает опасности, и вдруг возникает неожиданное явление катастрофического характера. Это настолько удивительное, но коварное, явление, что из-за него чуть было не погибла дорогостоящая гравитационная установка с уникальным физическим маятником во время экспериментальных работ автора. Но одно дело запланированный эксперимент в лабораторных условиях с предварительным теоретическим моделированием, а другое дело, минуя стадии теоретического и экспериментального моделирований в лабораторных и натурных условиях, сразу приступать к реализации полномасштабных производственных процессов в природных условиях «на авось», т. е. с непредсказуемыми результатами и последствиями. Ведь, даже, например, «рукотворный» динамический гравитационный комплекс, прежде чем его применить в решении фундаментальных научных задач, проходит цикл испытаний на специальных динамических стендах, имитирующих природные физические поля [1, 4]. И только после исследований выявляется динамическая структура комплекса, ее особенности и отличия от теоретического замысла. При этом обязательно проводится оценка степени достоверности экспериментальных результатов. В науке, например, в экспериментальной ядерной физике, открытие нового явления или частицы признается, если достоверность результатов экспериментов составляет не менее 99,99995% (правило пяти сигм из теории вероятностей).

Такой же подход, по мнению автора, должен быть и при геологическом изучении Мексиканского залива, хотя, конечно, это не достижимо. Но только в этом случае можно было бы говорить о соблюдении геоэтики, принципов рационального и безопасного природопользования, и т. д. В противном случае, при низкой достоверности геологической информации о содержании и состоянии недр и, соответственно, отсутствии полного анализа неопределенностей и рисков работ, на всех этапах освоения месторождений углеводородного сырья (поиск, разведка и эксплуатация) будут поджидать «неожиданности» в виде спровоцированных резонансных и других явлений, которые в конечном итоге приводят к разливам нефти, утечкам газа и газогидратов, разломам, трещинам земной коры, проседаниям морского дна, оползням, землетрясениям и т. д. Как раз именно это до сих пор и наблюдается в результате катастрофы 2010 г.: разливы нефти и утечки газа через многочисленные трещины и разломы земной коры, серия землетрясений в заливе.

Авторитетный казахский ученый, академик Национальной академии наук Республики Казахстан, директор Научного центра региональных экологических проблем

Атырауского института нефти и газа Муфтах Диаров в подготовленной для публикации статье «Риски возникновения катастроф при освоении морских подсолевых углеводородных ресурсов казахстанского сектора Каспийского моря» сравнивает Каспийское море с большой «пороховой бочкой», начинкой которой являются подсолевые нефтяные месторождения с аномально высокими давлением, температурой и повышенным содержанием сероводорода [12]. Взрыв «бочки» могут спровоцировать землетрясения (природные или техногенные), бурение и эксплуатация месторождений. Академик приводит примеры спровоцированных землетрясений до 7 баллов в процессе эксплуатации месторождений и по той же причине катастрофический случай масштабного проседания в 2000 г. восточного побережья казахстанского сектора Каспийского моря, при котором береговая линия «ушла» от моря на десятки километров.

К хроническим проблемам Мексиканского залива добавляются новые, связанные с активизацией космической деятельности в этом регионе. На американском побережье Мексиканского залива планируется строительство трех частных космодромов: Gulf Coast Regional Spaceport (штат Техас, в районе г. Хьюстон), South Texas Spaceport (штат Техас, в районе г. Браунсвилл, недалеко от мексиканской границы), Spaceport Alabama (штат Алабама, в районе г. Мобил). Куба планирует строительство на своей территории космодрома. В Мексике принято решение о размещении государственного космодрома на полуострове Юкатан около г. Четумаль, недалеко от границы с Белизом (побережье Карибского моря, менее 300 км от Мексиканского залива). Кроме этого, в непосредственной близости (150–200 км) от Мексиканского залива в штате Флорида США на мысе Канаверал и о. Мерит (побережье Атлантического океана, около 200 км от Мексиканского залива) расположено множество стартовых площадок базы ВВС США и Космического центра имени Кеннеди, а также частный космопорт Cecil Field, расположенный возле г. Джексонвилль (порядка 50 км от Атлантического залива и 160 км от Мексиканского залива). Таким образом, Мексиканский залив оказывается «окольцован» космодромами.

Освоение космического пространства, особенно на этапе его коммерциализации, несет ряд угроз для экологической безопасности Земли и, по крайней мере, Ближнего Космоса. Об этом говорят результаты исследований этих угроз, в частности проводимых российскими учеными [3].

В настоящей статье отметим некоторые негативные стороны запусков космических носителей в регионе Мексиканского залива:

1. Экологические риски. К ним относятся, в частности, шум в звуковом и электромагнитном диапазонах, загрязнения почвы, воды, атмосферы, образование озоновых «дыр», через которые проникает губительное для биоты и людей жесткое космическое излучение.
2. Нарушение природных метеоусловий. Это выражается, в частности, в сбоях прогнозов погоды и аномалиях погоды (аномальные жара, засуха или летом – снег, зимой – дождь), в повышении грозовой активности в районе запусков.
3. Провоцирование метеокатастроф. К ним относятся, в частности, ураганы, торнадо, токсичные осадки. Установлено, что, например, каждый запуск носителя «Шаттл» вызывает не менее двух разрушительных ураганов в Северной Атлантике, Карибском море и Мексиканском заливе, а через неделю после запуска – метеокатастрофы в Закавказье. Рекорд количества годовых аварий, более 200, на морских нефтегазодобывающих объектах в Мексиканском заливе был установлен в 2005 г. в результате воздействия на них трех мощных ураганов: Катрины, Риты и Денниса [14].
4. Влияние на сейсмичность Земли. Это, в частности, приводит к провоцированию техногенных малоглубинных землетрясений.

Более полное описание негативных процессов (глобальных, региональных и локальных), сопровождающих коммерциализацию космоса, включая космический туризм, дано в статьях настоящего сборника Трудов конференции-2012: Ломоносов М. Н., Крошнин С. В. Космический туризм: Истоки, состояние и тенденции, проблемы (в 3-х частях: Часть 1. Истоки; Часть 2. Состояние и тенденции; Часть 3. Проблемы).

Радикальным решением для предотвращения полной деградации Мексиканского залива может являться придание всему Большому Карибскому бассейну статуса особой охраняемой территории, включающей в себя, именно, целиком Мексиканский залив, Карибское море и прибрежную зону этого региона, а не отдельные части бассейна. Но это только первый шаг, следующим должна быть разработка всем сообществом бассейна планов восстановления экосистемы региона, включая ликвидацию «свалки» в бассейне (захоронений боеприпасов, химического оружия, радиоактивных отходов и т. д.), и согласованных принципов рационального природопользования и управления хозяйственной деятельностью на охраняемой территории.

Таким образом, возникнет возможность для выведения за рамки охраняемой территории всех негативных видов деятельности, в частности связанных с освоением минеральных ресурсов и пуском космических носителей. Конечно, такое решение звучит как утопия, но оно единственно верное и альтернативы ему нет. Но вот альтернатива освоению минеральных ресурсов и космодромам на побережье есть. Если и строить космодромы, то вдали от залива, но при этом следует всесторонне взвесить плюсы и минусы их назначения.

Что касается минеральных ресурсов, в первую очередь углеводородов, то на суше прилегающих к Мексиканскому заливу государств – США, Мексики, Кубы, по данным исследований автора, запасов углеводородного сырья вполне достаточно, с учетом дальней перспективы, для нужд этих стран и при необходимости для экспорта. Автор принимает участие в развитии методов дистанционного изучения природных ресурсов [7] и утверждает, что запасы углеводородов в этих странах (на суше) практически неиссякаемые. Так, например, в настоящее время автор при изучении Мексики выделил на ее территории несколько нефтегазовых провинций, каждая из которых содержит запасы, значительно превышающие установленные и прогнозируемые запасы углеводородов в Мексиканском заливе. Одна из них, с уникальными запасами нефти и газа, расположена на западе Мексики с центром в юго-западном штате Герреро.

В противном случае, в случае нереализуемости предложенного радикального решения глобальной проблемы Мексиканского залива, будет иметь место вместо «устойчивой» тенденции деградации следующая стадия – «устойчивая» деградация окружающей среды Мексиканского залива с уничтожением уникальных туристско-рекреационных ресурсов залива и его прибрежной зоны.

Список литературы

1. А. с. 1409026 СССР, A 1 G 01 V 7/00. Способ динамического испытания гравиметра [Текст] / М. Н. Ломоносов, А. В. Логинов, А. А. Ражин, В. П. Федосеев (СССР) ; заявитель : МГУ им. М. В. Ломоносова. – №3925497 ; заявлено 4.07.1985.
2. Болдырев, В. Проблемы природопользования и новые перспективы для Концерна «Росэнергоатом» [Текст] / В. Болдырев // Промышленные ведомости: экспертная общероссийская газета. – 2012. – №1/2.

3. Дмитриев, А. Н. Техногенное воздействие на природные процессы Земли : Проблемы глобальной экологии [Текст] / А. Н. Дмитриев, А. В. Шитов. – Новосибирск : Издательский дом «Манускрипт», 2003. – 140 с.
4. Ломоносов, М. Н. Автоматизированный комплекс на базе микро-ЭВМ для изучения динамики гравиметра [Текст] / М. Н. Ломоносов [и др.] // Гравиметрические исследования на море. – М. : Наука, 1988. – С. 71–76.
5. Ломоносов, М. Н. Влияние вертикальной вибрации на маятниковые измерения силы тяжести [Текст] / М. Н. Ломоносов // Морские гравиметрические исследования. – М. : ВИНИТИ, 1984. – С. 52–59.
6. Ломоносов, М. Н. Необходимое условие устойчивости туристско-рекреационной системы в регионе Мексиканского залива [Текст] // Труды V Междунар. науч.-практ. конференции «Туризм и рекреация: фундаментальные и прикладные исследования» : МГУ имени М. В. Ломоносова, географический факультет, Москва, 28–29 апреля 2010. – С.-Пб. : Д.А.Р.К., 2010. – С. 555–559.
7. Пат. RU 2159009 C2. Способ энергоинформационной связи и устройство для его осуществления [Текст] / А. Ф. Охатрин; А. А. Охатрин; Ф. А. Охатрин; М. Н. Ломоносов; В. С. Сизов, В. В. Касьянов. – №98118524/09 ; заявл. 09.10.1998 ; опубл. 10.11.2000.
8. Самусева, Е. А. Разработка методических подходов к анализу риска аварий на морских трубопроводах : автореф. дис ... канд. тех. наук : 05.26.03 [Текст] / Самусева Евгения Алексеевна. – М., 2011. – 26 с.
9. Чистяков, В. К. Геотехнологические опасности при поисках, разведке и эксплуатации месторождений природных газовых гидратов [Текст] / В. К. Чистяков // Геология и полезные ископаемые Мирового Океана : науч. ж. НАН Украины : Отделение морской геологии и осадочного рудообразования. – Киев : ЛОГОС, 2008. – №3. – С. 103–112.
10. Аукцион по нефтегазовым блокам в Мексиканском заливе привлек $1,7 млрд [Электронный ресурс] // Сайт Mail.ru : Новости : Экономика. – URL : http://news.mail.ru/economics/9337608/. Проверено 14.06.2012.
11. В Мексиканском заливе найдено 27 тысяч потенциально опасных скважин [Электронный ресурс] // Информационное агентство InterRight. – 07.07.2010. – URL : http://www.inright.ru/news/travel/20100707/id_2553/. Проверено 05.03.2012.
12. Майтанов, Азамат. Четверть века тому назад Казахстан пережил апокалипсис – пожар на Тенгизе [Электронный ресурс] / Азамат Майтанов // Информационно-познавательный сайт г. Атырау, Республика Казахстан. – URL : http://www.atyrau-city.kz/index.php?uid=37hole&l=r. Проверено 18.05.2012.
13. Новый мораторий введен на бурение на шельфе в США до 30 ноября [Электронный ресурс] // Сайт РИА Новости : Экология. – URL : http://eco.ria.ru/business/20100713/254116890.html. Проверено 05.04.2012.
14. Самусева, Е. А. Анализ опасности морских трубопроводов для .количественной оценки риска аварий [Электронный ресурс] / Е. А. Самусева // Сайт RiskProm.ru : Анализ опасностей и оценка техногенного риска. – URL : http://riskprom.ru/Seminars/PromBezNTC/21/Samuseva21.pdf. Проверено 05.04.2012.
15. США до 2017 г. проведут 15 аукционов по нефтегазовым участкам на шельфе [Электронный ресурс] // Портал «ИнтерЭнерго». – URL : http://ieport.ru/44383-ssha-do-2017g-provedut-15-aukcionov-po.html. Проверено 01.07.2012.
16. США провели первые после аварии торги по нефтегазовым участкам в Мексиканском заливе [Электронный ресурс] / Сайт RosInvest.Com. – URL : http://rosinvest.com/novosti/886054. Проверено 04.03.2012.

17. Эксперты: Причина колебаний мостового перехода – в аэродинамике [Электронный ресурс] // Официальный портал : Губернатор и Правительство Волгоградской области. – URL : http://www.volganet.ru/news/archive/news/news/2010/06/news_15331.html. Проверено 20.03.2012.
18. Nikolaev, A. V. Induced Seismicity [Electronic resource] / A.V. Nikolaev ; Joint Institute of Physics of the Earth, Russian Academy of Sciences, Russia // Encyclopedia of Life Support Systems (EOLSS). – URL : http://www.eolss.net/Sample-Chapters/C01/E4-06-01-03.pdf. Проверено 05.03.2012.
19. Shale Shocked: «Remarkable Increase» In U.S. Earthquakes «Almost Certainly Manmade,» USGS Scientists Report [Electronic resource] // Thinkprogress : Climate Progress. – URL : http://thinkprogress.org/climate/2012/04/06/459711/shale-shocked-increase-midcontinent-earthquakes-almost-certainly-manmade-usgs-report/?mobile=nc. Проверено 25.03.2012.

ТУРИЗМ ПО МАРШРУТАМ ИССЛЕДОВАТЕЛЕЙ КАМЧАТКИ

Н. П. Магер, *краевед-исследователь Общества изучения русской усадьбы, г. Москва; nptager@mail.ru*

Камчатка – один из самых необычных регионов нашей страны, край могучих вулканов, гейзеров и одно из немногих мест, где сохранилась первозданная природа. С одной стороны, это следствие удаленности и неосвоенности края, с другой, – именно это и привлекает сюда все большее количество туристов. В последнее время такие уникальные места на планете как Камчатский полуостров вызывают все больший интерес. Камчатку стоит посетить, чтобы осознать масштабы и красоту своей страны, которую нам важно сохранить. Этот край богат прекрасными местами, но только с недавних пор стало возможным посещать этот пока еще практически не освоенный человеком экологически чистый регион нашей планеты. По Камчатке можно путешествовать бесконечно, каждый раз открывая для себя что-то новое. Заслуживает внимания и тот факт, что треть территории Камчатки – это заповедники и заказники, шесть из них внесены в список Всемирного наследия ЮНЕСКО. Большая часть туров и экскурсий проводится именно в этих местах.

Маршрут в Петропавловск-Камчатский, расположенный на берегу Авачинского залива нам указала Карина Тарасян, тема диссертации которой была связана с изучением различных аспектов биологии камчатских касаток [6]. Экспедиционный стаж на Камчатке кандидата биологических наук – 13 лет, проведенных на Камчатке. О тех годах она отзывалась так: «Каждый новый сезон экспедиции в Авачинский залив приносил мне что-то новое. Целью научной работы было определить, чем же является Авачинский залив для камчатских касаток: столовой или местом отдыха и совместных встреч? Камчатка начала показывать мне, чего я стою, находясь в суровых условиях».

Уже до начала путешествия у нас возникло желание создать собственный путеводитель об этом «крае земли». На подготовительном этапе мы познакомились с информационными Интернет-ресурсами, посвященными истории Камчатки, содержащие описания путешествий и походов по земле Камчатской, обзоры камчатской краеведческой литературы, перечни книг, фотоальбомов, публикаций, посвященных истории Камчатки, истории города Петропавловска-Камчатского, именам землепроходцев, мореплавателей и ученых на карте Камчатки. Среди авторов, посвятивших Камчатке свои работы, следует назвать известные и малоизвестные имена, такие, как: Краше-

нинников С. «Описание земли Камчатки», Нестор Анисимов «Моя Камчатка», Баруздин С. «Край земли – моя Камчатка», Белов М. «На земле Камчатской», Дзюба О. «В ладонях вулканов», Карпов Г. «Узон земля заповедная», Литвинов А. «В краю огнедышащих гор», Лобков Е. «Камчатка. Объекты всемирного природного наследия», Николаенко В. «Камчатский медведь», Сергеев М. «Камчатский край», Семенов В. «Камчатка глазами туриста», Святловский А., Федотов С., Ванюкова О. «Камчатка страна вулканов».

Среди наиболее известных камчатских авторов книг и публикаций по истории Камчатки и города Петропавловска-Камчатского можно назвать:

1. Ирину Васильевну Витер, почетного гражданина Петропавловска-Камчатского, камчатского историка, автора-составителя книг «Памятники Петропавловска-Камчатского» (2007); «Хроника строительства города Петропавловска (1740–1923)» (1997), «Город над Авачинской бухтой» (2000; в соавторстве с А. А. Смышляевым; переиздана в 2010) [2].

2. Смышляева Александра Александровича, камчатского журналиста, кинодокументалиста. Им написано несколько книг: «Камчатка: от Адамовича до Бирюкова» (1996), «Геологи Камчатки. Золото, платина, алмазы» (1999), «Прогулки по Петропавловску» (2000), «Город над Авачинской бухтой» (2000; совместно с И. В. Витер), «Навсегда ухожу к медведям» (2005), «Ясак и деньги» (2006) и др. Им созданы такие документальные фильмы, как «Камчатка в поющей России», «Камчатка далекая и близкая» и др.

3. Пирагиса Александра Петровича, краеведа, журналиста, автора публикаций: «Путешествия по Камчатке (краткий обзор маршрутов)», «Населенные пункты Камчатки», «Топонимика Камчатки», «Путешествие в Долину гейзеров», «Восхождение на Авачинский вулкан».

4. Нечаева Андрея Мартэновича, фотокорреспондента, книгоиздателя, автора и составителя изданий: «Камчатка горячая земля у студеного моря», «Чудеса земли Камчатки», «Долина гейзеров» [3].

5. Белашова Артура Изосимовича, известного камчатского краеведа, директора музея Православия на Камчатке и в Русской Америке, основателя портретной галереи «Скрижали Камчатки», действительного члена Русского Географического общества, автора книг по истории и краеведению, составителя трехтомника «Очерк истории Петропавловской и Камчатской епархии» [1]. Имеются электронные версии 2 и 3 томов.

Изучение истории освоения Камчатки русскими мореплавателями, учеными и миссионерами, позволяют составить нитку маршрута, где проходили пути первопроходцев при освоении Русской Америки, и посетить интересующие нас места.

В Москве мы узнали названия турфирм Петропавловска, работающих на туристском рынке Камчатки, ознакомившись в Интернете с многообещающей рекламной информацией о Камчатке на сайте «Ищете туры на Камчатку?» [10]. Все фирмы предлагают любые туры, где гармонично сочетаются комфорт, сервис, безопасность и привлекательная цена. Это широкий спектр услуг: экскурсии, восхождения на вулканы, пешеходные, конные и джип-туры, вертолётные экскурсии, сплавы, морские прогулки, рыбалка, отдых. Нам рекомендовали воспользоваться услугами ООО «Камчатское бюро путешествий и экскурсий» [9].

Мы решили заказывать туры на месте, а из Москвы забронировали места для проживания в гостинице «Гейзер», расположенной недалеко от автобусной станции, чтобы иметь возможность автобусного передвижения. Экскурсионное бюро «Камчатка», удобно расположенное в здании гостиницы, предоставило нам возможность заказывать любые экскурсии по Камчатке: долина гейзеров, вулканы, горячие источники,

побережье Тихого океана, сплав по рекам, горные восхождения и пр. В турфирме «Камчатка» нам предложили вертолетные, этнографические, вулканологические, ботанические, орнитологические, энтомологические туры и наблюдения за медведями. Все туры разрабатываются и проводятся совместно с учеными-консультантами.

Туристическая фирма «Камчатка» бюро предлагала также уникальные многодневные экскурсионное туры по Камчатке. Для человека, приезжающего сюда один раз в жизни на ограниченное время, самым интересным является участие в комбинированных турах, где сочетаются различные виды отдыха. Самыми интересными и востребованными из них являются: «Камчатский калейдоскоп» (11 дн.), «Классическая Камчатка» (14 дн.), сплавы по рекам Быстрая (3 дн.) и Авача (2 дн.). А для тех, кто не хочет ночевать в палатке, предлагаются однодневные экскурсии! К нашему сожалению, турфирмы совершенно не предлагают историко-культурные маршруты, видимо они не пользуются у туристов большим спросом. Нам приходилось самостоятельно разрабатывать однодневные музейно-исторические маршруты. После каждой из них мы возвращались в свой гостиничный номер, где нас ждал горячий душ и уютная постель. А на следующий день нас ждал новый природный «шедевр».

Перед нами стояла задача зафиксировать для фотоотчета все природные объекты: вулканы, гейзеры, горячие источники, побережье Авачинского залива, Тихого океана, Охотского моря, водопады, реки, животный и растительный мир, историко-культурные памятники и другие интересные объекты, их географическое положение, а также климатические особенности Камчатского полуострова. А свои впечатления запечатлеть в мультимедиа.

Первое впечатление от Петропавловска – это город, покрытый туманом. В современном виде он состоит из одинаковых хрущевских пятиэтажек, построенных для вахтовых рабочих. Окружающие город вулканы видны очень редко. У местных жителей появление вулканов на горизонте – признак хорошей погоды. Зимой сильные метели, пурга. Снега наметает до второго этажа, приходится прорывать туннель сверху, чтобы попасть в подъезд.

В первые же дни пребывания Петропавловске-Камчатском мы совершили по городу ознакомительную экскурсию «Петропавловск-Камчатский – столица края, научный и культурный центр Камчатского полуострова». До 1990 г. он был единственным городом на Дальнем Востоке, внесенным в список исторических городов, как имеющий архитектурные памятники, градостроительные ансамбли, памятники национальной культуры, природные ландшафты и древний культурный слой земли, представляющий археологическую и историческую ценность [5]. Музеи и исторические памятники Петропавловска-Камчатского являются одними из основных источников информации о прошлом. История города началась с того момента, когда сюда впервые в 1740 г. со своей экспедицией прибыл командор Витус Беринг на двух пакетботах «Петр» и «Павел», избравший Авачинскую бухту основной для плавания по Тихому океану к неведомым тогда берегам. Базой для тихоокеанского отряда Великой Северной экспедиции бухта была выбрана неслучайно: все моряки, побывавшие в ней, в один голос утверждают, что Авачинская бухта – одна из удобнейших и красивейших гаваней мира. В Авачинской бухте, на берегах гавани Святых апостолов Петра и Павла, названной по имени судов знаменитой Второй Камчатской экспедиции, возникло селение, превратившееся со временем в столицу всего полуострова.

Совершить ознакомительный круиз на катере по Авачинской бухте с выходом в Тихий океан и порыбачить в бухте Тихой нам удалось дважды, заказав экскурсию в ООО «Пасифик Нетворк».

Во время экскурсии мы познакомились с основными достопримечательностями Авачинской бухты: скалы «Три брата», «Чертов палец», «Бабушкин камень», а также

осмотрели остров Старичков, который является заказником водоплавающей птицы. На острове гнездятся большие колонии водоплавающей птицы, живут нерпы. Нам рассказали интересные легенды, связанные с названиями скал, показали небольшие колонии (птичьи базары) водоплавающей птицы – топорка, кайры, баклана. Здесь же, на катере или на берегу бухты Тихой, можно было половить морскую рыбу – камбалу, палтус, белокорый палтус. Рыбалка была удачной, из выловленной рыбы нам приготовили уху. В бухте Тихая, есть гнездо орлана белоплечего.

Безусловно, самым интересным из предлагаемых маршрутов – это вертолетная экскурсия в Долину Гейзеров и в кальдеру вулкана Узон. Для России Долина Гейзеров уникальна. Поэтому ее научно-заповедная ценность неоспорима. Летом 1941 г. геолог Кроноцкого заповедника Татьяна Устинова открыла первый на Камчатке настоящий гейзер, который извергался каждые 45 минут. Она назвала его «Первенцем». К 1961 г. гейзер превратился в пульсирующий источник, непрерывно фонтанирующий на высоту 1,5–2 м. Завершив обследование безымянного притока, названного ею речкой Гейзерной, Татьяна Устинова составила подробный отчет-описание местности, получившую мировую известность под именем «Долина Гейзеров» [3].

Каждый, кто впервые попадает в Долину Гейзеров, испытывает на себе ее гипнотическую силу. Во времена «дикого» туризма Долину ежегодно посещало 2 500 чел. Теперь, когда посещение стало организованным, количество туристов, доставляемых вертолетными экскурсиями, достигает 2 000 чел. Единственное серьезное ограничение на пребывание туристов в Долине связано с весенним периодом, когда вышедшие из берлоги медведи выходят в долину, чтобы полакомиться свежей зеленью, покрывающей свободные от снега термальные площадки. В иные дни здесь скапливается до двух десятков медведей. Нам удалось запечатлеть такую встречу. Долине Гейзеров посвящали восторженные стихи, множество людей мечтают побывать в ней. Долина это и бренд, и символ, и «чудо России», и «жемчужина Камчатки», а может и просто стереотип, точка на карте, а когда её 3 июня 2007 г. завалило селем, природа здесь, поставила эксперимент по самовосстановлению экосистем. Но эстетическая ценность Долины, в том виде, каком она предстала после схода селя и каком ее показывают туристам за немалые деньги, как считают некоторые туристы, посредственна. Безусловно, гейзеры – это гидрогеологический феномен. Однако впечатления от попутных красот перевешивают впечатления от самой Долины. Настоящая красота понятна интуитивно, и нам предстояло проверить на себе впечатление от созерцания «жемчужины Камчатки» и запечатлеть увиденное в кино-фотодокументах.

Кальдера Узон – это уникальный в масштабе Земли район проявления современного вулканизма, место, где сформировался уникальный симбиоз вулканизма и дикой природы. «Парящие Земли» – так называли Узон камчадалы. И действительно – ступая по горячей, словно живой земле кальдеры, начинаешь чувствовать, какая гигантская энергия сокрыта в подземных кладовых Земли. Узон представляет собой огромную впадину размером около 10 км и площадью 150 км^2, образовавшуюся на месте разрушенного вулкана и называемую кальдерой (от исп. «котёл») Узон [8].

Камчатка – страна вулканов. На территории Южно-Камчатского природного парка располагается семь вулканов. Еще в Москве мы запланировали подняться на три вулкана – Авачинский, Горелый, Мутновский, но восхождению на вулканы помешала неблагоприятная погода. Нам лишь удалось совершить подъем на гору Верблюд, расположенную у подножия Авачинского вулкана и побывать у подножия Вилючинского вулкана. Описания правильного конуса Авачинского, кипящих серных котлов Мутновского и черных нагромождений Горелого вдохновили нас для будущих путешествий по Камчатке. Тропа к кратеру Мутновский проходит мимо Мутновской геотермальной станции мощностью 50 Мвт. Природа благосклонно одарила Камчатский

полуостров уникальным явлением – горячими термальными источниками. Можно наслаждаться купаньем под открытым небом круглый год. Горячие источники разбросаны по всему полуострову, кажется, что их можно встретить почти за каждой сопкой. Места очень живописные: трава по пояс, причудливые камчатские березы, множество быстрых каменистых ручьев. Нам довелось искупаться в Верхне-Паратунских источниках, где причудливо соединились потоки горячей и холодной воды. Нам довелось посмотреть на Вилючинский водопад и участвовать в сплаве по бурной реке.

Много интересной информации о самом большом океане мира, о флоре и фауне Камчатки, вулканах, землетрясениях и цунами можно получить в ходе экскурсии «Туда, где шумит Великий Океан». Во время прогулки на Халактырский пляж нам представится уникальная возможность прогуляться по берегу океана, насладиться красотой и мощью его могучих волн. В следующий раз мы посетили дикий берег Тихого океана, в районе поселка Лагерный, где проходили учения службы МЧС РФ.

Еще в Москве нам хотелось увидеть дикий берег Охотского моря. С этой целью мы самостоятельно на автобусе пересекли полуостров, минуя Большерецкий район. Конечным пунктом нашего автобусного маршрута оказался поселок Октябрьский, находящийся в западной части Камчатки на одноименной песчаной косе, вытянувшейся вдоль западного побережья Камчатки более чем на 35 км. Северным концом коса прикреплена к материковому берегу, с восточной (материковой) стороны она омывается эстуарием реки Большой, с противоположной стороны – Охотским морем. В последние годы волнами Охотского моря регулярно разрушается единственная дорога, соединяющая поселок с райцентром. В результате, поселок Октябрьский в течение нескольких дней остается без связи с внешним миром, сообщение с ним возможно только с помощью специальных средств МЧС [7].

Камчатка, окруженная морями и океаном, с множеством рек и озер, издавна известна своими рыбными богатствами. В морях, омывающих полуостров, водится более 500 видов рыб. В Беринговом их выявлено 394 вида, в Охотском – 270, а 112 видов являются общими для обоих морей. В водах Тихого океана состав видов еще разнообразнее. Многие виды рыб имеют промысловое значение. Из них, следует отметить все виды тихоокеанских лососей, сельдь, треску, минтай, навагу, камбалу, терпуг, корюшку, бычков, мойву, палтус, морского окуня, и др. Кажется, сама природа позаботилась о том, чтобы основой экономики Камчатки стало использование ее рыбных богатств и экспорт рыбной продукции в другие районы России и в зарубежные страны.

С Дальневосточным краем связана судьба моего дяди Дмитрия Магера, который в 1972–1979 гг. работал в рыболовной отрасли. Он уходил на полгода в плавание на промысловых судах. В течение семи лет работы он побывал на Камчатке, на Курильских островах, на берегах Аляски, в Канаде, на Гавайях, в Сингапуре, в Новой Зеландии, Новой Каледонии, Японии. У него остались яркие воспоминания и множество фотографий. В семидесятых годах прошлого века население Камчатки в большинстве состояло из приезжающих со всех концов Советского Союза работников по контракту.

Рыбачий поселок Октябрьский, расположенный на берегу Охотского моря, административно входит в состав Усть-Большерецкого муниципального района Камчатской области. Численность поселкового населения поселка во время путины значительно увеличивается за счет сезонных рабочих. Поселковый жилой фонд состоит из 4-х и 5-ти этажных панельных домов, а также 10 деревянных домов барачного типа, поражающих своей разрухой и заброшенностью. В самом поселке и его ближайших окрестностях (на косе) работает 14 крупных рыбоперерабатывающих предприятий. Здесь в советское время был райский уголок для местных жителей, благодаря несметному рыбному изобилию, а сегодня, когда рыболовный промысел оказался в частных

руках, безработный народ бедствует, не имея возможности заработать, чтобы уехать в поисках лучшей доли.

На Камчатке можно ловить рыбу даже без снастей. Если ты настоящий рыбак, можно обойтись просто подручными средствами. В августе по камчатским рекам тихоокеанский лосось поднимается на нерест, чтобы отложить икру и умереть. Это еще одна из уникальных загадок природы, и увидеть это можно именно здесь. Местные рыбаки говорят, что еще лет десять назад рыба стояла в реках сплошной стеной, теперь ее значительно меньше. Во время нереста за рыбой охотятся не только люди, но и медведи.

Камчатские медведи – а их насчитывается около 10 000 – достойны отдельного упоминания. В этом году здесь было очень много медведей, которые в голодный период даже выходили к людям. О, как опасны такие встречи! Можно было услышать фразу, леденящую кровь: «Медведь пошел на город!». Речь шла о старой медвежьей тропе на окраине города, по которой жители утром не смогли выйти из дома, потому что во дворе гулял мишка. Нам довелось вблизи одного населенного пункта увидеть медведицу с медвежатами – попрошайками. Это была опасная встреча, но мы находились в вахтовке. В 2011 г. на Камчатке произошло происшествие в районе ручья Серебряного на реке Паратунка в Елизовском районе Камчатского края: бурый медведь напал на группу отдыхающих. Медведь вышел из леса и напал на группу людей, мужчина и женщина не смогли убежать от косолапого, и погибли от полученных увечий. Это не первый случай нападения медведя на людей, в 2009–2010 гг. медведи загрызли четверых человек. На поиски медведя, вкусившего человечину, направлены охотники. Местные инструкции для туристов представляют собой весьма занимательное чтиво. Главное, при встрече с медведем действовать четко по правилам. Как люди относятся к дикому медведю? Одни с поразительным хладнокровием. Другие боятся панически, даже если медведь едва различим вдали. Третьи внешне невозмутимы, но стараются обойти медведя как можно дальше. Люди видят в медведе серьезного опасного хищника, но не могут справиться с соблазном понаблюдать за ним. Нам также довелось увидеть и запечатлеть пару медведей. Всего на Камчатке проживают свыше 18 000 медведей. Эти всеядные животные могут достигать веса в 700 кг. Существует в селении Эссо музей Медведя «Топтыгин и Топтыжка» [4].

Панорамное путешествие по городу обзорной автобусной экскурсии «Петропавловск – исторический, административный центр Камчатской области» сопровождается рассказом об истории Петропавловска, его природе, об Авачинской бухте. Пешеходная экскурсия «Истории славные страницы» с посещением Камчатских музеев знакомит с памятниками истории, установленными в честь первооткрывателей Камчатки. Экспозиция объединенного историко-краеведческого музея, знакомит с историей открытия и освоения г. Петропавловска-Камчатского, его основателями. В Музее боевой славы мы услышали рассказ о героической обороне в годы Крымской войны от нападения англо-французской эскадры.

В Музее института вулканологии и сейсмологии нам рассказали об окружающих город вулканах и сопках.

Нас интересовали люди, их мировоззрение, а значит и их духовная жизнь. Музей истории православия на Камчатке и в Русской Америке отражает начало распространения Православия на Камчатке более 300-х лет назад. Первый храм был построен в долине реки Камчатки в 1713 г. В Петропавловске-Камчатском первая церковь появилась в год его основания – в 1740 г. Это был походный храм с корабля «Святой апостол Павел». Вместе с кораблем он впервые достиг берегов Камчатки в составе экспедиции Беринга. Ныне белоснежный пятиглавый храм с золотыми куполами в окружении сопок и двух действующих вулканов стал украшением и архитектурной доминантой

города. Патриарх Московский и всея Руси Кирилл освятил в Петропавловске-Камчатском Троицкий кафедральный собор. В 2011 г. отмечалось 270-летие плавания мореплавателей В. Беринга и А. И. Чирикова к американским берегам и открытие Русской Америки – Аляски. Экспедиции внесли неоценимый вклад в отечественную и мировую науку, способствовали становлению и развитию торговых и экономических отношений России с США и странами тихоокеанского региона. В июле 2011 г. Общество «Русская Америка» обратилось в Миссионерский отдел Петропавловской и Камчатской епархии с предложением принять участие в поминовении первооткрывателей Русской Америки, и в перекличке церковных колокольных звонов между породнёнными историей городами в рамках просветительской Программы «Русская Америка – Территория Сотрудничества».

