

Министерство образования и науки РФ
Алтайский государственный университет
Научно-образовательный комплекс
«Институт взаимодействия со странами Азии»

НАУКА И ТУРИЗМ: СТРАТЕГИИ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ

Выпуск 1

Сборник статей



Барнаул

Издательство
Алтайского государственного
университета
2012

УДК 379.85 (08)
ББК 75.81я43
Н 34

*Сборник статей подготовлен в рамках реализации программы стратегического развития
ФГБОУ ВПО «Алтайский государственный университет» на 2012–2016 гг.
«Развитие Алтайского государственного университета в целях модернизации экономики
и социальной сферы Алтайского края и регионов Сибири»*

Ответственный редактор: А. Г. Редькин, кандидат географических наук, зав. кафедрой рекреационной географии, туризма и регионального маркетинга;

Ответственный за выпуск: М. Н. Игнатенко, преподаватель кафедры рекреационной географии, туризма и регионального маркетинга

Редакционная коллегия

А. Ю. Александрова, доктор географических наук, профессор; Т. Н. Ананьева, доктор социологических наук, профессор; В. Е. Арефьев, кандидат географических наук, доцент; Г. Я. Барышников, доктор географических наук, профессор; Н. И. Быков, кандидат географических наук, доцент; Ю. И. Винокуров, доктор географических наук, профессор; Н. Н. Гировка, кандидат географических наук, доцент; Ф. Е. Елфимов, генеральный директор санатория «Россия» (Белокуриха); А. Х. Каранашев, доктор экономических наук, профессор; К. Ю. Кирюшин, кандидат исторических наук, доцент; О. М. Маслова, преподаватель; О. В. Останин, кандидат географических наук, доцент; Т. И. Сажаева, директор по развитию т/ф «Охота»; А. Ш. Хабидов, доктор географических наук, профессор; С. В. Харламов, кандидат географических наук, доцент

Н 34 Наука и туризм: стратегии взаимодействия [Текст] : сборник статей. Вып. 1 / под ред. А. Г. Редькина. — Барнаул : Изд-во Алт. ун-та, 2012. — 224 с.

ISBN 978-5-7904-1272-1

Исследуются различные вопросы взаимодействия науки и туризма, в том числе формирования туристской среды, влияния государственных границ на развитие туризма. Выявляются основные проблемы и определяются наиболее актуальные направления развития туристской индустрии в России, большое внимание уделено туристскому развитию территорий, разработке научных подходов к созданию туристского продукта, моделированию туристских кластеров, интеграции историко-культурного наследия в сферу туризма. Предлагаются новые подходы к подготовке специалистов для индустрии туризма и сервиса.

УДК 379.85 (08)
ББК 75.81я43

ISBN 978-5-7904-1272-1

© Оформление. Издательство
Алтайского государственного университета, 2012

ПРАВОСЛАВНЫЕ ОБРАЗЫ КУРСКОГО КРАЯ И ИХ РОЛЬ В РАЗВИТИИ РЕЛИГИОЗНОГО ТУРИЗМА В РЕГИОНЕ

Н. Л. Авилова, Н. Е. Горюшкина

Представлены известные православные образы Курского региона. Авторы делают заключение, что православные святыни являются уникальным, но все еще недостаточно широко используемым ресурсом религиозного туризма в регионе. Работа над грантом «Паломничества и религиозный туризм на территории Курского края: история, современность, перспективы развития» позволила составить карты потенциальных мест для паломничества и религиозного туризма на территории Курской области, разработать ряд религиозно-туристических маршрутов, создать электронную базу данных, включающую сведения о местонахождении, историко-культурных, архитектурных и конфессиональных особенностях почитаемых верующими объектов.

История, равно как и современное состояние паломничества (религиозного туризма), на территории Курского края до сих пор не становилась предметом самостоятельных научных изысканий. В региональной историографии и краеведении представлены лишь отдельные сюжеты, тематически связанные с историей паломничества. В частности, в сферу исследований попала история отдельных курских монастырей и храмов, а также жизненный путь нескольких наиболее известных курских святых. Имеющиеся публикации невелики по объему (чаще всего представлены в формате газетных статей) и имеют довольно узкую географию. В то же время многие культовые объекты, обладающие значительным паломническим потенциалом, остаются либо малоизученными, либо вообще не изученными, в то время как православие при прерывном характере курской истории стало едва ли не единственной связующей основой, подлинным наследием, переходящим из одной эпохи к другой. Православные святыни в этом ключе видятся уникальным, но все еще недостаточно используемым ресурсом религиозного туризма. Осмысление прошлого региона посредством рядов православных образов, несмотря на определенную формализацию, позволяет по-новому прочесть, осознать и воспринять локальный «исторический текст».

Начальный импульс к установлению связи «православный образ — туристический объект» придала работа по гранту Курского государственного технического университета на тему «Паломничества и религиозный туризм на территории Курского края: история, современность, перспективы развития». Проведенное исследование носило историко-антропологический характер, в связи с чем применялись как традиционная историческая методология (историко-генетический, историко-типологический, сравнительно-исторический, историко-статистический методы), так и методы, характерные для культурной антропологии (функциональный и структурно-типологический анализы устойчивых форм традиционной православной культуры). Кроме того, использовались междисциплинарные методы (этнопсихологический и историко-психологический), а также элементы микроисторического анализа, для сбора данных — методики архивного исследования и устной истории (полевая работа).

В ходе исследования выяснилось, что сформировавшаяся вокруг поречья Сейма, географической сердцевины летописного объединения северян (IX–X вв.), развивавшаяся (с начала XI в.) вместе со всей Киевской державой, оказавшаяся на пограничье Руси и Орды (XIII–XIV вв.), а затем Литвы и Московии (XV–XVI вв.) [Историки Курского края, 2009, с. 12], вошедшая в состав Московского царства (начало XVI в.) и ставшая ядром громадной Российской империи (XVIII — начало XX в.), СССР (1922–1991 гг.), Курская территория накопила богатейший набор памятников православного культа.

Историческая «загруженность» края памятниками культа, естественно, неодинакова. Чем отдаленнее от нас рассматриваемый временной отрезок, тем сложнее найти и «удержать» его визуальный образ. Более близкие времена, напротив, требуют обязательного выделения «доминант». Кроме прочего,

в образном представлении локальной истории сложно не перейти тонкую грань между исключительностью и «обыкновенностью» православных святынь, но только ее сохранность может гарантировать качество синтетического образа истории Курской области.

Выявление образных узлов Курской земли в киевский период базируется на оценке значимости отдельных фактов, событий, имен не только в рамках собственно курской истории, но и в более масштабном историческом контексте. Так, имена Феодосия Печерского и Бой-Тур Всеволода, участие курян в походе князя Игоря на половцев, «возвышение» Курского княжества в начале XIII в., пещерные монастыри, очевидно, являются знаковыми для древнего Курска. Их «заземление» позволяет представить пограничный край, живущий по православным канонам.

К сожалению, зримые образы эпохи не сохранились. Возможно, что расположенная вблизи Рыльска пещера «Синайка» [Златоверховников, 1902, с. 98] со священными изображениями на стенах (вернее сказать, то, что на ее месте осталось) или памятный знак в честь Феодосия Печерского, одного из основателей Киево-Печерского монастыря, с именем которого связано первое письменное упоминание о нашем городе, могут предстать в качестве знакового символа домонгольского периода курской истории.

Образное ядро курской земли ордынского и литовского периодов зримо и отчетливо. Несмотря на слабую событийную насыщенность местной истории («сему граду Курску, пленену и разорену сушу, бывшие и оттого многие годы пребывания пустое... велсем дрвсесем поросша и многим зверем обиталище быша») обретение иконы Пресвятой Богородицы «Знамение» стало событием, значимость которого трудно переоценить [Раздорский]. Будучи всемирно известным, узнаваемым символом Курской земли, чудотворная икона вышла за пределы образного отражения местной истории и стала образом «большой» истории. Если есть на земле места, предназначенные для прославления величия Творца, то Коренная Рождество-Богородицкая пустынь является тому ярким примером. Своим трудом, воплощением деятельной любви, клирики и миряне создали подобие рая на земле. «Черная пустынь» — развивающийся в течение 700 лет узловой центр православной топографии Курского края, «третий духовный центр России». Визуальные символы Коренной пустыни многообразны и узнаваемы.

Перечисление православных образов московского периода (XVI–XVII вв.) приводит к следующим опорным точкам локальной истории Курского края: дикая степь, пограничье, Курская крепость, монастыри, поклонные кресты, камни-следовики, родники. Но в качестве доминанты генеральной совокупности образов эпохи выступает Рыльский Свято-Николаевский монастырь (1506). Поставленная на южной кромке дикого поля, у «Свинного шляха», православная святыня «держала» границу от «воровских черкас», «хищных татар» и литовцев. О положении Северной земли в эти годы можно судить по письму Ивана III к Менгли-Гирею: «Наша рать все лето была в Литовской земле по тем местам, куда идти к Киеву: ино туту корму нет, все вытравлено и выграблено» [Очерки истории Курского края, 2007].

Ценность образа Свято-Николаевской обители обусловлена еще и тем, что это единственный в Курской области сохранившийся в первозданном виде монастырский комплекс XVIII в., в «поновлении» которого участвовал дед знаменитого мореплавателя Г. И. Шелехова — Прокофий Герасимович Шелехов. Древней обители присуща уникальная для Центральной Руси система вертикалей, горизонталей и цветных пятен. Храмы монастыря асимметричны, расположены несколько скученно (хотя места для монастырской застройки достаточно). Наместник монастыря — схиархимандрит Ипполит, известный православному миру старец, на долю которого выпало возрождение обители, говорил: «Смотрите, как церкви здесь устроены. Так Николай-Угодник плавает на кораблях».

Позволим себе обозначить еще один образ «пограничного» времени. В его качестве предстанет поклонный крест (скульптор В. М. Клыкков) в междуречье Кшени (Донской бассейн) и Тима (Днепровский бассейн). Выделение символа — дань истории «востока» Курщины. Здесь татарские сакмы (Муравская, Кальмиусская, Изюмская), ведущие вглубь Московии, «запирались» порубежниками. В «диком поле» не появились ни один монастырь, ни одна церковь. Духовное единение православного воинства происходило вокруг святых источников, поклонных крестов, священных камней и деревьев. Поклонный крест у с. Красная Поляна — образ непрерывности крестовоздвиженских традиций, знак триумфа русского оружия в «степном» побоище. Он обладает всеми признаками доминантного символа, так как значим для понимания культурно-географической специфики территории и связан с другими признаками, обеспечивающими целостность исторической характеристики края.

Православный лик XVIII в. нерадостен. Начатые при Петре гонения монастырей, откуда, по его мнению, являются все «забобоны, ереси и суеверия», были завершены при Екатерине II. Знакомый силуэт церкви Нижней Троицы (Курск) предстает как образ «урезания», «обмирщения» древнего монастыря и превращения его в обычную приходскую церковь.

Курск в имперский период (XVIII — начало XX в.) видится губернским центром, связавшим воедино старожильческое Посеймье и недавно заселенное Подонье. Существо времени выразилось в храмовых формах Сергиево-Казанского собора, что «превозмог великолепием своим прочие все», рождении на Курской земле преподобного Серафима Саровского. Конфирмованным в 1782 г. планом Курска на живописную «ткань» дорегулярного города была наложена жесткая сетка прямоугольных кварталов, держащая в основе «крестную идею» — Московская и Херсонская (с севера на юг) перекрещивались Генеральной-Городовой и Сосновской улицами (вдоль р. Кур с востока на запад).

Вокруг растущего Курска выстроилась «лестница» уездных городов (Путивль, Рыльск, Льгов, Дмитриев-на-Свапе, Суджа, Обоянь), крупных сел и деревень.

Однако центральным объектом в пространстве губернии, венчающим пространство, стал отстроенный на месте старой церкви Знаменский собор. «В синеватой воздушной дымке все яснее и яснее открываются на небосклоне две высокие, четырехугольные колокольные башни и рядом с ними серебристый церковный купол с золотыми главами и крестами. Это — Курский Знаменский монастырь», — писал путник XIX в. [Курская святыня..., 1988].