2012 г. знаменателен для наших соседствующих государств 200-летним юбилеем русской крепости Росс (Fort Ross) в Калифорнии. В этой связи Историко-просветительское общество «Русская Америка» осуществляет ряд мероприятий, посвящённых этим достопримечательным датам отечественной истории, и приглашает всех, кому дорога история Отечества.

Список литературы

1. Белашов, А. И. Очерк истории Петропавловской и Камчатской епархии: в 3-х кн. – Петропавловск-Камчатский : Скрижали Камчатки, 2003 – 2009.
   Кн. 1: XVIII век: Посев и всходы. – 2003. – 248 с.
   Кн. 2: XIX век: Первейшая необходимость и священнейшая обязанность. – 2006. – 310 с.
   Кн. 3: XX век: Смерть и воскресение. – 2009. – 489 с.
2. Витер, И. В. Город над Авачинской бухтой. История города Петропавловска-Камчатского / И. В. Витер, А. А. Смышляев. – 2-е изд., перераб. и доп. – Петропавловск-Камчатский : Новая книга, 2011. – 316 с.
3. Нечаев, А. М. Долина Гейзеров / А. М. Нечаев. – М. : Логата, Петропавловск-Камчатский : Новая книга, 2007. – 170 с.
4. Нечаев, А. М. КАМЧАТКА : горячая земля у студеного моря / А. М. Нечаев. – Изд. 2-е. – М. : Логата, 2007. – 158 с.
5. Памятники Петропавловска-Камчатского / сост. И. В. Витер ; авт. вступ. ст. В. В. Скворцов. – Петропавловск-Камчатский : Новая книга, 2007. – 94 с.
6. Тарасян, К. К. Экология и поведение косатки, Orcinus orca, Авачинского залива : дис … канд. биол. наук : 03.00.08 / Тарасян Карина Кареновна. – Москва, 2005. – 110 с.
7. Горин, С. Коса над Октябрьским: проблему размыва дороги можно решить [Электронный ресурс] / Сергей Горин, науч. сотр. ВНИРО // Независимое издание : Камчатское Время. – URL : http://kamtime.ru/old/04_10_2006/2.shtml. Проверено 05.04.2012.
8. Кальдера вулкана Узон на Камчатке [Электронный ресурс] // Сайт Туристической компании «Камчатка-Тур». – URL : http://www.kamchatka-tour.com/property/kaldera.php. Проверено 03.04.2012.
9. Камчатское бюро путешествий и экскурсий [Электронный ресурс] / Официальный сайт ООО «Камчатское бюро путешествий и экскурсий». – URL : http://www.kam-travel.ru. Проверено 02.04.2012.
10. Туры и экскурсии по Камчатке [Электронный ресурс] // Сайт ООО «Камчатка Дискавери». – URL : http://www.kamtrekking.ru/excursions/exotic/geyservalley. Проверено 10.04.2012.

ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ РЕГУЛИРОВАНИЯ ВОЗДЕЙСТВИЯ ТУРИСТСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ НА ОКРУЖАЮЩУЮ СРЕДУ В ХОДЕ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В ТВЕРИ И ТВЕРСКОЙ ОБЛАСТИ

Н. П. Манько, *профессор кафедры туризма и сервиса РГУФКСМиТ, доктор военных наук, г. Москва; saaturn@rambler.ru*

В. В. Бритвина, *доцент кафедры туризма и сервиса РГУФКСМиТ, кандидат педагогических наук, г. Москва; saaturn@rambler.ru*

На протяжении последнего десятилетия становится понятно, что мер регулирования ущерба наносимого не достаточно для сохранения природных комплексов, также необходимы методы и пути регулирования воздействия видов туристского природопользования на окружающую среду.

В настоящее время, как показывает анализ опыта развития туризма в мире, многие исследователи и ученые выделяют следующие направления, по которым должно осуществляться регулирование влияния туристской деятельности на окружающую среду:

- правовое регулирование;
- экономическое регулирование;
- функциональное зонирование территории.

Рассмотрим вначале правовое регулирование, т. к. оно является основой для любых действий, в том числе и хозяйственных, в любом цивилизованном государстве. За последнее десятилетие в мире возникла потребность в совершенствовании экологического права для отраслей международного туризма. Это право базируется на уже ранее созданном общем экологическом праве, основными принципами которого являются:

1. Приоритет охраны жизни и здоровья человека, создание благоприятных экологических условий для жизни, труда и отдыха населения.
2. Научно обоснованное сочетание экологических и экономических интересов, обеспечивающих устойчивое развитие общества.
3. Рациональное использование природных ресурсов.
4. Государственное регулирование деятельности по охране окружающей природной среды и использованию природных ресурсов.
5. Платность природопользования.
6. Соблюдение экологических требований законодательства, неотвратимость ответственности за его нарушение.
7. Международное сотрудничество в области охраны окружающей природной среды.

Исходя именно из этого, многие страны мира старались создать свои экологические законодательства, так или иначе связанные с ограничением воздействия туристской деятельности на природную культуру и в целом на окружающую природную среду. Нередко данные законодательные положения вносились в качестве поправок или дополнений к уже существующей конституции или кодексу. Так, например, в статье 72 Конституции Российской Федерации говорится: «в совместном ведении РФ и субъектов РФ находятся: природопользование, охрана окружающей среды и обеспечение экологической безопасности, особо охраняемые территории, охрана памятников истории и культуры». В статье 4 Уголовного Кодекса РФ определены цели, приоритетные направления и способы государственного регулирования туристской деятельности, а

именно: «основными целями государственного регулирования туристской деятельности являются: обеспечение права граждан на отдых, свободу передвижения и иных прав при совершении путешествий; охрана окружающей природной среды; создание условий для деятельности, направленной на воспитание, образование и оздоровление туристов; рациональное использование природного и культурного наследия». Однако в РФ существуют и отдельные законодательные акты, посвященные как правилам развития туристской деятельности на территории нашей страны, так и регулированию влияния туристских типов природопользования на окружающую природную среду – так например «Федеральный закон об основах туристской деятельности в РФ», в котором есть статья непосредственно связанная с обязанностями туриста – это статья 7, она обязывает туриста во время его путешествия (включая транзит) сохранять окружающую природную среду, бережно относиться к памятникам природы, истории и культуры в месте (стране) временного пребывания. «Федеральный закон об особо охраняемых природных территориях» и «Федеральный закон о природных лечебных ресурсах, лечебно-оздоровительных местностях и курортах» регулируют отношения, возникающие в связи с использованием и охраной выше названных областей и ресурсов. Так в пункте 3 статьи 11 главы 3 Федерального закона «О природных лечебных ресурсах, лечебно-оздоровительных местностях и курортах» сказано, что «Использование минеральных вод, лечебных грязей, а также других полезных ископаемых отнесенных к категории природных лечебных ресурсов, должно гарантировать защиту месторождения от преждевременного истощения и загрязнения и защиту полезных ископаемых от утраты лечебных свойств».

Суть правового регулирования, в том числе и в Тверском регионе, должна сводиться к сохранению и рациональному использованию природных туристских ресурсов. Предприятия и объекты, способствующие сохранению и использованию природных туристских ресурсов в интересах общества, расположенные на территории, находящейся в государственной собственности, должны создаваться в туристских регионах и туристских центрах только в соответствии с планами земельного пользования. Другие здания и объекты также могут возводиться и функционировать в интересах общества с разрешения органов управления данного региона, при условии, что данные объекты здания и структуры не будут наносить ущерб природным и культурным ценностям. Озера, реки, а также их побережья должны эксплуатироваться таким образом, чтобы им при этом не должен быть нанесен какой-либо ущерб. Эксплуатация подобных природных ресурсов, например удаление песка, гравия или камней, должна иметь разрешение соответствующих органов управления. Побережья предназначены для общего пользования на равной и свободной основе, на них не должны возводиться никакие здания, заборы, склады, железные дороги и другие подсобные сооружения. Никакие земельные работы на побережьях, способные их кардинально изменить, не должны проводиться.

Также не разрешается удаление песка или гравия. Не разрешается создание мусорных свалок, способных загрязнить окружающую среду.

Кроме законодательных актов еще существуют различные декларации по туризму, принимаемые различными международными организациями в разные года. При развитии туризма в регионе необходимо их неукоснительное соблюдение.

Так, к примеру Балийская декларация, признавая, что туризм основан на разнообразии природы, религии, культурных ценностей и традиций, и что он может оказывать как отрицательное, так и положительное влияние, и что в связи с этим следует сохранять сбалансированное отношение между людьми и их культурой и природной средой, постановляет в целях обеспечения надлежащей основы для разработки туристской политики заявить о нижеследующем:

1. Развитие туризма должно быть нацелено на обеспечение благосостояния местных сообществ, содействие взаимопониманию для достижения мира, на охрану природы и окружающей среды, а также сохранению традиций и разнообразных социальных, культурных и религиозных ценностей.
2. Туризм следует развивать на основе тщательного планирования, широко привлекая местное население, а также частный сектор с целью обеспечения равновесия между экономическими, социальными, культурными и религиозными ценностями и охраной окружающей среды для достижения устойчивого развития.
3. Следующая декларация, к которой стоит обратиться, развивая туризм, это декларация МАЛЕ по устойчивому развитию туризма.

Таким образом, можно заметить, что особой проблемы на правовом уровне регулирования туристского природопользования не существует, однако не всегда принятые законы правильно применяются и учитываются в реальной жизни, особенно это характерно для нашей страны и стран третьего мира, которые лишь с недавних пор стали задумываться о состоянии их окружающей среды. Конечно, существуют механизмы обеспечения исполнения экологических требований, но даже они не всегда приводят к эффективным результатам.

Экономическое регулирование

Обратимся теперь к экономическим аспектам регулирования туристского природопользования. Эти методы базируются, прежде всего, на оценке экономического ущерба от деградации окружающей среды, под которым понимается денежная оценка негативных изменений в окружающей среде в результате ее загрязнения, в качестве и количестве природных ресурсов, а также последствия таких изменений. Экологический ущерб и его последствия могут проявляться в самых различных видах и областях.

Величину эколого-экономического ущерба можно представить в виде суммы разнообразных видов издержек, затрат, убытков в различных областях и отразить в формуле:

$$U = EUi = Exi\ pi\ ,$$

где: Ui – экономический ущерб,

xi – натуральные изменения,

pi – денежная оценка.

Возможна стоимостная оценка ряда показателей:

1. потеря дохода в результате заболевания;
2. затраты на медицинское обслуживание;
3. получение выгод благодаря предотвращению негативных экологических воздействий.

Последний показатель и является основным в экономическом регулировании туристической деятельности.

Многим туристским предприятиям и фирмам становится экономически выгодно соблюдать правовые нормы туристского природопользования и заблаговременно стараться предотвратить негативное воздействие туристской инфраструктуры или самих рекреантов на ПК. Это связано, прежде всего, с теми штрафными нормами, которые существуют в мире.

Однако, многие, особенно развивающиеся страны, игнорируют это, предпочитая коммерческую и финансовую сиюминутную выгоду.

Еще одним способом, предотвратить ущерб, наносимый туристской деятельностью, и который непосредственно связан с экономическим регулированием, является

правильное проектирование и строительство необходимых объектов различных типов туристского природопользования.

Любые виды строительства наносят ущерб ПК. Он заключается в следующем:

1. Уничтожение плодородного слоя земли – почвы.
2. Уничтожение деревьев и кустарников.
3. Необоснованное устройство временных многочисленных дорог.
4. Захламление территории.

При выполнении планировки курортов, зон отдыха необходимо учитывать свойства природного ландшафта. Для каждой функциональной зоны и каждого ПК должен быть разработан конкретный перечень мероприятий по охране природы. К природоохранным мероприятиям, которые включаются в проекты детальных планировок и генпланов относятся:

- инженерная подготовка территории;
- организация округов санитарной охраны лечебных вод, грязей и т. д;
- сохранение микроклимата;
- поддержание режима эксплуатации территории.

Необходимым условием при проектировании курортов, домов отдыха, пансионатов или гостиниц необходимо определение устойчивости ландшафта и его частей при различных по форме и интенсивности рекреационных нагрузках.

Круг вопросов, связанных с определением допустимой нагрузки для проектов планировки, охватывает следующие моменты:

1. Оценка степени пригодности природных условий для курортно-рекреационных целей.
2. Определение критерия значимости определенных свойств ландшафта для рекреации.
3. Определение допустимой рекреационной нагрузки на ландшафты.

Изыскания для строительства курортно-рекреационных территорий должны проводиться с учетом не только современных геологических условий, но и возможных изменений их от предполагаемого использования территорий.

Мероприятия по санитарной охране курортно-рекреационной территории включают в себя выделения санитарных округов охраны лечебных вод и грязей, которые должны разрабатываться одновременно с проектом планировки или предшествовать ему.

Мероприятия по сохранению микроклимата связаны с микроклиматической оценкой ландшафта, которая приводится с учетом характеристик использования территории и ее планировочными функциями.

В настоящее время ни один гостиничный или курортный проект не может быть реализован без положительного заключения специальной экологической экспертизы. Такой контроль над строительством гостиничных комплексов и других объектов обслуживания туристов был установлен после того как в 70-е годы строительство новых гостиниц и иных инфраструктурных объектов вдоль побережья отрицательно повлияла на окружающую среду.

В заключении приведем один пример того, как неправильное проектирование объектов может привести к трагическим последствиям:

Курортный комплекс Пицунда в Абхазии – на широком морском берегу в близи рощи реликтовой сосны были возведены семь 14 этажных пансионатов. Корпуса пансионатов от моря отделяла узкая полоса набережной, защищенной от прибоя вертикальной волноотбойной стенкой.

Спустя год с небольшим курорт было почти не узнать. Груды развороченных плит, огромные кучи песка, гальки и битого стекла, роща реликтовой сосны тоже сильно

пострадала. Что же произошло? Нарушение равновесия. Природа установила здесь удивительно динамичное равновесие.

Материал пляжа – песок и галька, поступающие из расположенной рядом реки Бзыбь – понемногу смывался прибойными волнами в подводные каньоны, при этом большая часть энергии волны гасилась на пляже. Построив заграждение высотой 1,5 м, человек нарушил это равновесие и жестоко за это поплатился.

Функциональное зонирование территории

В качестве регулятора рекреационных нагрузок на ПК могут выступать не только правовые и экономические методы, но и собственно те методы, которые связанны с устойчивостью ПК. Одним из таких методов является функциональное зонирование территории или оптимизация среды в зонах отдыха.

Оптимизация – это обеспечение с помощью рекреационной планировки и ухода за ландшафтом постоянно благоприятной в рекреационном отношении территории. Оптимизация предназначена для предотвращения конфликтов между рекреационной деятельностью и охраной природы. На участках, где сталкиваются эти интересы, предпочтение по возможности рекомендуют отдавать интересам охраны окружающей среды, от которой также зависят и рекреационные свойства территорий. С точки зрения оптимизации, наиболее важным является соблюдение оптимального режима использования территории. Оптимальная нагрузка обеспечивается «предельно допустимой емкостью» территории, которая определяется двумя составляющими:

- максимально допустимая емкость – максимальный уровень использования, который могут выдержать природные и культурные компоненты ресурсной базы без изменения своих характеристик;
- фактическая физическая емкость, она исходит уже из конкретной ресурсной системы.

Наиболее целесообразным мероприятием по регуляции нагрузки в системе оптимизации является функциональное зонирование (уже на уровне рекреационной зоны). Различные функциональные зоны отличаются по интенсивности и функциям использования. При этом выделяют следующие подзоны:

- продолжительного отдыха – территория основной рекреационной застройки;
- односуточного отдыха – территория рекреационных объектов легкого типа
- кратковременного отдыха;
- тихого отдыха – использование природных учебных троп;
- полной тишины – резервные и буферные территории.

Исходя из этого, рекреационная территория Твери и Тверской области по принципу ее организации должна рассматриваться как поляризованный ландшафт низкого ранга с экологически оптимальной структурой, т. е. чередование зон интенсивного отдыха с зонами тихого отдыха и полной тишины, такие зоны имеют целью экологическую компенсацию среды территориально рекреационной системы. Чтобы сохранить природу необходимо связывать зону тихого отдыха и зону полной тишины в единое целое.

Наряду с функциональными зонами неотъемлемым элементом при организации территории для отдыха являются природные учебные тропы, о которых уже упоминалось ранее. Создание системы природных учебных троп – одно из мероприятий по повышению, с одной стороны, посещаемости ландшафтов отдыха, а с другой – по сохранению их привлекательности [1] .

Природные учебные тропы отличаются от обычных туристских и пешеходных маршрутов рядом специфических признаков. В зонах отдыха планирование природных

учебных троп, в первую очередь, имеет целью рассеивание и наилучшие направление отдыхающих по местности. Временное и пространственное рассеивание отдыхающих, в какой-то мере, позволяет избежать перегрузки отдельных, лучших по рекреационным предпосылкам и доступности участков зон отдыха. Автотранспорт в этом случае используется только для приезда отдыхающих на исходный пункт природных учебных троп.

На этапе планирования трассы природных учебных троп используются материалы лесотаксации и землепользования, ландшафтные карты, карты рельефа, списки охраняемых объектов и другие материалы. При полевых работах выясняются и наносятся на карту ценные пейзажи и подходящие для видовых площадок места.

Однако не следует забывать, что оптимизационное регулирование должно быть своим для каждого вида территории и туристского типа природопользования. Так, например, развитие туризма в районах типа Тверского региона требует экологической оптимизации рекреационной деятельности, т. к. в случае избыточной нагрузки возможно разрушение хрупких природных систем. Но данная оптимизация должна быть специально разработана для данного конкретного случая.

Оптимизационное регулирование различных типов туристского природопользования в настоящее время хорошо развито в странах Европы и США, где функциональное зонирование применяется не только в национальных парках, но и при строительстве комплексов курортов, пансионатов и лечебниц.

В целом политика по защите окружающей среды должна опираться не только на разобранные выше методы регулирования воздействия туристских типов природопользования на ПК, но и должна быть нацелена на долгосрочный характер, в том числе и для обеспечения продолжения туристской деятельности.

Список литературы

1. Биржаков, М. Б. Введение в туризм : учебник / М. Б. Биржаков. – С.-Пб. : Издательский дом Герда, 2006. – 512 с.

ПРОБЛЕМЫ РОССИЙСКОГО АРКТИЧЕСКОГО ТУРИЗМА

В. М. Мельниченко, *директор ЗАО «Росгипролес», академик Национальной академии туризма, Государственный советник РФ 3 класса, г. Москва; v-meln@mail.ru*

Арктика – северная полярная область земли, включающая моря Северного Ледовитого океана, северные окраины Тихого и Атлантического океанов, многочисленные заливы и проливы, острова и архипелаги, а также примыкающие к ним северные побережья Евразии и Северной Америки. К Заполярью относят все пространство, которое расположено севернее Полярного круга. Принято считать южной границей Арктики контактную зону между субарктическими тундрами и лесной зоной, практически везде совпадающей с июльской изотермой $+10^0$ С. По оценкам специалистов, эта территория занимает площадь около 25 млн км^2.

Суровость климата, контраст холодной Полярной ночи со всполохами северного сияния и пестрые ковры цветов летом, сказочные ландшафты, неповторимые по красоте реки, озера, водопады, ледники, специфический животный и растительный мир создают не только на путешественника, но и на старожилов этих мест магическое воздействие. Специфичной чертой этих мест являются и огромные необжитые территории с оазисами цивилизации, с налаженным бытом и коммуникациями.

Не случайно говорят в народе, что, попав однажды на Крайний Север, очень сложно с ним расстаться, а, посетив Заполярье однажды, неоднократно возвращаются вновь.

Для некоторой части местного населения туризм становится составляющей, скрытой частью их производственной деятельности или романтических устремлений, и имеет сезонный, либо повседневный характер. Для оленеводов, промысловиков, геологов, работников занятых на вахтах в нефтяной и газовой отраслях, их деятельность зачастую связана с экстремальными условиями труда и быта, а иногда и выживания. Для большинства городских жителей вылазки и поездки на лоно дикой природы тоже стали атрибутом счастливого времяпровождения в интересных и облюбованных местах. Для другой части местного населения заполярных городов более приоритетны культурно-досуговые центры, где воспеваются самобытность и красота местного края и его обитателей. Все эти пристрастия к духовной культуре и природным объектам и становится тем самым магнитом, который притягивает любознательных путешественников, по первому зову, или информационному сообщению увидеть, ощутить и запечатлеть новое, ознакомиться с конкретными достопримечательностями.

К сожалению, арктический туризм таких широких масштабов, как в скандинавских странах, в Канаде или на Аляске, в России еще не приобрел. И в самой России въездной и местный туризм имеет свои региональные особенности и различия. Причин этому явлению несколько. Их условно можно разделить на факторы природного, техногенного и организационного типа. К первому можно отнести четко очерченную сезонность возникновения процессов и факторов, благоприятствующих, или создающих помехи туристическо-рекреационному делу. Практически мы имеем дело с временными факторами природного характера: время ледохода, разлива рек, сезонов пурги и мороза, туманов, активности гнуса, прилета птиц, массовой миграции диких северных оленей, проведения праздников и культурных мероприятий, сбора дикоросов, сезонов охоты и промыслов. Техногенные нарушения окружающей среды, а также методы и результаты их устранения, и в первую очередь, в окрестностях объектов природного и культурного наследия, также оказывают на туристов соответствующе впечатление. Не учитывая эти моменты, рассчитывать на большой поток туристов и на получение доходов от турбизнеса в конкретном регионе бесполезно.

Для туристов, прибывших за несколько тысяч километров в Заполярье интересно не одно мероприятие, или созерцание события, либо явления, а их многообразие. Не менее важны для них и сервисные услуги. Поэтому, первоочередной задачей местных органов власти и заинтересованных в развитии турбизнеса инвесторов должно быть проведение инвентаризации туристическо-рекреационных ресурсов, их качественной составляющей и соответствия нормам и стандартам, а также изучение спроса на конкретные услуги местных, иногородних и иностранных туристов. Не менее важной задачей в повышении рейтинговой составляющей региона должна быть разработка конкретных проектов и программ на базе собственного ресурсного потенциала и степени доступности туристическо-рекреационных кластеров. Это и будет способствовать их синхронному взаимодействию как внутри конкретной административно-территориальной единицы, так и на межрегиональном, и даже международном уровнях. По существу, в туристско-рекреационном деле это и есть организационное взаимодействие местного, иногороднего и въездного туризма. Разработка пилотных проектов туристско-рекреационных кластеров и их апробация на местном и локальном уровнях силами туристических клубов и групп организованных туристов помогут правильно определить приоритеты и це-

лесообразность усилий и затрат в конкретные виды деятельности. Впоследствии эти эмпирические наработки позволят разработать и реализовывать региональную целевую программу в свете предложений и требований федеральной программы, с последующим обустройством и рекламированием удобных и выгодных вариантов, а значит, приносящих прибыль.

К факторам организационного порядка, от которых зависит успех проводимых мероприятий, следует отнести также отношение органов власти к туристско-рекреационному делу, наличие в регионе профессионально подготовленных кадров, наличие транспортных средств, в том числе специализированных, сферы услуг и медицинского страхования. Не менее значимым для Заполярья является комплектация групп опытными проводниками, одновременно способных выполнять и задачи краеведа, а при необходимости, и повара, медицинского работника, водителя, рыбака и охотника.

На самом деле, на местном уровне сталкиваемся с такими факторами, как желание получить деньги за формально, или небрежно оказанные услуги, зачастую с риском для жизни туристов, не неся за это никакой ответственности, т. к. официальная договорная основа в этом деле практикуется очень редко, или формально. Материальная база, оборудование и профессиональные навыки сотрудников таких операторов не выдерживают никакой критики. Еще хуже, когда экстремальными видами туризма занимаются неорганизованные группы, без согласования с органами власти и службы спасения, а иногда и пограничной службы, а также служб особо охраняемых природных территорий.

Серьезной помехой для цивилизованной туристско-рекреационной деятельности на местах является и практика бюрократизации различного рода согласований, недобросовестная конкуренция, установление непомерно высоких тарифов за транспортные, гостиничные и иные услуги, грубость, криминальная опасность, вандализм в отношении к объектам турбизнеса. Кроме антирекламы и ущерба конкретному региону, его бюджету, таковы реалии и порочная практика не принесет.

Существует пока в Заполярье и Дальнем Востоке проблема с посещением туристами объектов природного и культурного наследия в пограничной зоне. Согласование въездных документов, как например, для посещения г. п. Диксон, или мыса Челюскин, Попигайской астроблемы на Таймыре, и иных интересных объектов в погранзоне, занимает срок до 1,5 месяцев. При запредельно высоких авиатарифах за 1 полетный час на вертолет, как основной, а в отдельных местах, единственный вид транспорта, крайне сложно планировать сроки и схему заброски групп в отдаленные от обжитых мест и интересные для туристов и ученых территории. Хорошее подспорье в решении транспортных проблем в труднодоступных местах может выполнять «малая авиация», организационные и законодательные вопросы деятельности которой находятся на стадии решения.

Вполне уместны выводы, что туристско-рекреационное дело, на деле доказавшее свою состоятельность во многих, даже в слабо экономически развитых странах, в России требует очень корректного решения. И особые требования к качеству предоставления услуг и сервиса, с целью окупаемости и прибыльности этой отрасли должны предъявляться в Заполярье. Решать такие задачи могут только профессионально подготовленные кадры, способные правильно произвести необходимые согласования, расчеты и обоснования, и совместно с органами муниципальной и федеральной власти, проводить федеральную и региональные целевые программы «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011–2018 годы)».

ПРОЦЕСС ФОРМИРОВАНИЯ ОБЪЕКТОВ ПОКАЗА В ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННОЙ ЗОНЕ БАЙКАЛЬСКОГО РЕГИОНА

THE PROCESS OF FORMING OBJECTS SUCH AS IN THE TOURIST-RECREATIONAL ZONE OF THE BAIKAL REGION

Г. С. Митыпова, *профессор кафедры истории Бурятии ФГБОУ ВПО «Бурятский государственный университет», доктор исторических наук, профессор, г. Улан-Удэ; gunsema53@mail.ru*

G. S. Mitypova, *Professor of Buryat history department FSBEI HPE «Buryat State University» Doctor of Historical Sciences, Professor, Ulan-Ude, Russia; gunsema53@mail.ru*

Аннотация. *В статье рассмотрена проблема формирования объектов показа в туристско-рекреационной зоне Байкала и в Бурятии в целом. Данная территория действительно настолько разнообразна в природно-географическом, культурном и религиозном планах, что является достаточно привлекательной как туристический объект. Байкальский регион расположен в центральной части России и вместе с тем имеет прямой выход к границам Монголии и далее к странам Азиатско-Тихоокеанского региона. Важнейшим стратегическим ресурсом региона является не только озеро Байкал, но и природа, история и культура народов Бурятии, а также религиозная культура народов, проживающих на данной территории.*

Ключевые слова: *Буддизм, объект, показ, православие, сакральные места, шаманизм, экскурсионные объекты*

Какова сегодня обстановка в туристической сфере в Байкальском регионе, насколько сформированы объекты показа в Бурятии, об этом и проблемах, связанных с данным процессом в настоящей статье. С точки зрения развития Бурятии в сфере туризма достаточно много положительного, в первую очередь, это связано с тем, что Бурятия, восточное побережье Байкала с поддержки Правительства России определена наряду с другими регионами – как туристско-рекреационная зона [1, 8].

Более того, Правительство Республики Бурятии с соответствующими своими ведомствами, за последние годы активизировало данный вектор, начато осуществление проектов «Байкальская гавань», «Турка», «Пески», «Горячинск», многие проекты включены в Федеральную целевую программу по развитию туризма, осваиваются средства федерального, республиканского бюджетов и привлекаются инвесторы для создания соответствующей инфраструктуры для развития туризма. На строительство объектов туристско-рекреационной зоны «Байкальская гавань» в ближайшие 4 года планируется истратить 7,7 млрд руб., большая часть этой суммы (5,9 млрд руб.) должна поступить из Федерального бюджета, Бурятия обещает вложить 1,8 млрд руб. [2].

Действительно, ведется реконструкция и строительство дорог по всему восточному побережью Байкала с целью обеспечения комфортного доступа туристов к побережью Байкала с прекрасными песчаными пляжами, с отлогими берегами, строятся гостиницы, кемпинги, определены объекты для развития зимних видов туризма и. т. д. Значителен массив реальных шагов по формированию положительного имиджа региона – расширено Интернет-пространство, связанное с туристической индустрией, развивается сувенирное дело, формируется календарь событийного туризма. Вместе с тем, достаточно сложно обстоит *вопрос с объектами показа*.

Наиболее содержательны и интересны объекты по религиозному туризму [6]:

1. *Объекты поклонения* сакральным автохтонным местам бурят, «Ойхон баабай», «Эжэр хаан», «Бурин-хан», «Бархан уула» и др., практически на каждом горном перевале и высотной доминанте природного и культурного ландшафта, имеющие мифологические основания в бурятской среде, созданы площадки для отдыха и определены эти места как объекты поклонения, характерные для автохтонных верований бурят.
2. *Буддийские монастырские комплексы*, являющиеся памятниками художественной культуры, отражающие историю и культуру бурят Байкальского региона.
3. *Православные храмы и монастыри*, как архитектурные, духовные и культурные центры, как традиционно, транзитные пункты в духовной и дипломатической миссии в страны Азиатско-Тихоокеанского региона.

Стационарные объекты, отражающие природу, историю и культуру.

В этом сегменте имеются экспозиции музеев различного уровня [5]:

1. Кяхтинский краеведческий музей имени академика В. А. Обручева, сформированный как музей географических, академических экспедиций Императорского Географического общества и его регионального отделения ТКОРГО в пределы Центральной Азии (Монголию, Китай и Тибет).
2. Этнографический музей народов Забайкалья, расположенный в черте г. Улан-Удэ, в живописном предместье под названием Верхняя Березовка.
3. Музей природы Бурятии, где посетитель может ознакомиться с ландшафтом Байкальского региона, с флорой и фауной края.
4. Музей истории Бурятии, где наряду с разноплановой коллекцией представлены шедевры восточной культуры, например, Атлас тибетской медицины, буддийская коллекция.
5. Вышеперечисленные музеи в настоящее время сформированы под единой структурой: «Национальный музей Бурятии», возможно в едином комплексе будет сформирована единая концепция показа в соответствии с современными требованиями.

Природная, историко-культурная и художественная специфика Байкальского региона позволяет развитие и расширение ресурсной модели и реконструкции ценностей в культуре через деятельность различных учреждений, сохраняющих историко-культурное наследие народов [7].

Попытка построения непротиворечивой модели культурно-исторического развития Байкальского региона, столь необходимой для формирования образа устойчивого развития региона в рамках создания эффективной модели культурного сервисного объекта показа в туристско-рекреационной зоне и создания экспозиций нового типа, сопряжена с серьезными трудностями.

Какую культуру и какие типы и виды объектов показа, площадок, музеев мы должны ввести в экскурсионную программу?

Бурятия уникальная территория, где сосредоточены и развиваются несколько типов и видов культур. Архаичная культура автохтонных родовых обществ, буддийская культура, привнесенная из сопредельных стран Центральной Азии, русская культура с элементами христианской цивилизации, советская история и культура.

Наиболее первоочередной задачей является транслирование знаний о природе региона, об озере Байкал. Наряду с организацией музеев природоведческого характера настало время музеефикации природных и археологических памятников на восточном побережье Байкала с целью сохранения природно-культурного ландшафта, например, Гуннское городище, Сад камней в Курумкане и «Долина динозавров», Аршан за Иволгой и другие.

Бурятия на всем протяжении ее развития имеет многофакторные векторы и события истории, которые должны рассматриваться в широком историческом контексте.

Для древнейшей истории – это археологические культуры и культурно-исторические общности, для средневековой – государственные образования смежных территорий и племенные союзы степи, для новой и новейшей истории – общероссийские социально-экономические, политические и культурные процессы.

История Бурятии как бы распадается на отдельные, нередко очень яркие, эпизоды, завершившиеся с прекращением действия, вызвавших их к жизни, факторов, самой важной связующей основой и реальным наследием, переходящим от одной эпохи к другой, оказывается сама территория, ее геополитические, природные и культурные особенности. Задача для сообщества республики, ориентированного на внутренний и внешний туризм, показать текст культур ее во всем многообразии [4].

Обновление теоретической модели развития туристического кластера в Байкальском регионе, приведение его в соответствие с реальными запросами туристической индустрии в быстро меняющейся социокультурной ситуации – наиболее актуальная задача модернизации всего комплекса вопросов, связанных с туризмом и сохранением положительного опыта, выработанного в течение XX в. – нач. XXI в.

Во многом некоторая изоляция, в которой долгое время находились музеи Бурятии, вела в основном к формированию традиционных методов и приемов работы, в этом укоренении имеются и позитивные моменты и догматические представления, проявлявшиеся в содержании и формах работы музеев.

Отсутствие теоретического базиса или его недостаточность свидетельствуют во многом о неготовности музеев различного уровня формулировать концепции своего развития в новых условиях, в отсутствии научных предпосылок для выработки приоритетов и принципов музейной политики, не сводящихся к идее совершенствования существующих структур и зачастую сводимую только к количественным показателям. Музеями определяются особо ценные памятники культуры, так называемый «золотой фонд» музеев Республики Бурятия, – это Атлас тибетской медицины, «Ганджур», Острожская библия, восточные рукописи, коллекция буддийского танка, икон, скульптур, российских наград, художественные изделия из драгоценных металлов и поделочных камней, коллекции изобразительного искусства Бурятии, коллекции полезных ископаемых Бурятии, редкие исчезающие виды флоры и фауны Байкальского региона, гербарный фонд, памятники деревянного зодчества, образцы типов и видов жилищ этнических групп региона, а также фотодокументальная коллекция советской эпохи.

В качестве предложения проект: «*Мир артефактов Байкала. Кластер*». Данный проект обозначен в смысловом варианте, в котором могут принять участие все заинтересованные организации.

Предварительный мониторинг показывает, что необходима кластерная стратегия и тактика в данной проблеме. Муниципальные образования, учреждения образования и культуры, туристические организации «ведут» данные вопросы разрозненно и неэффективно, за исключением крупных инвестиционных кампаний, получивших федеральные контракты на строительство спортивных, гостиничных объектов и рекреаций.

Что может турист увидеть на Байкале, песчаный берег и водную гладь, горы и таежный массив? Появятся гостиницы, кафе, автостоянки, что можем предложить современному туристу? Где познавательный туризм, где объекты показа?

На сегодня отсутствуют и не сформированы достойные объекты показа в соответствии с современными требованиями, есть предполагаемые природные площадки, артефакты природы, истории и культуры в Байкальском регионе, имеются музеи, со-

зданные еще в XX в., которые необходимо реконструировать, расширять и ввести в туристический маршрут и расширить карту туризма.

Формирование *кластерной стратегии* в туристско-рекреационной зоне Байкала, объектов показа и экскурсионно-туристической организации, предварительные мониторинговые исследования: природные, палеонтологические, археологические, исторические, структуризация предполагаемых объектов показа, составление карт, маршрутов, формирование электронной базы данных, все это позволит выработать единую концепцию подхода развития данной территории в туризме.

Разработка предпроектной научной части, мониторинговые исследования, технико-экономические обоснования, подходы к архитектурно-художественной концепции и формирование документации научного проектирования, позволят выработать научную и архитектурно-художественную концепцию объектов показа.

Современный человек обитает в окружении естественных, преобразованных и созданных им материальных предметов. Ускорившееся в наше время развитие знаний, как основной фактор цивилизации, побуждает общество сохранять подобные предметы, как артефакты культуры и организовывать иллюстрированный показ в современном социокультурном пространстве.

Именно эффективные организационно-экономические условия обеспечивают развитие туризма, достигающиеся путем решения задач на уровне государственной политики в области регионального туризма. Только при всестороннем развитии туризма в крае возможно его положительное влияние на экономику, т. е. социально-экономическая эффективность туризма будет достигнута при параллельном развитии его с другими отраслями народнохозяйственного комплекса.

Индустрия туризма должна рассматриваться как экономическая категория, выражающая совокупность взаимосвязанных отраслей и производств национальной экономики [3], единой функциональной задачей которых является деятельность, направленная на удовлетворение разнообразных и постоянно растущих потребностей людей в различных видах отдыха и путешествий в свободное время при рациональном использовании всех имеющихся туристских ресурсов в рамках устойчивого развития.

Список литературы

1. Бадмаева, Д. Д. Продвижение православных объектов религиозного туризма Бурятии в сети Интернет [Текст] / Д. Д. Бадмаева // Сб. материалов Всеросс. науч. практ. конф «Православие: дипломатия и миссионерство в Сибири», БГУ, 14–15 янв. 2010. – Улан-Удэ, 2010. – С. 145.
2. Басаев, С. Кто будет автором концепции участка «Горячинск» / Сергей Басаев [Текст] // Новая Бурятия (газ.). – Улан-Удэ, 2012. – 25 марта. – №12 (110). – С. 6.
3. Валиев, М. Ш. Организационно-экономические основы развития регионального туризма в рыночной экономике : автореф.дис. канд. экон. наук : 08.00.05 [Текст] / М. Ш. Валиев ; МГУ. – М., 2004. – 23 с.
4. Джобинашвили, К. А. Методические подходы к разработке программы развития внутреннего туризма (на примере Челябинской области) : автореф. дис... канд. экон. наук : 08.00.05 / К. А. Джобинашвили. – С.-Пб., 2011. – 21 с.
5. Митыпова, Г. С. К вопросу о концепции развития музейного дела в Бурятии [Текст] / Г. С. Митыпова, Г. Л. Бимбаев // Материалы Межрегион. науч.-практ. конф. : «Культурный потенциал Байкальского региона», Улан-Удэ, 3 июля 2009 г. – Улан-Удэ : изд-во РЦНТ Министерства культуры Республики Бурятия, 2009. – Т. 1. – С. 298–307.

6. Очирова, Ц. Б. Мемориальные комплексы религиозных деятелей Бурятии – интегрированные музеи [Текст] / Ц. Б. Очирова // Вестник Бурятского государственного университета. – 2011. – Вып. 7 : История. – С. 107–110.
7. Тыхеева, Ю. Ц. Музей природы в образовательной сфере Бурятии [Текст] / Ю. Ц. Тыхеева, А. В. Гапеева // Материалы Межрегион. науч.-практ. конф. : «Культурный потенциал Байкальского региона», Улан-Удэ, 3 июля 2009 г. – Улан-Удэ : изд-во РЦНТ Министерства культуры Республики Бурятия, 2009. – Т. 1. – С. 84–91.
8. Думнова, Т. Г. Стратегические проекты развития туризма в Республике Бурятия [Электронный ресурс] / Т. Г. Думнова // Министерство экономики Республики Бурятия : официальный сайт. – URL : http://economy.burnet.ru/minister/speeches.php?ELEMENT_ID=573. Проверено 25.03.2012.

ПЕРСПЕКТИВЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ВИЭ КАК ОДИН ИЗ ФАКТОРОВ РАЗВИТИЯ ТУРИСТИЧЕСКОГО БИЗНЕСА В ЭФИОПИИ

PERSPECTIVES OF SCALING-UP RENEWABLE ENERGY AS A FACTOR OF TOURISM BUSINESS DEVELOPMENT IN ETHIOPIA

Л. В. Нефедова, *старший научный сотрудник географического факультета МГУ имени М. В. Ломоносова, кандидат географических наук; rsemsu@mail.ru*

L. V. Nefedova, *Lomonosov Moscow State University, Faculty of Geography, Russia; rsemsu@mail.ru*

Эфиопия – страна древнейшей культуры, священное место для приверженцев христианства, ислама и иудаизма, родина разнообразных и интереснейших традиционных африканских обрядов, страна, имеющая уникальные природные объекты, обширные национальные парки. Эфиопия издавна влекла к себе путешественников из многих стран, в том числе и из России. Среди них – русский поэт Николай Гумилев, совершивший три экспедиции в эту страну. Эфиопия, возможно, одна из самых архаичных стран мира. Сохранившаяся во многих моментах тысячелетняя культура – прямое следствие того, что страна никогда не была колонией.

Необычное сочетание исторических, культурных и природных достопримечательностей выделяют страну как одно из уникальных и привлекательных мест в Африке. Эфиопия – страна ярких природных контрастов, самое высокогорное государство Африки. Более половины его территории расположено выше 1 500 м, где доминирует Эфиопское нагорье (2 000–3 000 м). Оно сильно расчленено долинами рек на ряд массивов, над которыми возвышаются плосковерхие горы «амбы». Наибольшие высоты сосредоточены в горах Сымен, где находится высшая точка страны – потухший вулкан Рас-Дашэн (4 623 м).

До сих пор страна живет по коптскому календарю, отстающему от общемирового григорианского календаря на 7 лет и 9 месяцев. При этом в году здесь – 13 месяцев – в 12 месяцах по 30 дней, а в 13-м всего 5 дней. Новый год в стране наступает 12 сентября. Поскольку в ряде территорий число солнечных дней составляет более 340, то возник местный туристический слоган «Страна 13-ти месяцев солнечного света». При этом здесь не отмечаются высокие значения температуры воздуха. Даже в жаркий период среднемесячная дневная температура не превышает 25^{0}С.

Согласно опросам, проведенным по инициативе Министерства Культуры и туризма Эфиопии, иностранные туристы посещают страну со следующими целями: узнать

историю страны и увидеть памятники древней культуры, которая и до сегодняшнего дня сохранила свою самобытность; познакомиться с бытом и обычаями уникальных племен, практически не затронутых цивилизацией; стать свидетелями ярких национальных и религиозных праздников, уходящих корнями во времена зарождения христианства в Африке; увидеть интересные природные объекты, наблюдать представителей фауны.

Наиболее важными туристскими дестинациями в Эфиопии являются объекты антропологического наследия с их разнообразием культур, укладов и обычаев различных племен и народов, особенно проживающих в южных районах страны (племена дорзе, консо, мурси, каро, народности хамер, дасинеш, эрборо), различные народные и религиозные обычаи и религиозные церемонии, а также археологические объекты, признанные всемирным наследием раскопки, показавшие, что именно здесь находится колыбель человечества, окаменевшие свидетельства того, что предки Homo sapiens жили здесь еще 3,5 млн лет до н. э. [1].

В Эфиопии находится девять объектов, занесенных ЮНЕСКО в Список Всемирного наследия, – большего количества таких объектов нет ни в одной другой африканской стране:

- уникальные памятники древнейшей аксумской цивилизации (г. Аксум) – I–XIII в.;
- крепость Фасил-Гебби в г. Гондаре – XVI–XVII в.;
- Укреплённый исторический город Харар – Джуголь с семью воротами, являющийся четвертым по значимости святым городом для мусульман, получивший от ЮНЕСКО название «город мира» – XIII–XVI в.;
- старинные церкви и древние монастыри, высеченные в скалах с их материальными и духовными реликвиями (Скальные церкви в Лалибеле) – XII–XIII в.;
- долина нижнего течения реки Аваш – регионы Амхара, Афар, Оромия и Сомали;
- долина нижнего течения реки Омо – регионы Оромия и Народов Юга;
- национальный горный парк Сымен в регионе Амхара;
- археологические памятники Тийя периода неолита;
- культурные ландшафты в районе Консо в регионе Народов и народностей юга – 200 тыс. лет до н. э.

Интересные природные объекты расположены в Восточноафриканской рифтовой зоне. Цепь больших и малых озер протянулась к югу от столицы Аддис-Абебы более чем на 300 км. Каждое озеро имеет свои особенности и располагает условиями для жизни многих видов флоры и фауны. Большинство озер являются замечательными местами для наблюдения за местными и перелетными птицами, рыбалки. Однако порой эти занятия не являются безопасными, поскольку в ряде озер (Чамо, Аваса) обитают бегемоты и крокодилы. Наиболее известными озерами для наблюдения за колониями пеликанов и фламинго являются близкорасположенные – мелководное озеро Абийата и одно из самых глубоких озер Африки – Шалла (до 260 м), где создан одноименный национальный парк [1].

В основном озера долины пока слабо используются для туристических целей. Только на берегах оз. Лонгано, вода которого безопасна для купания, построены туристические отели. В долине имеются многочисленные естественные горячие источники, химический состав которых ценится местным населением благодаря их лечебным свойствам. Обладая уникальными озерами, многочисленными горячими источниками, теплым благоприятным климатом и богатым животным миром, Рифтовая долина может быть отнесена к весьма перспективным районам для развития международного экологического туризма.

Правительство Эфиопии рассматривает туристическую отрасль, как важный инструмент развития экономики в стране, отмечая в пятилетнем Плане развития и преобразования (ПРП), принятом на период 2010/11–2014/15, важный мультипликационный эффект от инвестиций в развитие туризма, а также источник поступления иностранной валюты в бюджет государства [3].

Индустрия туризма в Эфиопии получила последние годы заметное развитие. Строятся новые отели, прокладываются дороги, преимущественно за счет использования средств иностранных инвесторов. Отели самого высокого уровня есть только в столице страны, отели типа 4*–3* есть только в крупных городах. Однако необходимо отметить, что большинство отелей вообще не имеют звездной категории. На севере страны выбор отелей шире из-за высокой концентрации культурных, исторических и религиозных объектов, привлекающих десятки тысяч людей со всего мира. В южной части отелей значительно меньше и уровень их ниже. В районе Рифтовой долины имеются вполне комфортные лоджи (отели) с оригинальной отделкой номеров в национальном стиле. Такие отели имеют хорошие рестораны, обеспечивая туристов европейской и национальной кухней, и являются порой единственными местами безопасного питания на значительные расстояния. При этом в горах Бале и в Данакильской депрессии отелей практически нет, и ночевки организуются в палаточных лагерях [5]. В ряде случаев электропитание отелей базируется на автономных генераторах, функционирование которых зависит от поставок дизельного топлива; стоянки же в национальных парках и местах проживания племен не электрифицированы. Именно поэтому вопросы энергоснабжения для дальнейшего расширения туризма в стране являются столь же важными, как и развитие дорожной сети.

О состоянии и планах энергетики. Проблема энергообеспечения населения и промышленности является в стране одной из самых первоочередных для дальнейшего экономического развития. Около 88% потребляемой энергии в стране составляет биомасса (дрова, листья, навозные брикеты). В Эфиопии к настоящему времени минимальна разработка собственных топливных ресурсов, в частности на газоконденсатном месторождении Кэлуб в районе Огадена малазийской монополией Petronas. Поскольку геологические карты имеются только на 25% территории страны, работы по поиску природного газа и нефти продолжаются. Страна не имеет выхода к морю и современной сети железных дорог для транспортировки органического топлива. При этом в Эфиопии весьма высок потенциал возобновляемых энергоресурсов, особенно гидроэнергии. По оценкам Эфиопской электроэнергетической корпорации (Ethiopian Electric Power Corporation – EEPCo), выполненным при содействии иностранных специалистов, суммарный технический потенциал ВИЭ на территории страны составляет 60 000 МВт, из которых 45 000 – гидроэнергия, 10 000 МВт – ветроэнергетические ресурсы и 5 000 МВт – геотермальные ресурсы.

В 1991 г. установленная мощность электростанций составляла лишь 370 МВт, и только 8% населения имели доступ к электроснабжению. За 20-ти летний период был сооружен ряд крупных и малых ГЭС и к 2012 г. установленная мощность ЭС составила 2 100 МВт, при этом около 97% электроэнергии вырабатывается на ГЭС. Согласно пятилетнему Плану развития и преобразования (ПРП) к 2015 г. намечено достижение суммарной установленной мощности ЭС в 10 000 МВт и соответственно увеличение доступа к электроэнергии с 47% в 2010 г. до 75% [3].

К настоящему моменту выработка электроэнергии осуществляется на 13 ГЭС различной мощности, трех крупных дизельных ЭС и ряде изолированных дизельных ЭС небольшой мощности. Наиболее мощные ГЭС, введенные в строй в 2009/10 гг. – Текезе (300 МВт), Гилгель-Гибе II (420 МВт), Белес (460 МВт). Ранее были построены крупные ГЭС – Гилгель-Гибе (184 МВт) – 2004 г., Финчаа (134 МВт) – 2003 г., Мелека

Вакена (153 МВт) – 1988 г. и Тис Абай II (73 МВт) – 2001 г. Еще шесть МГЭС (менее 50 МВт) – имеют суммарную мощность 124 МВт. Таким образом, общая мощность ЭС, использующих гидроэнергию составляет 1 848 МВт. 13 дизельных электростанций различной мощности (0.8–38 МВт) в сумме имеют мощность 142,8 МВт, Геотермальная энергетика представлена ЭС Алуто Лонгано (7,3 МВт), введенной в строй в 1999 г., однако в настоящее время она по техническим причинам работает не на полную мощность [7].

В достижении установленной мощности ЭС в 10 ГВт к 2015 г. в Министерстве Эфиопии по водным и энергетическим ресурсам наиболее мощное строительство планируется в области освоения гидроэнергетических ресурсов. Уже сейчас ведется сооружение ГЭС Gilbel-Gibe III на р. Омо мощностью 1 870 МВт, бюджет которой в 316 млн долл. США выделен из фондов AfDB (African Development Bank). Разработаны перспективные планы наращивания мощности генерации электроэнергии за счет строительства грандиозной Миллениум (или Возрождение) дамбы на реке Голубой Нил в 40 км к востоку от границы с Суданом. Сооружение плотины было начато весной 2011 г. Проектируемая мощность составит 5 250 МВт, а выработка – 15 тыс. ГВт. ч. Сооружение плотины и ГЭС ведет итальянская фирма «Salini», которая сооружает и ГЭС Gilbel III. Высота плотины планируется – 145 м, длина – 1 800 м, объем водохранилища после заполнения составит 63 млн м^3, что поставит данное гидротехническое сооружение на 1-ое место в Африке и на 7-ое – в мире [9]. Также намечено строительство других крупных и ряда малых ГЭС, в том числе при поддержке международных фондов и иностранных инвесторов. При строительстве дамб для ГЭС важным аспектом является формирование крупных (многолетнего регулирования) и малых (сезонного регулирования) водохранилищ, имеющих большое значение для водоснабжения и ирригации, защиты от наводнений прилежащих территорий, поскольку во внутригодовом распределении осадков во многих районах страны сухой сезон составляет до 9 месяцев [2].

EEPCo запланировала на период до 2015 г. сооружение шести ветроэнергетических ЭС и одной геотермальной станции. Общая установленная мощность этих проектов возобновляемой энергетики превысит 1 000 МВт. Повышение объемов собственного производства электроэнергии, в свою очередь, является ключевым компонентом более широкого плана правительства ПРП по экономическому развитию. Эфиопию можно считать «электроэнергетическим центром Африки». Располагаясь в трех климатических зонах, она занимает второе место в Африке по потенциалу развития гидроэлектроэнергии, после Демократической республики Конго, и экспортирует и планирует расширять экспорт значительных объемов электроэнергии своим восточноафриканским соседям (Джибути, Судан, Эритрия). Подготовлены планы строительства ЛЭП и экспорта электроэнергии и в Кению.

Ветроэнергетические ресурсы. EEPCo рассматривает ветровую энергетику в качестве дополнительного компонента по освоению ресурсов ВИЭ к своим планам по развитию мощностей гидроэлектроэнергии. Эфиопия обладает существенными ресурсами в сфере ветровой энергетики (рис. 36). По оценке EEPCo, потенциал ветроэнергетики в этой стране составляет 10 000 МВт, при этом мощности ветровой энергии повышаются в сухой сезон, когда гидроресурсы находятся на своем минимальном уровне.

К настоящему моменту уже ведется сборка двух ВЭС: Ashegoda (120 МВт) в штате Тиграй на севере страны и ВЭС Adama I (51 МВт – 34 ветроагрегата Goldwind GW77/1500, диаметр лопастей – 77 м) в штате Оромия вблизи г. Назрет, в 100 км к юго-востоку от столицы. Разработка проекта ВЭС Ashegoda ведется EEPCo с международной помощью с 2006 г., в 2010 г. была начата сборка ветроагрегатов (ВА) фирмой VERGNET (Франция), в феврале 2012 г. введены в строй и начали выработку энергии

первые 30 ВА, каждый мощность 1 МВт. Общая стоимость проекта – 210 млн евро. На ВЭС Adama I работы были начаты в июле 2011 г. китайским партнером – фирмой Hydro China-CGCOC. К началу 2012 г. уже установлены 17 турбинных башен, окончание работ планируется к концу лета текущего года. Финансирование данного проекта в сумме 157 млн долл. США проводится китайской стороной – Export-Import Bank of China [9].

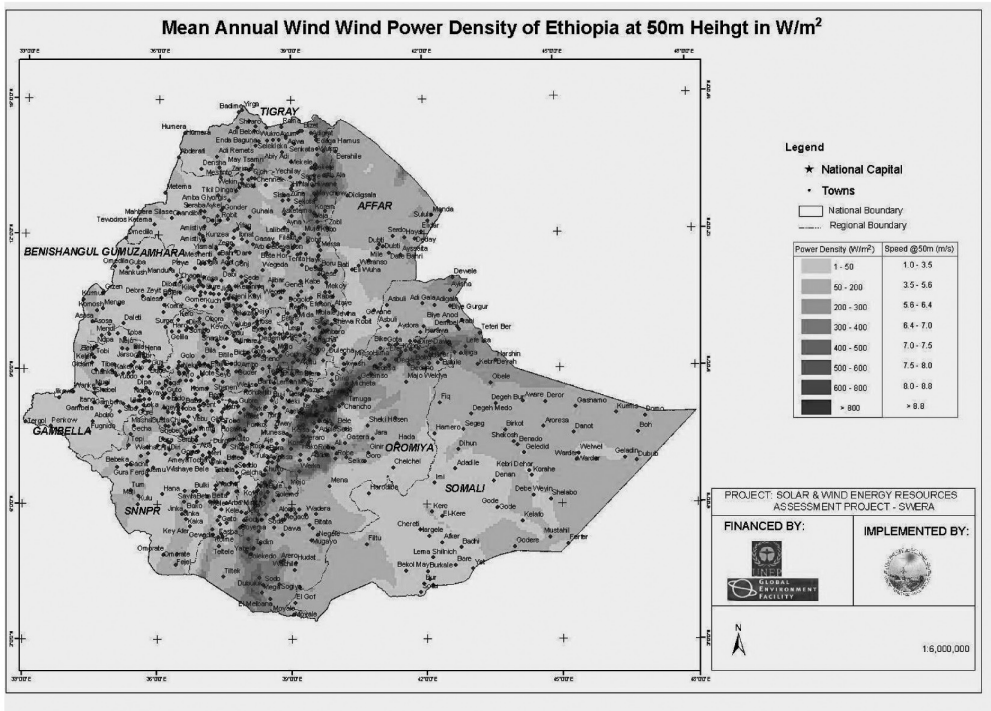

Рис. 36. Среднегодовая удельная мощность ветра (В/м^2) над территорией Эфиопии на высоте 50 м [*Источник: Ethiopian Solar and Wind Energy Resource Assessment (SWERA) Project, Final Report, 2007, UNEP/GEF*]

Освоение ветроэнергетических ресурсов в стране на ближайшую пятилетнюю перспективу согласно Программе развития возобновляемой энергетики Министерства водных ресурсов и энергетики Эфиопии (SREP) включает сооружение следующих объектов [6]:

1. ВЭС Assela – 100 МВт на юго-восток от Аддис-Абебы.
2. ВЭС Aysha – 300 МВт на границе с Джибути.
3. ВЭС Debre Birhan – 100 МВт на севере от Аддис-Абебы.
4. ВЭС Adama II – 153 МВт.
5. ВЭС Galema I – 250 МВт.
6. ВЭС Mesebo Harena – 42 МВт.

Суммарная мощность ВЭС страны должна составить к 2015 г. около 1 ГВт. Из перспективных проектов первой намечена подготовка проекта ВЭС Assela, которая предусматривает ветромониторинг на предполагаемой площадке размещения ветроагрегатов на четырех мачтах в течении 2013–2014 гг., с одновременной разработкой технического проекта. Сооружение станции планируется в 2015–2016 гг. Все работы по данной ВЭС будут выполняться при финансовой поддержке Программы развития возобновляемой энергетики в бедных странах (SREP) в рамках Климатических инвестиционных фондов (CIF) [8].

Геотермальные ресурсы. Эфиопская электроэнергетическая компания в 2012 г. планирует начать сооружение геотермальной электростанции Aluto Langano мощнос-

тью 70 МВт также при финансовой поддержке международных фондов, в том числе SREP. Богатая геотермальными ресурсами восточноафриканская рифтовая зона пролегает на востоке Эфиопии (рис. 37).

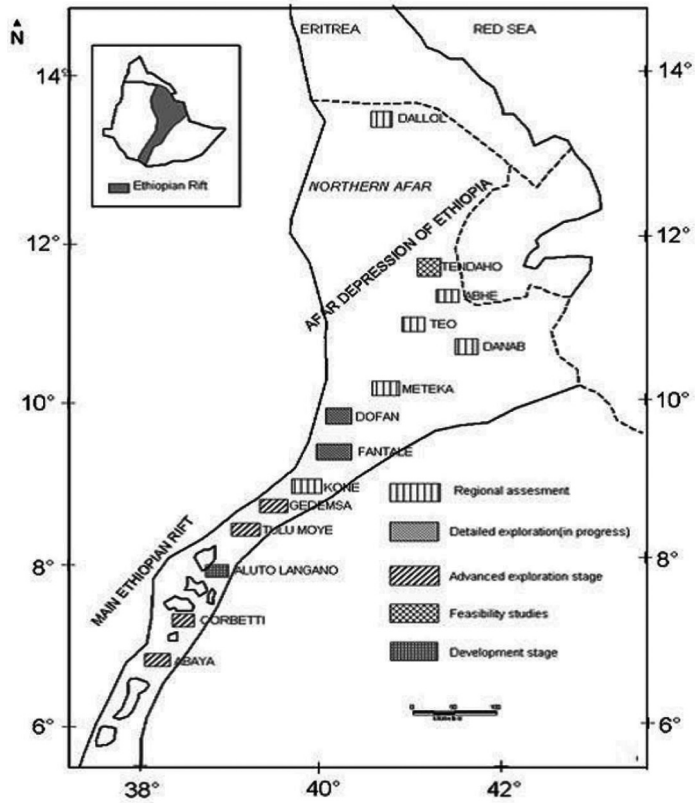

Рис. 37. Расположение участков, богатых геотермальными ресурсами, различной степени изученности на территории Эфиопии [6]

В перспективе существуют также еще ряд проектов дальнейшего включения электроэнергии ГеоЭС (данные приведены в табл. 36), суммарной мощностью 450 МВт, в энергобалланс страны (проведено бурение и технические оценки геотермальных ресурсов).

Таблица 36.
Перспективный план развития геотермальной энергетики в Эфиопии до 2018 г. (Источник: [6])

Район размещения	*Проектная мощность (МВт)*	*Проектный срок введения в эксплуатацию*
1. Aluto Langano	75	2015
2. Tendaho	100	2018
3. Corbetti	75	2018
4. Abaya	100	2018
5. Tulu Moye	40	2018
6. Dofan Fantale	60	2018

Гелиоресурсы. Расположенная в субэкваториальном поясе Эфиопия обладает также значительными гелиоэнергетическими ресурсами. Среднегодовые значения поступления прямой солнечной радиации составляют до 5 кВт.час/м^2/сут. (рис. 38). При этом число часов солнечного сияния очень высоко в течении более чем 9 месяцев в году [4].

В связи с современной высокой стоимостью использования гелиоресурсов для целей электроэнергетики Правительством Эфиопии не включен этот источник энергии в ПРП. Однако существует ряд проектов частных иностранных фирм и международных фондов по использованию гелиоресурсов для водо- и электроснабжения отелей, больниц, визит-центров национальных парков страны. Международная «Spire Corporation» совместно с «Sky International Co» местной фирмой «METEC» ведет подготовку создания в Аддис-Абебе первого в Эфиопии завода по сборке фотовольтаических модулей производительностью 20 МВт, что позволит включить и гелиоресурсы в энергобаланс страны.

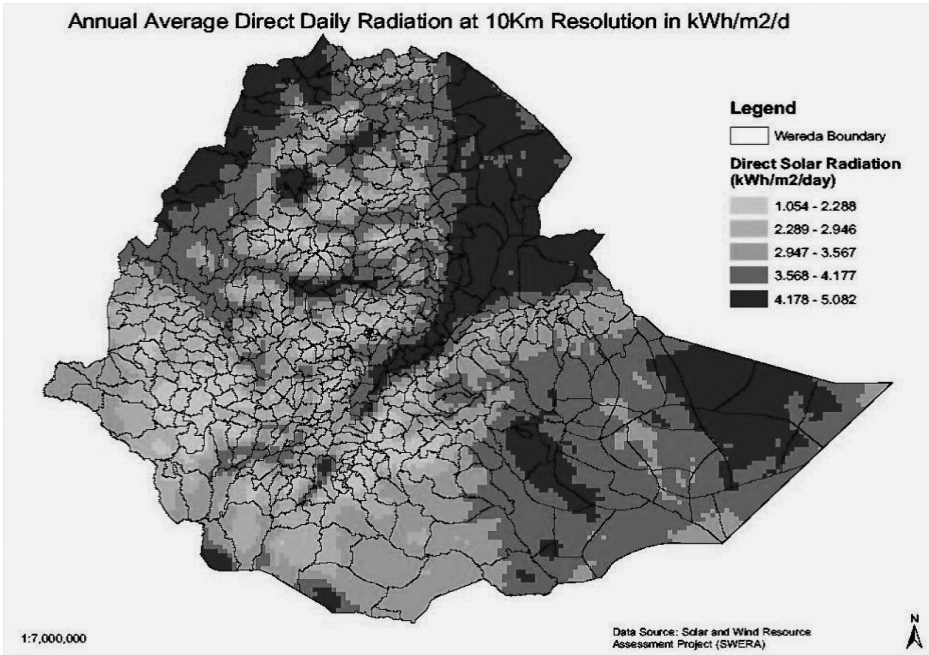

Рис. 38. Распределение среднегодовых значений поступления прямой солнечной радиации (кВт.час/м^2/сут.) по территории Эфиопии [*Источник: Ethiopian Solar and Wind Energy Resource Assessment (SWERA) Project, Final Report, 2007, UNEP/GEF*]

В 2004 г. программой Африканского Союза NEPAD (New Partnership for Africa's Development) был принят План развития туризма, формулирующий меры развития туристической отрасли в Африки для преобразования ее в «Дестинацию XXI века». Всемирная туристическая организация (UNWTO) отмечает заметный роста числа туристов в Африке за последние 5 лет. По информации Министерства культуры и туризма Эфиопии в 2011 г. доходы от туризма в стране составил более 511 млн долл., на 30% выше, чем в 2010 г. Заметный рост доходности индустрии туризма стал следствием стабильной политической обстановки в республике и сдвигов в развитии туристической инфраструктуры. Число иностранных туристов, посетивших Эфиопию в 2010/2011 гг., составило около 1 млн чел. При этом больше всего путешественников приехало из Великобритании, Канады, США и Германии. В целях продвижения достопримечательностей страны на зарубежных туристических рынках в июне 2012 г. Эфиопия проведет Международную ярмарку туризма и путешествий, участниками которой станут 300 местных и 200 иностранных турфирм из 25 стран [9]. Дальнейшее развитие инфраструктуры туристских дестинаций, включая и энергообеспечение как стационарных отелей, так и временных стоянок и лагерей с использованием ВИЭ, повышение уровня комфортности путешествий будет способствовать увеличению числа иностранных туристов.

Список литературы

1. Позднякова, Е. А. Эфиопия. «С отдыхающей львицею схожа...» [Текст] / Е. А. Позднякова, А. Э. Ярошевский. – М. : Вече, 2012. – 351 с.
2. Awulachew, S. B. Water Resources and Irrigation Development in Ethiopia [Text] / S. B. Awulachew, A. D. Yilma, M. Loulseged, W. Loiskandl, M. Ayana, T. Alamirew. – Colombo, Sri Lanka : International Water Management Institute (IWMI Working Paper 123). – 2007. – 78 p.
3. Growth and Transformation Plan (GTP) 2010/11–2014/15 [Text] / Ministry of Finance and Economic Development (MoFED), The Federal Democratic Republic of Ethiopia. – Addis Ababa. – September 2010. – 85 p.
4. Heimann, Stefan. Renewable Energy in Ethiopia. 13 Months of Sunshine for a sustainable Development [Text] / Stefan Heimann. – Addis Ababa, 2007. – Berlin, 2009. – 20 p.
5. Philip, Briggs. Ethiopia [Text] / Briggs Philip. – Bradt Travel Guides Ltd, UK, 2005. – Fourth Edition. – 596 p.
6. Scaling – Up Renewable Energy Program : Ethiopia Investment Plan (Draft Final) [Text] / Federal Democratic Republic of Ethiopia ; Ministry of Water and Energy. – January 2012. – 81 p.
7. Ethiopian Electric Power Corporation (EEPCo) : Facts In Brief 2010/11 [Electronic resource] / Site EEPCo. – URL : http://www.eepco.gov.et. Проверено 14.03.2012.
8. The Program on Scaling-Up Renewable Energy in Low Income Countries (SREP) [Electronic resource] / Internet-Portal : Climate Investment Funds. – URL : http://www.climateinvestmentfunds.org/cif/srep. Проверено 24.03.2012.
9. Tourism Development [Electronic resource] // The biggest Ethiopien business portal. – URL : http://www.2merkato.com/component/option,com_mtree/Itemid,31/cat_id,480/task,listcats. Проверено 15.03.2012.

СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ, ПРОБЛЕМЫ И ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В НИЖЕГОРОДСКОЙ ОБЛАСТИ

TOURISM IN NIZHNY NOVGOROD REGION: THE CURRENT STATUS, PROBLEMS, AND TRENDS

Т. П. Николаева, *старший преподаватель кафедры экономической теории и эконометрики НИУ ВШЭ, г. Нижний Новгород; tnikolaeva@hse.ru*

T. P. Nikolaeva, *Senior lecturer of the faculty of Economics, HSE, Nizhny Novgorod; tnikolaeva@hse.ru*

В настоящее время туризм представляет собой одну из высокодоходных и динамично развивающихся отраслей мирового хозяйства. Нижегородская область благодаря своему уникальному географическому положению и богатому культурно-историческому наследию обладает высоким потенциалом для развития туризма. Однако конкуренция со стороны зарубежных стран и других регионов России, недостаточная развитость транспортной инфраструктуры и ряд других проблем затрудняют реализацию потенциальных возможностей региона в качестве объекта въездного и внутреннего туризма. Далее будут рассмотрены некоторые показатели, характеризующие современное состояние туризма в Нижегородской области, проанализирована их ди-

намика и основные тенденции. Анализ базируется на данных Федеральной службы государственной статистики (Росстат).

Нижегородская область располагается почти в центре Европейской части Российской Федерации, на Восточно-Европейской равнине, находясь приблизительно на равном удалении от западных, северных и южных морей. Климат в области умеренно-континентальный, река Волга делит ее на низменную левобережную часть и относительно возвышенную правобережную, что, в свою очередь, определяет основные природно-климатические различия между отдельными районами.

Область входит в состав Приволжского федерального округа, административным центром области и округа является г. Нижний Новгород. Территория области имеет площадь 76,6 тыс. км^2 (около 0,45% территории России), расстояние от Нижнего Новгорода до Москвы составляет 439 км. В состав области входят 46 районов, 6 городских округов, 74 городских поселения и 311 сельских поселений. Население области (по итогам переписи 2010 г.) насчитывает 3 310,6 тыс. чел. (2,3% общей численности населения России), из которых почти 80% относится к городскому населению и более трети (1 250,6 тыс. чел.) проживает в Нижнем Новгороде. Другие крупнейшие города региона – Дзержинск (240,8 тыс. чел.), Арзамас (106,4 тыс. чел.), Саров (92,1 тыс. чел.) [4].

Среди регионов России Нижегородская область по данным на 2009 г. занимает 15 место по совокупному объему ВРП (33 место по объему ВРП на душу населения) и 12 место по уровню фактического конечного потребления домашних хозяйств (27 место по данному показателю на душу населения). Доля области в формировании совокупного ВРП регионов России составляет 1,7%. Основной вклад в его создание в области вносят обрабатывающие производства (26,7%); оптовая и розничная торговля; ремонт автотранспортных средств, мотоциклов, бытовых изделий и предметов личного пользования (16%); транспорт и связь (11,1%); операции с недвижимым имуществом, аренда и предоставление услуг (10,9%); строительство (9,5%) [5].

С точки зрения привлекательности региона как туристского объекта Нижегородская область является перспективной для развития самых разных видов туризма. Многовековое культурно-историческое и духовное наследие делает регион объектом культурно-познавательного и религиозного туризма, богатые природные ресурсы и разнообразные ландшафты привлекают туристов для охоты и рыбалки, экологического и приключенческого туризма, а наличие в регионе источников минеральной воды и лечебных грязей создает условия для лечебно-рекреационного туризма. Уникальное географическое положение области, в частности, расположение Нижнего Новгорода на слиянии двух великих рек – Волги и Оки – обеспечивает конкурентное преимущество в сегменте круизного туризма. Расположение на пересечении крупнейших транспортных магистралей, наличие международного аэропорта и близость к Москве и другим крупным городам европейской части России открывают широкие возможности для развития делового и событийного туризма.