Как духовный правопреемник вобрал в себя этот монастырь святость церквей и соборов, деревянных и каменных, что стояли когда-то на его месте со времен основания Курска. Триумфальный собор-памятник был вознесен волной величайшего подъема, связанного с победой в Отечественной войне 1812 г., и стал одним из самых узнаваемых символов Курской области.

К началу XX в. православная символика в организации пространства губернии обозначилась с предельной четкостью.

Крестный путь с иконой «Знамение» обрел зримую смысловую цепь — монастырь Рождества Пресвятой Богородицы, храм Иоакима и Анны (родителей Богоматери) — с. Долгое Золотухинского района — церковь Введения Богородицы — Благовещенская церковь (ныне здание музыкального училища) — Знаменский монастырь — Покрова Пресвятой Богородицы — Успенская церковь. Как видим, с севера на юг Курск вместил всю жизнь Богоматери, все значимые события ее жизни.

Отчасти просматривается и линия «восток-запад»: храм Рождества Христова — Спасский храм (ныне Михайловский храм Курска) — церковь Воскресения Христова — Вознесенская церковь — Преображенский храм — Троицкий храм женского монастыря. Наряду с «биографией» Богородицы был выстроен жизненный путь Христа.

Вокруг «креста» множество храмов, освещенных в честь святых Николая Чудотворца, Сергия Радонежского, Серафима Саровского, Ильи Пророка, Георгия Победоносца, Фрола и Лавра. Здесь не было ничего случайного — без пустот и разрывов, осмысленное соседство обязывало к взаимодействию. Каждый храм на «своем» месте воплощал идею устроенности и упорядоченности бытия.

Православные святыни символически защищали пространство. Согласно местным легендам, охраняла Курскую землю Пресвятая Богородица. «Избранная и теплая мира Заступнице и вся земли Российския и Церкви Православныя, Курскаго края Отрадо и Утешение. Яко озареннии знамением Твояе благодати, под сень святыя Твояе иконы притекаем. Ты же яко источник неизсякаемый, помогай нам во юдоли бед и скорбей, да благодарственно вопием Ти: Радуйся, Пречистая, знамением вечныя радости мир утешающая,» — просили куряне в молитве и «вязали» вокруг Курска (ныне территории Курского, Медвенского, Октябрьского районов) «пояс» богородичных храмов — Введенских, Покровских, Успенских.

Советский период курской истории предстал ликами заброшенных церквей. Один из наиболее зримых образов — Троицкая церковь (с. Троица Курского района). Церковь построена на деньги прихожан, она дала начало селу, это памятник Великой Отечественной войны (следы от бомбежек на стенах), а также символ умирающей курской деревни. «Тут такая красота была... вокруг березы росли... из Крестов к нам ходили... Как немцы её разбили, теперь на ей берёзы растут и всё...» (Из интервью с местным жителем П. С. Машошиным).

Современная история Курска обрела новые образы. Построенная в память великой победы на Курской дуге церковь Георгия Победоносца — символ областного центра, важная точка исторической топографии России.

И последняя церковь, о которой уместно говорить в историко-символическом смысле, — это дивный храм Покрова Божией Матери (с. Мармыжи Советского района), повторивший, наверное, самое поэтичное творение древнерусских зодчих — храм Покрова на Нерли.

«Благодаря памяти прошедшее входит в нас, а будущее как бы предугадывается настоящим», — писал Д. С. Лихачев. И курская святыня предстает как символ единения времен и земель, как символ непрерывности православных традиций и надежды на светлое будущее.

Представленные православные образы структурно неоднородны, но они создают единый образ издревле православной территории. Без них история Курской земли будет выглядеть неполной, в то время как православные образы могут быть продуктивно осмыслены только в общей картине прошлого.

Научная оценка объективной культурной значимости культовых объектов на территории Курской области дала возможность составить карты потенциальных мест для паломничества и религиозного туризма на данной территории, разработать ряд религиозно-туристических маршрутов, создать электронную базу данных «Православные святыни Курского края», включающую сведения о местонахождении, историко-культурных, архитектурных и конфессиональных особенностях почитаемых верующими объектов.

Православные святыни могут быть привлекательны не только для верующих, но и для людей, далеких от религии.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

- Златоверховников Н. И. Памятники старины и нового времени. Курск, 1902.
Историки Курского края: библиографический словарь/сост. С. П. Щавелев. Курск, 2009.
Курская святыня. Коренная чудотворная икона/сост. Р. Чертыкин. СПб., 1988.
Очерки истории Курского края (с древнейших времен до XVII в.). Курск, 2007.
Раздорский А. И. «Повесть о граде Курске» (Курский летописец XVII века) [Электронная версия]. URL: <http://www.old.kurskcity.ru/book/razdorsky/st070518html> (15.03.2010).

УДК 911.3:338.48

ПОЛИТИКО-АДМИНИСТРАТИВНАЯ ГРАНИЦА КАК ТУРИСТСКИЙ РЕСУРС

А. Ю. Александрова

Статья посвящена проблеме взаимодействия мировой системы политико-административных границ и туризма, которая в отечественной специальной литературе поднимается впервые. Основное внимание обращено на современные процессы трансформации политико-административных границ: всеобщее ослабление их барьерной и усиление контактной функций. В контексте этих процессов рассматривается современная тенденция к превращению политико-административных границ в туристский ресурс, конкурентное преимущество территории на туристском рынке.

Проблеме взаимодействия политико-административных границ и туризма уделяется крайне мало внимания в специальной литературе. За рубежом она начала разрабатываться совсем недавно (Ж. Грубер, Дж. Матцнер, С. Смит, Д. Тимоти и др.). В нашей стране подобные исследования до сих пор не проводились. Между тем актуальность их давно назрела.

Российская Федерация — самое большое по площади государство мира. Протяженность сухопутных его границ составляет 22125,3 км, морских — 38807,5 км [Большая Российская энциклопедия, 2004]. После распада СССР было оборудовано более 13 тыс. км новых участков российской границы в основном с прежними союзными республиками. В результате длина границ бывшего СССР и РФ практически срав-

нялась (62 тыс. и 61 тыс. км соответственно) [Дмитриева, 2008]. В настоящее время Россия имеет общие границы с 16 государствами. Подавляющая часть субъектов РФ занимает пограничное положение.

Ошибочно было бы полагать, что граница РФ, как, впрочем, и любая другая политико-административная граница, представляет собой некую линию, безликую черту, которая оконтуривает в данном случае государственную территорию и служит лишь выражением ее формы. Граница обладает внутренним содержанием и способна влиять на все стороны деятельности людей, в том числе рекреацию и туризм. Сегодня многим россиянам знакома проблема границ не понаслышке: многочасовые очереди на границе Белоруссии и Польши, России и Литвы при въезде в Калининградскую область и др. Что касается турбизнеса, то возможность осуществления внешнеэкономических операций предприятиями туристической индустрии и развитие хозяйственных связей с иностранными партнерами также зависят от режима границы, устанавливаемого государством. Особенно сильное воздействие границы оказывают на прилегающие к ним территории. В одних случаях они «отталкивают» сопредельные территории, формируя депрессивные зоны «затишья», а в других приграничные территории, наоборот, становятся локомотивами экономического роста, вплоть до возникновения межгосударственных кластеров, в том числе туристско-рекреационного типа [Александрова, 2007]. В настоящее время в России существуют двусторонние и многосторонние инициативы создания трансграничных туристских маршрутов, национальных парков, музеев под открытым небом и др.

Возникла объективная и прагматичная причина изучения географических границ в контексте развития туризма, необходимость разрабатывать новое междисциплинарное поле исследований — *туристскую лимологию* (границеведение).

В отечественной географической науке начало лимологии было положено, по всей видимости, В. П. Семеновым-Тянь-Шанским. В книге «Район и страна» (1928) он дал определение границы как всякого места качественной смены одних географических явлений другими [Семенов Тянь-Шанский, 1928]. Между тем само слово «граница» стало официально употребляться значительно раньше, с первой половины XIV в. В публично-правовом акте древней Руси — договорной грамоте Новгорода с Ливонским орденом, датированной 28 января 1323 г., записано: «чтобы у каждого осталась его граница, как это исстари было» [Дмитриева, 2008]. Позднее, в конце XVIII — начале XIX в., в российских документах было зафиксировано понятие государственной границы. Тогда же возник широкий круг специальных названий, связанных с охраной и защитой государственных рубежей: застава, засада, караул, станица, стража, таможня. «Словарь церковно-славянского и русского языка» (1847) определял границу как «предель, рубежь, отделяющий одну землю от другой. Границы государства. Старинное то же, что грань, порубежный знак» [Границы...].

В настоящее время под географическими границами понимаются «линии или переходные полосы, разделяющие смежные пространственные образования (чаще всего — районы географические), различающиеся между собой хотя бы одним существенным признаком. По содержанию Г.г. (географические границы. — А. А.) характеризуются сущностью тех образований, которые они разделяют, что находит отражение в конкретном наименовании Г.г. (ландшафтные, экономические, этнические, политико-административные и др.)» [Большая Российская энциклопедия, 2004].

В специальной англоязычной литературе по лимологии используются разные понятия: «border», «borderland», «boundary», которые, как правило, переводятся на русский язык одним словом «граница». Между тем все они имеют смысловые различия. Понятие «border» обычно употребляется в значении государственной границы, «boundary» — идеально воображаемой границы, а «borderland» — социально-географической зоны, в пределах которой наблюдаются пограничные процессы и явления. Наряду с ними часто используется понятие «frontier», которое буквально переводится как граница между освоенными и не освоенными поселенцами землями. В научный оборот «фронтир» был введен американским историком Ф. Дж. Тернером в конце XIX в. Он назвал его «мигрирующей географической зоной», в которой «цивилизация входит в дикость» [Turner, 1920]. Другими словами, фронтир в отличие от четких линий границ представляет собой зону межкультурного взаимодействия, где происходит взаимопроникновение между различными идентичностями.

Понятие «государственная граница», как и само явление, возникло вместе с институтом государства. Политические границы складываются в ходе национального и государственного строительства. Они есть порождение общества, продукт деятельности людей, результат длительного исторического и геополитического развития. На относительно поздней стадии социального развития, с переходом к оседлому образу жизни границы определяли территорию, которая становится одним из признаков государства, базисом его развития. Эту территорию государь охранял и расширял, она была объектом на-

логового (даннического) обложения. Ее границы защищались с помощью силы. В отличие от современного мира, находящегося в рамках международного права, границы были весьма условными и часто менялись в результате военных действий.

В настоящее время государство представляет собой политико-территориальную единицу с четкими и признанными мировым сообществом границами, в пределах которых население обладает определенной политической идентичностью [Колосов, 2003]. В современной лимологии (А. Пааси, Д. Каплан, Дж. Петман, Д. Рабинович) границы жестко увязываются с проблемами идентичности — самоидентификацией человека с определенной социальной или территориальной группой. С одной стороны, географические границы очерчивают пространство, контролируемое какой-либо социальной группой, и тем самым сплачивают ее, а с другой — отделяют эту социальную группу от соседей, ограничивая их права на данную территорию. Если идентичность слаба, а социальную группу раздражают противоречия, поэтому она не способна контролировать свою территорию, то отсутствуют и устойчивые границы. Несмотря на то, что границы нередко проводятся по природным рубежам — крупным рекам, горным хребтам и подобному, и долгое время такие «естественные границы» считались самыми надежными, устойчивыми и безопасными, что служило оправданием экспансионистских устремлений ряда государств и аннексий, они не могут рассматриваться как природное явление.

Проблема границ и пограничности представляется весьма сложной, многогранной и противоречивой. Географы первыми обратились к ней, и сегодня лимнологические исследования являются неотъемлемой частью разных ветвей географической науки (рис.). Вслед за ними эта проблема привлекла внимание психологов, правоведов, антропологов, экономистов, этнологов, а лимнология стала междисциплинарной областью знаний. В настоящей статье поднимается лишь один вопрос, отражающий современную тенденцию в эволюции политико-административных границ от барьеров к зонам контактов, — превращение границ из препятствия туристской деятельности в туристский ресурс. При этом объектом изучения становится туризм, сфокусированный на самой линии границы. Всестороннее рассмотрение данного вопроса может положить начало новому направлению исследований в области туризма.