Согласно Стратегии развития Нижегородской области на период до 2020 г., туризм является одним из базовых секторов экономики региона [3]. На основе двух групп критериев – привлекательность сектора и наличие необходимых условий для его успешного развития – из числа базовых секторов в Стратегии выделены три группы отраслевых приоритетов. Туризм по данной классификации, наряду с черной металлургией, авиастроением, топливной, химической и нефтехимической, а также стекольной промышленностью, в целом по области попадает во вторую группу приоритетов. С учетом неоднородности структуры экономики региона были выделены четыре зоны, объединяющие районы области со сходными условиями для развития определенных секторов. В каждой из таких зон туризм или отдельные его виды являются отраслевыми приоритетами первой или второй группы.

В настоящее время в регионе действует областная целевая программа «Развитие въездного и внутреннего туризма в Нижегородской области в 2012–2016 годах» [2], утвержденная Правительством Нижегородской области в октябре 2011 г. в продолжение предыдущей аналогичной программы, действовавшей в период 2009–2011 гг. [1]. Настоящая программа призвана содействовать продолжению комплекса мероприятий по развитию въездного и внутреннего туризма в области и повышению конкурентоспособности туристской индустрии региона. Также программа должна обеспечить достижение целевых значений индикаторов оценки реализации вышеупомянутой Стратегии. Кроме того, действующий вариант программы является базовым документом подготовки туристской инфраструктуры региона к проведению в Нижнем Новгороде игр Чемпионата мира по футболу 2018 г.

По данным на 2010 г. туристская индустрия области представлена 184 турфирмами со среднесписочной численностью работников 1 004 чел., причем в последние годы наблюдается постепенное сокращение средней численности работников на одном предприятии: с 8–9 чел. в 2004 г. до 5–6 чел. в 2010 г. Что касается характера деятельности фирм, подавляющее большинство из них занимается турагентской деятельностью (начиная с 2006 г. – 85–90%), и эта доля сохраняется на фоне общей тенденции увеличения числа фирм [7].

Большинство путевок, реализуемых населению турфирмами региона, не только по числу, но и по стоимости путевок, составляют туры по территории России [7]. Данные табл. 37 позволяют говорить об устойчивой тенденции снижения доли туров по России, как в общем числе, так и в общей стоимости реализуемых путевок, на фоне роста общего числа путевок.

Таблица 37.

Число и стоимость туристских путевок, реализованных населению турфирмами Нижегородской области (Источник: составлено по данным Росстата [7])

Данные о путевках по годам	*2004 г.*	*2005 г.*	*2006 г.*	*2007 г.*	*2008 г.*	*2009 г.*	*2010 г.*
Число путевок – всего, единиц	23 479	29 115	45 494	57 038	62 640	63 206	76 192
в том числе:							
По России	16 989	19 049	30 570	37 306	39 036	30 641	31 147
По зарубежным странам	6 490	10 066	14 924	19 732	23 604	32 565	45 045
Стоимость путевок – всего, млн. руб.	410,5	851,4	1 298,7	2 040,1	2 393,8	2 679,8	3 455,1
в том числе:							
По России	212,9	455,7	643,5	992,4	842,2	828,4	944,4
По зарубежным странам	197,6	395,7	655,2	1 047,7	1 551,6	1 851,4	2 510,7
Число путевок по России, % от общего числа путевок	72,4	65,4	67,2	65,4	62,3	48,5	40,9
Стоимость путевок по России, % от общей стоимости путевок	51,9	53,5	49,5	48,6	35,2	30,9	27,3

Общее число туристов, обслуженных турфирмами региона, по данным на 2010 г. составило 167,5 тыс. чел., из которых в туры по России было отправлено немногим более 40% (приблизительно та же доля, что и по данным табл. 37 о числе путевок). Причем только четверть обслуженных туристов, решивших путешествовать по России, предпочли туры по Нижегородской области [7].

Сказанное выше позволяет утверждать, что подавляющее большинство фирм региона заняты турагентской деятельностью, т. е. продажей и продвижением уже готовых туров, и реализуют путевки по зарубежным странам. Это представляет оп-

ределенную проблему, т. к. для развития туризма в регионе первостепенное значение имеет сфера внутреннего и въездного туризма, а не выезд туристов за пределы региона или за рубеж.

Важнейшая составляющая инфраструктуры туризма – развитие сети гостиниц и других средств размещения для обеспечения местами туристов различных категорий. В официальной российской статистике принято разделение коллективных средств размещения (КСР) на КСР общего назначения и КСР специального назначения [10]. В первую группу входят организации, предоставляющие помещение для временного проживания: гостиницы и аналогичные средства размещения (мотели, пансионаты, меблированные комнаты, общежития для приезжих и т. п.). КСР специального назначения включают санаторно-курортные организации (санатории, санатории-профилактории, пансионаты с лечением и др.) и организации отдыха (дома отдыха, базы отдыха; турбазы, кемпинги и др.).

Согласно официальным данным на конец 2010 г. сеть КСР общего назначения в области насчитывает 92 единицы, из которых более одной трети расположены в Нижнем Новгороде [10]. В области имеется 71 гостиница, из которых 62 – гостиницы без категории, а остальные 9 имеют категории 1*–4* (пятизвездочные отели в регионе на данный момент отсутствуют) [8]. Вместимость гостиниц и аналогичных средств размещения в регионе составляет 7 519 мест, из которых почти половина (47%) приходится на Нижний Новгород и еще около трети (31%) сосредоточено в трех крупнейших районах области (Городецком, Кстовском и Арзамасском) и городе областного подчинения Дзержинске [10]. Количество КСР общего назначения и их вместимость в регионе составляют соответственно 1,17% и 1,4% от аналогичных общероссийских показателей [6].

Следует отметить, что если в России, как количество, так и вместимость гостиниц и аналогичных средств размещения в последние годы постоянно увеличиваются, причем первый показатель растет более быстрыми темпами, в Нижегородской области наблюдается несколько иная ситуация. За последние два года значения данных показателей в регионе практически не изменились, кроме того, за исключением 2008 г., темпы роста вместимости КСР общего назначения превышают темпы роста их количества [7].

Также необходимо добавить, что фактические показатели количества гостиниц и аналогичных средств размещения, составившие 90 единиц в 2009 г. и 92 – в 2010 г., оказались существенно ниже промежуточных значений соответствующих целевых индикаторов программы «Развитие въездного и внутреннего туризма в Нижегородской области в 2009–2011 годах» [1] на период ее реализации (100 единиц в 2009 г. и 110 – в 2010 г.). Очевидно, что последнее отчасти может объясняться влиянием мирового финансового кризиса 2008–2009 гг., но, вероятно, также может быть обусловлено наличием проблем регионального характера. Действующий вариант программы [2] предусматривает к 2016 г. существенное расширение сети КСР общего назначения: до 122 единиц, т. е. приблизительно на 30% по сравнению с ситуацией на момент разработки программы (92 – в 2010 г.).

Что касается КСР специального назначения, по данным на 2010 г. их количество в регионе (82 единицы) и вместимость (13 667 мест) составляют около 2% от соответствующих общероссийских значений [7; 6]. Анализ динамики этих показателей в области не позволяет выявить каких-либо тенденций, в то время как в России оба показателя в последние годы демонстрируют спад. Как по количеству организаций, так и по их вместимости, около трети КСР данного типа, расположены в Нижнем Новгороде и еще четверть – в двух крупных районах области – Городецком и Павловском [10].

Фактические значения количества санаторно-курортных организаций и организаций отдыха в 2009–2010 гг., также оказались ниже целевых значений соответствующих индикаторов [1], однако в данном случае эти различия не столь значительны, как для КСР общего назначения. Кроме того, программа «Развитие въездного и внутреннего туризма в Нижегородской области в 2012–2016 годах» не предусматривает существенного увеличения количества КСР специального назначения [2], а значит, усилия региона планируется направить, прежде всего, на развитие сети КСР общего, а не специального назначения.

Приблизительно две трети лиц, обслуживаемых КСР области, размещаются в КСР общего назначения. До 2008 г. и общее число размещенных лиц, и их число по каждой из рассматриваемых групп КСР, постоянно возрастало, а последующий спад, очевидно, может объясняться, как снижением числа КСР, так и влиянием мирового финансового кризиса [7].

Подавляющее большинство лиц, размещенных в КСР области (более 95%), составляют граждане России, около 3% – граждане стран вне СНГ, и менее 2% – граждане стран СНГ [7]. Вероятно, низкая доля зарубежных туристов отчасти может объясняться «закрытостью» региона до 1991 г., кроме того, низкая доля граждан стран СНГ может являться следствием того, что ряд приезжающих из этих стран имеют исторически сложившиеся связи с Россией, и поэтому могут размещаться у друзей, родственников и т. п. Следует также отметить, что практически все зарубежные туристы – как из стран СНГ, так и из дальнего зарубежья – размещаются в КСР общего назначения.

Если говорить о распределении размещаемых лиц по целям, то согласно классификации, используемой в официальной российской статистике, размещение может производиться либо с деловыми и профессиональными, либо с личными целями. В Нижегородской области доли этих двух категорий по данным на 2010 г. составили 42% и 58% соответственно [10]. Однако личные цели, наряду с такими целями, как отпуск, досуг и отдых (31%), лечебные и оздоровительные (14%), религиозные и паломнические (15%), включают категорию «Образование и профессиональная подготовка» (7%). Очевидно, что часть лиц, отнесенных к данной категории, фактически соответствует размещению не с личными, а с деловыми и профессиональными целями, что свидетельствует о том, что доля последних недооценена.

Таким образом, почти половина лиц, размещенных в КСР Нижегородской области, приехали в регион (либо перемещаются по региону) с деловыми и профессиональными целями. Среди остальных наибольшую долю составляют лица, совершающие поездки в целях отдыха, проведения отпуска или досуга, а также в лечебных или оздоровительных целях. Думается, что границы между этими двумя категориями также могут быть достаточно размыты.

Следует отметить, что среди размещенных в КСР области граждан России наблюдается распределение по целям, аналогичное общему для всех, описанному выше [10]. С учетом низкой доли иностранных граждан в общей численности лиц, размещенных в КСР региона, это является закономерным. Однако среди относительно небольшого числа иностранных граждан (как из стран СНГ, так и из стран дальнего зарубежья), совершающих поездки по области, три четверти составляют те, кто посещает регион с деловыми и профессиональными целями. Этот факт подчеркивает важность развития в регионе инфраструктуры, необходимой для бизнес-туризма.

Таким образом, с учетом вышеизложенной информации о целях посещения, проблема низких темпов роста количества и вместимости КСР общего назначения становится еще более важной для понимания текущей ситуации в области в сфере размещения. Региону требуется не просто увеличение данных показателей, а

выход на более высокий уровень, особенно с учетом поставленной правительством региона задачи увеличения въездного и внутреннего турпотока в Нижегородскую область [2].

Одним из основных показателей развития туристской отрасли является объем услуг в области туризма, который включает собственно туристские, гостиничные и санаторно-оздоровительные услуги. Объем туристских услуг складывается из общей стоимости услуг, включенных в стоимость тура, а также экскурсионных услуг, организованных для однодневных посетителей. При этом потребителями услуг могут выступать как граждане России, так и других государств. Стоимость услуг, оказанных гражданам России при организации и совершении зарубежной поездки зарубежными фирмами, даже если эти услуги были оплачены через российскую турфирму, не учитывается в объеме платных туристских услуг [9]. В объем гостиничных услуг входит фактический размер платы за проживание в гостиницах и аналогичных средствах размещения (в том числе стоимость питания, если она включена в стоимость проживания в номере). Объем санаторно-оздоровительных услуг отражает общую стоимость услуг, оказанных населению санаторно-курортными и оздоровительными организациями, включенных в стоимость путевки (кроме льготных путевок, предоставленных за счет бюджетных средств и внебюджетных фондов).

Табл. 38 содержит данные о доле перечисленных выше видов услуг в общем объеме платных услуг населению Нижегородской области в сравнении с аналогичными общероссийскими показателями. Очевидно, что, начиная с 2006 г., наиболее высокую долю в общем объеме платных услуг населению имеют туристские услуги. Кроме того, доля туристских услуг в регионе в течение последних лет более чем на половину превышает соответствующий общероссийский показатель, в то время как доля санаторно-оздоровительных и, особенно, гостиничных услуг, наоборот, ниже, чем в целом по России.

Таблица 38.

Доля основных видов услуг в области туризма в общем объеме платных услуг населению, % (Источник: составлено по данным Росстата: [8; 9])

Регион	*2000*	*2005*	*2006*	*2007*	*2008*	*2009*	*2010*
	Туристские						
Нижегородская область	0,44	0,72	2,20	2,53	2,84	2,69	2,75
Россия	1,77	1,49	1,62	1,58	1,79	1,74	1,70
	*Гостиничные**						
Нижегородская область	–	2,02	2,14	2,36	2,28	1,81	1,70
Россия	–	2,65	2,67	2,70	2,64	2,35	2,30
	Санаторно-оздоровительные						
Нижегородская область	3,17	1,05	1,12	1,02	1,20	1,07	1,03
Россия	2,79	1,59	1,53	1,44	1,42	1,36	1,25
*До 2002 г. гостиничные услуги учитывались в составе жилищных							

На основе данных Росстата об объемах рассматриваемых видов платных услуг населению в текущих ценах для Нижегородской области [8] и в целом для России [9] по каждому виду услуг были получены значения в постоянных ценах 2004 г. с учетом соответствующих индексов потребительских цен. Ежегодные темпы прироста полученных показателей, а также доля области в общероссийских объемах соответствующих услуг представлены в табл. 39.

Таблица 39.

Объемы основных видов услуг
в области туризма в постоянных ценах 2004 г.
(Источник: составлено по данным Росстата [8; 9])

Услуги	*2006*	*2007*	*2008*	*2009*	*2010*
	Нижегородская область, ежегодный темп прироста, %				
Туристские	222,1	35,4	36,4	10,5	7,1
Гостиничные	3,9	3,7	4,0	-14,8	5,6
Санаторно-оздоровительные	8,8	-6,0	23,8	7,4	-13,7
Россия, ежегодный темп прироста, %					
Туристские	25,0	3,0	10,6	-2,6	0,3
Гостиничные	8,9	4,9	-1,4	-9,1	-0,2
Санаторно-оздоровительные	2,9	-0,6	-2,4	-4,0	-6,0
Доля Нижегородской области в общероссийских показателях, %					
Туристские	1,6	2,0	2,5	2,9	3,0
Гостиничные	1,0	1,0	1,1	1,0	1,1
Санаторно-оздоровительные	1,1	1,0	1,3	1,4	1,3

Анализируя данные табл. 39, можно, прежде всего, заметить, что в Нижегородской области объемы туристских услуг растут существенно быстрее, чем в целом по России, хотя и с замедляющимся темпом. Даже если исключить из рассмотрения 2006 г., показатель в котором явно завышен, что, вероятно, обусловлено изменением способов статистического учета по данному виду услуг, среднегодовой темп прироста объемов туристских услуг в регионе составит 21,6% против 2,7% в России. В объемах гостиничных услуг в регионе яркой динамики не наблюдается: снижение темпов роста в 2009 г. было практически компенсировано последующим приростом, чего, однако, нельзя сказать о стране в целом. Что касается санаторно-оздоровительных услуг, в Нижегородской области среднегодовой темп прироста их объема за рассматриваемый период составляет 3,3%, тогда как в России, наоборот, имеет место среднегодовое снижение, составляющее 2,1%. Кроме того, доля области в общероссийских показателях по туристским услугам также выше, чем по другим видам услуг, и демонстрирует устойчивую тенденцию к росту – от 1,6% в 2006 г. до 3% в 2010 г.

Таким образом, из трех рассмотренных видов услуг в сфере туризма наилучшие показатели Нижегородская область демонстрирует по объемам собственно туристских услуг. Санаторно-оздоровительные и, особенно, гостиничные услуги имеют меньшие доли в общем объеме платных услуг населению, более низкие темпы роста, демонстрируют худшие показатели в сравнении с общероссийскими и вносят меньший вклад в объемы соответствующих услуг в целом по России.

Подводя итог, необходимо отметить, что в Нижегородской области, не смотря на ряд положительных тенденций в развитии туризма, имеется широкий круг проблем – прежде всего, неразвитость и низкие темпы роста инфраструктуры размещения. Если кроме проанализированных количественных показателей принять во внимание качественные характеристики текущего состояния туриндустрии, положение дел окажется еще более драматичным. Правительство области в настоящее время предпринимает ряд шагов, без которых выход из сложившейся ситуации не представляется возможным: туризм включен в число базовых секторов экономики региона, принимаются соответствующие нормативные документы, проводится системная государственная политика по формированию конкурентоспособной туристской индустрии. Существенным импульсом к развитию туризма в регионе является участие Нижнего Новгорода в Чемпионате мира по футболу 2018 г.: соответствующая инфраструктура,

создаваемая в процессе подготовки к его проведению, обеспечит широкие возможности для последующего роста туриндустрии. Это, в свою очередь, за счет мультипликативного эффекта может способствовать развитию смежных отраслей и внести существенный вклад в экономику региона в целом.

Список литературы

1. Об утверждении областной целевой программы «Развитие въездного и внутреннего туризма в Нижегородской области в 2007–2011 годах» : Постановление Правительства Нижегородской области от 30 апреля 2009 г. №265 [Электронный ресурс] // Интернет-портал : Справочно-правовая система «ЗаконПрост». – URL : http://zakonprost.ru/content/regional/44/596031/. Проверено 05.03.2010.
2. Об утверждении областной целевой программы «Развитие въездного и внутреннего туризма в Нижегородской области в 2012–2016 годах» : Постановление Правительства Нижегородской области от 4 октября 2011 г. №797 [Электронный ресурс] // Интернет-портал : Справочно-правовая система «ЗаконПрост». – URL : http://zakonprost.ru/content/regional/44/1483046/. Проверено 05.03.2010.
3. Об утверждении Стратегии развития Нижегородской области до 2020 года : Постановление Правительства Нижегородской области от 17 апреля 2006 г. №127 [Электронный ресурс] // Информационно-правовой портал : ГАРАНТ. – URL : http://base.garant.ru/8516550/. Проверено 05.03.2010.
4. Регионы России. Основные характеристики субъектов Российской Федерации : стат. сб. [Текст] / Росстат. – М., 2011. – 654 с.
5. Регионы России. Социально-экономические показатели : стат. сб. [Текст] / Росстат. – М., 2011. – 990 с.
6. Туризм в цифрах. 2011 : Статистический сборник [Текст] / ИИЦ Статистика России ; Федеральное агентство по туризму. – М. : Росстат, 2011. – 39 с.
7. Нижегородская область, статистический ежегодник : стат. сб. [Электронный ресурс] // Сайт территориального органа Федеральной службы государственной статистики по Нижегородской области. – URL : http://nizhstat.gks.ru/default.aspx. Проверено 03.03.2010.
8. Основные итоги деятельности организаций сферы туризма в 2000, 2005–2010 гг. : стат. сб. [Электронный ресурс] // Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Нижегородской области. – Нижний Новгород, 2011. – 1 электрон. опт. диск (CD-ROM).
9. Платное обслуживание населения в России – 2011 г. [Электронный ресурс] // Сайт Федеральной службы государственной статистики. – URL : http://www.gks.ru/bgd/regl/b11_78/Main.htm. Проверено 15.03.2010.
10. Сведения о работе гостиниц и организаций отдыха в Нижегородской области в 2010 г. : стат. бюл. [Электронный ресурс] // Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Нижегородской области. – Нижний Новгород, 2011. – 1 электрон. опт. диск (CD-ROM).

ГОРНЫЙ ЛАНДШАФТ БУРЯТИИ КАК ЭКСКУРСИОННЫЙ ОБЪЕКТ

MOUNTAIN LANDSCAPE OF BURYATIA IS AS AN EXCURSION OBJECT

Т. Е. Санжиева, *профессор кафедры история Бурятии ФГБОУ ВПО «Бурятский государственный университет», доктор исторических наук, профессор, г. Улан-Удэ; sanj_te@mail.ru*

T. E. Sanzhieva, *Professor of Buryat history department, FSBEI HPE «Buryat State University», Doctor of Historical Sciences, Professor, Ulan-Ude, Russia; sanj_te@mail.ru*

Аннотация. *В статье приведены туристские возможности одного из районов Республики Бурятия – Окинского, расположенного в горных отрогах Восточных Саян. Горный ландшафт предоставляет возможности экстремального туризма. Особенностью гор Окинского района является их сакральное значение для титульного населения – бурят и сойотов. Кроме того, большинство гольцов Восточных Саян овеяно мифами и легендами. Основные из них связаны с эпическим героем бурят Гэсэром, который спустился с небес в горах Окинского района. Горный ланшафт располагает рядом мест, связанных с его пребыванием там и с традиционной религией бурят – шаманизмом. В постсоветский период в Окинском районе были построены буддийские места поклонений. Окинский район пользуется популярностью у альпинистов и других любителей экстремального туризма. В статье рассмотрены возможности Окинского района для развития познавательного и религиозного туризма.*

Ключевые слова: *горный ландшафт, священные места, экскурсионные объекты*

Республика Бурятия располагает богатым горным ландшафтом. В Бурятии горы имеют сакральное значение еще с древних времен. Культ священных гор играл ключевую роль во всей системе родовых культах. У всех бурятских родов есть культовая гора, большая или маленькая. Высокие горы (гольцы), как правило, не только культовые места, но и овеяны мифами и легендами. Одно из значительных произведений – эпос «Абай Гэсэр-хан» тесно связан с культом гор.

Интереснейшим местом для рекреационного и познавательного туризма является Окинский район Республики Бурятия. Здесь есть горы, альпийские луга, многочисленные источники минеральной воды – аршаны, тайга с её неисчислимыми богатствами. Ока более других мест Бурятии связана с героем бурятского эпоса «Абай Гэсэр-хан», который спустился с небес в Саянах и на горах совершал обряд жертвоприношений богам, хозяевам гор и божествам-небожителям [1, с. 47].

Сегодня, когда на территории Республики Бурятия, создана туристско-рекреационная особая экономическая зона перед нами стоит задача создания современных условий для полноценного отдыха и оздоровления туристов. Известно, что деятельность туристической индустрии – это значительный вклад в экономику района, в том числе за счет налоговых поступлений в бюджет, притока иностранной валюты, увеличения количества рабочих мест, а также сохранение и рациональное использование культурного и природного наследия.

В данной статье приведены наиболее интересные объекты для познавательного и религиозного туризма.

Нухэн-Дабан – природный комплекс, представляющий из себя крупное отверстие в горном утесе, через которое идет старая окинская тропа и по которой прежде ходили

в Монголию. В эпосе «Абай Гэсэр-хан» есть легенда о том, что это отверстие образовалось от стрелы Гэсэра, пущенной им в своего врага.

Название места буквально означает Перевал – Ворота, на горной тропе, единственной раньше дороге, соединявшей Оку с Тункой до строительства тракта. Подъем начинается у водопада Тэмээлиг, северо-западнее вершины Мунку-Сардык. Нухэн-Дабан представляет собой скалу с большим, около 4 м в диаметре, сквозным отверстием, расположенную на высоте 25 м над вертикальной площадкой. Под сквозным отверстием находится небольшой грот. Уходя на войну, окинцы брали с собой отсюда камешки, которые служили как обереги. По словам Арга-ламы (Аюшеева Жаргала Григорьевича), если кто-либо поднимается к Нухэн-Дабан, здесь всегда начинался град.

По сообщению Н. Риттера, с древних времен буряты, сойоты и монголы совершали здесь жертвоприношения, «состоящие не только из медных монет, но нередко из кремней, лоскутков, пуговиц, а удачливые промысловики оставляли здесь и пару беличьих шкурок» [2, с. 87]. П. П. Хороших писал, что возле огромной сквозной арки, пользовавшейся почитанием, «На склоне горы сохранились древние рисунки и тибетские надписи, нарисованные белой краской» [3, с. 56]. Неподалёку от Мунку-Сардыка встречаются палеолитические орудия труда, которые впервые были зафиксированы миссионером Я. Чистохиным. Н. Риттер говорит о том, что в середине прошлого столетия близ арки с шаманским святилищем была построена православная часовня [2, с. 88].

В настоящее время культ хозяина перевала Нухэн-Дабан сохранился, но его святилище перенесено вниз к водопаду Тэмээрлиг.

Мунку-Сардык (по бур. Ахын эхин или Мүнхэ hарьдаг) – самая высокая точка Восточной Сибири, ее высота 3 491 м. Вершина горы возвышается на границе Монголии и России, отсюда открываются прекрасные виды на бескрайние, живописные долины Бурятии. Как и многие горы этого региона Мунку-Сардык буряты считают священным. В переводе с бурятского название горы означает «вечность». Часто Мунку-Сардык называют «сибирской Фудзиямой». Неудивительно, что уже сейчас район ежегодно посещают до 5 000 альпинистов.

Бурин-Хан – считается главным хозяином Восточных Саян, основная резиденция которого находится на вершине горы Мунку-Сардык. Есть несколько основных мест присутствия Бурин-Хана или мест, где традиционно совершаются молебны Бурин-Хану. В 2003 г. у устья реки Белый Иркут ламой Данзан-Хайбзун было освящено новое место проведения ритуалов, недалеко от устья реки Белый Иркут, выше по течению основного Иркута, слева от трассы сразу за мостом на небольшом возвышении, где установлены ритуальные сооружения. Есть место очага, субурган, установленный учениками Данзан-Хайбзун Самаева.

Улаан Нугын мургэл. На трассе Орлик – Хурга, на берегу реки Ока, перед поворотом у мраморной скальной горы, на северной стороне дороги установлен 6-гранный павильон, на столе лежат подношения-монеты, сигареты, спички и др. Деревья обвязаны ритуальными ленточками. Павильоны находятся к северу от «Улаан-Нуга», буквально «Красная лужайка», получившая своё название от обилия жарков на ровной глади. Местность также называется Дэбийн Аман, Дэби – название речки, по сойотски означает олень, аман – слово бурятское, означает буквально рот, а, также отверстие, врата.

Эрын гүбээ – место поклонения, связанное с крутым, опасным подъёмом в гору. Здесь происходит небольшое количество несчастных случаев, аварий со смертельным исходом, это место проверки каждой машины, мастерства её водителя, поэтому здесь даже при советской власти совершались ритуалы, хотя основной объект поклонения, по словам священнослужителей, находится на Хан-Уула. Местные жители, отправ-

ляясь на отдых, на горячие источники непременно совершают ритуал подношения духам, хозяевам местности. Эрын губээ является своего рода стражем у врат на дальнейшее восхождение. С западной стороны дороги построен шестигранный павильон. Рядом установлен котёл для подношений.

У подножия горы Хан-Уула в степи Синцин тала расположен **тотемный знак Хонгодоров** (Хонгодоры – одно из племен бурят, вышедших из Монголии) – Белая лебедь, поставленный к празднованию Хонгодоров в Оке в июне 2000 г. Памятник (автор Д. Шагдурова, изготовил стелу А. Дыржинов, фигуру белого лебедя – Л. Максаров, оба мастера из Оки) – деревянная стела, представляющая собой фигуру хонгодора, держащего над своей головой лебедя, вокруг шесть сэргэ (коновязь), символизирующих районы, заселенные хонгодорами, два белых камня на южной и восточной сторонах. Хонгодоры населяют Тункинский, Окинский, Закаменский районы Бурятии, Аларский район Иркутской области, Хубсугульский аймак Монголии.

Хан-Уула – одно из основных почитаемых святынь окинцев. О большой значимости хозяина Хан-Уула свидетельствует ламаистский обрядовый текст на тибетском языке, который используется на ритуалах. Хан-Уула считается одним из главных хозяев Окинского края. Гора Хан-Уула представляет собой горный массив мягких очертаний, выделяющийся среди островерхих, крутых Саянских скал пологой округлой формой. Согласно легенде, под горой хранится огромный (8 м длиной) меч Гэсэра. Некоторые даже свидетельствуют о том, что иногда меч светится и явственно виден сквозь толщу горы. Главное место поклонения – это обо (место поклонения в шаманизме). В советское время ритуалы на обо не проводились, местное население совершало подношения на Эрын-губөө, отождествляя его с Хан-Уула. Обо расположено на седловине горы Хан-Уула, кроме того, есть обо у подножия этой горы, где совершаются ритуалы почитания Хан-Уула. Таким образом, Хан-Уула почитается в трёх местах: 1) обо на седловине горы; 2) обо у подножия горы; 3) жертвенник Эрын-губөө, на подступах к горе Хан-Уула.

На обо в седловине горного массива Хан-Уула, у подножия высокой точки, сооружен маленький деревянный дуган (молельня). По свидетельству местных жителей, раннее здесь было несколько каменных обо. В настоящее время вокруг дугана установлены 13 каменных кладок высотой 20–30 см, на которые поставлены фигурные листы от бороны, имитирующие котлы для удобства жертвоприношений. С северной стороны дугана находится сооружение в виде трёхгранного конуса из железных труб для прикрепления хий-морин. Ниже по склону, перед дуганом, сооружен навес и скамьи, используемые во время массовых ритуалов на обо. Вокруг дугана на деревьях привязаны ритуальные ленты – зурмадhан.

Хан-Уула считается общим для всех окинцев святилищем. Хозяин Хан-Уула является главным из 13 северных хозяев.

На северо-западе от села Саяны в долине Монголжон, в местности Тамгата, которая представляет собой скалу, на южной стороне мы наблюдаем петроглифы – наскальные рисунки. Петроглифы представляют собой три изображения красного цвета с поперечной линией и точкой, ещё две слабо выражены, также имеется буддийская печать синего цвета. Странные знаки – петроглифы на утёсе Монголжон обнаружил в 1858 г. первооткрыватель окинской археологии П. А. Кропоткин. Они были нарисованы на карнизе скалы в четырёх верстах от казачьего караула вниз по левому берегу реки Оки и представляли собой изображения типа ракетки. Верхний конец каждой из пяти «ракеток» неизменно пересекала поперечная полоса, внизу от которой всегда помещалась точка. Правая сторона рисунков была исчерчена короткими вертикальными черточками.

Краска эта, хотя и въелась почти в одну линию в белый известняк, но большею частью смылась. Кроме того, некоторые куски, на которой были надписи, отвалились.

Три таких рисунка уцелели на такой площадке, которая по своему положению предохранена от дождей. От других остались бледные следы в виде пятен.

С рисунками на скале Монголжон связывается старинное бурятское предание о ламе Гэнэн-худакте, записанное в конце прошлого века М. Н Хангаловым. Как гласит предание, лама был послан в древние времена монгольскими ханами в Прибайкалье для внедрения среди местного населения буддийской веры. Он приехал из Монголии по реке Селенга, спустился вниз по течению к Байкалу, по льду попал на о. Ольхон и оттуда через Малое море перебрался в Балаганские степи. В Монголию Гэнэн-худакта вернулся по реке Оке и по пути везде на скалах оставлял «для устрашения и наставления» письмена, или надписи, которые буряты называют «Гэнэн-худактын-тамга». Предание указывает в качестве одного из таких конкретных примеров писаницу на скале Монголжон.

Странные знаки писаницы Восточных Саян до сих пор удовлетворительно не расшифрованы. Местные жители считают их ламаистскими и соглашаются с тем, что в них заложен глубокий смысл, ныне забытый.

Спустя более полувека вопросом семантики петроглифов на утесе Монголжон занялся крупнейший бурятский ученый, специалист по истории народов Центральной Азии, профессор Г. Ц. Цыбиков, который первым приступил к разгадке сущности странных знаков. Изучая наскальные изображения по цветной литографии П. А. Кропоткина, он пришел к выводу, что в этих петроглифах можно видеть изображение родового «оберегающего» знака – «Цзендемуни-тамга», заимствованного из буддизма.

Специалисты – буддологи Института общественных наук БИОН СО АН СССР К. М. Герасимова и Б. Б. Бадараева, ознакомившись с эстампами наскальных рисунков Оки и Тунки, пришли к разному мнению, но согласились в одном – это действительно древний тибетский знак «Цзендемуни», т. е. «Волшебная драгоценность» или «Три сокровища». Кто обладает этой драгоценностью, у того исполняются все желания, исчезают все болезни и заботы.

Древняя легенда буддистов учит верующих, что «Цзендемуни» находится везде, она невидима, может прийти к человеку в любое время: будь то учение, принятие лекарства или пищи, молебствие и т. д. Поэтому, заключает легенда, чтобы овладеть этой волшебной драгоценностью нужно усиленно молиться и читать священные книги. Отсюда следует, считают исследователи, что рисунок на скале Монголжон связан с первым этапом распространения буддийской веры в Забайкалье и легенда о Гэнэн-худакте отчасти оказывается весьма близкой к истине.

Памятник в северо-восточной части села, названный в народе **«Стрела Гэсэра»**, – место у подножия горы, где на земле выложена каменная кладка в форме широкой и длинной стрелы. Загадка ее появления не разгадана, на этот счет есть несколько версий. По одной из них она указывает на спрятанный в горе клад, по другой – направление пути миграции древних племен, по третьей – это одна из окаменевших стрел Гэсэра, по четвертой – земной ориентир для инопланетных кораблей. Судя по всему, это был жертвенник, так что его первоначальное название возможно ошибочно.

Гурбан-Хайрхан – красивейшие вершины Окинской долины. Они расположены на левом берегу Оки и возвышаются своими острыми гольцами над Хужирской долиной. У подножья вершины расположено с. Хужир. Храм Гэсэра расположен на ровной площадке между горами Митыб-Жалга и Никифор-Жалга.

Храм Гэсэра и седло Гэсэра: храм Гэсэра – высокое строение в форме беседки с очагом посередине – тахил (место священнодействия, обращенного к божествам и хранителям гор), выше храма находится гора, называемая «Седло Гэсэра».

Красная гора: по легенде в этом месте Гэсэр и один из его врагов, Дракон, вели дуэль. Во время дождей склон горы окрашивается в красный цвет, который местными людьми считается кровью раненого Гэсэра.

Гора Скорпион – второе название «Колесница Гэсэра», на горе сохранились две каменные параллельно идущие гряды, похожие на след огромной колесницы.

Окинский район располагает значительным богатством – прекрасным горным ландшафтом с нетронутой природой, который привлекает все больше туристов. Отдельные горы Восточных Саян, кроме прекрасного вида, имеют мифологическую подоплеку, что обогащает и разнообразит их как экскурсионные объекты. Поэтому наряду с экстремальным туризмом они дают возможность для познавательного и религиозного туризма. Однако бездорожье, слабый гостиничный и ресторанный сервис ограничивают возможности района.

Список литературы

1. Абаева, Л. Л. Культ гор и буддизм в Бурятии / Л. Л. Абаева. – М. : Наука, 1992. – 142 с.
2. Риттер, К. Землеведение Азии : География стран, входящих в состав Азиатской России или пограничных с нею (Восточная Сибирь : озеро Байкал и прибайкальские страны, Забайкалье и степь Гоби). Часть 1 / Карл Риттер ; ред., пер. и доп. П. П. Семенова-Тян-Шанского. – С.-Пб. : Типография В. Безобразова и Ко., 1894.
3. Хороших, П. П. По родному краю / П. П. Хороших. – Иркутск : ОГИЗ, 1950. – 75 с.

РАЗВИТИЕ ТУРИЗМА В РОСТОВСКОЙ ОБЛАСТИ: СТРАТЕГИЧЕСКИЙ ПОДХОД

Е. Ф. Саттарова, *доцент кафедры международных экономических отношений РГЭУ «РИНХ», член НАТ, генеральный директор ООО «Сага Вояж», кандидат экономических наук, г. Ростов-на-Дону; sattarovaef@yahoo.com*

С. Л. Абдулазизова, *директор департамента инвестиций и предпринимательства Ростовской области, г. Ростов-на-Дону*

Ю. С. Пономарев, *председатель Ростовского отделения НАТ, г. Ростов-на-Дону; bigrt@mail.ru*

Аннотация. *Авторы представляют результаты исследования туристской сферы Ростовской области и определяют стратегические направления развития внутреннего и въездного туризма. На основе анализа качественных и количественных показателей дана оценка современному состоянию туристского рынка региона и определены точки роста в кратко-и долгосрочной перспективе.*

Ключевые слова: *Ростовская область, въездной и внутренний туризм, кластеры, стратегия, SWOT-анализ*

Abstract. *Authors represent results of tourist research of the Rostov region and define strategic directions of incoming and domestic tourism development. Based on qualitative and quantitative analyses the tourist market' estimation is given and growth points valuable in short and long-term prospect are defined.*

Keywords: *Rostov region, incoming and domestic tourism, clusters, strategy, SWOT analysis*

В настоящее время туризм стал одной из наиболее прибыльных сфер мировой экономики и приоритетом развития многих государств и регионов мира. Ростовская область как субъект туризма интегрирована в систему международного и внутреннего туризма в основном как генерирующий регион. Однако в настоящее время сформированы условия, необходимые для интенсификации туристского потока, становления и упрочения позиции региона как крупного «игрока» на рынке внутреннего и въездного туризма.

Для формирования комплексного представления о перспективах и возможностях региона было проведено исследование туристского предложения региона и выявлено, что показатели турпотока характеризуются в целом положительной динамикой [2]. Снижение числа прибытий в 2009 г. может рассматриваться как ожидаемое в контексте мирового кризиса, повлекшего прежде всего снижение деловой активности во всех секторах национальной и мировой экономики (Рис. 39). Однако в условиях отсутствия полной интеграции области как принимающего туристского центра в мировой рынок, не прослеживается высокой зависимости туристских показателей от конъюнктуры внешних направляющих рынков. С нашей точки зрения, показатели за 2011 г. должны «поддержать» в целом позитивный тренд, благодаря, в том числе, результатам реализации областной и городской целевых программ развития туризма.

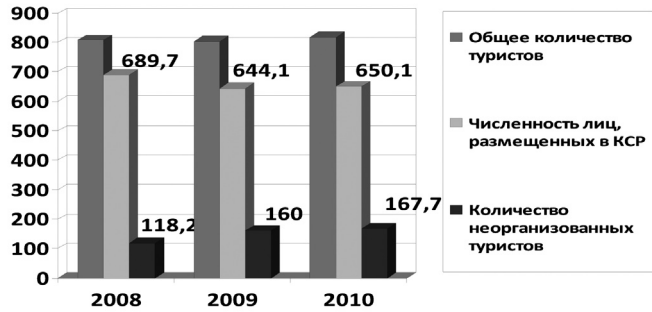

Рис. 39. Динамика турпотока в Ростовской области [1]

В структуре туристского потока в области иностранные граждане занимают ожидаемо низкую долю. При этом пополняют поток туристов преимущественно жители ближнего зарубежья. С нашей точки зрения, прежде всего это относится к географически близкорасположенным государствам, с которыми область связана тесными экономическими и политическими отношениями. Соответственно, представители стран дальнего зарубежья вносят низкий вклад в формирование регионального валового продукта.

Результаты анализа данных позволили определить основные характеристики туристов из стран дальнего зарубежья.

В настоящее время 65% иностранных туристов приезжают с деловыми целями, 14% для проведения отпуска, досуга, отдыха, 5% – в целях образования и профессиональной подготовки, к прочим целям относятся остальные 16% зарубежных путешественников. С нашей точки зрения, часть турпотока (примерно 30%), не относящаяся к деловому туризму, должна быть серьезно исследована для разработки стратегических мер по реализации потенциала области как туристского центра.

Результаты анализа данных об иностранных туристах позволяют определить основные характеристики типичного потребителя туристских услуг из-за рубежа. Гендерная структура – примерно равное количество мужчин и женщин, возраст – от 40 лет, уровень дохода – средний и выше среднего, карьерный рост – средний уровень.

В целом, для российской составляющей турпотока в Ростовскую область характерен более диверсифицированный туристский спрос (42% – деловой туризм, 35% – путешествия с целью отдыха, проведения отпуска и досуга, 5% – образовательные цели,

5% – лечебные цели, 12% – прочие). Можно утверждать, что 52% целевой аудитории могут стать основным активом для реализации стратегического подхода к развитию туризма.

По состоянию на 2010 г. в области было зарегистрировано 386 коллективных средства размещения, которые в основном представлены гостиницами, большинство из которых являются некатегорийными.

Номерной фонд средств размещения, несмотря на снижение показателей за 2009–2010 гг., связанных с реструктуризацией деятельности гостиниц и сменой собственников, будет постепенно увеличиваться благодаря возможности проведения крупных мероприятий и в целом в связи с активизацией туристского процесса в городе и области.

Количество турфирм растет поступательным образом в связи со стабильным спросом жителей на зарубежные путешествия (Рис. 40). Это обусловливает специализацию турфирм преимущественно на выездном туризме. При этом происходит централизация выездного туроператорского бизнеса и переориентация местных туроператоров на ведение турагентской деятельности. Рынок туристского предложения, особенно в сегменте розничного бизнеса, перенасыщен, что приводит к необходимости минимизации издержек и снижения уровня доходности по каждой сделке.

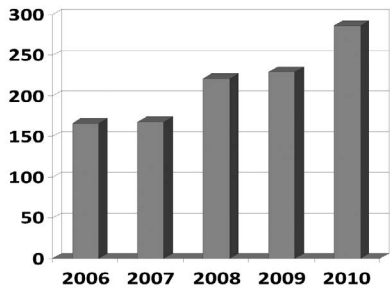

Рис. 40. Динамика роста количества турфирм [1]

Во въездном туризме входной порог выше по сравнению с выездным направлением, что снижает интенсивность конкурентной борьбы на фоне небольшого туристского спроса на донской турпродукт.

Однако, внутренний туризм, ориентированный на турпоток в регион, вызывает все больший интерес среди представителей туристского бизнеса Ростовской области.

Объем платных услуг субъектов туриндустрии составил в 2010 г. около 2,3 млрд руб. (Рис. 41). Таким образом, произошло превышение показателей 2007 г. на 13% и снижение по сравнению с показателями 2009 г. на 0,3 млрд руб. Это может быть связано как с последствиями кризиса, так и недостаточностью статистической информации и подачей недостоверных данных, необходимых для составления отчетных документов.

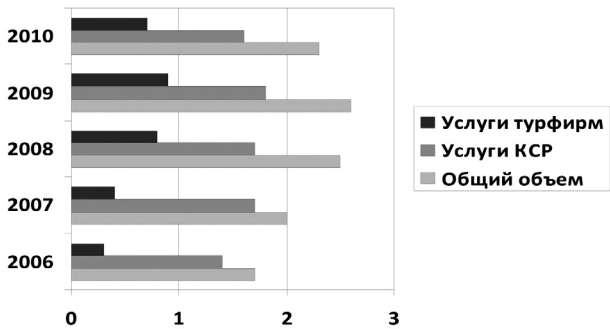

Рис. 41. Объем платных услуг субъектов туриндустрии Ростовской области (млрд руб.) [1]

В объеме предоставляемых услуг преобладающей долей характеризуются услуги КСР, доля которых составила в 2010 г. 69%. Однако разрыв между доходами КСР и турфирмами постепенно (начиная с 2008 г.) сокращается.

Въездной и внутренний туризм в Ростовской области относительно недавно стал объектом пристального внимания со стороны общественности и органов власти. В производстве регионального валового продукта доля туристской отрасли составляет малые величины, что зачастую вызывает скептическое отношение к целесообразности вложения финансовых средств и административного ресурса в отрасль. В 2007 г. удельный вес туристской добавленной стоимости во внутреннем региональном продукте региона составлял 0,7% (для сравнения: доля туризма в ВВП России в 2011 г. составила 3,4%, а с учетом мультипликативного эффекта – 6,7%). Однако, несмотря на невысокие показатели, наблюдается динамика роста (+0,37% в 2010 г.), которую мы связываем с активной реализацией областной целевой программы развития туризма, формированием основ государственно-частного партнерства и с совместными действиями, исходя из сложившейся конъюнктуры рынка.

В ходе опроса инициативных туроператоров из европейских стран было выявлено, что большинству турпродукт Ростовской области не знаком. В то же время при обсуждении потенциально аттрактивных туров было определено, что путешествия в казачьи места и на родину А. Чехова признаются перспективными.

В настоящее время туристский интерес и «узнавание» на российском и международных рынках основано на ряде территорий, сведенных нами в несколько кластеров.

При определении территорий, включенных в кластер, мы исходили из того, что акцент должен быть сделан на существующую максимальную аттрактивность, которая может послужить основой для формирования ключевых конкурентных преимуществ региона. Вполне понятно, что этот подход сужает поле исследования и прогноза, но это представляется нам целесообразным для максимального уточнения факторов в рамках SWOT-анализа и настоящего исследования в целом.

При этом под кластерами мы понимаем группу географически соседствующих взаимодействующих институциональных образований, действующих в туристской сфере и характеризующихся общностью деятельности, истории, культуры и природных явлений, позволяющих сформировать туристский продукт территории.

Таким образом, можно условно выделить следующие кластеры: «Казачество» (станица Раздорская, станица Старочеркасская, г. Новочеркасск, г. Азов), «Литературное наследие» (г. Таганрог, станица Вешенская), «Археология» («Археологический музей-заповедник «Танаис» (Мясниковский район), г. Азов), «Экология» (Дельта Дона, государственный природный биосферный заповедник «Ростовский» и заказник федерального значения «Цимлянский»).

Несмотря на то, что эти турпродукты традиционно продвигаются на внешних рынках, однако мы считаем, что в соответствии с теорией жизненного цикла данные турпродукты остаются еще на стадии выведения на рынок, т. к. объем их реализации недостаточен, чтобы изменить качественным образом показатели туристского въезда и целевую направленность туристского потока в области.

Как было выявлено ранее, в структуре туризма наибольший удельный вес занимает деловой туризм (MICE), ориентированный в основном на деловые встречи и переговоры, на участие в выставках для дальнейшей работы на емком внутреннем рынке Ростовской области. При этом инсентив-сегмент представлен в регионе слабо.

В дальнейшем в контексте настоящей статьи мы не будет рассматривать меры по развитию делового туризма, т. к. этот сектор внутреннего и въездного туризма связан в основном с необходимостью межрегионального и международного импорта

товаров и услуг, поэтому данная тема подлежит обсуждению в рамках отдельного исследования.

Рассматривая туризм в области со стратегической точки зрения можно выделить перспективные виды туризма, которые при должном развитии могут привести к формированию новых кластеров.

К таким видам туризма на российском рынке относятся водный (круизы, путешествия на плотах, яхтах), пляжный и семейный (отдых на Азовском море), спортивный, событийный. Перспективными видами туризма для продвижения на международных рынках являются водный (круизный), сельский туризм, винные туры, охота и рыбалка.

Таким образом, в регионе есть необходимые туристские ресурсы, которые востребованы и в настоящее время, и имеют значительный потенциал для развития в долгосрочной перспективе.

Обобщим и систематизируем информацию, полученную из различных источников, в виде матрицы SWOT-анализа (табл. 40).

Таблица 40.

SWOT-анализ туризма в Ростовской области

Сильные стороны:	*Слабые стороны:*
1.Благоприятное географическое положение на перекрестке древних торговых и современных транспортных путей; 2.Наличие достаточных туристских ресурсов и значительный потенциал развития туризма; 3.Прозрачная нормативно-правовая база регулирования и развития туризма на мезо-уровне; 4.Совместная деятельность власти и бизнеса, направленная на развитие туризма; 5.Наличие практики работы во внутреннем и въездном туризме среди субъектов туристской индустрии и практики регулирования отрасли со стороны органов власти; 6. Активное развитие инфраструктуры и материально-технической базы туризма; 7. Наличие международного аэропорта.	1. Невысокий спрос на региональный турпродукт; 2. Высокие цены на отдельные услуги и на турпродукты; 3. Нехватка гостиниц 2–3 звезд; 4. Значительная сезонность; 5. Недолгая история продвижения туризма в области на российском и внешнем рынках; 6. Недостаточное продвижение на рынках Латинской Америки, Китая и Юго-Восточной Азии; 7. Недостаточный маркетинговый бюджет и отсутствие туристского имиджа; 8. Невысокое качество и объем статистической информации; 9. Близость Северного Кавказа, который ассоциируется у иностранцев со сложной террористической и криминогенной обстановкой.
Возможности:	*Угрозы:*
1. Проведение событийных мероприятий; 2.Использование возможностей региона в качестве международного авиахаба, основного транспортного узла на юге России и транзитной территории; 3.Выход на туристообразующие рынки других регионов во внутреннем туризме; 4.Использование стратегии ценовой конкуренции посредством формирования специальных предложений для посещения событийных мероприятий, привлечения туристов в низкий сезон, стимулирования массовых туристских прибытий из крупных городов с хорошей транспортной доступностью; 5.Реализация плана маркетинга и формирование устойчивых отношений в формате b2b; 6. Диверсификация ассортиментного портфеля и расширение географии продаж на азиатском рынке, особенно в случае углубления кризисных явлений в Европейском Союзе; 7.Усиление межрегионального сотрудничества.	1. Снижение расходов регионального бюджета на реализацию программы развития туризма. 2. Сильное конкурентное давление со стороны стран- и регионов – соседей (Украина, Краснодарский и Ставропольский край). 3. Возникновение форс-мажорных факторов, влияющих на привлекательность туризма в Ростовской области 4. Снижение показателей въездного туризма в связи с усилением кризиса в западноевропейском регионе.

К сильным сторонам относится совместная деятельность власти и туристского бизнеса, ориентированного на развитие внутреннего и въездного туризма. В этой сфере накоплен опыт деятельности и КСР, и турфирмами. В области сформирована сбалансированная нормативно-правовая база регулирования и развития туризма в регионе. В частности, принята Областная долгосрочная целевая программа развития туризма

в Ростовской области на 2011–2016 гг., которая вбирает в себя основные принципы, заложенные в предыдущей программе 2008–2011 гг.

Исследование проблемного поля туризма в Ростовской области показало, что наряду с преимуществами, развитие туризма тормозится факторами в основном эндогенного характера. В частности, высокие цены на отдельные услуги не позволяют сформировать турпродукт, привлекательный по цене, что негативно отражается на величине спроса на туризм в Ростовской области. Существенной проблемой комплексного характера является недостаточное количество гостиниц 2–3 звезд, осуществляющих гибкую ценовую политику, направленную прежде всего на получение дохода за счет увеличения количества постояльцев.

Отдельный блок проблем связан с невысокими расходами бюджета на комплекс маркетинга и с тем, что системно туризм в области начал развиваться недавно. Интенсивное применение маркетинга целесообразно в условиях отсутствия широкоизвестного имиджа региона как туристского центра. Отдельное внимание должно быть уделено маркетинговым инструментам в связи с близостью региона к Северному Кавказу, который ассоциируется со сложной террористической и криминогенной обстановкой и негативным образом отражается на восприятии иностранными туроператорами возможностей туризма в области.

Сложность создания прочной платформы развития туризма связана с недостатками статистического учета, что связано как с необходимостью развития современных методов статистики туризма, так и с наличием «серых» схем ведения бизнеса, не позволяющих сформировать полноценную картину и дать оценку реальному вкладу туристской отрасли в ВРП.

Основные угрозы в деятельности субъектов туристской индустрии связаны либо с экзогенными факторами на макро- и мезоуровне, с усилением конкурентной борьбы со стороны отдельных регионов и с риском невыполнения программных мероприятий.

Использование возможностей региона в качестве международного авиахаба, основного транспортного узла на юге России и транзитной территории (водные пути, железная дорога, трасса М4 «Дон», трасса М21 и пр.) позволит внести вклад в развитие туристской отрасли и сконцентрировать в области туристский поток, направляющийся в другие регионы. С другой стороны, большой популярностью у жителей Ростовской области пользуются автобусные путешествия в горные регионы Ставропольского и Краснодарского краев, побережье Черного и Азовского морей [1]. В этом свете стратегической перспективой является формирование туристского предложения по ознакомлению с г. Сочи и объектами зимней Олимпиады 2014 г. посредством формирования поезда выходного дня Ростов–Адлер, который может использоваться для предоставления размещения и питания (НВ) непосредственно «на месте».

Проведенное исследование подтвердило целесообразность выхода на туристообразующие рынки регионов РФ. В этом случае жизненный цикл предлагаемых туропродуктов следует начинать с введения пониженных цен путем формирования комплексного предложения, в котором будут заинтересованы разные субъекты туристского рынка. Кроме того, использование стратегии ценовой конкуренции посредством формирования специальных предложений (пониженные гостиничные и транспортные тарифы и пр.) целесообразно внедрять в пакете услуг для посещения событийных мероприятий, в рамках маркетинговых акций по привлечению туристов в низкий сезон и в целом для стимулирования массовых туристских прибытий из крупных городов с хорошей транспортной доступностью.

Реализация плана маркетинга должна осуществляться параллельно и в сегменте b2c, и в b2b формате. В первом случае необходимо воздействие на восприятие туристов

через систему вещания, газеты, журналы. Весьма перспективным в этом ряду является интернет-маркетинг, особенно работа в социальных сетях и на наиболее популярных коммуникационных сайтах. Для выстраивания рациональных отношений с профессиональным сообществом необходимы ознакомительные туров, выставки, семинары, которые и сейчас широко используются в Ростовской области.

Оценка перспектив развития въездного направления может корректироваться в зависимости от динамики развития основного генерирующего туристского региона – Европы, точнее, его западноевропейской части. В условиях высокой экономической и политической неопределенности целесообразно провести диверсификацию ассортиментного портфеля и расширение географии продаж на азиатском рынке.

Логика современного подхода к формированию турпродуктов связана с целесообразностью сочетания туристских ресурсов разных по географии, истории, традициям регионов (стран) в рамках какой-либо общей темы или направления туризма. Такой подход требует усиления межрегионального сотрудничества и инициирование создания турмаршрута, охватывающего Ростовскую область и несколько соседних регионов, в частности.

Таким образом, в настоящее время в Ростовской области сформированы условия, необходимые для активного развития туризма. Реализация программных мероприятий на фоне активизации интереса к внутреннему и въездному туризму в условиях формирования партнерства органов власти, образовательных учреждений, частного бизнеса позволит качественным образом увеличить туристский поток и рассматривать Ростовскую область как крупный туристский центр на карте туризма России.

Список литературы

1. Постановление Правительства Ростовской области от 30.12.2011 №326 «О внесении изменений в постановление Администрации Ростовской области от 16.09.2010 №187» [Электронный ресурс] / Официальный сайт правительства Ростовской области. – URL: http://donland.ru/Default.aspx?pageid=106700&mid. (Дата обращения: 18.03.2012).
2. Долженко, Г. П. Сколько же нас туристов-россиян в Российской Федерации? / Г. П. Долженко, Ю. С. Пономарев // Вестник НАТ. – 2012. – №1. – С. 40–41.

ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ РЕКРЕАЦИОННОГО ТУРИЗМА В ЯМАЛО-НЕНЕЦКОМ АВТОНОМНОМ ОКРУГЕ

PROBLEMS OF RECREATIONAL TOURISM IN THE YAMAL-NENETS AUTONOMOUS DISTRICT

О. С. Ткаченко, *председатель секции РГО, член Российской академии космонавтики имени К. Э. Циолковского; scorodumova@inbox.ru*

O. S. Tkachenko, *Section President RGS, Member of the Russian Academy of Cosmonautics K. E. Tsiolkovsky, scorodumova@inbox.ru*

Общая информация о туристической привлекательности Ямала [7, 11, 16, 17]. Ямало-Ненецкий автономный округ – это северный регион России, площадь которого занимает почти полторы Франции. Ямал в переводе с ненецкого языка означает «край земли». Ямал – это Полярный круг и северное сияние, реки и озера: в Обском бассейне добывается треть мировых запасов ценных сиговых пород рыбы. Знаменит

Ямало-Ненецкий автономный округ и тем, что здесь пасется самое крупное в мире стадо домашнего северного оленя – свыше 800 тыс. голов. Десятая часть всей площади округа – около 8 млн га – является особо охраняемой природной территорией.

Находки бивней и костей мамонтов известны во всех районах Ямало-Ненецкого автономного округа. В 1987 г. на Тюменском Севере найден мерзлый труп мамонта, возраст которого определили в 42 тыс. лет. Древний мамонт, найденный на реке Юрибей (полуостров Гыданский), оказался самым «молодым» по своему возрасту – 9 600 лет (все прежние находки древнее 11 тыс. лет). Каждая находка мамонта представляет огромный интерес для науки.

Ямал – заповедный уголок земли, где сохранилась самобытная, во многом уникальная культура и традиционный образ жизни аборигенного населения российской Арктики. Среди национальных праздников округа стоит отметить традиционный праздник весны народов Севера «Ворнга хатл» (Вороний день), проводимый в первых числах апреля практически во всех крупных поселениях округа. Это праздник прилета вороны на Ямал. А ворона в здешних краях символизирует не только весну, но и пробуждение природы, жизни, она соотносится с мифологической небесной девой, покровительницей женщин, семейного счастья и благополучия. По традиции, на деревьях в дар духам развешиваются сушки (символ солнца), каждый участник праздника может завязать на березе ленточку, загадав желание, которое непременно сбудется.

Самый долгожданный праздник на Ямале – это День Оленевода. Программа праздника включает гонки на оленьих упряжках и буранах, состязания по национальным видам спорта, обилие угощений северной кухни, презентацию сувенирной продукции и национальных костюмов. День Оленевода отмечают во всех хозяйствах Ямала, занимающихся традиционными отраслями, но в Надыме этот праздник давно вышел за рамки местного и перерос в открытые соревнования на Кубок губернатора Ямала. Ежегодно Надым собирает более 300 делегатов и гостей из России, Канады, Финляндии, Норвегии, Швеции, США, Аляски, Монголии и Китая.

Спецификой историко-культурного наследия автономного округа является наличие разновременных археологических и этнокультурных объектов. По состоянию на 1 января 2010 г. под государственной охраной находится 714 памятников истории и культуры. В автономном округе работают 20 музеев и 2 выставочных зала, 7 центров национальных культур, этнографические комплексы, геологический памятник природы «Харбейский», Ханты-Мужевский парк-музей «Живун», археологический объект «городище Мангазея» (1601 г.).

Ямало-Ненецкий окружной музейно-выставочный комплекс им. И. С. Шемановского – титульный музей Ямала, визитная карточка Салехарда и автономного округа, главный хранитель бесценного достояния этого северного края. В настоящее время в его фондах насчитывается более 43 тыс. единиц хранения этнографической, археологической, естественно-научной и исторической коллекций; уникальных фотографий по истории города и края; более 10 тыс. экземпляров книг, среди которых имеются редкие старопечатные издания; около 1 000 наименований в научном архиве.

Одна из особенностей Ямала состоит в том, что на территории округа сегодня сошлись два совершенно разных типа хозяйствования: промышленная разработка недр и традиционные для коренного населения Крайнего Севера виды деятельности. Промышленность и традиционные северные промыслы стараются сосуществовать на территории Ямала.

В 1984 г. в Ямало-Ненецком автономном округе на берегу реки Таз (неподалеку от поселка Ратта) был установлен памятный знак «Центр поверхности Государства Российского». Эту точку на карте вычислил еще в 1906 г. Дмитрий Менделеев. В настоящее время центр России находится совсем не там, где указал ученый. Сначала

распалась Российская империя. Пришедший на ее смену Советский Союз исчез через 7 лет после установки монумента, и границы серьезно изменились. Сместился и «Центр поверхности Государства Российского». Сейчас он находится гораздо восточнее – на севере Красноярского края, в районе озера Виви, где также появился памятный знак.

По данным окружного агентства по туризму ЯНАО, памятный знак «Центр Советского Союза» в виде фирменного знака журнала «Турист» – стилизованное под палатку перо – был установлен 9 июня 1974 г. вблизи левого притока Таза реки Покалькы (82°30′ в. д. и 62°30′ с. ш.). Сейчас это территория Верхне-Тазовского заповедника, основанного в 1986 г.

Туриндустрия Ямала [10, 13, 14, 15, 18]. Уникальность географического положения, богатство флоры и фауны, экзотика, экстремальный климат, обширное историческое наследие, самобытная культура и традиционный образ жизни тундровых кочевников – являются главными составляющими ямальского турпродукта. Туристическая привлекательность региона базируется на двух районах: Полярного Урала и Приполярного Урала. Горные вершины Полярного Урала издревле манили и привлекали путешественников, потому что именно здесь можно получить массу незабываемых впечатлений. Полярный Урал один из наиболее сложных и интересных в туристском отношении районов Уральской гряды. Но здесь, как ни в каком другом районе, имеются возможности для прокладки новых водных, пешеходных и лыжных маршрутов.

Приполярный Урал – один из наиболее красивых мест нашей Родины. Малоисследованная суровая природа, обилие в реках и озерах рыбы, в тайге ягод и грибов влечет сюда путешественников. Пути сообщения по Северной железной дороге, на пароходах и катерах по Печоре, Усе, Оби, Северной Сосьве и Ляпину, а также сеть авиалиний позволяют осуществлять на Приполярном Урале водные, пеше-водные, пешеходные и лыжные маршруты с пересечением Уральского хребта или вдоль его западного и восточного склонов.

В связи с этим на территории автономного округа развиваются следующие виды внутреннего и въездного туризма, которые являются основой рекреационного туризма – передвижения людей в свободное время в целях отдыха, необходимого для восстановления физических и душевных сил человека:

- водный туризм – сплавы по рекам, прохождение озёр и других водоёмов на лодках, плотах, катамаранах, каяках и других плавающих средствах с инструкторами, проводниками и самостоятельно;
- горный туризм – походы, предусматривающие прохождение маршрутов пешком по горной местности, преодоление перевалов, прохождение скальных участков, крутых склонов, ледников, снежников, горных рек;
- горнолыжный туризм – походы, предусматривающие прохождение маршрута на лыжах по предгорьям, среднегорью, горным склонам;
- рыболовный туризм –– предполагающий отлов промысловых рыб в автономном округе согласно типовым правилам рыболовства, включающих в себя любительское и спортивное рыболовство, подводную охоту с предоставлением туристам лицензий, услуг специалиста, орудий лова, снаряжения и т. п.;
- охотничий туризм – одно из направлений туризма, обеспечивающего охоту на диких зверей и птиц в автономном округе, с предоставлением туристам лицензий, услуг егерей, орудий охоты, снаряжения и т. д.;
- историко-познавательный туризм – посещение памятников культуры (археологии, архитектуры, истории, искусства и др.) и природы, имеющих особое природоохранное, научное, историко-культурное, эстетическое, рекреацион-

ное и другие значения; знакомство с традициями аборигенов, проживающих на территории автономного округа;

- религиозный туризм – ознакомление с религиозными памятниками, историей религии и религиозной культурой, посещение святых мест с целью поклонения религиозным реликвиям, святыням и с целью отправления религиозных обрядов;
- самодеятельный туризм – путешествия, организуемые туристами самостоятельно;
- событийный туризм – посещения и участия в национальных праздниках, мероприятиях, ориентированных на памятные даты, события и т. п.;
- спортивный туризм – одно из направлений туризма, при котором осуществляется организация путешествий по маршрутам определенных категорий сложности, а также проведение туристских соревнований;
- экологический туризм – путешествия, ориентированные на углубленное ознакомление с природными ценностями территории автономного округа и создающие экономическую заинтересованность населения, проживающего на туристских территориях автономного округа, в сохранении природы;
- экстремальный туризм – туры, связанные с риском для жизни, в том числе с применением необычных нетрадиционных транспортных средств;
- деловой туризм – поездки с целью участия в конференциях, форумах, симпозиумах, проводимых на территории автономного округа;
- этнографический туризм – путешествия с целью знакомства и изучения расселения, культуры, быта коренных малочисленных народов Севера;
- деловой и ознакомительный туризм – посещение объектов нефте- и газодобычи; ознакомление с промышленными объектами по подготовке и перекачке нефти и газа.

Сегодня предлагаются десятки маршрутов по Ямалу. Разработанные ямальскими специалистами и успешно работающие в округе более 60 туристических маршрутов разнообразны и насыщенны и могут удовлетворить желания самых взыскательных гостей арктического края.

В настоящее время большой популярностью у туристов пользуется Полярный Урал, это – отличное место для активного отдыха, где возможны все виды активного туризма: пешие, лыжные, водные путешествия, горные лыжи, спортивная рыбалка, восхождение на горные вершины и т. д.

Туристические маршруты «В кочевья к ненцам», «В стойбище ханты», «Салехард–Лаборовая» и многие другие, включающие знакомство с бытом, хозяйством и культурой ямальских тундровиков, проживание в семьях, установка чумов, участие в приготовлении национальных блюд и совершении обрядов, имеют большую популярность, как у российских, так и иностранных туристов. Это позволяет окунуться в обыденную жизнь кочевников в условиях первозданной природы Ямало-Ненецкого автономного округа.

Ямальская вотчина князя Тайшина – природно-этнографический комплекс, музей под открытым небом, расположен в 12 км от Салехарда в п. Горно-Князевск на правом берегу Оби. В чумах, уютно расположившись на мягких оленьих шкурах за низенькими национальными столиками, наполненными традиционным угощением, можно ощутить как многообразен и гостеприимен, открыт и в то же время хрупок мир Крайнего Севера, как глубок фольклор народа, населяющего его. Край таит в себе много других историй и загадок. Путешествовать по нему можно и зимой и летом – и всегда возникает ощущение того, что вам удалось объять необъятное.

Проблемы развития рекреационного туризма в ЯНАО [4, 5, 6, 12]. Проблема нехватки предприятий общепита существует в автономном округе уже давно. Несколько лет назад предприниматели пытались взять эту сферу обслуживания на себя, но множество начинаний завершались на первой же стадии – производство оказалось невыгодным. Рестораны расположены в гостиницах и отличаются непосильными для основной части населения ценами. Столовых, закусочных, кафе в округе практически нет. Выпить чай, кофе, перекусить, просто согреться в сильные морозы просто негде. Не каждый может позволить себе обед, ужин в ресторане с ценами, равными половине прожиточного минимума. Новых предприятий общественного питания в последние годы не открывалось. В округе нет демократичных заведений, рассчитанных на молодежь: они ориентированы в основном на людей с высоким уровнем доходов. Летом открываются многочисленные палатки и шашлычные, но сервис там оставляет желать лучшего.

В автономном округе ощущается острая нехватка в коллективных местах размещения. Сейчас в округе проводится очень много мероприятий, в том числе международного уровня. Потребность в гостиницах огромная, часто возникают проблемы с размещением гостей. Единственным подспорьем в приеме приезжающих являются частные дома, сдаваемые под гостиницы. В районных городах автономного округа действуют в основном ведомственные гостиницы. Муниципальных отелей практически нет. Недостаток коллективных средств размещения ведет к высоким ценам в гостиницах. Вопрос о строительстве отелей давно назрел.

Оценка рентабельности экологического туризма [3]. Научный центр «Охрана биоразнообразия» РАЕН в 2006–2008 гг. по заказу администрации Ямало-Ненецкого АО провел работу по инвентаризации и составлению планов развития региональных ООПТ округа. Одним из разделов работы было изучение возможности организации экологического туризма на территории восьми комплексных биологических заказников, среди которых самым большим был Ямальский заказник.

Ямальский биологический заказник – самый северный из ООПТ Ямало-Ненецкого АО – расположен на полуострове Ямал и состоит из двух участков:

- Северо-Ямальский: остров Белый и северо-восточная оконечность полуострова Ямал, площадью 12 453,25 км^2;
- Южно-Ямальский: расположенный на обширных пространствах западного Ямала между реками Мор-дыяха и Юрибей, общей площадью 124 906,5 км^2.

Оценивая состояние биологического разнообразия Ямальского заказника и принимая во внимание суровый климат региона, колоссальное количество «гнуса» – комаров, мошки, мокрецов, слепней, следует констатировать, что его ***рекреационные ресурсы весьма ограничены***.

Охотничий и, отчасти, рыболовный туризм на его территории запрещен Положением о заказнике, а также соответствующим федеральным законодательством. **Экологический же туризм при его правильной организации и допустимой нагрузке не противоречит режиму заказника**, но его развитие требует жесткой регламентации маршрутов, сроков, числа посетителей и соблюдения специально разработанных правил поведения экотуристов. Здесь следует отметить, что посещение заказника – это право каждого российского гражданина, и администрация заказника (в данном случае, объединенная Дирекция региональных заказников) **не вправе требовать с туристов платы за нахождение на его территории**. Оплате подлежат только услуги, предоставляемые заказником, и ущерб, нанесенный его природе. Таким образом, для того, чтобы экологический туризм развивался в заказнике в правовом поле и приносил при этом выгоду заказнику, необходимо решение ряда организационных проблем. Отсюда следует, что:

1. Привлечение туристов – одна из важнейших задач, ибо от ее решения зависит рентабельность этой деятельности. Решить эти проблемы можно путем организации широкой рекламы. Необходимы плакаты, буклеты, телепередачи о заказнике и о природе тундры.
2. Для организации экологического туризма требуется создание конкретной инфраструктуры и материально-технической базы. Для начала необходимо иметь свои транспорт для заброски туристов по территории заказника, моторные лодки и запас ГСМ.
3. Оценка рентабельности экологического туризма в заказник показала, что высокая стоимость заброски и вывоза туристов из Салехарда на Южно-Ямальский участок Ямальского заказника вертолётом и заброска из Салехарда на остров Белый весьма нерентабельна, т. е. даже максимальная расчетная прибыль не покрывает расходы.

Все эти соображения и определяют предпосылки развития двух направлений экологического туризма в заказниках Ямало-Ненецкого АО: зоологического и этнографического. Каждое из этих направлений может быть двух типов:

- **просветительским**, с проведением бесед и экскурсий с местными жителями и работниками вахтовых поселков, с демонстрацией важности сохранения биоразнообразия заказника;
- **коммерческим**, ориентированным на богатых туристов или целевые выезды участников форумов газовиков или нефтяников, готовых заплатить, чтобы посмотреть тундру и ее обитателей с типичной тундровой растительностью, наблюдать за птицами и ловить рыбу; именно такие туры могут быть организованы силами самого заказника.