Лимнология и общественная география

Составлено по: [Wijhe, 2010].

Границы государств, которые исторически выстраивались на Земле людьми, выполняли прежде всего барьерную функцию. Они затрудняли свободу перемещения населения, свободу товарного обмена, устанавливали территориальные ограничения распространения властных полномочий и действия

правовых и административных норм. Барьерность до сих пор остается одной из главных характеристик границы. Некоторые границы являются очень жесткими, труднопреодолимыми рубежами, особенно, если они разделяют государства, которые избрали разные формы жизненного устройства, следуют разным моральным и идеологическим ценностям. Такие «закрытые» остроконфликтные границы играют роль передового рубежа обороны, форпостов. Иногда они превращаются в «великие стены» — китайскую, английскую, отделявшую Англию от Шотландии, берлинскую, в наши дни — ближневосточную. Отгораживаясь от нежелательного или опасного соседа, сводя к минимуму или вовсе прекращая с ним любые контакты, государства стараются таким образом защититься от внешних угроз, обеспечить национальную безопасность, сохранить территориальную целостность и независимость. Однако возведение пограничных стен не позволяет решить проблему, более того, оно служит сильной помехой началу мирного переговорного процесса и только усугубляет конфликтную ситуацию [Колосов, 2003].

Границы как барьеры оказывают сильное влияние на развитие туризма, препятствуя туристскому обмену. Для контроля над потоками людей в страну и из нее граница оборудуется специальным образом. На пути следования туристов возводятся долговременные фортификационные сооружения, инженерно-технические проволочные заграждения, бетонные стены, минные поля, которые физически задерживают людей. Вводится военное патрулирование. Посты технического наблюдения оснащаются цифровыми радиолокационными станциями, оптико-электронными, оптическими, тепловизионными средствами наблюдения, приемными устройствами автоматической идентификационной системы, системами охранной сигнализации [Панченко, 2007]. Границы контролируются спутниками, беспилотными летательными аппаратами. В одних случаях граница укрепляется главным образом для того, чтобы воспрепятствовать выезду людей. Например, «железный занавес» отделял СССР и другие социалистические страны от стран Запада. Проводимая ими политика самоизоляции выражалась во всемерном свертывании контактов с капиталистическими государствами, в частности, установлении жестких ограничений на неслужебные поездки граждан за рубеж и вступление в любые контакты с иностранцами. В других случаях, наоборот, государственная граница специально оборудуется в целях ограничения въездного потока. Так, строительство стены вдоль американо-мексиканской сухопутной границы было инициировано США и продиктовано борьбой с нелегальной иммиграцией.

Роль барьера могут играть жесткая миграционная политика и таможенные формальности, затрудняющие передвижения людей. Не способствуют росту туристских путешествий сложная и затянутая процедура оформления въездных/выездных документов, нарушение установленных сроков их рассмотрения или произвольное отклонение, чрезмерно высокий сбор. Таможенные декларации и досмотры также нередко выступают в качестве сдерживающего начала и приводят к сокращению туристских поездок. По некоторым оценкам, до 20% времени при международных передвижениях тратится на пересечение государственных границ: оформление виз и других разрешительных документов на въезд в страну и выезд из нее, паспортный контроль, таможенные досмотры и т. д., т. е. на преодоление туристских формальностей [Александрова, 2010] (табл.).

Ограничения на туризм в отправляющей и принимающей странах

Отправляющая страна	Принимающая страна
Валютные ограничения, налагаемые на резидентов	ограничения размеров ввоза и вывоза валюты
Трудности с получением документов для туристской поездки	оформление въездных виз, ограничение продолжительности пребывания туристов
Ограничения на туристские поездки за границу	наличие районов, закрытых для посещения туристами
Таможенные ограничения при возвращении резидентов	ограничения на общение туристов с местными жителями
Выездные сборы (пошлины, налоги) на резидентов	ограничения на ввоз транспортных средств (автомобилей и яхт)
	формальности, относящиеся к страхованию транспортных средств
	ограничения на приобретение в собственность вторых домов
	налоги на иностранных туристов

Составлено по: [Timothy, 2010].

Серьезным препятствием для поездок за границу являются ограничения на вывоз валюты или контроль над обменным курсом валют, которые обычно нацелены на активизацию платежного баланса страны и строго лимитируют расходы на товары и услуги за рубежом. В середине 1980-х гг. более чем в 100 странах мира действовали ограничения на вывоз иностранной и национальной валюты [Timothy, 2001]. Особенно жесткие они были в странах социалистического лагеря. Их денежные знаки не подлежали конвертации, твердую валюту можно было приобрести только незаконно. Позднее в этих странах произошли принципиальные изменения методов работы на границе и либерализация таможенного законодательства, тем не менее ряд ограничений сохранился. Так, в соответствии с Договором о порядке перемещения физическими лицами наличных денежных средств и (или) денежных инструментов через таможенную границу Таможенного союза (Россия, Казахстан, Белоруссия) от 5 июля 2010 г. при вывозе физическим лицом наличной валюты и (или) дорожных чеков в общей сумме, превышающей в эквиваленте 10 тыс. долл., они подлежат декларированию [Сайт Федеральной таможенной службы].

Кроме общеизвестных ограничений, в ряде стран мира действуют экзотические таможенные запреты. Самые невинные предметы из багажа подчас могут принести массу неудобств путешественнику, вплоть до тюремного заключения. Так, почти во всех странах Америки, Африки, а также Австралии запрещено ввозить молочные и мясные скоропортящиеся продукты. В Кувейте этот запрет распространяется на все продукты питания и даже воду. В Нигерии за попытку провоза бутылки шампанского или любого другого спиртного шипучего напитка грозит крупный штраф или лишение свободы на шесть месяцев, но эти наказания не распространяются на обычную алкогольную продукцию. В список запрещенных к ввозу предметов в Боливии, Сан-Томе и Принсипи входят лотерейные билеты иностранных государств, а в Пакистане и Никарагуа — спички. В Сингапуре к контрабанде относится ввоз жевательной резинки. Ею чрезвычайно загрязнены улицы страны, что и послужило поводом для «жевательного» запрета. Не менее необычен запрет ввоза в Новую Зеландию велосипедов и игрушек на колесах. Дело в том, что в протекторе резинового колеса могут оказаться семена растений, попадание которых в почву несет угрозу экологическому равновесию в этом островном государстве. Столь же экзотические таможенные запреты распространяются и на вывоз некоторых товаров. Например, вьетнамская таможня не дает разрешения на вывоз из страны товаров японского производства, даже сувениров, ливийская таможня — на вывоз тканей, а алжирская — ниток [Medvedev, 1999].

Мы рассматриваем барьерную функцию государственной границы только в отношении потоков туристов. Но она также распространяет свое действие и на турбизнес, препятствуя осуществлению внешнеэкономических операций предприятиями туристической индустрии. Например, потребовалось несколько лет, прежде чем в 2009 г. туристические автобусы экологического класса с двигателем Евро-4, которые не производятся в нашей стране, и со сроком эксплуатации не более 5 лет были освобождены от таможенных пошлин в РФ. Это означало, что для покупателей они подешевели примерно на 15%, или на 255–270 тыс. руб. Данный пример служит лишним доказательством общепризнанного факта, что Россия отстает от многих стран мира, в том числе Казахстана и Белоруссии, по простоте таможенных процедур и прозрачности таможенного регулирования [RATANews, 2009].

Непроницаемость государственной границы повышается, когда вышеназванные барьеры действуют одновременно, а инженерно-техническое оснащение границы усиливается жесткой таможенно-пограничной политикой. При этом степень непроницаемости может быть неодинаковой по разные стороны границы. Укрепленное двухрядное ограждение на американо-мексиканской границе значительно более проницаемо для американцев, чем для мексиканцев, в отношении которых действует строгий пограничный контроль при въезде в США.

Барьером, подчас более реальным, чем бетонные стены или таможенный контроль, является запрет на путешествия между конфликтующими странами (сторонами). Турецкое вторжение на Кипр в 1974 г., в результате которого остров оказался разделенным на два сектора — турецкий Север и греческий Юг, привело к резкому обострению отношений между Турцией и Грецией. Грекам-киприотам было запрещено посещать северную часть острова. В 2007 г. между двумя частями острова было открыто свободное перемещение через контрольно-пропускные пункты Амохостос и Никосия, в том числе и для иностранных туристов. На легальных основаниях они могут прибыть на остров только через воздушные или морские порты Южного Кипра. Попытка попасть на территорию, контролируемую Республикой Кипр, в отсутствие ее официальной визы с территории Северного Кипра расценивается как незаконное

пересечение границы. Легальная виза Республики Кипр дает туристам право пребывания на северной части острова, но только в течение дня, без ночевки. При возвращении с северной стороны часто проводится таможенный досмотр багажа, так как ввоз дешевых товаров из нее ограничивается. На туристических картах, изданных греками-киприотами, турецкий сектор и северная часть города Никосия обозначены как «территории, недоступные в связи с турецкой оккупацией». Названия городов Северного Кипра даны по состоянию на 1974 г., дорожные указатели на эти города отсутствуют [История Кипра].

Другой пример — запрет на посещение гражданами США некоторых стран (Куба, Ливия) без официального разрешения. Несмотря на это в 1990-е гг. тысячи американцев в обход установленных правил ежегодно прибывали на Остров свободы через третьи страны — Канаду, Мексику, Багамы или Ямайку. Кубинские власти обычно не делали отметки в американских паспортах, чтобы не обострять ситуацию. Тем американцам, которых все же удавалось уличить в содеянном, выносилось порицание, с них брали слово больше не посещать Кубу [Timothy, 2001]. Подобных примеров можно привести много. В сентябре 2010 г. МИД РФ настоятельно рекомендовал россиянам воздержаться от поездок в Грузию в связи с уголовным преследованием иностранцев, побывавших в Абхазии и Южной Осетии без ведома Тбилиси [Свободная пресса, 2010].

Наряду с реальными барьерами при трансграничных поездках существует другой тип препятствий, имеющий психологическую природу. В реальности граница может не быть непреодолимым рубежом, но восприниматься таковым, неким водоразделом и даже «разломом» между народами, а приграничье — выступать зоной концентрации негативной социально-психологической энергии защитного или наступательного характера, зоной наивысшей психологической напряженности. В этих представлениях находят отражение прошлое и настоящее состояние отношений между соседними государствами и районами. Среди людей складываются определенные стереотипы восприятия границы и поведения в непосредственной близости к ней.

Во время путешествий пересечение политико-административных границ может порождать психологические барьеры: одних людей раздражать, других — беспокоить, третьих — пугать. Показателен в этом отношении отрывок из воспоминаний одной жительницы Объединенной Европы, относящихся к периоду «холодной войны»: «Из детских впечатлений о зарубежных поездках, пожалуй, наиболее ярко запомнилось, как мы пересекали границу, чтобы въехать в Восточную Европу. Мой отец сказал, что мы должны преодолеть «железный занавес», чтобы добраться туда. К моему величайшему изумлению я не увидела серого полога из железа, никакой большой железной двери, как я себе воображала... До того как мы подъехали к границе, мои родители находились в хорошем настроении, были веселы. Игры, музыка, еда, смех — все было позволено, пока мы не оказались на контрольно-пропускном пункте. Все разом закончилось. В автомобиле все замолчали. Через стекла машины я могла рассмотреть солдат с огнестрельным оружием на плечах и каменным выражением лиц. В автомобиле наступила гробовая тишина. После того как проверка документов закончилась, отец постарался скорее уехать оттуда. Ничего себе!!! Мы выдохнули. Наконец-то добрались!» [Topaloglou, 2009].