Общий анализ развития туристической отрасли в Ямало-Ненецком автономном округе [8]. ЯНАО обладает туристско-рекреационный потенциалом, который включает:

- природные ресурсы (*здесь они очень специфичны для восприятия*);
- национальные традиции коренного населения (*происходит продажа современного неустроенного образа жизни аборигенного населения*);
- высокая платежеспособность (*vip-туризм существует только для 0,001% населения земного шара*).

Ямало-Ненецкий автономный округ обладает высоким туристско-рекреационным потенциалом. Но есть ряд проблемных моментов:

Суровые условия крайнего Севера *делают рекреационные ресурсы весьма ограниченными* (что отмечалось выше):

1. При организации посещений отдаленных стойбищ оленеводов *происходит демонстрация современного неустроенного образа жизни аборигенного населения, сумевшего даже в этих условиях сохранить верность своим национальным традициям*;
2. Плановый туризм *нерентабелен за счет высокой стоимости перевозок, отсутствия демократичной сети общепита и гостиниц (VIP-туризм существует только для 0,001% населения земного шара)*.

Однако, присутствует интерес к этому северному региону российских и зарубежных партнеров, что предполагает возможность роста востребованности туристических услуг, следовательно, увеличения их объёма.

Рассмотрим конкретно несколько видов туризма:

1. Этнографический и этнический туризм. В первую очередь такой вид отдыха предполагает спокойствие и размеренность сельской жизни, чистого воздуха, тишины и натуральных продуктов, домашней атмосферы, но в тоже время экс-

тремальных условий проживания, ощущения близости с природой, получения новых впечатлений. (*Подобными ресурсами обладает 99% регионов России. Встает вопрос: «В чем особенность этой территории? И может ли она внести вклад в развитие местной экономики?»*).

2. Событийный туризм. Праздники народов Севера, День Оленевода и Рыбака, яркие фестивали, национальные спортивные турниры, этнические праздники – это те моменты, которые являются наиболее привлекательными для гостей Ямала. (*А каков вклад этих праздничных событий в экономику региона?*)
3. Индивидуальный и экологический туризм. Все больший интерес на Ямале вызывают индивидуальные туры: сафари на оленях, собачьих упряжках, вездеходах и снегоходах, а также экологические экспедиции на охоту и рыбалку. (*Это очень увлекательные, но достаточно затратные виды отдыха и относятся к разряду VIP-туризма. Однако, это не вносит вклад в развитие территории и экономики.*)
4. Экстремальный отдых и водный туризм. Альпинизм, горные лыжи, сплавы по горным рекам – это далеко не полный перечень возможностей региона для развития экстремального туризма (*но он неадекватен климатическим и экономическо-географическим условиям.*)

Отсюда следует: ***Нет экономического осмысления в формировании и развития туристической отрасли в ЯНАО.***

Превращение территории в источник дохода – стратегическая задача власти [2]. Для этого территория должна пониматься как пространственно-однородный комплекс культурно-исторических, природных и трудовых ресурсов, находящихся во взаимодействии с хозяйственной деятельностью, регулируемой законодательством. Он становится источником дохода в том случае, если вовлечен в бизнес-процессы, приносящие доход.

Туристическая деятельность на территории работает как катализатор развития всех видов бизнеса, занимающегося производством и предоставлением материальных и виртуальных продуктов и услуг, создаваемых на основе местных ресурсов.

Для управления развитием турбизнеса местные власти должны разработать и заставить функционировать **интегральный экономический бренд территории (ИЭБТ).** Он должен опираться на:

- культурно-историческое наследие;
- природные ресурсы;
- демографический потенциал.

Для реализации стратегии развития территории с использованием ИЭБТ посредством развития туристической отрасли необходимо сформировать управляющую компанию, работающую на основе государственно-частного партнёрства, которая объединяет:

1. **Организационные структуры** – современные туристические организации, прикрепленные к соответствующим министерствам.
2. **Людские ресурсы** – достаточное количество квалифицированных и профессиональных работников.
3. **Финансовые ресурсы**, обеспечивающие достаточный размер ежегодного бюджета на маркетинг.

При этом необходимо проводить маркетинговые исследования в двух направлениях:

- территориальных условий и возможностей;

- потребительских предпочтений.

В заключение уместно отметить мнение губернатора ЯНАО Д. Н. Кобылкина [1, 9] о туризме на Ямале: ***«Туризму на Ямале быть**, для этого есть все предпосылки, но необходимо много работать над развитием туристской инфраструктуры, что, конечно, невозможно без объединения усилий всех заинтересованных сторон: власти, бизнеса и общества. Хочется поставить туризм в округе на цивилизованные рельсы, чтобы у нас были хорошие базы, инструкторы, разработанные маршруты, чтобы Ямал был достойно представлен на туристической карте России».*

«Развитие туризма позволит сохранить и возродить объекты культурного и исторического наследия, природного потенциала, создать современные центры туризма и отдыха с уникальной этнокультурой. Это позволит оживить малый и средний бизнес среди коренных северян. Но главным для власти должно быть одно – соблюдая самые строгие нормы при разработке новых маршрутов и новых туристических объектов, мы должны обеспечить комфорт ямальцев. Традиции, культура жителей Ямала не должны пострадать, «...обустраивая Арктику для туризма, нельзя допустить, чтобы она стала чужой для коренных жителей».

Список литературы

1. Кобылкин, Д. Н. Управление развитием арктического туризма в Ямало- Ненецком автономном округе [Текст] / Д. Н. Кобылкин // Социальная политика и социальное партнерство. – 2011. – №5. – С. 26–30.
2. Курбатова, А. С. Территория-источник дохода. Рекреационный бизнес России : Тезисы выступления (Мастер-класс, Сочи-2009) [Текст] /А. С. Курбатова // Территория и планирование. – 2009. – №5 (23).
3. Мирутенко, М. В. Перспективы развития экологического туризма в Арктике на примере регионального заказника «Ямальский» [Текст] / М. В. Мирутенко, В. Я. Слодкевич // Сб. материалов 3-й Всеросс. науч.-практ. конф. «Состояние среды обитания и фауна охотничьих животных России», Москва, 27–28 февр. 2009 г. – М., 2009. – С. 99–105.
4. Анализ деятельности ресторанного бизнеса УрФО. Ямало-Ненецкий автономный округ : реферат [Электронный ресурс] // Интернет-портал BestReferat.ru : банк рефератов. – URL : http://www.bestreferat.ru/referat-110160.html. Проверено 02.04.2012.
5. Анализ сфер услуг туристической деятельности в УрФО : реферат [Электронный ресурс] // Интернет-портал BestReferat.ru : банк рефератов. – URL : http://www.bestreferat.ru/referat-110160.html. Проверено 02.04.2012.
6. Гостиницы УрФО [Электронный ресурс] // «Rata-news» – Ежедневная электронная газета Российского союза туриндустрии. –URL : http://www.ratanews.ru/hotels/hotels_31052007_14.stm. Проверено 02.04.2012.
7. Заповедники. Заказники [Электронный ресурс] // Интернет-портал Region Yamal Департамента информационных технологий и связи Ямало-Ненецкого автономного округа. – URL : http://region-yamal.ru/content/view/535/153/. Проверено 07.04.2012.
8. Мастер-класс : «Территория – источник дохода. 2009» ; «Рекреационный бизнес России» [Электронный ресурс] / Администрация Краснодарского края ; Дирекция Международной выставки IDES // Сайт Института комплексного развития территорий. – URL : http://sochi.terraplan.ru/index.php. Проверено 04.04.2012.

9. Общественные слушания по обсуждению проекта по созданию туристско-рекреационного комплекса : 09 июля 2012 [Электронный ресурс] / Пресс-служба губернатора ЯНАО // Сайт губернатора Ямало-Ненецкого автономного округа Кобылкина Д. Н. – URL : http://www.kobilkin.ru/press_service/490/. Проверено 05.04.2012.
10. Рекреационная деятельность в Ямало-Ненецком автономном округе : реферат [Электронный ресурс] // Интернет-портал AllBest.ru : банк рефератов. – URL : http://knowledge.allbest.ru/.../3c0a65635b2ad68b5c43a88521306d26_0.ht. Проверено 02.04.2012.
11. Рельеф, климат, равнины, горы : Ямало-Ненецкий АО / [Электронный ресурс] // Конструктор сайтов – uCoz. – URL : http://pictus.ucoz.ru/news/2009-10-17-94. Проверено 25.03.2012.
12. Транспортный комплекс ЯНАО [Электронный ресурс] // Интернет-портал Region Yamal Департамента информационных технологий и связи Ямало-Ненецкого автономного округа. – URL : http://region-yamal.ru/content/view/18136/329/. Проверено 05.04. 2012.
13. Туристическая компания «Ямал – Трэвел» [Электронный ресурс] // Интернет-портал туристической компании «Ямал-Трэвел». – URL : http://www.yamal-travel.ru. Проверено 07.04.2012.
14. Туристский и культурный потенциал Ямало-Ненецкого автономного округа [Электронный ресурс] // Интернет-портал Allbest.Ru : коллекция рефератов Revolution. – URL : http://revolution.allbest.ru/moscow/00015810_0.html. Проверено 05.04.2012.
15. Туристский потенциал : Ямало-Ненецкий автономный округ [Электронный ресурс] // Интернет-портал Координационного совета объединений РСПП в Уральском федеральном округе. – URL : http://www.urspp.ru/russia-ukraine/yanao-present. Проверено 03.04.2012.
16. Этнографический туризм [Электронный ресурс] // Интернет-портал Представительства ЯНАО в Санкт-Петербурге. – URL : http://www.yamal-spb.ru/43. Проверено 03.04.2012.
17. Ямал – территория туризма [Электронный ресурс] / Сайт Департамента по туризму Ямало-Ненецкого автономного округа. – URL : http://yamaltour.ru/. Проверено 01.04.2012.
18. Ямало-Ненецкий автономный округ. [Электронный ресурс] // Официальный сайт Федерального агентства по туризму Министерства культуры РФ. – URL : http://www.russiatourism.ru/map/-1694498901/. Проверено 06.04.2012.

СЕВЕР КАК ТЕРРИТОРИЯ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА

NORTH AREA DEVELOPMENT AS A TOURISM

Е. Е. Тотонова, *доцент Северо-Восточного федерального университета кандидат географических наук, доцент, г. Якутск; elena.totonova@mail.ru*

E. E. Totonova, *associate professor North-eastern university federal candidate of geographical sciences, Yakutsk; elena.totonova@mail.ru*

Аннотация. *Рассмотрено развитие туризма как одного из приоритетных направлений в экономическом развитии Севера. Значение Севера для России определяется*

его геополитической, исторической ролью, также природно-ресурсным потенциалом. Выявлено, что создание на Севере России конкурентоспособной сферы туристско-рекреационных услуг важно как в чисто хозяйственном плане для диверсификации экономики, которая сильно зависит от сырьевого сектора, для развития северных регионов, не располагающих значительным промышленным потенциалом, а также для социально-культурного развития.

Ключевые слова: *туризм, Север, Россия, социально-экономическое развитие, регионы*

В последние годы значение туризма в мире постоянно растет, что связано с растущим влиянием этой сферы на мировую экономику. Север, по мнению многих отечественных и зарубежных исследователей, является перспективной для развития туризма территорией.

В связи с этим растет популярность экстремального, экологического и экзотического туризма на мировом туристском рынке, которая привела к развитию северного туризма в странах арктического бассейна: США, Канаде, Исландии, в Скандинавских странах, России. Среди основных причин зарождения северного туризма ведущую роль занимает усиливающаяся из-за массовости туризма нагрузка на традиционные виды туризма, постепенное потепление климата Земли и развитие транспорта. Основными предпосылками развития северного туризма являются природный и климатический факторы.

Север, как определенный тип регионального рынка

Значение Севера для России определяется его геополитической, исторической ролью, также природно-ресурсным потенциалом. В результате произошедших в России за последние десятилетия перемен страна оказалась северной страной в большей степени, чем бывший СССР. В результате этого роль Севера в экономике России значительно возросла.

Но, как отмечает А. С. Матвеев [3], производственная база Российского Севера конкурентоспособна при сложившихся высоких издержках лишь в узком секторе производства (газовая промышленность, цветная металлургия, отчасти нефтяная промышленность и золотодобывающая отрасль). Производство в других отраслях, в большинстве случаев, имеет низкую рентабельность или просто убыточно. Регионы, относимые к Северу, существенно различаются по комфортабельности жизнедеятельности и условиям хозяйствования. По этим причинам зона Севера неоднородна по своему экономическому и социальному развитию.

В табл. 41 приведены характеристики регионов, относящихся к зоне Севера и исследуемых в данной работе. Данные табл. 41 показывают, что среди северных территорий России существует дифференциация по уровню социально-экономического развития, которая проявляется в различии показателей валового регионального продукта в соотношении со среднедушевыми денежными доходами населения, по уровню безработицы и др. Наибольших успехов экономического развития добились Ханты-Мансийский АО, ВРП которого превышает 1 млрд руб., далее Красноярский край – 748 млн руб., Ямало-Ненецкий АО – 651 млн руб., а в список наименее развитых регионов попадают Корякский АО, Чукотский АО, Магаданская обл. В большинстве северных регионов соотношение среднедушевых доходов и прожиточного минимума значительно ниже аналогичного среднероссийского показателя.

Таблица 41.

Основные социально-экономические показатели северных территорий России, 2009 г. (Источник: [5])

Показатели	*Площадь территории*		*Численность населения на 1 января 2010 г.*		*Уровень безработицы, в %*	*Среднедушевые денежные доходы населения в месяц, руб.*	*Валовой региональный продукт, млн руб.*
	тыс. км²	*% к площади РФ*	*тыс. чел.*	*% к численности населения РФ*			
Российская Федерация	17 098,2	100,0	141 914,5	100,0	8,4	16 856,9	32 072 552
Республика Карелия	180,5	1,1	684,2	0,48	10,0	13 489,8	106 228,5
Республика Коми	416,8	2,4	951,2	0,67	11,8	20 125,4	301 410
Архангельская область	589,9	3,4	1 254,4	0,88	7,2	17 218,5	323 026,5
Ненецкий АО	176,8	1,0	42,3	0,03	9,7	48 752,2	130 169,6
Мурманская область	144,9	0,8	836,7	0,59	7,6	21 153,3	201 785,4
Ханты-Мансийский АО	534,8	3,1	1 538,6	1,08	6,8	32 262,8	1 811 590,9
Ямало-Ненецкий АО	769,3	4,5	546,5	0,38	4,6	38 900,1	651 871,4
Красноярский край	2 366,8	13,8	2 893,9	2,04	9,5	16 569,6	748 512,1
Республика Саха (Якутия)	3 083,5	18,0	949,3	0,67	8,7	21 278,6	329 679,6
Камчатский край	464,3	2,7	342,3	0,24	7,7	22 581,0	95 591
Магаданская область	462,5	2,7	161,2	0,11	6,6	24 164,6	48 128,4
Чукотский АО	721,5	4,2	48,6	0,03	4,4	35 079,3	45 397

Хотя северные регионы являются крупными по размеру территориями и занимают 57,9% территории страны, по численности населения они составляют только 7% от всего населения России (табл. 41). При этом нужно отметить, что в последнее время происходит уменьшение численности населения северных территорий, что является одной из актуальных проблем развития Севера. По показателям уровня безработицы показатели северных территорий намного ниже, чем среднероссийские показатели.

Таким образом, северные территории неоднородны по своему социально-экономическому положению. Часть из них, располагающая запасами полезных ископаемых (например, Ханты-Мансийский и Ямало-Ненецкий АО), входит в число наиболее благоприятных регионов России по уровню развития экономики и социальной сферы, доходам бюджетов и населения. Другая часть, в которой в прошлом не создавался крупный производственный потенциал, относится к проблемным, получающим дотации из федерального бюджета, имеющим низкий уровень жизни населения [7]. В результате хозяйственное освоение Севера показывает существенные различия в характере развития отдельных его территорий в зависимости от их географического положения по отношению к базам освоения, центрам потребления массовой продукции и железным дорогам страны.

В то же время, как отмечает А. Г. Гранберг [1], ряд северных регионов имеют слаборазвитую экономику и неблагоприятную социально-экономическую динамику. К ним относятся Эвенкийский, Таймырский, Корякский автономные округа и даже в самых благополучных Ямало-Ненецком и Ханты-Мансийском округах существуют

территории экономического, социального, экологического бедствия. В итоге общий (усредненный) диагноз экономики и социальной сферы российского Севера является нечетким и противоречивым [1].

Таким образом, экономика Севера нуждается в перестройке, направленной на формирование в регионе новой системы хозяйства. Решение структурной перестройки должно осуществляться совместными усилиями федерального центра, региональных администраций, местного населения. При этом ведущая роль должна принадлежать федеральному центру. Однако без активного и тесного взаимодействия с регионами, предпринимательскими и общественными структурами эффективное решение задач позитивных изменений невозможно.

Особенности формирования и развития туризма на Севере

Факторами, подталкивающими на необходимость перестройки экономики северных территорий, являются суровые природные и климатические условия, географическая удаленность Севера, что удорожает развитие производства. Другой причиной, по мнению А. С. Матвеева [3], является деформация в экономике региона, которая является следствием проводившейся здесь на протяжении многих десятилетий хозяйственной политики. В итоге резкая дифференциация уровней развития северных территорий РФ неизбежно ведет к появлению депрессивных регионов, ослаблению механизмов межрегиональных экономических взаимодействий и нарастанию противоречий между территориями.

Одним из направлений диверсификации экономики северных территорий является развитие действующих и создание новых производств в традиционных отраслях сферы услуг. Услуги, предоставляемые сектором услуг, немобильны, они полностью ориентированы на локальный рынок, поэтому их развитие служит фактором формирования регионального спроса, а также условием обеспечения занятости населения.

Услуга туризма, как и услуга вообще, есть действие определенной потребительской стоимости, выражающееся в полезном эффекте, который удовлетворяет ту или иную человеческую потребность. Т. е. туристские услуги – совокупность целенаправленных действий в сфере обслуживания, которые ориентированы на обеспечение и удовлетворение потребностей туриста. Потребление туристских услуг связано с потреблением благ современного пользования, таких как природные ресурсы, культурно-исторические объекты, национальные парки, заповедники, памятники архитектуры и искусства, многие из которых находятся в государственной собственности. Их полезность для туристов состоит в приобщении к культурно-историческим ценностям, восприятии положительных эмоций, рекреации и др.

Спецификой туристского сектора экономики, как выделяет А. О. Овчаров, является взаимодействие с различными сферами общественного производства [4]. Т. е. туризм является многоотраслевым комплексом, в котором взаимодействуют связанные с ним отрасли: строительство, транспорт, связь, торговля, местная промышленность, культура, индустрия развлечений. По этой причине туризм рассматривается как один из факторов социально-экономического развития региона, страны. Поэтому интерес к туризму предпринимателей очевиден и объясняется следующими факторами: для того чтобы начать заниматься туристским бизнесом, не требуется больших инвестиций; на туристском рынке вполне успешно взаимодействуют крупные, средние и малые фирмы, которые получают доходы за счет валютных операций. Исходя из вышесказанного, стимулирование развития малого и среднего бизнеса целесообразно рассматривать как один их эффективных методов национальной и региональной политики. Диверсификация экономики северных территорий будет осуществляться в результате развития малого предпринимательства. Эффективность его обусловлена

тем, что малые предприятия способны в относительно короткие сроки создать в регионе трудовые места для рабочей силы разной квалификации; они играют важную роль в инновационной сфере, быстро адаптируясь к производству новых продуктов и новых технологий; создание таких мест не требует реализации крупных инвестиционных проектов [2].

В свою очередь, развитие туризма в регионе способствует развитию сопутствующих видов деятельности, таких, как производство и торговля сувенирной продукцией, налаживание коммуникаций. Появляется дополнительный стимул для развития инфраструктуры: строительства дорог, повышение качества услуг связи и т. д. Возникают новые источники для прямого финансирования охраны окружающей среды данного региона, расширения спонсорства, налоговых поступлений, стимулируется сохранение культурных традиций, возрождение традиционных ремесел, экономическое развитие сельской местности, занятость населения, а особенно в районах проживания коренных малочисленных народов Севера.

Значение Севера для России связано с тем, что, с одной стороны, это огромная часть территории страны с экстремальными условиями жизнедеятельности и со своей спецификой социально-экономического развития. С другой стороны, этот макрорегион является зоной стратегических интересов России, т. к. обладает уникальным геополитическим, природно-ресурсным и социально-экономическим потенциалом.

Таким образом, развитие туризма на Севере является феноменом «смешанной занятости», т. е. сочетания традиционных форм трудовой деятельности с современными формами, которая в течение 30 лет практикуется на севере США и Канады. В рамках развития северного туризма Канада практикует развитие различных видов кооперации и трудовых ассоциаций, которое также учитывает специфические особенности занятости на северных территориях. Основным направлением развития северного туризма является возрождение в общинах коренных народов национального самоуправления, поддержка традиционного природопользования, законодательное признание прав на землепользование (единственный ресурс северных территорий).

Влияние туризма на социально-экономическое развитие регионов Севера

На Севере России есть все возможности для развития как внутреннего, так и въездного туризма, которые могут сыграть немаловажную роль в сохранении природной среды, обеспечить занятость населения. Природные условия Севера России благоприятствуют развитию далеко не всех видов отдыха, вводят сезонные ограничения, но однако выбор достаточно велик.

Среди наиболее перспективных видов туризма на Севере являются: экологический, познавательный, спортивный, культурный, научно-экспедиционный и конгрессный туризм. Для ряда районов (Корякский и Чукотский АО, Мурманская и Сахалинская обл., Республика Саха и др.) возможно развитие курортно-оздоровительной рекреации на основе использования местных минеральных и термальных источников и лечебных грязей. Основным показателем функционирования и развития туристских организаций является объем предоставленных услуг, который представляет собой общую стоимость проданных путевок и отражает совокупные объемы организованного туризма. На протяжении последних пяти лет (табл. 42) доходными туристскими регионами являются Красноярский край, Архангельская обл., Республика Коми, Мурманская обл., Республика Карелия, Ханты-Мансийский АО [6].

На развитие туризма влияют изменения, происходящие в мировой экономике, т. к. соотношение темпов инфляции и роста доходов населения определяют величину совокупного спроса на турпродукт. Начиная с 2002 г., в России наблюдается рост спроса на рынке туристских услуг, что связано с преодолением кризисных явлений

в российской экономике и ростом уровня жизни населения. Доля туристских услуг как эластичных по доходам увеличивается даже в условиях небольшого роста реальных располагаемых доходов населения. Также следует отметить, что оказанные объемы туристских услуг за 2005–2009 гг. северными территориями России показывают стабильный рост, что является повышением интереса россиян к отдыху внутри страны, разницей курса валют, растущим интересом регионов к развитию и поддержке туризма и др. факторами. При этом совместные доходы туристских услуг северных регионов увеличились на 24% по данным 2009 г. по сравнению с 2008 г., что означает развитие туризма на Севере (табл. 42).

Наиболее низкие показатели по объему оказанных туристских услуг наблюдаются в Ненецком АО, Ямало-Ненецком АО, Магаданской обл., Чукотском ОА. Но, и из этих регионов, в Магаданской обл. (53%) и Чукотском АО (476%) за 2008–2009 гг. наблюдается рост объемов туристских услуг. Из всех регионов Севера России только в Ямало-Ненецком АО наблюдается снижение объемов туристских услуг (13%).

Таблица 42.

Динамика объемов туристских услуг, тыс. руб. (Источник: [8])

Регион	*2005*	*2006*	*2007*	*2008*	*2009*	*Изменения в 2009 г. к 2005 г., %*	*Изменения в 2009 г. к 2008 г., %*
Российская Федерация	33 848 803	45 312 019	53 960 576	72 975 461	78 227 589	131,1	7,2
Республика Карелия	125 097	154 534	254 509	382 431	537 359	329,5	40,5
Республика Коми	223 172	356 845	526 014	768 788	918 864	311,7	19,5
Архангельская область	178 992	214 982	314 752	746 309	990 608	453,4	32,7
Ненецкий АО	–	–	5 240	21 472	30 776	–	43,3
Мурманская область	145 040	228 312	269 730	492 293	612 325	322,2	24,4
Ханты-Мансийский АО – Югра	183 635	305 248	475 036	560 731	580 801	216,3	3,6
Ямало-Ненецкий АО	40 006	54 438	85 703	96 415	83 808	109,5	-13,1
Красноярский край	869 786	835 046	971 747	1 245 495	1 381 926	58,9	10,9
Республика Саха (Якутия)	122 114	152 291	172 960	201 618	208 720	70,9	3,5
Камчатский край	138 956	164 375	199 892	242 548	315 689	127,2	30,1
Корякский АО	6 247	3 503	12 841			–	
Магаданская область	18 296	31 223	39 680	71 961	110 738	505,2	53,9
Чукотский АО	24	168	265	200	1 154	4 706,7	476,8

В настоящее время туризм является одним из приоритетных направлений в экономическом развитии Севера, который позволит быстро формировать недорогой и качественный продукт. При организации туризма местные жители не только работают в качестве обслуживающего персонала, но и продолжают жить на охраняемой природной территории, вести прежний уклад жизни, заниматься традиционными видами хозяйства, которые обеспечивают щадящий режим природопользования. Это приносит доход населению и способствует социально-экономическому развитию территорий.

Подводя итоги, можно сказать, что создание на Севере России конкурентоспособной сферы туристско-рекреационных услуг важно в чисто хозяйственном плане для диверсификации экономики, которая сильно зависит от сырьевого сектора, для развития северных регионов, не располагающих значительным промышленным потенциалом, а также для социально-культурного развития. При этом нужно учитывать, что развитие туризма на Севере России имеет свои особенности – хрупкость природной среды Севера исключает массовые туристские потоки; оптимальной формой развития

туризма на Севере является развитие паркового туризма или туризма на особо охраняемых территориях, контролируемого экологами; основной задачей развития туризма на Севере является не только сохранение природной среды, но и уникальной культуры коренных народов Севера, что также предполагает необходимость грамотной и продуманной политики вовлечения коренных народов в туризм; развитие туризма на Севере происходит на малообжитой и труднодоступной территории, что создает сложности с инфраструктурным обеспечением, поэтому северный туризм – затратное дело, но которое в будущем приносит значительные доходы.

Список литературы

1. Гранберг, А. Г. Основы региональной экономики [Текст] / А. Г. Гранберг. – М. : ГУ ВШЭ, 2001. – 495 с.
2. Калинникова, И. О. Управление социально-экономическим потенциалом региона [Текст] / И. О. Калинникова. – С.-Пб. : Питер, 2009. – 240 с.
3. Матвеев, А. С. Преобразование экономики северных регионов России на современном этапе [Текст] / А. С. Матвеев, О. А. Матвеев. – М. : Современная экономика и право, 2007. – 344 с.
4. Овчаров, А. О. Туристический комплекс России : тенденции, риски, перспективы [Текст] / А. О. Овчаров. – М. : ИНФРА-М, 2011. – 280 с.
5. Регионы России. Социально-экономические показатели. 2010 : Стат. сб. [Текст] / Росстат. – М. : Росстат, 2010. – 996 с.
6. Тотонова, Е. Е. Региональные особенности и тенденции развития туризма на Севере России [Текст] / Е. Е. Тотонова // Региональная экономика: теория и практика. – 2010. – №31. – С. 48–54.
7. Янин, А. Н. Региональная экономика и управление : учеб. пособие [Текст] / А. Н. Янин. – М. : Проспект, 2010. – 248 с.
8. Туризм : 2010 [Электронный ресурс] // Интернет-портал Федеральной службы государственной статистики : Центральная база статистики. – URL : http://www.gks.ru/dbscripts/cbsd/dbinet. Проверено 07.04.2012.

СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ ТУРИСТСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В ЗАПОЛЯРНЫХ СУБЪЕКТАХ РФ

THE CURRENT STATE OF TOURISM IN THE RUSSISN ARCTIC

М. В. Цекина, *инженер кафедры рекреационной географии и туризма географического факультета МГУ имени М. В. Ломоносова; mtsekina@list.ru*

M .V. Tsekina, *engineer, Department of recreation geography and tourism, Faculty of Geography, Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russia; mtsekina@list.ru*

В настоящее время наиболее активное развитие из всех регионов Заполярья туризм получил в Мурманской области. Это связано с наиболее выгодным ее экономико-географическим положением по сравнению с другими арктическими регионами, наилучшей транспортной доступностью, наибольшей заселенностью, а также наличием истории организованного и самодеятельного туризма, туристических маршрутов с советских времен.

По данным официального туристского интернет-портала [6] туристскую деятельность на территории Мурманской области осуществляют 155 турагентств и туроперато-

ров. В ходе проведенного анализа по данным портала, турагентств, занимающихся выездным туризмом, насчитывается 65, развитием внутреннего туризма занимается около 15 компаний-туроператоров, 10 компаний совмещают внутренний и выездной туризм, а также турагентскую и туроператорскую деятельность, 11 компаний занимаются исключительно организацией рыболовных и реже – охотничьих туров. Остальные 54 компании из указанного списка отношения к туризму либо не имеют, либо они не существуют. По расчетам автора, в настоящее время на Кольском полуострове существует от 20 до 40 готовых туров. К готовым турам автор исследования относит такие туры, которые имеют четкие даты заезда с указанием точного маршрута с возможными его изменениями, наличия свободных мест и стоимости. Работой с готовыми турами занимаются, по исследованиям автора, только три туроператора по Мурманской области – одна компания в Кировске, одна – в с. Ловозеро и одна – в Москве. Основная же часть туроператоров Мурманской области предлагают туры «под заказ» и перепродают имеющиеся.

В структуре зимних туров сезона осень–зима 2011–2012 гг. ведущего туроператора Мурманской области «Кольские экспедиции» 37,5% туров занимают снегоходные сафари по Хибинам и Кольскому полуострову разной степени протяженности (от 2 до 6 дней), 25% туров это подледная рыбалка на отдаленных озерах центральной части Кольского полуострова, доставка туристов также осуществляется снегоходами, 17,5% туров – лыжные туры в центральной части Хибин, представляющие собой дневные кольцевые маршруты с возвращением в гостиницу, 15% туров – этнографические в дальнее саамское село, добраться до которого можно в зимнее время на снегоходах. Имеют место комбинированные туры, сочетающие несколько видов туристской активности. Например, снегоходный тур в отдаленное саамское село Краснощелье, где гостей знакомят с традиционной культурой саамов и коми. Наиболее задействованными в туристских целях являются следующие территории: Хибинский горный массив (снегоходные программы, лыжные походы, летние пешие и велопутешествия), Ловозерский массив и его окрестности, полуострова Рыбачий и Средний.

В плане инфраструктуры Мурманская область отличается небольшим всплеском появления туристских баз и мини-гостиниц. За последние несколько лет появились небольшие туристские базы на юге Мурманской области, недалеко от п. Умба, в центральной части – окрестности с. Ловозера, мини-гостиница у подножия Хибин, на севере Мурманской области в окрестностях поселка Дальние Зеленцы располагается база для любителей дайвинга и морской рыбалки, а также оборудованный палаточный лагерь на полуострове Рыбачий. Также на реках и озерах действуют рыболовные базы разной степени комфортности. Помимо этого, для размещения туристов задействованы жилые площади местного населения, ведомственные турбазы, иногда по согласованию используются отдаленные балки оленеводческих бригад.

Для организации морских ледокольных круизов на арктические острова и Северный полюс особое значение имеет Мурманский морской порт, являющийся стартовой площадкой для таких программ в летнее время. По данным официального туристского портала Мурманской области, в 2010 г. поток туристов составил 260 тыс. чел., 35 тыс. из которых иностранцы [2].

Заполярные территории Архангельской области (без Ненецкого автономного округа) представлены архипелагами Земля Франца-Иосифа и Новая Земля. В туристских целях территории этих арктических архипелагов были задействованы относительно недавно в качестве мест высадок групп для коротких обзорных маршрутов, путешествующих на ледоколах на Северный полюс. В 2010 г. был подписан указ о создании национального парка «Русская Арктика», расположенного в северной части архипелага Новая Земля. Ему также подведомственна территория заказника федерального значения Земля Франца-Иосифа. В настоящее время работа по формированию нацио-

нального парка еще продолжается, но за летний сезон 2011 г. территорию парка посетило 865 туристов [1], которые являлись участниками 11 как российских, так и иностранных круизов в высокие широты. Но на территории Архангельской области нет ни одного туроператора, занимающегося организацией туров в высокие широты. Более того, организацией круизов в арктические широты России занимается единственный туроператор, чьё представительство расположено в Москве.

В Ненецком автономном округе три компании занимаются выездным туризмом и в 2010 г. появилась компания, позиционирующая себя в качестве первого местного туроператора. Пока что ее деятельность заключается в организации отдыха на небольшой турбазе в 15 км от Нарьян-Мара. Предлагаются рыболовные, охотничьи программы, путешествия на квадроциклах и снегоходах, сплав по одной из рек округа. Данных о количестве путешествующих в округе за последние годы нет. Из туристской инфраструктуры в округе имеются несколько рыболовных и охотничьих баз – в основном, балков. На территории Ямало-Ненецкого автономного округа по данным официального портала по туризму осуществляют свою деятельность 43 турфирмы [5], только две из них являются местными туроператорами. Предлагаются этнографические туры, сплавы по рекам, походы по Полярному Уралу, отдых на горнолыжном комплексе «Октябрьский» – единственном в своем роде на территории Ямала, рыболовные и охотничьи туры. Предлагающиеся туры не имеют четких временных привязок и делаются «под заказ». В основном, в турах задействованы г. Салехард, территории Приполярного и Шурышкарского районов. Из туристской инфраструктуры в округе значатся горнолыжный комплекс «Октябрьский», расположенный недалеко от г. Лобытнанги и рыболовная база на оз. Ворчато в Шурышкарском районе. Большинство средств размещения округа является местами временного проживания приезжих, задействованных в добывающей отрасли. На сайте портала заявлено, что за 2010 г. Ямало-Ненецкий округ с туристскими целями посетило 28 тыс. туристов.

На территорию Таймырского Долгано-Ненецкого муниципального района Красноярского края не организует туры ни один туроператор Красноярского края. Попасть на Таймыр в составе организованной группы можно либо в составе научной экспедиции, часть мест в которой отведено для продажи частным лицам – такие туры продаются Центром Экологических путешествий в Москве, либо купив тур, разработанный сотрудниками Большого Арктического заповедника через посредников или связавшись напрямую. Предлагаются наблюдения за миром дикой природы, в некоторых турах – посещения стойбища ненцев, рыбалка, экскурсии к памятникам истории освоения Арктики, рафтинг. Точных данных о туристах, побывавших на Таймыре за последнее время, нет. На данный момент редкие туры Таймыра наиболее подходят под категорию «экологические», т. к. проводятся на особо-охраняемых территориях сотрудниками местных заповедников или учеными, работающими в составе научных экспедиций.