Туристы испытывают дискомфорт при пересечении границ, разделяющих враждующие страны, или сильно укрепленных и охраняемых рубежей. Тревожные ощущения, волнение часто не покидают их и в том случае, если границы являются «прозрачными». Даже пересечение границы между такими соседними цивилизованными странами, как Италия и Швейцария или Канада и США, может вызвать стресс у человека, если речь заходит о прохождении пограничного или таможенного контроля на сопредельной территории. Межстрановые различия в языке, культуре, экономике (валюте), политических и идеологических установках вынуждают некоторых туристов вовсе отказываться от зарубежной поездки. В специальной зарубежной литературе этот психологический феномен известен как «функциональная дистанция» (functional distance), или «добавленная психологическая дистанция». У людей, не склонных к приключениям и риску, государственная граница психологически отдаляет места, расположенные за рубежом. С. Смит исследовал добавленную психологическую дистанцию, созданную американо-канадской границей. Для выделенной им категории лиц путешествие из приграничной канадской провинции в соседний американский штат было равносильно поездке в отдаленное государство. Аналогичные результаты были получены при обследовании американцев, которые во время отпуска путешествовали из штатов Среднего Запада в Канаду. Для жителей штата Огайо, который имеет общую водную границу с Канадой, но до ближайшего контрольно-пропускного пункта на суше — 100 км, добавленная психологическая дистанция составила 898 км. Для жителей штата Индиана, который удален от государственной

границы менее чем на 180 км, она оказалась равной 2940 км, а для жителей штата Нью-Йорк — 3526 км, несмотря на то, что штат имеет с Канадой общую границу протяженностью 716 км [Smith, 1984]. Последующие исследования показали, что добавленная психологическая дистанция может существенно различаться для жителей по разные стороны границы.

В настоящее время система мировых границ находится в процессе трансформации. Всеобщей тенденцией является ослабление барьерной функции границ и усиление их открытости. Они все чаще становятся линиями взаимодействия, способствуя расширению приграничных контактов. В туризме контактная функция границ проявляется в превращении собственно линии границы, имеющей четкие очертания, и ее инженерно-технического оборудования в объект специального туристского интереса. Политико-административная граница все чаще выступает в качестве своеобразного туристского ресурса, что находит выражение в разных формах:

1. Политико-административная граница как знаковая туристическая достопримечательность.

Линия границы и обозначающие ее на местности пограничные знаки привлекают внимание туристов. В поле их зрения оказываются щиты «Добро пожаловать в...», флаги, здания пограничной и таможенной служб и другие объекты, которые являются неотъемлемой частью пограничного ландшафта, приобретают черты аттрактивности благодаря тому, что символизируют переход к чему-то новому, иному качеству — новому образу жизни в соседней стране, другому языку, культуре, иным социально-экономической и политической системам и пр. Приближаясь к границе, особенно государственной, многие люди испытывают волнение от встречи с неизвестностью, а сама граница приобретает магическую силу и элементы очарования. Вот как описывает свои ощущения один из путешественников: «Границы меня пленяли с детства. Мне рисовались картины с темными реками, сторожевыми башнями, за которыми лежали неведомые земли... Со временем, когда я стал часто путешествовать, границы утратили мистическое начало и стали чем-то вполне реальным, но сегодня, подходя к российско-финской границе, я снова переживаю то отроческое трепетное состояние, предчувствие тайны» [Туризм PSS, 2010]. Таким образом люди воспринимают границы и пограничье как своеобразный контраст обыденности, рутинности. Именно это они ищут в туристской поездке. Для определенной категории лиц пребывание на границе и ее пересечение является главным мотивом к путешествию. Они стремятся постоять над линией границы, расставив ноги, и оказаться сразу на двух половинах или как минимум за границей, хотя и в нескольких метрах от родины.

Магической силой обладают не только действующие, но и прежние, утратившие свое значение границы. Например, Великая китайская стена, которая начала возводиться в IV–III вв. до н.э. и должна была прикрыть северо-западные границы империи от нападений кочевых народов. Длина стены, как свидетельствуют недавние исследования Государственного управления по охране культурного наследия и Государственного управления геодезии и картографии КНР, составляет 8851,8 км с учетом ответвлений [Ежедневная..., 2009]. Высота достигает 6,6 м (на отдельных участках до 10 м), ширина нижней части около 6,5 м, верхней — около 5,5 м [БСЭ]. На всем протяжении стены сооружены казематы для охраны и сторожевые башни, а у главных проходов — крепости. В значительной части Великая китайская стена сохранилась до наших дней. Она занесена в Список объектов Всемирного наследия ЮНЕСКО. Ее осмотр входит неотъемлемой частью в туры по Китаю.

2. Туристические достопримечательности на тему границы и пограничности.

Пограничная тематика развивается разными объектами туристского интереса, привлекающими растущее число туристов. Это музеи, парки, «тропы без границ» и пр. Хорошим примером служит музей истории Берлинской стены при бывшем пропускном пункте «Чепкоинт Чарли», где происходили знаменитые обмены шпионами между СССР и странами Запада. Музей был открыт еще до падения «железного занавеса», но и по сей день притягивает туристов со всего мира. Бетонная стена высотой три метра, разрезавшая город надвое, была построена за одну ночь с 13 на 14 августа 1961 г. На выставке демонстрируются архивные снимки, сделанные после ее возведения. Одна из наиболее интересных частей экспозиции посвящена организации побегов на Запад. Здесь представлены уникальные экспонаты: воздушные шары, миниатюрные подводные лодки, бронированные автомобили, которые использовались с этой целью. Жители ГДР рыли туннели, прыгали на парaplанах из окон, плыли по берлинским каналам в аквалангах, чтобы «вырваться на свободу». В музейном зале для туристов демонстрируются фильмы о побегах и крушении Берлинской стены, прекрасно дополняющие экскурсии. По некоторым оценкам, за 28 лет существования этой стены на Запад смогли бежать несколько тысяч человек. Около 1,5 тыс. чел. погибло. Более 3 тыс. чел. было схвачено при попытке пересечения границы [Берлинская

стена]. Один из сохранившихся фрагментов стены на улице Бернауэр служит символическим местом памяти жертв неудавшихся побегов.

3. Трансграничное (на линии границы) положение как конкурентное преимущество в туризме.

Некоторые природные объекты, а также населенные пункты, иногда даже отдельные строения становятся туристической достопримечательностью благодаря уникальному местоположению на границе. К их числу, в частности, относятся Ниагарский водопад, который находится на американо-канадской границе, водопады Виктория — на границе Замбии и Зимбабве, Игуасу — на границе между Аргентиной и Бразилией. Путеводители рекомендуют их как одни из главных объектов туристского осмотра в Северной Америке, Африке и Южной Америке соответственно. Так, Ниагарский водопад притягивает туристов со всего света уже более 200 лет. Популярен среди них круиз на корабле «Дева тумана», который позволяет вплотную подойти к нему. В 2008 г. Ниагарский водопад посетили около 20 млн туристов [Интересные факты...]. Среди них были отчаянные смельчаки, пытавшиеся покорить водопад. Другой пример — средний по размерам город Техаркана в США, разделенный на две части границей между штатами Техас и Арканзас. Он получил известность благодаря уникальному почтовому отделению. Одна половина его здания расположена в Техасе, а другая — в Арканзасе. Некоторые политико-административные границы проходят через здания библиотек, оперных театров, магазинов, даже частные дома [Timothy, 2001].

Среди гостиниц мира отель «Арбез» выделяется особо. Он размещается в историческом здании, построенном в 1863 г. швейцарским землевладельцем А. Понтю. Когда при Наполеоне III проводилась окончательная демаркация француско-швейцарских границ, принадлежавшие А. Понтю участки оказались по обе стороны от нового рубежа, а дом — прямо на линии границы. В 1921 г. он был переоборудован в альпийскую гостиницу. В годы Второй мировой войны отель играл роль уникального убежища. Нижние его ступени в 1940 г. находились на территории оккупированной Франции, а верхние этажи — на территории нейтральной Швейцарии. Вход наверх гитлеровским солдатам был запрещен. Эта лестница помогла спасти жизнь нескольким десяткам сбитым над Францией английских и американских летчиков, отбившимся от своих частей солдатам, бойцам Сопротивления. Современный отель «Арбез» всячески подчеркивает пограничный дуализм. Кровати в номерах поставлены так, что голова постояльцев находится во Франции, а ноги — в Швейцарии или наоборот. В ресторане за столиком бутылку с вином можно откупорить и поставить на швейцарской стороне, а бокал — на французской. Дежурные блюда в меню подбираются специально и сразу, например, за швейцарским фондю следует классическое французское блюдо фуа-гра. Официанты же начинают обслуживание гостя с традиционного вопроса, где он желает отобедать — во Франции или Швейцарии? Коммерческий успех предприятия с самого начала превзошел все ожидания. Несмотря на то, что сегодня отель имеет всего две квалификационные звезды, его популярность у туристов невероятна. Вселиться в него можно только по предварительному бронированию [Свистунов, 2007].

Таким образом, существование границы в настоящее время или в прошлом становится важным конкурентным преимуществом туристских объектов и территорий. Некоторые приграничные населенные пункты и общины, а также представители турбизнеса используют этот ресурс для создания уникального турпродукта, строят на нем свою рекламную кампанию и продвижение на туристическом рынке. Зарубежный опыт, накопленный в этой области, нуждается в изучении и творческом применении в российских условиях.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

Александрова А. Ю. Кластеры в мировой индустрии туризма // Вестник Московского университета. Сер. 6. Экономика. 2007f. № 5.

Александрова А. Ю. Туристские кластеры: содержание, границы, механизм функционирования // Современные проблемы сервиса и туризма. 2007б. № 1.

Берлинская стена [Электронный ресурс]. URL: <http://mosintour.ru/city.asp?Id=14&Id2=1105>. Проверено 9.09.2010.

Большая Российская энциклопедия / Ю. С. Осипов и др.: в 30 т. Том «Россия». М., 2004.

Ежедневная электронная газета Российского союза туристической индустрии. 2009. 2 апр. [Электронный ресурс]. URL: http://www.ratanews.ru/news/news_2042009_1.stm. Проверено 21.09.2010.

Ежедневная электронная газета Утро.ru. 2009. 20 апр. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.utro.ru/news/2009/04/20/810659.shtml>. Проверено 17.09.2010.

Большая Советская Энциклопедия [Электронный ресурс]. URL: <http://bse.sci-lib.com/article003815.html>. Проверено 30.10.2010.

Границы: понятие и термины [Электронный ресурс]. URL: <http://www.strana-oz.ru/?numid=7&article=307>. Проверено 23.09.2010.

Интересные факты о Ниагарском водопаде // Destinations. Портал о туризме и путешествиях [Электронный ресурс]. URL: <http://www.destinations.ru/fact/31>. Проверено 13.09.2010.

История Кипра: материалы свободной энциклопедии [Электронный ресурс]. URL: <http://ru.wikipedia.org/>. Проверено 3.10.2010.

Колосов В. Теоретическая лимология: новые подходы // Международные процессы : интернет-ресурс журнала. 2003. Т. 1. № 3 (3). Сентябрь-декабрь [Электронный ресурс]. URL: <http://www.intertrends.ru/three/004.htm>.

Свободная пресса. 2010. 1 сент. [Электронный ресурс]. URL: <http://svpressa.ru/society/news/29764/>. Проверено 3.10.2010.

Панченко В. Технокод для границы // Красная звезда. 2007. 11 дек.

Сайт Федеральной таможенной службы. URL: http://www.customs.ru/ru/fl_info/valuta/

Свиштунов С. На нейтральной полосе // Турбизнес. 2007. № 3. Март.

Семенов-Тянь-Шанский В. П. Район и страна. М.; Л., 1928.

Туризм RSS. Туристам на заметку: неожиданные таможенные запреты // РИА Новости. 2010 [Электронный ресурс]. URL: <http://www.rian.ru/tourism/20101025/289080801.html>. Проверено 17.09.2010.

Medvedev S. Across the line: Borders in post-Westphalian landscapes // Curtains of Iron and Gold: Reconstructing Borders and Scales of Interaction/Н. Eskelinen, I. Liikanen, J. Oksa (eds.). Aldershot: Ashgate, 1999.

Smith S. L. J. A method for estimating the distance equivalence of international boundaries // Journal of Travel Research. 1984. Vol. 22, № 3.

Timothy D. J. Tourism and Political Boundaries. London; N. Y., 2001.