По данным официального портала по туризму Республики Саха (Якутия) на ее территории действует 23 туроператора [7]. На внутреннем туристском рынке задействовано только два туроператора, предлагающие разнообразные туры, большинство из маршрутов которых сосредоточено в центральных и южных улусах Якутии.

В северные же улусы, рассматриваемые в настоящей работе, организуется небольшое число туров, основными из которых являются наблюдения за птицами в дельте р. Лена, этнографическая экспедиция в Нижнеколымский улус (п. Чокурдах и Русское Устье), экскурсионный тур в Верхоянск – самый холодный город в мире, речной круиз «Якутск-Тикси-Якутск», а также сплавы и рыбалка в Верхоянском улусе. В Якутии есть общественная организация [3], созданная для поддержки коренных малочисленных народов Республики Саха (Якутия). Одним из направлений ее деятельности явля-

ется помощь в организации туристского бизнеса на местах компактного проживания коренных малочисленных народов Севера. Туры формируются и разрабатываются индивидуально, под конкретного заказчика. Данных о путешествующих в северных улусах Якутии нет.

Последовательно развивается туристская отрасль в Чукотском автономном округе. На его территории организацией внутренних туров занимаются шесть туроператоров. Предлагаются активные и приключенческие, этнографические и круизные программы, в которых задействован, в основном, северо-восток территории – Иультинский и Провиденский районы. Значительную часть туров составляют морские круизы, как правило, организованные иностранными компаниями. Именно участники круизов, в большинстве иностранные, составляют основную часть туристского потока на Чукотку. За девять месяцев 2010 г. Чукотку посетило 22 040 туристов, большинство – в рамках круизов [4]. Именно это обстоятельство позволяет зарабатывать на туризме в основном круизным компаниям, а не региону и его жителям. Но «сухопутные» направления также развиваются и организуются в рамках активных, приключенческих и этнографических туров.

Основные административно-территориальные образования Заполярья, территории которых задействованы в коммерческих турах, реализуемых туроператорами и турагентами, представлены в табл. 43.

Таблица 43.

Административно-территориальные образования заполярных регионов РФ, территории которых задействованы в туристических маршрутах

Субъект РФ	*АТО*	*Основные туристские путешествия*
Мурманская область	Кольский район	Мурманск – «морские ворота Арктики».
	Г. о. Кировск	Хибиногорский массив: пешие вело-маршруты, горные лыжи, сноуборд, снегоходные поездки
	Г. о. Апатиты	Хибиногорский массив: пешие вело-маршруты, горные лыжи, сноуборд, снегоходные поездки
	Ловозерский район	Ловозерский горный массив: пешие маршруты, заказник «Сейдъявр», этнотуры в саамские и коми поселки, снегоходные сафари.
	Терский район	Автопутешествия вдоль Терского берега, посещение поморских сел.
	Печенгский район	Снегоходные и джип-сафари, полуостров Средний и Рыбачий, побережье Баренцева моря, места кровопролитных боев времен ВОВ.
Архангельская область	Городской округ «Новая Земля», Приморский муниципальный район (архипелаг Земля Франца-Иосифа)	Места высадок туристов с ледокольных круизов на Северный полюс. Знакомство с культурным и природным наследием
Ненецкий Автономный округ	Заполярный район	Туристическая база в 15 км к югу от г.Нарьян-Мара: снегоходные поездки по окрестностям.
Ямало-Ненецкий автономный округ	Шурышкарский район	База на оз.Ворчато, рыбалка, этнотуризм
	Приуральский район	г. Салехард-город на полярном круге, п. Горнокнязевск – знакомство с традиционной культурой коренных народов, сплавы по рекам Приполярного Урала, горные восхождения-треккинги, ГСК «Октябрьский».
Красноярский край, Таймырский Долгано-Ненецкий автономный район	Г. п. Диксон	Посещение Большого Арктического заповедника: Экотуризм, сплав по р. Хутуда-Бига
	Г. п. Дудинка	База на оз.Лача: рыбалка
	С. п. Хатанга	Таймырский заповедник: экотуризм

Продолжение Таблицы 43.

Республика Саха (Якутия) (заполярные улусы)	Булунский улус	Конечная точка речного круиза «Якутск-Тикси-Якутск», Наблюдение за птицами на научной станции «Лена Норденшельд»
	Нижнеколымский улус	Черский, Русское Устье: этнографические экспедиции
	Верхоянский улус	г. Верхоянск – посещение самого холодного города мира, Священные горы Верхоянья – Кисилээх, горная река Туостаах.
	Жиганский улус	Сплавы по р. Сиктях, стоянка во время круиза с посещением п. Жиганска.
Чукотский автономный округ	Анадырский район	Старт многочисленных снегоходных сафари. Гора Святого Дионисия.
	Иультинский район	Снегоходное сафари от Тихого до Северного Ледовитого океанов, маршрут из Эгвекинота до Ванкарема, морские круизы вдоль побережья, посещение заповедника на о. Врангеля, сопка Пионерская
	Провиденский район	Морские круизы, высадка на побережье. Остров Аракамчечен, Лоринские ключи, посещение национальных поселков
	Чукотский район	Морские круизы, высадка на побережье.

Таким образом, из 45 рассматриваемых районов регионов Заполярья туристская деятельность затрагивает территории 22 районов, т. е. практически 50% административно-территориальных образований регионов Российского Заполярья в той или иной степени посещаются туристами в настоящее время.

Список литературы

1. Национальный парк «Русская Арктика» [Электронный ресурс] / Интернет-портал ФГБУ «Национальный парк “Русская Арктика”». – URL : http://rus-arc.ru. (дата обращения: 28.03.2012).
2. Новости : 16 декабря 2011 : Рост турпотока в Мурманскую область в этом году составит 20% [Электронный ресурс] // Туристский портал Мурманской области. – URL : http://murmantourism.ru/news/2011/12/newsid,1934/. (дата обращения: 27.02.2012).
3. Общественная организация «Норд Пипл» [Электронный ресурс] // Сайт по культуре и туризму коренных народов Севера ОО «Норд Пипл». – URL : http://npeople.ucoz.ru/index/0-2. (дата обращения: 27.02.2012).
4. Проект «Чукотка – Территория открытий» [Электронный ресурс] // Сайт Комитета по спорту и туризму Чукотского АО. – URL : http://www.visitchukotka.com/news.php?action=view&nid=151. (дата обращения: 28.02.2012).
5. Реестр субъектов туристской индустрии Ямало-ненецкого автономного округа [Электронный ресурс] // Интернет-портал Департамента по туризму Ямало-Ненецкого автономного округа. – URL : http://yamaltour.ru/sites/default/files/reestr_tourfirm.doc. (дата обращения: 28.03.2012).
6. Туристические компании Мурманской области [Электронный ресурс] // Туристский портал Мурманской области. – URL : http://murmantourism.ru/companies/firms/?page=1&fregion=0&fcity=0. (дата обращения: 25.02.2012).
7. Туроператоры Якутии [Электронный ресурс] // Туристский портал Министерства по делам предпринимательства и развития туризма РС (Я). – URL : http://www.goyakutia.com/companies/52/index.php. (дата обращения: 28.02.2012).

ТИХВИНСКАЯ ВОДНАЯ СИСТЕМА КАК ОБЪЕКТ ЭКОТУРИЗМА

В. Ф. Широкова, *заведующая отделом Института истории естествознания и техники им. С. И. Вавилова РАН, доктор географических наук, г. Москва; shirocova@gmail.com*

В. А. Снытко, *главный научный сотрудник Института истории естествознания и техники им. С. И. Вавилова РАН, доктор географических наук, член-корреспондент РАН, г. Москва; vsnytko@yandex.ru*

Н. А. Озерова, *старший научный сотрудник Института истории естествознания и техники им. С. И. Вавилова РАН, кандидат географических наук, г. Москва; 14orn@rambler.ru*

В. А. Низовцев, *ведущий научный сотрудник географического факультета МГУ имени М. В. Ломоносова, кандидат географических наук; nizov2118@mtu-net.ru*

В. М. Чеснов, *заведующий отделом Института истории естествознания и техники им. С. И. Вавилова РАН, кандидат технических, г. Москва; shirocova@gmail.com*

А. В. Собисевич, *аспирант Института истории естествознания и техники им. С. И. Вавилова РАН, г. Москва; sobisevich@mail.ru*

Аннотация. *Комплексной историко-научной экспедицией Института истории естествознания и техники им. С. И. Вавилова РАН (2010 и 2011 гг.) решались вопросы создания и функционирования исторических водных путей. Был собран и обработан массив картографических, опубликованных и архивных источников по созданию Тихвинской водной системы, что позволило выяснить основные этапы ее создания и функционирования. Были выяснены ландшафтные особенности исследуемой территории и выявлены изменения в природной среде, связанные с созданием и функционированием изучаемой водной системы, а также оценены экологические последствия изменений режима водных объектов. Была выполнена оценка современного состояния объекта и предложены рекомендации по экологическому туризму.*

Ключевые слова: *водная система, экологические последствия, экотуризм*

Работа выполнена по проекту 09-05-00041 Российского фонда фундаментальных исследований и проекту 11-03-00340 Российского гуманитарного научного фонда.

Тихвинская водная система явилась объектом исследований Комплексной историко-научной экспедиции Института истории естествознания и техники им. С. И. Вавилова РАН (2010 и 2011 гг.), в ходе которой решались вопросы рекреационного использования водных путей и экотуризма. Эта система – один из важнейших исторических водных путей, по которым шло заселение и освоение Русского Севера. С древних времен здесь существовал торговый путь с Волги в Прионежье и Балтику. Через водораздел, разделявший реки Балтийского ската и реки Волжского склона, длительное время использовался сухопутный путь по волоку. В 1811 г. было закончено, задуманное еще Петром I, строительство Тихвинского соединительного канала и ряда шлюзов на многих реках и начато движение судов по этой системе. С Волги путь шел: по Мологе до устья Чагодощи (248 км), по Чагодоще и Чагоде до устья Горюна (167 км), по Горюну (13 км), озеру Вожанское (3 км), реке Соминка (32 км, 8 шлюзов), озеру Сомино (1 км), реке Волчина (10 км, 3 шлюза) – это Волжский от-

резок системы, затем на водоразделе по Тихвинскому каналу, пересекающему озера Крупино и Лебедино (6,3 км) и далее путь пролегал по рекам Балтийского ската: реке Тихвинка (158 км, 48 шлюзов), протекающей через озера Еглино (2,6 км) и Озерское (5,2 км), реке Сясь от устья Тихвинки до села Сясьские Рядки (96 км). Далее путь шел уже по Старосясьскому каналу (11 км), Староладожскому каналу (112 км) и Неве (74 км). По сравнению с соседними – Мариинской системой (1 143 км) и Вышневолоцкой (1440 км), – Тихвинский водный путь обладал рядом преимуществ: во-первых, был самым коротким (от Рыбинска до Петербурга – 924 км) и, во-вторых, судоходство по Тихвинской системе шло в обе стороны. Недостатком системы была маловодность ее рек, в результате чего применялись только небольшие среднемерные (до 33 тонн) суда – местные «тихвинки» и «соминки».

Просуществовала Тихвинская система до середины XX века, в настоящее время все гидротехнические сооружения (62 шлюза и плотины) полностью разрушены и присутствуют в виде руин. Немногочисленные останки шлюзов продолжают ветшать, зарастая травой и становясь все менее доступными для осмотра. Поэтому часть пути пришлось обследовать с помощью автотранспорта: от начала шлюзованной части Тихвинского водного пути на Волжском склоне (Варшавский шлюз, р. Чагода, №1) – до последнего шлюза на Балтийском склоне – Херсонского (№61) на р. Тихвинке. Детально изучались шлюзы: Тамбовский (№12), Минский (№17), Московский (№30), Смоленский (№57), Тихвинский (№60); в районе Тихвинского водораздельного канала – озера Крупино и Еглино. Затем основной путь и исследования проходили по воде: р. Тихвинке–р. Сяси–Ладожское озеро.

Важной и примечательной особенностью Тихвинской водной системы является тот факт, что при ее строительстве использовались ландшафтные особенности окружающей местности и учитывались требования рационального природопользования. Система осуществляла регулирование местного стока воды, что обеспечивало сохранение природных ресурсов Тихвинки, ее притоков и водораздельных озер.

Верховья р. Тихвинки и водораздельная часть Тихвинской системы находится на ландшафте Тихвинской гряды, приуроченной к западной окраине Карбонового плато, сложенного известняковыми породами каменноугольной системы. Абсолютные отметки междуречий составляют большей частью 150–200 м. Карбоновое плато высоким ступенчатым уступом обращено в сторону Лужско-Волховской низины. Уступ глубоко расчленен доледниковыми долинами, которые позднее и были унаследованы современными реками Тихвинкой и Соминкой. Рельеф Тихвинской гряды пологохолмистый, с отдельными грядами конечных морен, с озами и камами. Сравнительно выровненные участки сильно заболочены.

Характерной чертой ландшафта являются также многочисленные озерно-ледниковые котловины с озерами и довольна густая сеть небольших ложбин стока талых ледниковых вод, имеющих четковидный плановый рисунок. В этих «четках», как правило, располагаются озера. В большинстве ложбин стока заложились современные реки, но некоторых из них насквозь пересекают водоразделы в виде плоскодонных вытянутых понижений, являющихся местными межбассейновыми переливами. Характерным примером ложбины с вложенной в нее рекой является верхняя часть Тихвинки с озерами Еглино и Озерское. А небольшая водораздельная «сквозная» ложбина с озерами Крупино и Лебедино между Тихвинкой и Соминкой с Волчиной длительное время использовалась как волок, а позднее именно здесь был прорыт соединительный Тихвинский канал.

Река Тихвинка в верховьях протекает среди холмисто-моренного рельефа в слабо разработанной долине, наследуя послеледниковую ложбину стока, и имеет практически характер протоки между озерами. Ниже она протекает среди полосы терраси-

рованных водно-ледниковых песков с сосновыми борами. В ее долине встречаются участки широколиственно-еловых лесов с ильмом, липой, кленом; с лещиной, жимолостью, черемухой в подлеске – этому видимо способствует близость коренных известняковых пород. В ее долине небольшими участками встречаются сегментные и ленточные поймы. В нижнем течении р. Тихвинка пересекает плоскую озерно-ледниковую равнину. И имеет низкие песчаные, нередко заболоченные берега. На некоторых участках встречаются дюнно-бугристые формы. По-видимому, в прибрежной части озерно-ледникового водоема откладывались тонкозернистые слоистые пески и супеси, не ленточные глины. По бортам долины распространены обширные массивы верховых и переходных торфяников, а также сосновых, еловых и вторичных мелколиственных лесов.

Река Сясь пересекает моренную равнину с крупными участками озерно-ледниковых и водноледниковых равнин, в зависимости от этого имеет то возвышенные крутосклонные берега, то низменные заболоченные или песчаные террасированные. На некоторых отрезках она врезается в коренные пестроцветные глины, пески и известняки девона, образуя при этом многочисленные перекаты, шиверы и даже пороги. По берегам преобладают мелколиственные и мелколиственно-еловые леса. Долина р. Сясь в нижней части хорошо выражена и имеет пойму и две надпойменные террасы. Устье Сяси приурочено к южному берегу Ладожского озера, представляющего Приладожскую низменность – часть обширной озерной впадины. Ее составляют ледниковые и послеледниковые террасы самого озера и дельты рек Свири и Сяси. Плоские древнеозерные террасы поднимаются от озера уступами. На нижних террасах тянутся песчаные береговые валы и гряды поросших сосной дюн. Верхние террасы оккупировали травяные и моховые болота, чередующиеся с заболоченными сосновыми и сосново-березовыми лесами, лугами и ивняковыми зарослями. Кое-где можно встретить и невысокие моренные холмы и древние дюны.

В ходе экспедиции были выяснены природные особенности долины реки Чагоды и геоэкологическая ситуация этой территории в рамках исследования волжской части Тихвинской водной системы от г. Тихвина до г. Рыбинска и реки Чагода как основной водной магистрали этой части системы. Измерения с помощью эхолота позволили составить продольный профиль глубин вдоль русла реки Чагода, изучить характер русловых форм рельефа. Одновременно производились измерения температуры, электропроводности воды, содержания растворенного кислорода, оценивались метеорологические условия с помощью портативной метеостанции.

Река Ча́года (переводится с финно-угорского, как «река с песчаными берегами» или «многоводная река») берет начало из Шипковского озера на Тихвинской гряде на юго-востоке Ленинградской области, течет главным образом на восток. Длина реки 242 км, площадь водосбора 9680 км^2, является левым притоком реки Молога, впадает в нее на 58 км от ее устья. На участке от устья правого притока Песи до своего устья также называется Чагодоща. Средний годовой расход в устье 77 м^3/сек, модуль стока – 8 л/(с×км^2). Питание смешанное, с преобладанием снегового. Замерзает в ноябре – декабре, вскрывается в апреле – начале мая. Крупнейшие притоки – левые (Лидь – длина 146 км; Внина – 97 км), правые (Песь – 145 км; Мережка – 25 км). Река течет в пределах плоской, пониженной, слабо дренированной равнины. Речная сеть развита слабо, незначительно врезана и отличается малыми уклонами.

По морфологическому типу на большем протяжении русло р. Чагода относится к равнинному широкопойменному с преобладанием участков сегментных и петлеобразных излучин, с незначительной долей прямолинейного неразветвленного русла, а также вынужденных и адаптированных излучин, на некоторых участках встречаются врезанные излучины. Ширина реки в верхнем течении около 20 метров, ниже ус-

тья Горюна река расширяется до 50–60 метров, ниже устья Песи ширина превышает 100 метров, однако на порожистых участках река сужается.

В 50 километрах от п. Чагоды расположен уникальный гидролого-геоморфологический (геологический) памятник «Аномальное меандрирование русла реки Чагодощи». Около 10 км^2 земной поверхности покрыто излучинами Чагодощи, окаймленных с обеих сторон витками многочисленных староречий. Само меандрирование происходит в пределах древней озерной котловины, много островов современного аллювиального происхождения, формирующихся по типу параллельно-гривистой поймы, и островов, отчлененных от междуречной равнины.

В нижнем течении Чагоды (Чагодощи) перед впадением в Мологу течение вновь ускоряется, и река образует цепочку перекатов и небольших порогов – Горынь, Буг, Вяльская гряда. Ниже д. Бывальцево река врезается в известняковые отложения. Местами мощность обнажений плитчатого известняка достигает 1 м. Русло становится прямолинейным, неразветвленным, пойма ленточная, узкая.

В процессе экспедиции собраны данные о водопотреблении и водоотведении, динамике использования водных ресурсов в бассейне реки. В структуре использования воды отраслями экономики доля промышленности составляет 33%, жилищно-коммунального хозяйства – 54%, сельского хозяйства – 13%. Отрадно, что последние годы характеризуются снижением сбросов загрязняющих веществ в водные объекты вследствие использования оборотного водоснабжения в местном стекольном производстве.

Был собран и обработан значительный массив картографических, опубликованных и архивных источников по созданию Тихвинской водной системы, что позволило выяснить основные этапы ее создания и функционирования. Были выяснены ландшафтные особенности исследуемой территории и выявлены изменения в природной среде, связанные с созданием и функционированием изучаемой водной системы, а также оценены экологические последствия изменений режима водных объектов. Была выполнена оценка современного состояния объекта и предложены рекомендации по экологическому туризму.

ОСОБЕННОСТИ РЕСУРСОВ ТУРИСТСКИХ КЛАСТЕРОВ НА ТЕРРИТОРИИ НАРО-ФОМИНСКОГО МУНИЦИПАЛЬНОГО РАЙОНА

FEATURES OF RESOURCES OF TOURIST CLUSTERS IN TERRITORY OF NARO-FOMINSKOGO MUNICIPAL AREA

М. В. Щедловская, *аспирант РМАТ, г. Москва; schmaria@yandex.ru*
M. V. Shchedlovskaya, *Post-graduate student RMAT, Moscow; schmaria@yandex.ru*

В последнее время наблюдается интенсивное развитие туризма и формирование туристских дестинаций на территории Московской области. По мере развития туристских дестинаций совершенствуется туристская инфраструктура. Для повышения эффективности использования инфраструктуры необходимо развивать новые виды туризма.

В настоящее время ученые экономисты связывают инновационное развитие видов туризма в регионах с понятием экономического кластера. Кла́стер (англ. cluster – скопление) – объединение нескольких однородных элементов, которое может рассматриваться как самостоятельная единица, обладающая определёнными свойствами [4].

Классическое определение понятия «кластер», сформулировал М. Портер, оно достаточно часто в настоящее время встречается в учебниках и научных исследованиях о конкурентоспособности отрасли, региона, страны. М. Портер определил его как «географическую концентрацию взаимосвязанных компаний, специализированных поставщиков, сервисных компаний, фирм из близких отраслей и ассоциированных институтов (таких как университеты, организации по стандартизации и торговые ассоциации), относящихся к определенной области».

Кластеры привлекают внимание как объекты экономического анализа и синтеза. Применение кластерного подхода к способам повышения эффективности туристской деятельности наиболее перспективно, поскольку для удовлетворения разнообразных потребностей туристов необходимы товары и услуги большого числа предприятий и производств, технологически не связанных между собой. Формирование и развитие кластеров никогда не происходит на пустом месте, это касается и туристской отрасли.

Московская область имеет огромный потенциал для развития туризма и рекреации. Благоприятные природно-климатические условия, хорошая экология, подмосковный ландшафт, считающийся «типично русским», множество всемирно известных туристских объектов, развитый курортно-оздоровительный комплекс (более 1 000 объектов рекреации, включая санатории, пансионаты, дома отдыха, детские оздоровительные лагеря) – все это привлекает туристов со всего мира.

За последние годы в Московской области построены комфортабельные туристские и спортивно-развлекательные комплексы, где созданы все условия для семейного отдыха.

Сочетание уникального рекреационно-туристского потенциала с развитой туристской инфраструктурой делает территорию Московской области наиболее привлекательной не только для российских, но и зарубежных туристов. В Московской области есть все условия для развития основных видов туризма и рекреации.

В последнее время формированию кластеров в регионах уделяется значительное внимание.

Главная цель формирования туристского кластера по нашему мнению – повышение конкурентоспособности региона и использование по максимуму потенциала (ресурсного, инфраструктурного, транспортного и т. д.) для привлечения туристов, создание условий для духовных и эмоциональных переживаний потребителя туристских услуг, повышение качества и уровня жизни в районе за счёт получаемой прибыли.

Возникает вопрос, что включают в себя «условия» для духовных и эмоциональных переживаний туриста. Философский энциклопедический словарь выделяет необходимые и достаточные условия. При этом достаточные условия представляют собой «то, от чего зависит нечто другое (обусловливаемое); существенный компонент комплекса объектов (вещей, их состояний, взаимодействий), из наличия которого с необходимостью следует существование данного явления» [2].

По нашему мнению необходимые условия – это условия из составляющих элементов, из которых нельзя ничего ни убрать, ни добавить, не изменив их структуру.

На современном этапе существует ряд проблем связанных с анализом туристских кластеров, это объясняется отсутствием достаточного количества методических материалов и сложностью туризма как социально-экономического явления. Исследуем туристские кластеры Подмосковного региона (Наро-Фоминский муниципальный район), их основные признаки и охарактеризуем их на рис. 42.

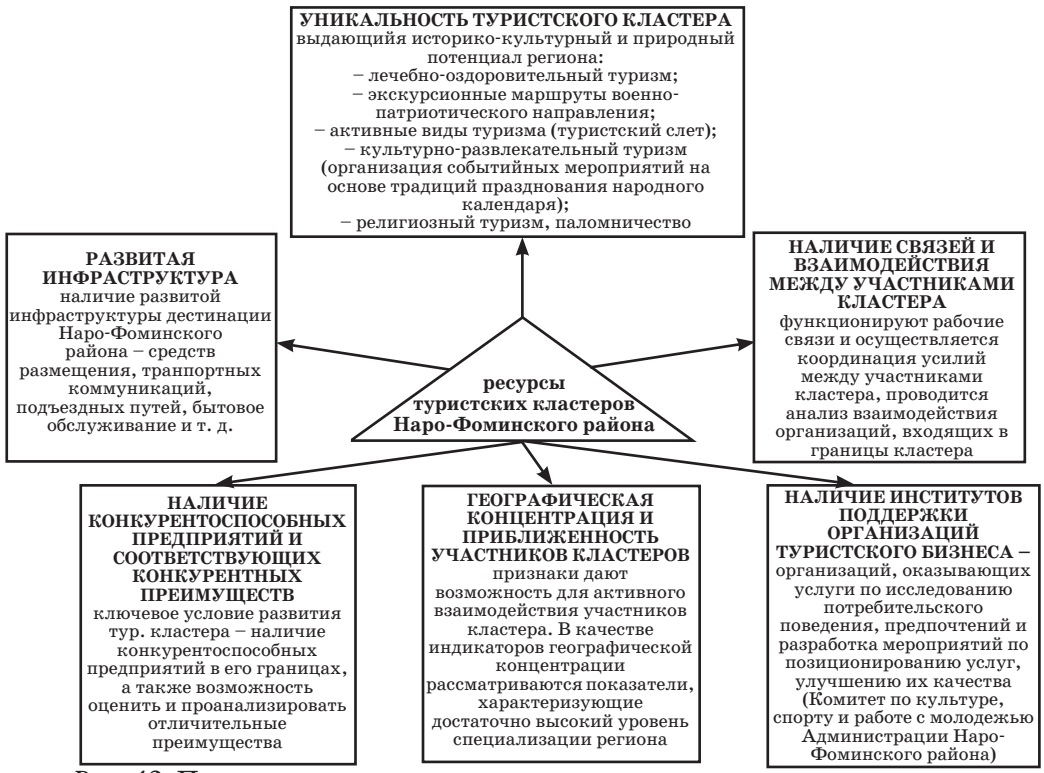

Рис. 42. Показатели, характеризующие развитие ресурсов туристских кластеров в Наро-Фоминском муниципальном районе

Проведём идентификацию туристских ресурсов кластеров Наро-Фоминского муниципального района. Основой разработки кластерной политики развития в туристской индустрии региона служат туристские дестинации.

Наро-Фоминский район Московской области находится на расстоянии нескольких десятков километров от юго-западной части столицы России. Территориальные границы Наро-Фоминского района тянутся от лесопарковой зоны Москвы до Калужской области.

Дестинация обладает большим количеством ресурсов для различных видов туризма. Несмотря на достаточно развитый аграрный сектор и промышленную зону Наро-Фоминск считается самым экологически чистым районом ближнего Подмосковья.

Территория района изрезана густой сетью речных каналов и водоемов, относящихся к бассейну реки Оки. Почти половину территории всех населенных пунктов района занимают лесные массивы. Лиственные и смешанные лесополосы находятся даже на территориях крупнейших городов района, включая административный центр Апрелевку и Селятино. Реки Десна и Пахра протекают в районе города Апрелевки.

Преодолев расстояние, разделяющее самый урбанизированный центр России и Наро-Фоминский район, отдыхающие имеют возможность насладиться чистейшим воздухом подмосковного края и живописными пейзажами местности. Рассмотрим ресурсы кластеров дестинации Наро-Фоминского муниципального района.

Ресурсы кластера лечебно-оздоровительного туризма дестинации Наро-Фоминского муниципального района расположены на всей территории дестинации и представлены учреждениями туристского профиля: 4 пансионатами, 1 детским оздоровительным комплексом, 5 детскими оздоровительными лагерями, 1 санаторием, 2 оздоровительными комплексами.

Оздоровление от посещения этих учреждений происходит и благодаря пребыванию на свежем воздухе. Замечательная подмосковная природа обладает целитель-

ными свойствами. Сердечники тренируют свою сердечную мышцу, бродя по лесным тропинкам и плавая в водоёмах. У людей с заболеваниями органов дыхания свежий лесной воздух расправит легкие и просанирует верхние дыхательные пути (удалит болезнетворные микроорганизмы). Восстанавливается нервная система – покой и отсутствие стрессов.

Дадим небольшую характеристику учреждениям: пансионат «Нара» расположен в 70 км от МКАД, недалеко от города Наро-Фоминска. Пансионат находится в густом хвойном и хвойно-лиственном лесу на берегу реки Нара и небольшого озера. Занимает территорию 14 га. Медицинский профиль: заболевания верхних дыхательных путей, сердечно-сосудистой и нервной систем, опорно-двигательного аппарата. Прекрасные оздоровительные процедуры можно получить в бассейне, сауне и солярии пансионата.

Отличительная особенность пансионата «Нара» – организация экскурсий: Свято-Пафнутьев Боровской монастырь, обзорная экскурсия по г. Наро-Фоминску, Парк птиц (Воробьи), музей им. В. Волошиной, Зои и Саши Космодемьянских и другие экскурсии по индивидуальному заказу.

Пансионат «Изумруд» расположен в 80 км от Москвы на берегу реки Истья. Пансионат общеукрепляющего профиля, основные направления: опорно-двигательный аппарат, органы дыхания, ЦНС. Функционирует бассейн, прокат лыж, настольный теннис, сауна с открытым подогреваемым бассейном.

В одном из живописнейших мест Подмосковья располагается пансионат «Орбита» – 45 км от МКАД по Киевскому шоссе. Профиль: общетерапевтические болезни кожи, водолечебница включает душ Шарко, циркуляционный душ, ванны, солярий, джакузи.

Пансионат «Акварели» (класс 4*) – одно из незабываемых мест ближнего Подмосковья, расположен недалеко от старинного городка Верея на живописном берегу реки Протвы в одном часе езды на автомобиле по Минскому либо Киевскому шоссе.

По оценкам экспертов это место Подмосковья является экологически безупречным. Пансионат «Акварели» отличается от других мест отдыха в Подмосковье широчайшим выбором развлекательных услуг, который предлагается гостям.

Детский оздоровительный комплекс «Литвиново» – находится в 70 км от Москвы, между Киевским и Минским шоссе, на берегу реки Нара. Это живописный уголок Подмосковья: излучина реки, лесные просторы и чистый воздух, где есть все условия для прекрасного отдыха и лечения. Основной медицинский профиль детского оздоровительного комплекса «Литвиново» – лечение заболеваний органов пищеварения, органов дыхания, системы кровообращения, костно-мышечной системы, ЛОР-органов.

Более подробная оценка параметров инфраструктуры учреждений кластера лечебно-оздоровительного туризма представлена ранее [1].

Следующий кластер, пользующийся большой популярностью у туристов – кластер военно-патриотического направления дестинации Наро-Фоминского муниципального района. Военно-патриотический туризм подразумевает посещение мест военных сражений, памятных мемориалов, музеев истории и краеведения и служит средством примирения и упрочнения единства и дружбы народов и патриотического воспитания граждан.

В этом году, районная администрация активизировала работу в туристической отрасли, при активном участии структур администрации готовится программа ее развития: разработка паломнических и историко-экскурсионных маршрутов по памятным местам района. Речь идет о краткосрочных однодневных турах или программах выходного дня.

Территория Наро-Фоминского района неоднократно была ареной кровопролитных сражений и битв. В годы Отечественной войны 1812 г. и Великой Отечественной вой-

ны 1941–1945 гг. Зимой 1941 г. шестьдесят шесть дней делила город на две части линия фронта. Несмотря на страшное ожесточение боев, город выстоял, не открыв врагу путь к столице. Бойцы, оборонявшие город не дрогнули под лавиной декабрьского танкового прорыва, выстояли, сделав практически невозможное, отстояли свои позиции, а затем отбросив врага обратно за Нару. После освобождения сожжённый дотла город пришлось восстанавливать практически из руин. В районе более 80 воинских захоронений поддерживаемых в хорошем состоянии. Об этом рассказывают десятки памятников на могилах героев, и об этом говорит высокая награда Родины – орден Отечественной войны на знамени Наро-Фоминска.

В память о героической истории 27 апреля 2009 г. указом Президента Российской Федерации Д. А. Медведева Наро-Фоминску было присвоено высокое звание города воинской славы.

Основные мемориалы и захоронения находятся в старинном городе Верея, первые сведения о нем как о крупном поселении относятся еще к 1371 г. – здесь находятся захоронения лётчика Н. Н. Викторова, Е. С. Кузьмина, И. В. Грязнова, лётчиков К. Г. Смирного и Н. А. Руссова, И. П. Пименова, Ф. Г. Павлова, захоронения комсомольцев и партизан, в городе Наро-Фоминске: воинское захоронение 201-й Латышской стрелковой дивизии (лесной массив «Ёлочки»), мемориальный комплекс, захоронение, стела воинам погибшим в 1941 г. (более 150 захоронений). Большое количество захоронений, памятников находится в городских и сельских поселениях Селятино, Ташировское, Атепцевское, Марушкинское, Веселёвское, Волчёнковское.

Ежегодно на берегу реки Протва у деревни Сотниково Наро-Фоминского муниципального района проходит военно-патриотический лагерь для воспитанников культурно-спортивного клуба «Нара».

Экспозиции Наро-Фоминского и Верейского краеведческих музеев отражают с большой полнотой культурный срез исторического наследия. В городском историко-краеведческом музее разработано большое количество тематических программ: «Земляки в боях за Родину», «Страницы былого», «Уроки мужества» и т. д.

В Верее организован военно-патриотический лагерь «Верейская застава» Наро-Фоминского благочиния, в котором опытные педагоги знакомят с историческими событиями края в разные периоды времени: культурой, бытом, традициями, особое внимание уделяется патриотическому воспитанию молодёжи.

В ресурсы кластера религиозного туризма и паломничества входят более ста храмов и монастырей, километраж маршрута составляет более 200 км. Кластеру религиозного туризма в районе присуща экскурсионно-познавательная направленность, которая предполагает посещение религиозных центров, в которых туристы могут увидеть религиозные объекты – действующие культовые памятники, музеи, посетить богослужения, принять участие в крестных ходах, медитациях и других религиозных мероприятиях.

Центральным элементом кластера религиозного туризма и паломничества – странствий верующих для поклонения святым местам, является Никольский храм – центральный храм благочиния, который расположен в городе воинской славы – Наро-Фоминске, районном центре Подмосковья, образовавшийся на основе слияния исторических поселений. Каменная церковь в с. Наро-Фоминском, названная в честь святого Николая, была выстроена в 1852 г. «тщанием помещиков онаго села поручика Николая Дмитриевича Лукина и советника Дмитрия Петровича Скуратова». В храме находятся ковчеги и иконы с частицами мощей священно-мученика Петра Воронежского и преподобных Варнавы Гефсиманского, Амвросия Оптинского, Иова Анзерского и праведного Василия Павло-Посадского. Особо чтимая икона великомученика Георгия, чудесно возвращенная в храм.

Женская обитель – Троице-Одигитриева Зосимова Пустынь. Трудно поверить, что сравнительно недалеко от столицы есть тихая глушь, где располагается возрождающийся монастырь, хранящий память о прп. Зосиме (Верховском). Среди святынь обители – список чудотворной Смоленской Иконы Божией Матери «Одигитрия», давшей название монастырю.

В небольшом старинном подмосковном городке Верея расположен не менее старый и известный Храм святых равноапостольных царя Константина и матери его Елены. Каменный храм в том виде, в котором он сохранился до наших дней, был построен в 1798 г.

В Верее, в краеведческом музее, проводится экскурсия по исторической части города (городищу), окруженной крепостным валом, и находящемуся в нем Рождественскому собору (1552 г.) – самой древней храмовой постройке в Подмосковье. Паломники подходят к частице мощей святого мученика Иллариона (Верейского) и чтят память похороненного в этом храме героя войны 1812 г. – генерала Ивана Семеновича Дорохова, освободившего город от французских захватчиков.

Первое упоминание о Спасском монастыре восходит к 1631 г., когда его настоятелем был отец Антоний. В 1667–1679 гг. в мужском монастыре возводится церковь Входа Господня в Иерусалим. Вначале XVIII в. монастырь пришел в ветхость, а в 1764 г. был упразднен. Входоиерусалимская церковь стала приходской.

Собор Рождества Христова в Верее с захоронением героя войны 1812 г. генерала Дорохова, заложенный в 1552 г. по приказу Ивана Грозного. Скромная часовня на верейском кремлевском холме, где хранится редчайшая скульптурная икона Параскевы Пятницы (XV век), по легенде приплывшая в город по реке, причем, стоя в воде, является важным памятником истории [5].

Храм прп. Сергия Радонежского в д. Могутово Наро-Фоминского района Московской области построен боярином Петром Абрамовичем Лопухиным в 1693 г., а по некоторым сведениям даже раньше. Архитектура храма – позднее московское барокко, он украшен колоннами, различными наличниками из белого камня, всяческими архитектурными изысками. Несколько позднее к нему была пристроена колокольня. В храме два престола, главный – в честь прп. Сергия Радонежского, а второй, который в трапезной части, – в честь св. муч. Виктора. Рядом с храмом имеется живописный пруд, выкопанный тем же боярином П. А. Лопухиным.

К кластеру активных видов туризма относится прежде всего туристский слёт Наро-Фоминского муниципального района, который проводится в летние месяцы традиционное место – живописная поляна на берегу реки Протвы в районе деревни Сотниково.

Число участников с каждым годом увеличивается. Большое количество участников приезжают с семьями, формируют свою команду для участия в туристском слёте. Туристская программа включает: технику пешеходного туризма (лично-командная), технику пешеходного туризма (командная), технику водного туризма, ориентирование по выбору (лично-командное), ориентирование (заданное направление), ориентирование (лабиринт) и спасательные работы на воде (байдарка, каяк, катамаран).

Кластер культурно-развлекательного туризма – организация событийных мероприятий на основе традиций празднования народного календаря – одна из интереснейших форм привлечения туристов в исторические города Подмосковья, в том числе и в Наро-Фоминский муниципальный район, способствующих развитию внутреннего туризма. Например, 14 июня 2011 г. в Наро-Фоминском районе уже в 19-й раз отметили праздник Святой Троицы, проходят праздничные мероприятия в день святых Петра и Февронии, христианских покровителей супружеской любви и верности (8 июля) и др. В праздничных мероприятиях принимают участие около 800–950 гостей. Сре-

ди них не только жители района, города, но и туристы, поэты, писатели, художники представители администрации Раменского, Подольского, Одинцовского, Рузского и других районов Московской области. Руководители столичных и областных турфирм, журналисты, принимают участие в информационных турах.

Ресурсами кластера делового туризма дестинации Наро-Фоминского муниципального района являются средства размещения, обладающие конференц-залами, специальным оборудованием (проекторы, скайп и т. д.) для переговоров и другими ресурсами, предназначенными для данного вида туризма: «Империал Парк Отель & SPA» (класс 5*), Отель «ДУГЛАС» (класс 3*).

Ресурсами кластеров семейного и молодежного туризма дестинации Наро-Фоминского муниципального района можно назвать средства размещения, предназначенные для данного сегмента, а также большое разнообразие экскурсионных и других программ (перечислены выше), которые подходят для данного вида туризма. База отдыха «Мякишево», База отдыха «Дружный», пансионат «Акварели» (класс 4*).

Циклы активности дестинации Наро-Фоминского района по кластеру активных видов спорта май–октябрь, по другим – в течение года.

Транспортная доступность дестинации Наро-Фоминского района достаточная: 70 км от МКАД по Киевскому шоссе, представлена в табл. 44.

Таблица 44.

Транспортная доступность дестинации Наро-Фоминского района

Вид транспорта	*Время в пути*	*Частота рейсов*
Автобус (м. Юго-западная)	50 минут	каждые 15 минут
Электричка (Киевский вокзал)	1 час 10 минут	каждые 40 минут
Автомобиль (Киевское шоссе)	30–40 минут	–

Информационная доступность. Информационный сайт Наро-Фоминского муниципального района содержит информацию о новостях, истории района, ресурсах и инфраструктуре, транспортной доступности, содержит фото и видеоматериалы [3]. К недостаткам данного сайта можно отнести недостаточное и неполное отражение на нём информации о культурной и туристской деятельности в районе.

Рассмотрев ресурсы кластеров дестинации Наро-Фоминского муниципального района можно сказать, что на современном этапе идёт активный процесс развития туристских кластеров.

Проведённый анализ показал, что на территории района достаточно развита инфраструктура (дорожное сообщение, связь, коммуникации), туристские ресурсы находятся в непосредственной близости, присутствует конкуренция, как механизм развития и совершенствования инфраструктуры учреждений, поддержка и координация деятельности со стороны руководства – всё это позволяет говорить о дальнейшем развитии туристских кластеров на территории региона.

Список литературы

1. Морозов, М. А. Оценка параметров конкурентных преимуществ инфраструктуры туризма (на примере учреждений туристского профиля Наро-Фоминского муниципального района) [Текст] / М. А. Морозов, М. В. Щедловская // Научно-практический журнал «Современная конкуренция». – М. : ООО «Синергия ПРЕСС», 2012. – №1 (31). – С. 64–82.

2. Философский энциклопедический словарь [Текст] / под ред. Л. Ф. Ильичева, П. Н. Федосеева, С. М. Ковалева, В. Г. Панова. – М. : Сов. энциклопедия, 1983. – 840 с.
3. Визитная карточка района [Электронный ресурс] // Официальный сайт Наро-Фоминского муниципального района. – URL : //www.narofominsk.ru/vcard. Проверено 09.03.2012.
4. Кластер [Электронный ресурс] // Википедия : Свободная энциклопедия. – URL : //ru.wikipedia.org/wiki/Кластер. Проверено 17.12.2011.
5. Храмы [Электронный ресурс] // Официальный сайт г. Верея Наро-Фоминского муниципального района. – URL : http://vereya-mo.ru/page539011. Проверено 15.03.2012г.

ПРОГРАММА ИССЛЕДОВАНИЙ «РУСЬ И СРЕДНИЕ ВЕКА. ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ПОДГОТОВКА ЭКСКУРСИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ»

THE RESEARCH PROGRAM «RUSSIA AND THE MIDDLE AGES. PROFESSIANAL EDUCATION FOR EXCURSION BUSINESS»

А. А. Белогорцев, *директор турфирмы, преподаватель, кандидат педагогических наук, г. Москва; 6170960@gmail.com, URL: www.avtru.com*

Alexander Belogortsev, *travel company director, teacher, Doctor of Pedagogics, Moscow; 6170960@gmail.com, URL: www.avtru.com*

Настоящая статья знакомит с исследовательской работой, которую проводит коллектив, возглавляемый автором, начиная с 1997 г. Изначально интерес к прошлому и путешествиям вызвали к жизни туристическое предприятие. Поскольку на рынке экскурсионных услуг рассказы о связях древнерусских земель со столицей православного царства на Босфоре увлекали экскурсантов, турфирма выпустила на рынок свои, авторские экскурсии на славяно-византийскую тему.

В 2001 г. у целого ряда образовательных учреждений возник спрос на услуги профессиональной подготовки менеджеров туризма. Одно из предложений было принято исследователями. Результаты деловой активности фирмы на рынке туризма стали базой в новых учебных планах и методиках преподавания, которые предлагались студентам, и те, в свою очередь, ставили за это высокие баллы. Основным отличием учебных планов явилось отражение в них движения финансовых средств в турпредприятии и славяно-византийское сочетание в представлении прошлого для экскурсионного бизнеса.

В 2003 г. все новые теоретико-методические и практические достижения были оформлены в диссертацию на тему «Профессиональное образование менеджера туризма по профилю экскурсионная деятельность» по специальности «профессиональная педагогика» [7, 5].

Сочетание ведения турбизнеса и подготовки специалистов по теме исследования стали давать регулярные научные результаты, которые публикуются и докладываются на конференциях.

Наконец, новым этапом исследования явился переход к поиску причин переоценки ценностей в нашей земле во время, которое известно как Смутное время и восстановление государственности.

Таким образом, в настоящее время действует Программа Исследований «Русь и Средние века. Профессиональная подготовка экскурсионной деятельности». Сегодня

Программа объединяет творчество людей разных профессий, поколений, независимо от границ.

Цели Программы Исследований следующие:

1) рост научного «познания русской старины» [9] и восстановление интереса к византийскому и древнерусскому художественному наследию в современном обществе;
2) подготовка серий экскурсий славяно-византийской тематики и успешное их проведение на туристическом рынке;
3) создание и поддержание интереса экскурсантов к авторским серийным экскурсиям;
4) налаживание профессиональной подготовки менеджеров туризма по профилю экскурсионная деятельность по темам Программы Исследования;
5) формирование теоретико-методических основ содержания и структуры профессиональной подготовки специалистов экскурсионной деятельности по темам Программы Исследования;
6) введение в научный оборот результатов Программы Исследования посредством публикаций в научных изданиях, участия в международных научных конференциях и т.п.

Согласно теории и методологии научно-исследовательских программ [11], ядром программы является её основа.

В основе Программы Исследований видение собственных средневековых древностей в тесной связи с цареградскими истоками [9], освоение научного наследия отечественных и зарубежных авторов, которые объединили самые разные направления, такие как археология, богословие, иконография, источниковедение, история богослужения, история архитектуры и живописи при изучении Византии и православного мира.

Перед 1917 г. бесценные труды для нас оставили такие отечественные авторы, как Ф. И. Успенский, Н. П. Кондаков, Н. В. Покровский, И. Е. Забелин, А. И. Сомов, А. И. Айналов, П. П. Гнедич, П. П. Муратов, епископ Порфирий (Успенский), А. Н. Муравьёв, А. В. Карташёв и др.

Затем до 1991 г. отечественное искусство было представлено, как форма однопартийной идеологии. Научные школы византологии «потеряли свои очертания» [10]. В библиотеках книги указанной тематики были запрещены и отсутствовали; исследования в искусствоведении, истории, реставрации, археологии требовали разрешения и велись только до духовной и обрядовой жизни православия. Вместе с тем и сегодня для нас велико значение трудов таких авторов, как В. Н. Лазарев, Н. Н. Воронин, Г. К. Вагнер, П. А. Раппопорт, М. А. Ильин, С. И. Масленицын, М. П. Кудрявцев и др.

Ликвидация запрета на исследование всех вопросов истории религии и религиозного искусства в нашей стране постепенно вызвала общее стремление понять философию, процессы, артефакты ушедшей цивилизации; привлечь материалы церковной археологии, литургики, истории Церкви, сюжетную и идейную стороны иконографии. В основу Программы включены труды таких современных авторов, как Г. И. Вздорнов, В. Д. Сарабьянов, И. Л. Кызласова, А. М. Лидов, Г. С. Колпакова, О. Е. Этингоф, и др.

Изучение средневекового искусства на Западе и в нашей стране происходило поразному. Много учёных, выходцев из России с 1918–1920-х годов были вынуждены связать судьбу навсегда с заграницей. Во многом их работы стали нам известны только в конце 1990-х годов. Из прошлого в основу Программы Исследований отнесены труды таких зарубежных учёных, как К. Вёрман, О. Демус, А. Грабар (Andre Grabar), про-

тоиерей Георгий Флоровский, Г. В. Вернадский, др. За последние двадцать лет в основу Программы отнесены труды таких зарубежных учёных, как Т. Райс, Дж. Лауден (John Lowden), Т. Мэтьюс (Thomas F. Mathews), Р. Мейнстоун (Rowland J. Mainstone), Т. Вельманс и др.

Тематика исследований регулярно планируется по направлениям, которые показаны в табл. 45.

Таблица 45.
Тематика исследований

№	*Направления исследований*
1	Освоение и фиксирование современного состояния монументальных остатков Ромейской эпохи на берегах Мраморного моря и пролива Босфор (Большой Стамбул), а также в других местах её существования (Салоники, Рим, Равенна, др.)
2	Ознакомление с местностью и памятниками средневековой Руси
3	Соединение сведений о существующих памятниках и персоналий в хронике событий средневековой Руси с возможным отражением сведений о финансах
4	Составление и регулярное обновление текстов для представления знаний на экскурсиях и в профессиональной подготовке
5	Наблюдение за спросом и предложением на отечественном и зарубежных рынках экскурсионных услуг с темами прошлого Древней Руси, Византии, средневековой Западной Европы
6	Формирование методических основ внутрифирменной подготовки и профессионального образования менеджеров туризма по профилю экскурсионная деятельность на основе исследования
7	Разработка и совершенствование содержания и структуры профессионального образования, обеспечивающего высокий уровень подготовки специалистов по туризму, на базе Программы Исследования
8	Постоянное введение в научный оборот новых результатов исследования по Программе путём регулярных публикаций в научных изданиях и докладов на международных конференциях

В рамках Программы коллективом исследователей совершаются регулярные поездки с научными целями по России и за рубежом [14].

Благодаря спросу на рынке туруслуг на тематику в рамках Программы Исследований, были сформированы экскурсии, которые объединены в экскурсионные циклы [3] с авторством и исполнением: 1) славяно-византийский, 2) по древней Москве, 3) в древние русские города, 4) московские древности (для детей), 5) the confrontation – противостояние (для иностранных заказчиков на английском языке).

К профессиональной педагогике исследовательский коллектив приступил с 2001 г., начиная с формирования учебно-тематических планов. В период 2002–2011 гг. преподаваемыми курсами стали: технология и организация туроператорской и турагентской деятельности, менеджмент туризма, экскурсионная деятельность, менеджмент экскурсионного бизнеса. Курсы читались в МГУ имени М. В. Ломоносова, РГГУ, Государственном Университете управления, Российской международной академии туризма. В 2006–2010 гг. для студентов Московской Школы Экономики проводились спецсеминары: экономические аспекты туризма, особенности туризма в современных условиях. В профессиональной подготовке, в т. ч. переподготовка высшего уровня по программе «Мастер делового администрирования» (MBA), использованы следующие формы: лекции-презентации (с 2009 г. только как презентации), семинары, деловые игры с презентациями, приём зачётов и экзаменов, спецсеминары, научное руководство курсовыми и дипломными проектами, семинары повышения квалификации агентской сети туроператоров; с выездом в другие города; с удалённым доступом. В 2010–11 учебном году тематика дипломного проектирования обучаемых успешно сочеталась с целями Программы Исследования. Так, например, в 2011 г. государственная аттестационная комиссия оценила на «отлично» выпускные квалификационные работы студентов РГГУ по темам «Реклама и информация в работе турпредпри-

ятия: практическая деятельность на примере городов Галич, Чухлома, Солигалич в Костромской области» [1] и «Туристский потенциал Москвы: современное состояние и перспективы развития при организации нового типа экскурсионных услуг для иностранных граждан» [12], научным руководителем которых был автор статьи.

Достигнутые научные результаты Программы Исследований регулярно докладываются на международных конференциях и печатаются либо в профильных научных сборниках, либо отдельными изданиями. Полный список трудов опубликован на интернет странице [15].

Так, например, научно-практическое исследование [7] в начальной фазе Программы подтвердило эффективность сочетания образования и современной деловой практики в профессиональной подготовке менеджеров туризма. Был дан сравнительный анализ экскурсионной деятельности в Российской Федерации и в ряде зарубежных стран. Показано, что тенденции, отмеченные в процессах развития сферы туризма, оказывают влияние на состояние туристской экскурсионной деятельности, обуславливают необходимость постоянного анализа рынка туристских услуг, правил и условий конкуренции в использовании ценностей культурного наследия регионов России. Подтверждена необходимость корректировки содержания профессионального образования менеджера туризма по профилю «Экскурсионная деятельность». Выполнено экспертное обоснование содержания профессионального образования менеджеров туризма по профилю «Экскурсионная деятельность», в связи с чем разработаны его теоретико-методические основы, сформированы учебные программы с учетом новых требований экскурсионного менеджмента, а также разработана модель управления экскурсионной деятельностью. Было достигнуто обновление содержания профессиональной подготовки менеджера туризма, введены в подготовку (переподготовку) новые учебные планы, которые отражают и реальное состояние туротрасли, и самостоятельное создание с долговременным удержанием экономической основы турпредприятия, а также восстановление в новых учебных планах забытых достижений в изучении Византии и Древней Руси отечественной наукой недалекого прошлого — конца 1800-х и начала 1900-х годов [5].

Следующая фаза Программы дала старт введению в научный оборот профессионального образования в туризме новых педагогических методов [3, 4]. В их основу положено всё лучшее из современного опыта ведения собственных экскурсионных программ, соединённых в циклы, и педагогики экскурсионного менеджмента в университетах столицы.

В результате был введён в научный оборот принцип близости понятий внутренний туризм и экскурсионный менеджмент [3, 2]. Указанная основа сложилась в ходе исследования актуальной темы о состоянии внутреннего туризма в нашей стране, был обозначен возможный путь для привлечения клиентских денежных средств в отрасль, на основе чего была сформулирована руководящая идея, что в основе внутреннего туризма, а также и въездного туризма лежит экскурсионный менеджмент.

В последующие фазы Программы научному сообществу были представлены развёрнутые теоретические и практические обоснования данного принципа [2, 8]. Показано, как на основе реального спроса на современном рынке экскурсионных услуг внутреннего и въездного туризма возникла потребность найти новый подход в создании новых экскурсионных программ. В центр научного поиска был поставлен интерес к человеческим ценностям на Руси до 1500-х–1600-х годов, а также причины резких изменений в оценке окружающего мира после известных событий в первом десятилетии 1600-х годов. Например, перед экскурсантами и студентами было развернуто содержание древней Москвы в символах, которые были понятны, привычны и важны людям, жившим и создававшим этот город перед временем 1610–13 годов, до запад-

но-европейского вторжения и прихода к власти семьи Романовых [8]. Был обоснован и введён в научный оборот вывод, что древние русские люди воспринимали с внешней стороны храм как зрительный иконографический оберегающий образ [8].

Было показано преимущество соединения новых экскурсионных программ в циклы [3].

И, наконец, в последние 2 года в рамках Программы Исследований была создана панорамная ретроспектива нашего Отечества [2]. Темы «Спаситель», «Царьград», «Русь до Сергия», «Русь и Сергий», «Русь после Сергия», «Москва» были представлены университетской аудитории с помощью стандартного компьютерного приложения Power Point в объёме 32 академических часа. Для каждой темы отобраны цветные фотоснимки, сделанные в экспедициях по Программе Исследований в России, странах Европы, Африки, Ближнего Востока, Малой Азии. В учебные 2010-11 гг. студенты в РГГУ неизменно награждали аплодисментами представление каждой темы. С точки зрения коллектива Программы Исследований указанная панорамная ретроспектива является искомой и желанной для внутреннего туризма. Она имеет основательную педагогическую платформу, и её положительные результаты подтверждены показателями увеличения посещаемости лекций, практических занятий, а также высокими оценками государственной аттестационной комиссии при защите выпускных квалификационных работ [1, 12].

Вместе с тем, также в последних работах по Программе Исследований предложен подход [6], который позволяет людям, получающим профессиональную подготовку в туризме, обрести прочные навыки в том, как самостоятельно зарабатывать деньги хозяину-предпринимателю и коллективу турфирмы совместно с партнёрами и туристами-заказчиками, а также с помощью указанных выше знаний экскурсионного менеджмента. При этом технология и организация деятельности турфирмы представляются, как навык и умение постоянно создавать и поддерживать ситуацию для поступления в турфирму денег, достаточных для оплаты его расходов и получения прибыли, в частности, с помощью эффективных продаж новых экскурсионных услуг. Благодаря работам по Программе, только за два последних учебных года в ходе курсового проектирования по специальности «туризм» студенты успешно защитили 36 работ, продемонстрировав, как реально устроена и работает туристская деловая среда.

Более того, студенты-выпускники, которые ранее завершили подготовку по новым учебным планам, устроились и трудятся в туристской отрасли, в регулярных опросах сообщают о высокой эффективности скорректированной профессиональной подготовки согласно Программе Исследований.

Согласно теории и методологии научно-исследовательских программ [11], отличие программы — это её защитный пояс. В данном случае **отличие Программы** состоит в следующем:

1) присутствие во всех исследованиях в Программе практической основы, которая, в свою очередь, тесно связана с присутствием спроса на рынке экскурсионных услуг;
2) соединение экскурсий в циклы;
3) демонстрация в экскурсионных циклах связей Междуречья Оки и Волги с Босфором;
4) объединение персоналий светской и духовной жизни в одной хронике;
5) попытка обнаружить движение финансов между центрами капитала в темах экскурсионных циклов;
6) выявление прочной основы для интеллектуального турпродукта, имеющего спрос на внутреннем и въездном рынке;

7) наличие международного масштаба, как среди исследователей, так при спросе на экскурсионные услуги.

По теории и методологии научно-исследовательских программ, **отзывы о Программе** – это также её защитный пояс. Имеются две группы отзывов: 1) экскурсии отмечаются положительными отзывами экскурсантов [17, 16, 18], 2) преподавательская работа фиксируется положительными отзывами обучаемых, которые уже работают в профессии, и 3) положительные отзывы коллег преподавательского корпуса.

Ближайшие аналоги по результатам поиска в фондах РГБ (в том числе в фондах диссертаций) и в интернет электронных ресурсах на время подготовки статьи к печати не обнаружены.

Научно-практические результаты Программы Исследований по состоянию на апрель 2012 г. представлены в табл. 46.

Таблица 46.

Научно-практические результаты Программы Исследований

№	*Наименование результатов*	*Кол-во*	*В т.ч.*
1	Подготовлено с учётом спроса и выведено на туристический рынок экскурсионных циклов по Программе Исследований	8	
	В том числе:		
	– для школьников начальных и средних классов		2
	– для иностранных граждан (на англ.языке)		1
	– в составе циклов всего авторских экскурсий		26
	– авторские экскурсии в состоянии разработки		5
2	Разработано новых учебно-тематических планов	14	
3	Объём выполненной профессиональной подготовки специалистов по туризму (лекции, семинары), академ.часов	более 1 200	
4	Научное руководство дипломными проектами по темам Программы	6	
	Научное руководство курсовыми проектами по темам Программы	36	
5	Участие в государственных аттестационных комиссиях	4	
6	Опубликовано научных трудов	18	
7	Докладов на международных научных конференциях	8	
8	Подготовка диссертаций	2	
9	Защита диссертаций	1	

Таким образом, за 15 лет научно-практической деятельности по Программе Исследований [13]:

- выявлено, что жителей нашей страны и гостей России интересуют конкретные свидетельства жизни в разных землях Руси в Средние века;
- присутствующий спрос на экскурсионную тематику русского средневековья требует сегодня специальных знаний и представления новых экскурсионных программ, которые отличаются от экскурсионной тематики, сформированной в нашей стране в прошлом веке;
- выпущены и готовятся новые экскурсионные программы и их циклы;
- экскурсанты и туристы, в том числе иностранные, реагируют на их появление и оставляют после посещения экскурсий с новым содержанием положительные отзывы;
- отмечено, что в определённых условиях доход от продаж новых экскурсий со средневековой тематикой может стать значительным и соизмеримым с доходами от продаж туристско-транспортных услуг и услуг размещения; таким обра-

зом, экскурсионный менеджмент занимает преобладающее место во внутреннем и въездном туризме (наряду с отелями и транспортом);

- в профессиональной подготовке менеджеров по туризму разработаны и освоены новые учебно-тематические планы, отражающие указанную тематику;
- выполнено научно-практическое исследование, которое подтвердило необходимость корректировки содержания профессионального образования менеджера туризма по профилю «Экскурсионная деятельность»;
- в ходе подготовки по новым учебным планам получены положительные результаты в показателях успеваемости студентов, в частности, оценки государственной аттестационной комиссии при защите выпускных квалификационных работ по теме Программы Исследований;
- в научный оборот по специальности «профессиональная педагогика» в сфере туризма введены новые принципы и методология.

Список литературы

1. Андроник, В. В. Выпускная квалификационная работа по теме «Реклама и информация в работе турпредприятия : практическая деятельность на примере городов Галич, Чухлома, Солигалич в Костромской области» [Текст] / В. В. Андроник. – М. : РГГУ, 2011.
2. Белогорцев, А. А. Внутренний туризм и профессиональная подготовка специалистов [Текст] / А. А. Белогорцев // Туризм и культура в современном мире: труды междун. науч.-практ. конф. (Национальная академия туризма, 13–14 октября 2011 г.). – С.-Пб., 2011.
3. Белогорцев, А. А. Методы подготовки специалистов по дисциплине «Экскурсионный менеджмент» в сочетании с современным опытом ведения авторских программ [Текст] / А. А. Белогорцев // Туризм и рекреация: фундаментальные и прикладные исследования: труды IV междун. науч.-практ. конф. (Москва, геогр. ф-т МГУ имени М .В. Ломоносова, 28–29 апр. 2009 г.). – М. : РИБ «Туризм», 2009. – С. 196–203.
4. Белогорцев, А. А. Методы современной профессиональной переподготовки специалистов в сфере туризма [Текст] / А. А. Белогорцев // Туризм и рекреация: фундаментальные и прикладные исследования: труды II междун. науч.-практ. конф. (Москва, геогр. ф-т МГУ имени М. В. Ломоносова, 20–21 апр. 2007 г.). – М. : РИБ «Туризм», 2007. – С. 298–301.
5. Белогорцев, А. А. Основы профессиональной подготовки менеджера туризма в новых социально-экономических условиях [Текст] / А. А. Белогорцев // Преподаватель XXI век. – М., 2006. – №3. – С. 7–12.
6. Белогорцев, А. А. Особенности курсового проектирования по дисциплине «Технология и организация туроператорской и турагентской деятельности» [Текст] / А. А. Белогорцев // Туризм и рекреация: фундаментальные и прикладные исследования: труды VI междун. науч.-практ. конф. (Национальная академия туризма, 27–28 апр. 2011 г.). – С.-Пб: Д.А.Р.К., 2011. – С. 39–43.
7. Белогорцев, А. А. Профессиональное образование менеджера туризма по профилю экскурсионная деятельность [Текст] / А. А. Белогорцев. – М. : Институт общего образования, 2005. – 80 с.
8. Белогорцев, А. А. Содержание экскурсии по древнерусскому градостроительству в Москве для обеспечения практики студентов, обучающихся по направлению менеджер по туризму [Текст] / А. А. Белогорцев // Туризм и рекреация: фундаментальные и прикладные исследования: труды V междун. науч.-практ.

конф. (Москва, геогр. ф-т МГУ имени М.В. Ломоносова, 28–29 апр. 2010 г.). – Санкт-Петербург : Д.А.Р.К., 2010. – С. 89–97.

9. Кондаков, Н. П. Византийские церкви и памятники Константинополя [Текст] / Н. П. Кондаков. – М. : Индрик, 2006. – 422 с.
10. Кызласова, И. Л. История отечественной науки об искусстве Византии и Древней Руси [Текст] / И. Л. Кызласова. – М. : Изд-во Академии горных наук, 2000. – 440 с.
11. Лакатос, И. Методология научных исследовательских программ [Текст] / И. Лакатос // Вопросы философии. – М., 1995. – №4. – С. 147–158.
12. Полянская, А. Д. Выпускная квалификационная работа по теме «Туристский потенциал Москвы: современное состояние и перспективы развития при организации экскурсионных услуг нового типа для иностранных граждан» [Текст] / А. Д. Полянская. – М. : РГГУ, 2011.
13. Программа Исследований [Электронный ресурс] // Турфирма «Автоматика». – URL : http://www.avtru.com/c-g/index.html. Проверено 02.04.2012.
14. Программа Исследований : Исследовательские поездки [Электронный ресурс] // Турфирма «Автоматика». – URL : http://www.avtru.com/c-g-b-e/index.html. Проверено 02.04.2012.
15. Программа Исследований : Научные публикации [Электронный ресурс] // Турфирма «Автоматика». – URL : http://www.avtru.com/c-g-b-h/index.html. Проверено 02.04.2012.
16. Исторические экскурсии : Отзывы об экскурсиях [Электронный ресурс] // Турфирма «Автоматика». Отзывы. – URL : http://www.avtru.com/c-c-g-b/index.html. Проверено 02.04.2012.
17. Отзывы туристов [Электронный ресурс] // Турфирма «Автоматика». – URL : http://www.avtru.com/b-h/index.html. Проверено 02.04.2012.
18. Travel Company Automation: Comments [Electronic resource]. – URL : http://www.avtru.com/e-b-e/index.html. Проверено 02.04.2012.

РЕЗОЛЮЦИЯ
VII Международной научно-практической конференции «Туризм и рекреация: фундаментальные и прикладные исследования» Москва – МГУ, 27–28 апреля 2012 г.

В конференции, организованной совместно РАН, МГУ имени М. В. Ломоносова, РМАТ, РСТ и НАТ, приняли участие более 150 российских и зарубежных специалистов. Участники конференции, обсудив теоретические, методологические и научно-практические проблемы развития туризма, отметили, что туриндустрия, заняв важное место в экономике России, способствует ее устойчивому развитию, положительно влияет на занятость и рост доходов населения, развитие сферы услуг, инфраструктуры и систем коммуникаций, производство ряда товаров. Российская Федерация и её субъекты обладают высоким туристско-рекреационным потенциалом. В ряде регионов реализуются специальные программы развития туризма, разрабатываются концепции, программы и технико-экономические обоснования проектов туристско-рекреационных кластеров. Вместе с тем доля России в мировом туристском продукте (по данным Всемирной туристской организации) не превышает 1%, что явно не соответствует высокому туристско-рекреационному потенциалу страны. Проблемы туризма в Российской Федерации во многом связаны с недостаточной изученностью туристско-рекреационного потенциала регионов Российской Федерации, отсутствием единой научно-методической основы и критериев оценки туристско-рекреационных ресурсов, технологии их рационального использования и управления, слабым научно-информационным и кадровым обеспечением туристской деятельности.

Участники конференции единодушно считают туризм одним из самых развивающихся направлений мировой экономики. Благодаря туризму появляются новые рабочие места, растет диверсификация экономики, повышается уровень образования, медицинского обслуживания, внедряются современные информационные технологии.

Участники конференции отмечают научную новизну, актуальность и международную значимость проблем, обсуждавшихся в докладах. Серьезное внимание среди них уделено анализу факторов, влияющих на динамику развития российского туризма, научным методам исследования туристско-рекреационного потенциала и его рационального использования, диверсификации туристической деятельности.

Обсудив теоретические, методические и научно-практические проблемы развития индустрии туризма в России и за рубежом, участники конференции выделили актуальные задачи развития туризма в РФ и призвали приоритетно развивать следующие направления:

1. Реализация Стратегии развития туризма в Российской Федерации на период до 2015 года и Федеральной целевой программы «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011–2018 годы)».
2. Взаимодействие с Русским географическим обществом по формированию конкурентоспособного туристского рынка России, предоставляющего широкие возможности для удовлетворения потребностей российских и иностранных граждан.
3. Обобщение отечественных и международных научных исследований и разработок по созданию и развитию концепций устойчивого развития туризма на разных территориальных уровнях в целях формирования фундаментальных основ теории туризма и создания туристско-рекреационных кластеров; совер-

шенствование профессиональных образовательных программ в сфере туризма.

4. Переход туристской индустрии к инновационному, социально ориентированному типу экономического развития, ее сбалансированное пространственное развитие, модернизация и повышение конкурентоспособности на международном туристском рынке.
5. Разработка новых информационных технологий, современных баз и банков данных по туризму и рекреации, формирование системы статистического учета, обработки и анализа статистических данных по туризму на разных уровнях государственного регулирования туриндустрии, развитие информационно-справочного и картографического обеспечения туристской деятельности.
6. Разработка систем и технологий обеспечения безопасности в туризме и правовых механизмов управления туриндустрией, совершенствование национальных и региональных нормативно-правовых документов развития туризма.
7. Формирование качественно нового образа России как страны, благоприятной для туризма.
8. Развитие туризма как одного из важнейших инструментов оздоровления нации.
9. Создание научных основ краеведения, ландшафтотерапии и экскурсионного дела.

Участники конференции рекомендуют организаторам конференции (РАН, МГУ имени М. В. Ломоносова, РМАТ, РСТ, НАТ) и другим заинтересованным организациям:

- Довести до сведения всех заинтересованных организаций (Совет Федерации ФС РФ, Государственная Дума ФС РФ, Министерство культуры, Торгово-промышленная палата, Федеральное Агентство по туризму, и др.) настоящую резолюцию в целях рассмотрения и практического использования.
- Рекомендовать Министерству культуры и Федеральному Агентству по туризму создать общественные научно-технические экспертные советы с целью проведения экспертизы туристско-рекреационных проектов, туристических маршрутов и объектов.
- Расширить географию проведения Конференции, регулярно проводить ее в других научно-образовательных центрах России. Провести VIII Международную научно-практическую конференцию «Туризм и рекреация: фундаментальные и прикладные исследования» в 2013 г. в г. Тольятти.
- Опубликовать сборник научных трудов Конференции.

Участники Конференции выражают уверенность, что состоявшийся обмен мнениями по актуальным проблемам развития туризма и профессионального туристского образования послужит конструктивной основой для дальнейшего развития индустрии туризма в России и укреплению международного сотрудничества.

Резолюция принята единогласно
на заключительном пленарном заседании Конференции
28 апреля 2012 г.

Для заметок

Научное издание

ТУРИЗМ И РЕКРЕАЦИЯ: ФУНДАМЕНТАЛЬНЫЕ И ПРИКЛАДНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

Труды VII Международной
научно-практической конференции
МГУ имени М. В. Ломоносова
Географический факультет
Москва, 27–28 апреля 2012 г.

Редактор *Р. А. Кулагин*
Корректор *К. С. Романов*
Компьютерная верстка *С. Ю. Аристов*

Подписано в печать 10.12.2012.
Формат 60x84/8. Бумага офсетная.
Усл. печ. л. 68,5. Тираж 500 экз.
ООО «Издательство Д.А.Р.К.»
198215 Санкт-Петербург, а/я 77 Кулагиной Е. О.
E-mail: da_rk@inbox.ru