Topaloglou L. The role and nature of borders/EastBordNet. COST Action IS0803. Working Paper. Nicosia, 2009. 14th April.

Turner F. J. The Frontier in American history. N. Y., 1920.

Wijhe van A. On Borders, Boundaries and Borderlands; theoretical limology. 2010. 27 April [Electronic resource]. URL: <http://criticalgeography.wordpress.com/articles>.

УДК 378

ТЕНДЕНЦИИ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ ОБРАЗОВАНИЯ В ОБЛАСТИ СЕРВИСА И ТУРИЗМА

Т. Н. Ананьева

Рассмотрено современное состояние системы профессионального образования в Российской Федерации, предложен комплекс мероприятий по участию работодателей в формировании образовательных программ.

Долгосрочные интересы Российской Федерации в настоящее время состоят в создании современной экономики инновационного типа, интегрированной в мировое экономическое пространство. Особая роль в этом процессе принадлежит динамично развивающимся отраслям, формирующим ядро будущего инновационного развития страны. В этой связи одной из приоритетных задач инновационного развития является развитие «новой экономики», или экономики, основанной на знаниях, первоочередной целью которой является обеспечение всех секторов народного хозяйствования профес-

сиональными кадрами в соответствии с текущими и перспективными потребностями рынка труда и экономики в целом.

«Новая экономика» включает в себя профессиональное образование, рынки продуктов и услуг, основанные на информационно-коммуникационных технологиях (ИКТ), производство инноваций и так называемые интеллектуальные услуги (консультирование, консалтинг, информационное посредничество, аналитика, маркетинговые услуги и т. п.). Важнейшей функцией «новой экономики» является инновационное наполнение экономического роста всех секторов экономики, поэтому особое внимание следует уделять развитию сектора науки, профессионального образования и инфраструктуры инноваций.

В соответствии с концепцией модернизации российского образования на период до 2010 г. и развития науки и инноваций в Российской Федерации должна быть реализована идея создания национальной системы профессионального образования, учитывающая геоэтнополитические, экономические, культурные и другие особенности сложившейся системы подготовки кадров в России. В качестве важнейших условий следует отметить следующие:

- подготовка высокопрофессиональных кадров для инновационной сферы, в том числе специалистов, вооруженных современным инструментарием для успешной работы по продвижению инноваций в производство;
- создание центров передовых исследований различных форм собственности на базе существующих образовательных и научных организаций либо путем объединения наиболее продуктивных научных групп;
- построение целостной инфраструктуры инновационной системы на основе создания корпоративных вертикально и горизонтально интегрированных структур (кластеров) в научно-технической и производственно-технологической сферах, в том числе на базе научных и образовательных организаций.

Современное состояние системы профессионального образования, возможные перспективы его развития в соответствии с рядом принятых в последние годы законодательных актов свидетельствуют о необходимости поиска новых форм организации образовательной деятельности, адекватных мировым трендам в области образования и тенденциям современного мирового развития в целом. К наиболее важным из последних следует отнести прежде всего информатизацию и интеграцию. Мировые интеграционные процессы по созданию единого образовательного пространства привели к кардинальным изменениям в российской системе профессионального образования. Переход в 2009 г. на двухуровневую систему высшего образования, успешная разработка новых Федеральных государственных образовательных стандартов при активном участии профессиональных объединений работодателей и академического сообщества свидетельствуют о возрастающем интересе общества и государства к качеству образования и подготовке высокопрофессиональных кадров. В связи с этим определены стратегические задачи:

- подготовка высокопрофессиональных кадров новой формации, конкурентоспособных как на внутрироссийском, так и на международном рынках труда;
- разработки в области инновационных технологий для построения учебного процесса в единстве и на базе современных научных исследований;
- определение тематики передовых исследований в сфере туризма и сервиса;
- создание условий для академической мобильности обучающихся, преподавателей и научных работников путем интеграции в мировое образовательное пространство и достижение международного признания результатов освоения преемственных образовательных программ.

Развитие современной системы непрерывного образования признано Министерством образования и науки РФ одним из приоритетных направлений государственной политики в области образования на 2005–2010 гг. Необходимо отметить, что система непрерывного образования сегодня реально является сферой, в которой пересекаются интересы самых различных групп: государства, общества, личности. Термин «непрерывное образование» включает в себя разные аспекты давно известной, но приобретающей все большую остроту проблемы, которую можно сформулировать как несостоятельность идеи «однократного образования», т. е. образования «однажды и на всю жизнь». Причем относится он ко всем уровням профессионального образования, начиная с обучения рабочей профессии и заканчивая приобретением докторской степени. Речь идет о соотношении объемов того, что человек приобретает в процессе обучения, и того, чему позже доучивается, что добирает в ходе дальнейшей профессиональной деятельности.

В настоящее время совершенно ясно, что последующее образование может быть не только соизмеримым по своему объему и значимости с первоначальным, но и часто по необходимости превышать его. Высшая школа должна стать ядром всей системы непрерывного образования. Новая интегрирующая и ведущая роль высшей школы в системе непрерывного образования приводит к изменениям в традиционных высших учебных заведениях (перестройка учебного процесса на новых принципах, создание центров непрерывного образования, предлагающих различные курсы повышения квалификации и переподготовки кадров и т. д.). Это наиболее важно на фоне непрерывного и ускоряющегося возрастания объема знаний и развития новых навыков и умений в виде новых компетенций, что зачастую имеет следствием появление новых интегральных направлений подготовки, адекватных потребностям отечественного и международного рынков труда.

Общеизвестно, что сфера обслуживания интенсивно развивается как на мировом уровне, так и в России. Причем эта динамика столь стремительна, что подчас традиционно неторопливое высшее и среднее профессиональное образование не в состоянии угнаться за ним, поэтому претензии работодателей и государства к качеству выпускников вполне обоснованы. Большие надежды возлагаются на федеральные государственные образовательные стандарты (ФГОС) нового поколения, регламентирующие переход от информационно-знаниевой модели выпускника к компетентностной. Это наиболее важно в первую очередь в связи с возросшими требованиями к качеству образования и необходимостью обновления его содержания в соответствии с последними достижениями развивающейся науки и техники, интеграцией российской и мировой образовательных систем.

В начале XXI в. Россия вступила в Болонский процесс, приняв за основу двухуровневую систему европейского образования. Со стороны государства объединениям работодателей предоставлено право участвовать в разработке и реализации государственной политики в области профессионального образования; изменились требования к качеству образовательной деятельности; начала формироваться система общественного контроля, т. е. общественный образовательный аудит. Вступивший в силу Федеральный закон «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации в целях предоставления объединениям работодателей права участвовать в разработке и реализации государственной политики в области профессионального образования» законодательно узаконил привлечение работодателей в образовательный процесс. В рамках реализации этого закона Учебно-методическим объединением по образованию в области сервиса и туризма предположен комплекс мероприятий по участию работодателей в формировании образовательных программ, основными из которых являются:

- 1) разработка совместно с представителями работодателей концепции подготовки кадров для сферы обслуживания;
- 2) разработка предложений по дополнению и изменению проекта Перечня направлений подготовки и специальностей профессионального образования;
- 3) создание с привлечением заинтересованных организаций системы непрерывной подготовки кадров для индустрии сервиса и туризма на базе соответствующих НИОКР;
- 4) введение в качестве обязательного элемента проводимой УМО экспертизы о подготовленности учебных заведений к ведению образовательной деятельности по направлениям подготовки и специальностям, закрепленными за УМО, этапа профессиональной оценки представителями работодателей;
- 5) подготовка совместно с представителями работодателей предложений по созданию системы мониторинга потребности рынка труда в кадрах различной квалификации и видов занятий с целью обоснования потребности в выпускниках высшего, среднего и начального профессионального образования по направлениям подготовки и специальностям укрупненной группы «Сфера обслуживания»;
- 6) формирование рейтинга учебных заведений, реализующих образовательные программы по направлениям подготовки и специальностям укрупненной группы «Сфера обслуживания»;
- 7) подготовка предложений по созданию и функционированию системы менеджмента качества образования, основанной на эффективной оценке освоения компетенций обучающихся с привлечением представителей академической общественности и работодателей;
- 8) совершенствование взаимодействия с Минобрнауки России, Рособразованием, Рособрнадзором, представителями ассоциаций и других общественно-профессиональных объединений ра-

ботодателей, заинтересованными в повышении качества подготовки кадров для сферы обслуживания;

- 9) анализ, обобщение и распространение международного опыта образовательной деятельности в области сервиса и туризма.

В этих условиях утверждены Минобрнауки России и введены в действие Федеральные государственные образовательные стандарты высшего профессионального образования по направлениям подготовки «Сервис», «Туризм», «Гостиничное дело». Следует отметить, что стандарты нового поколения коренным образом отличаются от стандартов первого и второго поколений, которые базировались на дисциплинарном подходе, т. е. регламентации содержания основных образовательных программ в виде перечня дисциплин с заданным объемом трудоемкости и дидактическими единицами. В ФГОС нового поколения, во-первых, заложена большая степень свободы для вузов; во-вторых, акцент сделан не на содержание подготовки, а на результат образования, т. е. на компетенции обучающегося.

Иначе говоря, ФГОС на основе компетентностного подхода определяет, какими компетенциями должен владеть выпускник, освоив тот или иной курс, модуль, цикл. Таким образом, соответствующие компетенции ориентированы на профессиональные качества обучающегося, отвечающего требованиям работодателей. Также вузы совместно с заинтересованными представителями работодателей определяют в образовательной программе, какие дисциплины выбрать, каково их содержание, какие технологии обучения применять, чтобы достичь требуемых результатов. С целью обеспечения контроля за соблюдением регламентов ФГОС в нем указываются требования к материально-техническому, кадровому, информационному обеспечению, к текущему и промежуточному контролю, итоговой государственной аттестации. Примечательным требованием образовательных стандартов нового поколения является усиление роли представителей работодателей в организации и реализации основных образовательных программ вуза, пересмотре их содержания с учетом профиля подготовки.

В развитие содержания основных образовательных программ в соответствии с требованиями ФГОС ВПО предложен перечень профилей.

В перечень профилей по направлению подготовки «Сервис» включены профили:

- Информационный сервис;
- Социокультурный сервис;
- Сервис в индустрии моды и красоты;
- Сервис на предприятиях питания;
- Художественно-технологический сервис;
- Сервис электронной техники;
- Сервис систем безопасности;
- Сервис транспортных средств;
- Сервис в нефтегазовых комплексах;
- Экологический сервис;
- Сервис инженерных систем гостинично-ресторанных, туристских и спортивных комплексов;
- Сервис в жилищно-коммунальном и домашнем хозяйстве;
- Сервис недвижимости;
- Сервис в торговле;
- Сервис в потребительской кооперации;
- Экспертиза и сертификация услуг (работ).

В качестве профилей по направлению подготовки «Туризм» предложены:

- Технология и организация туроператорских и турагентских услуг;
- Технология и организация экскурсионных услуг;
- Технология и организация транспортных услуг;
- Технология и организация спортивно-оздоровительных услуг;
- Технология и организация развлечений.

По направлению подготовки «Гостиничное дело» предложены профили:

- Гостиничная деятельность;
- Ресторанная деятельность;
- Санаторно-курортная деятельность;
- Анимационная деятельность.

Эффективность проделанной работы по разработке проектов ФГОС состоит в том, что самое активное участие принимали представители высших учебных заведений и работодателей. В связи с этим в настоящее время перед вузами установлены первостепенные задачи перехода на ФГОС нового поколения, осуществляя тем самым подготовку кадров, востребованных на рынке труда и в системе бизнеса в целом. Как отметил генеральный директор Национального агентства развития квалификаций А. Лейбович, основной задачей Российского союза промышленников и предпринимателей (РСПП) должен быть переход от частных взаимодействий отдельных компаний с учебными заведениями к системному взаимодействию бизнеса и сферы образования. «Важно, чтобы это взаимодействие не ограничивалось только профессиональными стандартами, а затрагивало механизмы разработки профилированных основных образовательных программ, развития практических навыков, оценки качества подготовки выпускников, уровень компетенций».

В этой связи важным элементом является сертификация квалификаций на базе корпоративного (отраслевого) факультета. Отраслевой центр может выполнять функции выдачи сертификатов, подтверждающих соответствие уровня подготовки выпускников требованиям работодателей, отраженных в образовательных стандартах, имея в своем составе мощные механизмы развития и оценки компетенций. В этом направлении предполагается выполнять следующее:

- анализировать и оценивать качество образовательных услуг, предоставляемых учебными заведениями;
- оказывать учебным заведениям помощь и содействие в повышении эффективности, конкурентоспособности и устойчивости в различных направлениях образовательной деятельности;
- принимать ответственность по заверению академической общественности и заинтересованных представителей работодателей в качестве образования.

Необходимо отметить, что ведущая роль научно-педагогической общественности в тесном взаимодействии с представителями работодателей в оценке содержания и качества образования прослеживается во всем мире. Во многих странах оценкой качества образования занимаются профессиональные общества, а непосредственно качество выпускников оценивают в первую очередь промышленные фирмы, корпорации и другие потребители компетентных кадров.

УДК 338.48

ТУРИЗМ И СРЕДА: АКТУАЛЬНОСТЬ СИСТЕМНЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ

В. Е. Арефьев

Сделана попытка обзора некоторых проблем и конфликтов, возникающих между средой и туризмом при формировании дестинации. Проведенный обзор наглядно указывает на то, что в Алтайском регионе давно назрела необходимость масштабных системных исследований быстро развивающейся сферы туризма.

По сравнению с другими отраслями народного хозяйства туризм чрезвычайно глубоко проникает во все региональные подсистемы: природу, культуру, производство, расселение, сферу услуг и т. п. Внедряясь в эти подсистемы, он изменяет их внешне и внутренне, заставляет приспосабливаться к условиям обслуживания огромного туристского потока. В результате этих процессов на карте мира появляются туристские дестинации — территории, «подстриженные» под прихоти туристской моды и предлагающие массовому туристу определенный набор услуг.

Основной тренд быстрого формирования Алтайской туристской дестинации — массовое рекреационное строительство в самых живописных уголках региона. Финансовая, социальная и экологическая эффективность этой бурной деятельности отслеживается слабо и порождает множество вопросов без отве-

тов, хотя бы потому, что система регулирования и исследования туризма значительно отстала от темпов его развития. Такая ситуация позволяет утверждать: экологические риски в современном алтайском туризме весьма высоки и возможность «наломать дров» при формировании дестинации более чем реальна.

Во всем мире эксперты по региональному планированию призывают при создании дестинаций исходить из того, что обеспечение растущих потребностей гостей и местного населения в питьевой воде, энергии, транспортных, рекреационных и иных услугах не должно причинять серьезного ущерба природному и культурно-историческому потенциалу территории. Иначе вместо того, чтобы оказывать благотворное экономическое и культурное влияние на местные сообщества, туризм становится фактором роста социальной и экологической напряженности. Дороговизна, скупка земли, строительство дорог, прогрессирующее уничтожение ландшафтов — все это уже не раз приводило многие туристские регионы к многочисленным конфликтам между туризмом и средой. Еще в 1962 г. на столетнем юбилее Австрийского альпийского общества прозвучало: *«Явственнее, чем когда-либо прежде, на передний план выдвигается задача охраны природы. Только координируя все природоохранные начинания, подчас даже применяя жесткие меры и допуская финансовые жертвы, можно сохранить высокогорный регион в естественном состоянии»* [Люкшандерль, 1987]. Но, выстраивая природоохранную деятельность, не нужно впадать в крайности. Природное и культурно-историческое наследие туристских дестинаций не должно оказаться под колпаком жестких защитных мер типа российских заповедников. Живущие в горах люди не должны превратиться ни в театральные статисты на экономической арене туризма, ни в живые экспонаты экологических музеев.

В Алтайском регионе сейчас сильны тенденции как освоения, так и консервации. Массовое строительство уничтожает лучшие природные и культурные ландшафты. От Маймы до Чемала почти на 100 км разрослись метастазы сезонных туристских предприятий. Трудно сказать, насколько важна их экономическая роль в экономике региона сегодня и какая участь ждет их через 10–20 лет. Зато абсолютно ясно, что один из самых живописных уголков Сибири — Нижняя Катунь — навсегда обезображен массовым рекреационным строительством. Такое строительство чем-то напоминает сплошные рубки лесов, которые широко практиковались в советские времена. «Лесоистребление» в свое время уничтожило лучшие алтайские леса, подорвало богатство животного мира, стерло с лица земли красивейшие ландшафты и принесло много других бед региону. Теперь массовым строительством «вырубаются» ценнейшие рекреационные уголья [Арефьев, 2002 а]. Власти вполне осознают опасность подобного тренда. В 2007 г. глава Республики Алтай заявил: *«Даже визуально можно зафиксировать, как то тут, то там появляются новые турбазы, нагромождения всевозможных строений. Есть ли законные права на строительство, отведен ли земельный участок, по каким нормативам и проектам возведен объект, зарегистрирован он как законченный или числится как строящийся — мы должны иметь об этом полную информацию. Сегодня и российское законодательство, и мы, как хозяева своей территории, будем ужесточать контроль в сфере турбизнеса и в первую очередь выводить из тени тех предпринимателей, которые делают на красотах республики огромные деньги, ничего не принося в республиканскую казну»*.

Президент Ассоциации туропреаторов республики подтвердил: *«Многие туристские объекты выйдут из тени. Сегодня даже базы известных банков на 30–40 мест выдают себя за сельские особняки, а туристов — за родственников»*. К сожалению, хорошие декларации далеко не всегда можно быстро и успешно применить на практике. Скупка земель и массовое строительство нарастают в горах Алтая как снежный ком.

Назревает в регионе и другая проблема — борьба с административными барьерами. Их плодят силы, для которых различные виды консервации территории (охрана природы или государственных интересов) уже давно стала высокодоходным видом личного бизнеса. Заповедники и пограничные зоны, соизмеримые по площади с европейскими странами и с жесткой регламентацией доступа, приводят к формированию резерваций. Результат — постепенное угасание экономической активности, бегство предпринимателей, отсутствие инвестиций, потеря рабочих мест, злоупотребления со стороны самих охранников, а, в конечном счете, малозавидная роль угодий для «царских охот».

Давно известно, что только свободный публичный доступ в любой уголок региона может стать надежной гарантией развития территории и пресечения злоупотреблений.

Мировой опыт показывает: успешное развитие территории и высокий уровень природоохранных мероприятий за счет туризма лучше всего могут быть достигнуты при условии, что основой туристской

деятельности в регионе, с одной стороны, становятся крупные круглогодичные курортные и пригородные центры урбанизированного туризма, а с другой — ареалы экологического и сельского туризма с преобладанием малого туристского бизнеса местного населения. Концентрированное точечное расположение крупного курорта слабо влияет на экологическое состояние прилегающих к нему районов и при этом имеет высокую экономическую эффективность. На Алтае тому есть наглядный пример — Белокуриха.

Формирование современной дестинации требует, во-первых, создания в регионе крупных точечных курортов, а, во-вторых, — развития сельского туризма на базе уже существующих поселений. При этом задачей крупного бизнеса должно стать не столько формирование базы размещения и питания туристов (это скорее задача местных жителей), сколько создание горнолыжных трасс и других дорогостоящих объектов туристской инфраструктуры. Давно пора активно развивать и пригородные туристические зоны крупных городов. Развитая сеть пригородных специализированных велосипедных, конных, лыжных, сплавных маршрутов, трасс и полигонов для моторизированных видов спорта, сельских ресторанчиков и небольших гостиниц могла бы удовлетворять рекреационные запросы десятков тысяч горожан во время праздничных и выходных дней. Взаимосвязанное развитие дисперсных форм туризма (сельский туризм, туризм дикой местности) и концентрационных форм туризма (туристские центры и пригородные зоны отдыха) позволило бы решить многие экономические и экологические проблемы региона и сферы туризма.

Сложность и многогранность конфликта между природоохранными мероприятиями и развитием дестинации очевидна. Мировая индустрия туризма все больше тяготеет к отраслям экономики, ориентированным на массовое и интенсивное использование разнообразных региональных ресурсов. Преобладание индустриально-коммерческих подходов к развитию дестинаций делает туризм все более опасным для окружающей среды. Туризм поощряет наращивание давления бесконечных потребностей человека на конечные пространственные ресурсы, которые во многих странах уже давно исчерпаны. Все это проявляется в дестинациях через серьезные противоречия. Экономическая отсталость и чрезмерное развитие, загрязнение среды отходами собственной и чужой деятельности, безнадежность и самоуверенность, широко разрекламированные инвестиционные программы и поощрение самопомощи, колоссальный бизнес и самоограничение, исследования и планирование в интересах и вопреки интересам туризма — вот те ключевые слова, которые в целом характеризуют сегодняшние реалии туристских дестинаций [Люкшандерль, 1987].

Все эти «ключевые слова» характерны и для Алтая. В сельской местности и в городах, на равнинах и в горах, во всех региональных подсистемах видны признаки экономической отсталости и экологического упадка. На фоне этого негатива чрезмерная плотность туристов, дорогих автомобилей, ярких кемпингов и торговых точек не очень-то и радует. Безудержная и самоуверенная (без концепции, стратегии, единой инфраструктуры) застройка живописных природно-культурных ландшафтов на корню хоронит перспективы развития элитных ареалов оздоровительного сельского туризма. Застроено то, чего застраивать нельзя было ни в коем случае. А вот разрекламированные инвестиционные программы по созданию инженерных сооружений, общей инфраструктуры и горнолыжных комплексов, которые призваны улучшить транспортную доступность и уменьшить фактор сезонности алтайского туризма, осуществляются крайне медленно. Суровый климат, короткий теплый период, жесткая сезонность приводят к низкой социально-экономической эффективности сферы туризма. Негативно отражаются на развитии туризма и многочисленные проблемы в сфере экологии. В регионе подорваны природные, культурные и морально-нравственные основы жизни населяющих его сообществ людей. Прессинг производственных загрязнений, процессов уничтожения лесов и рек, повсеместной распашки земли из-за развала СССР заметно снизился. После ликвидации промышленных производств решились сами собой или решаются методами региональной политики другие экологические проблемы. Но возникли новые опасности. Коммерциализация космоса привела к резкому увеличению запуска ракет с космодрома Байконур и, как следствие, к значительному росту негативного воздействия на экологию Алтая космического мусора и ядовитых загрязнений. Огромный урон региону нанесен лесными пожарами, на борьбу с которыми постоянно не хватает ресурсов. Сильно страдает природная среда и от экологической безалаберности нарастающей армии диких туристов. Ареалы отдыха все больше напоминают мусорные свалки. Очередной ударной волной по природе Алтая на глазах становится плохо контролируемый коммерческий туризм.

При туристском освоении в первую очередь давлению подвергаются природные и культурно-исторические ландшафты. Туризм является одним из ведущих потребителей ресурсов территории. Он часто оказывается во главе пионерного освоения новых, ранее не использовавшихся ландшафтов и их элементов: высокие горы, пляжи, снежный покров, пещеры, водопады и т. п. При этом туризм предъявляет противоречивые требования к используемым ландшафтам: уникальность и доступность, дикость и комфортность, наличие факторов риска и безопасность. Диверсификация туристской деятельности требует вовлечения в эксплуатацию все большего количества разнообразных ландшафтов.

В этих условиях первозданные ландшафты становятся все более дорогим и дефицитным рекреационным благом. В наши дни на планете практически не осталось значительных участков суши, где человек в той или иной мере не нарушил бы экологические связи. Выяснилось, что привлекательная для человека дикая местность является еще большим дефицитом, чем чистая вода, запасы которой хотя бы в Антарктиде и Байкале достаточны для всего человечества. По оценкам, в США — стране, располагающей наибольшими ресурсами привлекательной дикой местности, таковая составляет не более 2% территории. Поэтому, предаваясь туристской эйфории, люди не должны забывать: в туризме нельзя делать всего того, что позволяют современные техника и технологии. При формировании дестинаций нужно четко понимать, что главную привлекательность туризма составляют не отели, канатные дороги, подъемники и бассейны. В центре внимания, как и прежде, находятся эстетические свойства ландшафта. Его своеобразие, красота, способность воздействовать на чувства и эмоции людей играют решающую роль. Значение же инженерных сооружений часто переоценивают. Они только средство достижения цели и служат для того, чтобы удобней и полней можно было пользоваться природой и ландшафтом.

Устойчивое развитие дестинации требует осторожности. Эксцентрикам, которые на волне какого-нибудь модного увлечения творят недолговечные и вредящие ландшафту «крики моды», здесь делать нечего. Туризм не должен допускать каких бы то ни было экспериментов с ландшафтами. Недооценка этой опасности есть прямой путь к их гибели, а значит, и к самоликвидации туризма. Однако действительность показывает, что дестинации быстро теряют свое главное и самое дорогое богатство — природные и культурные ландшафты. Бесплезно искать виновников этих процессов, поскольку они всегда стоят у руля политической и экономической власти. Благодаря их усилиям во имя развития туризма губится капитал, на проценты с которого тот же самый туризм должен был бы существовать в будущем [Люкшандерль, 1987].

В СМИ по-прежнему рекламируются сказочные горные ландшафты: голубые и чистые озера, величественные горы, тихие леса и девственные вершины. Реальность выглядит иначе: целые местности изменились до неузнаваемости. Повсеместно выросло число отелей и пансионатов. В Австрии в 1961–1971 гг. ежегодно застраивалось 500 га сельскохозяйственных земель. И это помимо дорожного строительства. В Швейцарии в конце XX в. в среднем каждый час бетоном покрывался один квадратный метр территории. Потакание потребностям туристской индустрии до крайности обострило некоторые системные проблемы, так или иначе связанные с разрушением ландшафтов. Там, где еще недавно идиллические деревушки предоставляли гостям отдых и успокоение, сегодня громоздятся наполненные лихорадочной суетой небоскребы стандартных городов-курортов. В горах в бетон и асфальт закатали даже отдаленные боковые долины, и автомобили с туристами подкатывают прямо к подножию ледников. Рельеф выравнивают с помощью динамита и экскаваторов. Горы опутывают паутиной ЛЭП, канатных дорог и подъемников. Механизированный лыжный туризм более чем все остальные виды туризма способствует уничтожению естественного очарования природы горных стран. Гигантские водохранилища затопили и скрыли под илом долины многих рек. Гидротехнические объекты превратили реки в водотоки, в которых так называемые рабочий и мертвый объемы тщетно пытаются изобразить живую воду. Рестораны и сувенирные магазины у края ледников, туристские барахолки в некогда сакральных местах, специальные трассы для технизированных видов туризма, игорные центры, туннели и многое другое позволяют утверждать, что целые регионы вместе со своим населением благодаря чрезмерному развитию туризма постепенно превращаются в разновидность Диснейленда. Туристы вытаптывают растительность и обращают места отдыха в свалки мусора. На ледниках (а это источники питьевой воды) лежит миллиметровый слой грязи и солнцезащитного крема. Цветы и кустарники часто лишь окаймляют фекалии и пустые бутылки. Распродажа земельных участков приводит к вторжению чуждой архитектуры. Развитие туризма сопровождается повсеместным опошлением традиций и падением престижа национального культурного богатства. Специально организуемые народные

празднества (или то, что пытаются выдать за них), фальшивые шумные потехи, неуклюжие танцы и прочее являются явным признаком растущего инородного влияния [Люкшандерль. 1987].

Массовый туризм наносит серьезный ущерб культурно-исторической среде. На Алтае разрушение культурно-исторического наследия и морально-нравственного климата происходило и без влияния туристов. Так, в XIX в. сложился определенный подход к археологическому наследию: курганам, наскальным изображениям, каменным изваяниям. В основе этого подхода лежит уничтожение природно-археологического ландшафта и самого археологического памятника, его изъятие якобы ради познания прошлого и сохранения в музее. Так были перенесены почти все каменные изваяния, исчезли тысячи курганов. Не способствовала сохранению историко-археологических ландшафтов и сложившаяся система музеев, в которой культивировалась концепция музея как культурно-просветительного учреждения, нацеленного на изъятие культурно-исторического наследия и концентрацию раритетов в помещениях и фондах в отрыве от среды. В России так и не сложились музеи-парки, музейно-заповедные зоны или музеи археологии под открытым небом, которые давно стали основными в мировой практике. Утилитарное научное или хозяйственное отношение к археологическим памятникам привело к непониманию их органического единства с микросредой и ландшафтом, с которым они составляют единое целое.

Перестройка принесла новые потери в культурно-исторической среде Алтая. В Германию из региона уехали многие российские немцы. Процессы возрождения алтайского этноса тормозятся повсеместной бедностью, безработицей и пьянством, которые, впрочем, характерны для всех городов, весей и народов Сибири. Теперь в разрушении культурно-исторического наследия все чаще обвиняют и туристов. Они спаивают местное население, не уважают местные традиции, небрежно относятся к памятникам и сакральным местам.

Туристы способствуют формированию черного рынка сбыта древних раритетов. На Украине ущерб от такой деятельности оценивается в 50 млн долл. в год. Алтай, видимо, находится в преддверии аналогичной ситуации, в регионе уже были замечены бригады, которые «бомбят» курганы. Наплыв туристов приводит к тому, что на скалах, рядом с известными всему миру древними петроглифами, появляется все больше «художеств» современных троглодитов из многоэтажных пещер городских агломераций. Путешествующая публика вообще любит «отметиться» в местах, имеющих особое сакральное или культурно-историческое значение. Как сказал кто-то из великих: «Таким образом ничтожество мстит вечности».

Определенных исследований и мероприятий по развитию требует и религиозный туризм. На Алтае стыкуются три основные мировые религии (буддизм, христианство и ислам), до сих пор прослеживаются мистические основы шаманизма. Поэтому регион является очень перспективным местом для развития паломничества. Для туристов особенно интересен шаманизм. Это важнейший пласт культурно-исторического наследия Алтая. Истоки веры в духов давно уже затерялись в тысячелетних даях человеческой истории. Древние люди не сомневались в одухотворенности природы и космоса. Они искали и находили магические приемы для контактов и взаимодействия с этими силами. Алтайский шаманизм вобрал в себя многие достижения этих магических практик. Но, к сожалению, позднее люди отказались от духовных достижений предков и променяли их на мифическое процветание индустриального общества. К началу третьего тысячелетия от рождения Христа некоторые, не получившие в свое время достаточного развития стороны христианского мировоззрения привели к серьезным проблемам. Общеизвестно, как бедна Библия обращением к природным корням человека. Люди увидели в этом морально-этическую основу для высокомерного и варварского отношения к матери-природе. Следствием стали бездумная индустриализация и милитаризация общества, уничтожение биосферы, духовный и экологический кризис. Мир, разложенный на молекулы, страты, рабочие операции и автобусные остановки, не может врачевать и очищать душу отдельного человека, а тем более целого народа [Арефьев, 2002 б]. Советская пропагандистская машина многое сделала для того, чтобы подменить гуманистические начала нашей культуры безумием технократического мышления. Вот классический образец такой пропаганды:

Робко ходил по земле алтаец, как тень. Боялся не только людей, но и разных горных, водяных и лесных духов. Бывало поднимется на вершину большой горы алтаец и замолчит, иначе горный дух рассердится и накажет. Слезет с коня, положит камень близ дороги или привяжет к ветви дерева полоску тряпки, пучок конских волос. Делалось это, чтобы задобрить горного духа, который позволил ему благополучно подняться на свою гору. И так поступал каждый. На перевалах сохранились целые пирамиды камней,

а иногда заметишь кусты, усыпанные белым тряпьем, волосом, монетами. Теперь алтаец стал разговорчив, говорит смело, с достоинством. Никакого дьявола не боится. Рушит скалы, взрывает целые горы, строит счастливую жизнь. И веру в духов разрушил вместе с вековыми неприступными скалами.

Бессмысленно комментировать эту писанину. Для многих и сегодня «счастливая жизнь» связана с возможностью «рушить скалы» и «взрывать целые горы» [Арефьев, 2002 б]. Между тем алтайская культура, до которой одичавшие аборигены больших городов просто не доросли, видит силу и счастье человека в его единении с природой: *Черная гора мне отцом была, четыре березы были матерью. Если я соком березы питался, значит, крепким, наверное, стал. Если черная гора отцом мне была, богатырем, наверное, я стал.*

Наследие алтайского шаманизма привлекает в регион все больше туристов, но им сложно прикоснуться к настоящей шаманской практике. Настоящие шаманы не спешат порадовать туристов своим мастерством. Их место занимают люди, которым все равно каким «шаманизмом» зарабатывать деньги.

Кроме древнего культурно-исторического наследия в виде археологических памятников и шаманизма, на Алтае выделяются многочисленные памятники времен горнозаводского производства, строительства крепостей и городов, а также культурное наследие нынешних насельников Алтая: старообрядцев и казаков, алтайцев и казахов, немцев. Все это наследие нужно сохранять, развивать и уметь демонстрировать, в том числе и гостям региона. Многочисленные рассуждения на эту тему продолжаются уже многие десятилетия, но сделано очень мало. Еще в 1903 г. Н. Рерих писал:

Но нам ли искать красивое? Как хороши старинные домики со стильными крылечками и оконцами, зачастую теперь служащие самым прозаическим назначениям, вроде склада мебели и кладовых. И как мало все это известно большинству, кислому будто бы от недостатка новых впечатлений. А много ли делается у нас в пользу старины, кроме казенных запрещений разрушать ее? Поговорите с духовенством, поговорите с чиновничеством и с полицией, и вы увидите, какие люди стоят к старине ближайшими. Ведь стыд сказать: местная администрация, местные власти часто понятия не имеют об окружающей их старине. Не с гордостью укажут они на памятники, близ которых их бросила судьба и которыми они могут наслаждаться; нет, они, подобно захудалому мужичонке, будут стараться скорее отделаться от скучных расспросов о вещах, их пониманию недоступных, и карты и сплетни куда важнее для них всей старины, вместе взятой. Откуда же тут возьмется здоровая почва? Откуда сюда придет самосознание? И мы готовы заговорить хоть по-африкански, лишь бы не подумал кто, что свое нам дороже чужого [Рерих, 1991].

Удивительно, все это было написано Н. Рерихом более ста лет тому назад в условиях совсем другой эпохи и совсем иной России. А может быть, и не иной? Очень уж современно звучат поднятые им проблемы в деле сохранения и использования исторических и архитектурных памятников.

В работе «Восстановления» от 1908 г. Н. Рерих пишет: *Добрые люди, не упустите дело доходное. Чем памятник сохраннее, чем он подлиннее — тем он ценнее. Привлеките к памятнику целые поезда любителей, Бог да простит вас, извлекайте из памятников выгоду, продавайте их зрелища, сделайте доступ к ним оплаченным. Кормите пришедших во имя древности, поите их во имя старины, зазывайте небылицами красивыми, украшайте каждое место легендами, громоздите эпизоды любовные, устрашайте рассказами жестокими, распяляйте богатствами грабежными, торгуйте, продавайте и радуйтесь! (Освятите, отче, средство!) Обложите памятники аренами, запирайте от проходящих затворами, берегите их честно и крепко, как бумаги процентные. В памятниках вложены капиталы великие; в умелой руке в большом барыше пойдет памятник; опасны дела торговые, а памятник, что вино, чем старее, тем ценнее! Чем до сердца доходчивее, тем и думайте; но старину сберегите! [Рерих, 1991].*

Краткий обзор лишь некоторых системных проблем конфликта развивающейся туристской дестинации и окружающей среды наглядно указывает на необходимость проведения серьезных научных исследований в данной области.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

Арефьев В. Введение в туризм: учебное пособие для студентов географического факультета. Барнаул, 2002 а.

Арефьев В. Мифы и шаманизм Алтая, 2002 б.

Люкшандерль Л. Спасите Альпы. М., 1987.

Рерих Н. К. Глаз добрый. М., 1991.

УДК 338.482.2

ОСОБЕННОСТИ ВЗАИМООТНОШЕНИЙ С ПОТРЕБИТЕЛЯМИ НА РЫНКЕ ТУРИСТСКИХ УСЛУГ

А. Е. Архипов, А. М. Белоусова

Маркетинг взаимоотношений как философия и инструментарий современного бизнеса может рассматриваться как базисный элемент формирования эффективной модели взаимодействия субъектов рынка туристских услуг. Оптимально организованный и управляемый коммуникационный процесс является фактором повышения конкурентоспособности туристической фирмы.

Взаимоотношения с потребителями на рынке туристских услуг выстраиваются продолжительное время. Они развиваются, эволюционируют в течение достаточно длительного периода. Большинство авторов выделяют пять стадий, через которые проходят взаимоотношения с потребителями туруслуг в процессе эволюции, на каждой из которых стороны по-новому оценивают свое отношение друг к другу, а именно:

- осведомленность;
- изучение;
- расширение контактов;
- приверженность;
- разрушение взаимоотношений.

Существенным элементом и проверкой взаимоотношений туристической организации и клиентов являются проблемы в обслуживании потребителей, которые влияют на приверженность данной фирме. Когда возникает подобная ситуация, важно, как именно фирма реагирует на нее и какие ответные действия предпринимает. Каждый потребитель имеет определенное намерение: либо остаться с фирмой, либо отказаться от ее услуг; сила этого намерения определяется личностными особенностями клиента и его настроением в данный момент. Кроме того, степень терпимости клиента в разных ситуациях может быть разной. Если клиент терпеливо снес неудобства, это не означает, что негативный критический инцидент исчерпан. Отдельные инциденты в пределах взаимоотношений нельзя назвать обособленными один от другого; все они связаны и рассматриваются клиентом как части единого целого. Последующий негативный инцидент может вызвать в памяти клиента предыдущие неудачи обслуживания. Иными словами, клиент не только оценивает, как ведет себя фирма, чтобы устранить проблему, но при этом вспоминает прошлые инциденты и то, как они были разрешены.

Проблемы не всегда приводят к неудовлетворенности клиента в долгосрочном плане. Должная реакция продавца на возникшую проблему и ее эффективное устранение могут не только вернуть на прежний уровень удовлетворенность клиента, но и, как утверждают некоторые специалисты (например Ве-жоу и Palmer), даже повысить ее по сравнению с тем уровнем, который существовал до критического инцидента. Согласно одному из исследований, клиент-жалобщик, как правило, озабочен восстановлением справедливости или корректности и судит о том, насколько это удалось поставщику исходя из собственных представлений о справедливости полученного результата. Справедливость в данном случае не подразумевает, что клиент всегда прав. Но даже если реакция продавца не была, по мнению клиента, удовлетворительной, это не означает, что он немедленно разорвет отношения с ним. Неприятный осадок от инцидента может сглаживаться тем, что клиент считает общий уровень обслуживания у поставщика довольно высоким — настолько, что благодаря этому взаимоотношения сохраняются. Кроме того, отвратить клиента от решения об отказе от услуг данной компании могут и высокие затраты, связанные с переключением на другого поставщика, — это мощный барьер, препятствующий разрыву взаимоотношений.

Продолжительность взаимоотношений оказывает опосредованное влияние на их разрушение и служит барьером для ухода клиента. Однако влияние этого фактора не всегда однозначно. На ранних стадиях взаимоотношений партнеры готовы терпеть как мелкие проблемы, так и крупные промахи дру-

гой стороны. Согласно исследованиям, в очень скором времени этот уровень толерантности снижается до очень низкого, а его последующее повышение происходит весьма медленно.

На продолжительность взаимоотношений могут оказывать влияние и причины другого рода. На ранних стадиях разрыв взаимоотношений может казаться более простым, чем на последующих, когда отношения более зрелы, а существенные вложения сторон делают затраты на переключение достаточно высокими.

Более пристальное внимание к концепции разрыва взаимоотношений позволяет выделить три типа выхода из взаимоотношений с отчетливыми различиями:

1. Разрыв по взаимному согласию

Обе стороны принимают решение, что в их интересах в дальнейшем не поддерживать сотрудничества, или к такому заключению приходит одна из сторон, а другая сторона соглашается.

2. Уход клиента

Клиент решает прекратить взаимоотношения с фирмой. В отличие от предыдущего типа продавец лишен возможности влиять на решение потребителя, разве что может применять систему поощрений и стимулов, чтобы предотвратить принятие этого решения. Наиболее часто уход потребителя происходит на рынках, где имеется множество альтернативных продавцов данной услуги.

Клиент начинает задумываться об уходе из фирмы, когда замечает снижение эффективности ее работы (мнимое или реальное), хотя недовольство клиента не всегда приводит к его уходу. То, что клиент считает снижением эффективности, не обязательно означает, что стандарты качества обслуживания действительно упали, — с такой же вероятностью это может указывать на то, что у другого поставщика качество, по мнению потребителя, выше. Ситуации, в которых возможен уход потребителя, можно в обобщенном виде сформулировать так: там, где господствует конкуренция и услуги альтернативных продавцов доступны потребителю, который знает о них и тревожится из-за абсолютного или относительного снижения эффективности работы нынешнего своего поставщика.

3. Отказ продавца

В данном случае инициатором разрыва отношений становится турфирма. Мы убеждены, что умение завершить взаимоотношения должно считаться одним из элементов процесса маркетинга взаимоотношений.

Из сказанного можно сделать вывод, что пути к устойчивой прибыльности, которой можно достичь за счет сотрудничества между турфирмой и ее клиентами, изобилуют определенными сложностями, находящимися за пределами контроля большинства фирм. По этой причине, среди прочих, призывы к усиленному отслеживанию маркетинговых показателей таят в себе большую опасность. Модель ясно показывает, что многие самые важные факторы просто нельзя измерить количественно. С другой стороны, пока компании продолжают стремиться переиграть конкурентов, опасно соблазнять потребителя «небывалым обслуживанием», опять по той же причине — отсутствия гарантий, что это непременно удержит его в рядах клиентов.

УДК 338.48 (470)

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ И ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ ТУРИСТСКОЙ ИНДУСТРИИ В РОССИИ

Ю. А. Барзыкин

Рассмотрены актуальные проблемы развития туризма в России, дана сравнительная характеристика становления российской и мировой индустрии туризма, предложены меры совершенствования налогообложения в туризме, рассмотрены основные направления развития туристской индустрии в России.

Туризм в Российской Федерации является важной и одной из динамично развивающихся отраслей экономики, источником дохода для бюджетов всех уровней. Он обеспечивает занятость населения, выступает действенным фактором социально-экономического развития регионов. Анализ современного состояния туризма показывает, что, несмотря на кризис, отмечается даже некоторый рост внутреннего туристского потока в России в 2009 г. на 1,6%. По данным Минспорттуризма РФ, он составил 32 млн чел.

При этом въездной поток в Российскую Федерацию сократился на 6,9% и составил 21,3 млн иностранных граждан. И только 9,8% въехавших иностранцев обозначили туризм целью своей поездки. Это 2,1 млн чел., что на 8,5% меньше, чем в прошлом году. Следовательно, наша страна недосчиталась 194,5 тыс. туристов. Выезд российских туристов за рубеж снизился на 15,5% и составил 9,6 млн чел. [Официальный сайт Ростуризма 30.03.2010].

Объем платных туристских услуг, оказанных туроператорами и турагентами, снизился на 7,5% до уровня 71 млрд руб., а гостиниц и других средств размещения — 101 млрд руб. (–14%) [Официальный сайт Росстата 20.01.2010].

Среди крупнейших экспортеров туруслуг Россия занимает 37-е место с дефицитом платежного баланса 13 млрд долл. (Испания: +41,3 млрд долл., США: +30,4; Турция: +18,5).

По данным Ростуризма, в Единый федеральный реестр туроператоров на 1 января 2010 г. было включено 4593 компании, из них:

- в сфере внутреннего туризма работает 1858 туроператоров (40%);
- въездным туризмом занимается 566 компаний (12%);
- в сфере выездного туризма работает 2169 компаний (48%) [Официальный сайт Ростуризма. 20.01.2010].

На 2 апреля 2010 г. число туроператоров в федеральном реестре сократилось на 15% (на 649). Из них 342 (19%) — специализирующихся на въездном туризме, 74 — на выездном, 233 — на международном [Официальный сайт Ростуризма. 10.04.2010].

Минспорттуризм РФ прогнозировал в 2010 г. рост числа туристских поездок за рубеж, а объемы продаж на рынке выездного туризма должны были увеличиться с 7,6 до 7,9 млрд долл. США. На рынке внутреннего туризма также прогнозировался постепенный рост в 4,5–5%. Минтранс РФ ожидает рост авиаперевозок в 2010 г. по сравнению с 2009 г. на уровне 14–15% (к показателям 2008 г. рост может составить 3–4%). К основным тенденциям развития туристского рынка можно отнести усиление регионального развития и появление новых центров на туристском рынке России, сокращение продолжительности турпоездок, развитие интернет-продаж, повышение спроса на качественные оздоровительные услуги, восстановление и развитие МICE-туризма и др.

По данным Всемирного экономического форума (WEF) 2009 г., Россия занимала 59-е место среди 133 стран по конкурентоспособности туристического сектора экономики. Первые пять мест в рейтинге занимают Швейцария, Австрия, Германия, Франция и Канада [Савельев, 2009].

У России в этом рейтинге:

- 5-е место из 133 стран по «наличию природных туристских ресурсов мирового значения»;
- 9-е место по «культурным туристским ресурсам мирового значения»;

- 127-е место по показателю «приоритет сектора туризма для государства» (одно из последних мест);
- 83-е место по «государственным расходам на туризм».

Основными проблемами развития туризма в России остаются:

- рост транспортных тарифов и стоимости гостиничных услуг, связанный с ростом коммунальных тарифов, процентных ставок по кредитам, многократным ростом ставок налога на землю;
- моральный и физический износ туристской инфраструктуры, отсутствие эффективных механизмов стимулирования инвестиций в ее развитие;
- несовершенство действующей нормативно-правовой базы предпринимательской деятельности в сфере туризма;
- недостаточность экономических стимулов развития въездного и внутреннего туризма;
- существование визового режима с экономически развитыми странами, сложного миграционного учета;
- недостаточность национального рекламного бюджета на продвижение туристского продукта на внутреннем и внешнем рынках;
- дефицит квалифицированных кадров, в частности, со средним специальным образованием, несовершенство образовательных стандартов и др.

В этой связи на прошедшем в октябре 2009 г. съезде Российского союза туриндустрии (РСТ) отмечалось, что финансово-экономический кризис еще больше обнажил проблемы туриндустрии, являющиеся прямым следствием того, что, несмотря на богатый потенциал, развитие туризма в России так и не стало реальным приоритетом структурной перестройки экономики. В результате не находят своего применения или применяются в недостаточной степени меры государственной поддержки развития отрасли, рекомендуемые UNWTO и применяемые в большинстве стран — лидеров мирового туристического рынка.

В связи с этим РСТ совместно с другими общественными объединениями предложил для рассмотрения федеральным представительным и исполнительным органам власти ряд мер, направленных на совершенствование государственного регулирования развития туризма и выход отечественной туриндустрии из экономического кризиса.

В первую очередь необходимо выделить меры, направленные на защиту прав и интересов туристов как потребителей. Важно отказаться от применения в области финансового обеспечения ответственности туроператоров по договору о реализации турпродукта плоской шкалы сумм фингарантий и перейти к страхованию ответственности по каждому договору о реализации турпродукта на основе заключаемого туроператором и страховой компанией генерального соглашения и страховых тарифов, дифференцированных применительно к основным видам туристского продукта.

В случае дальнейшего применения существующей системы финансового обеспечения предлагается:

- снижение размеров обязательного финансового обеспечения ответственности для туроператоров, специализирующихся на приеме иностранных туристов, до уровня 0,5 млн руб., предусмотренных для туроператоров по внутреннему туризму;
- сохранение минимального порога ответственности туроператоров в области выездного туризма в размере 10 млн руб. и применение шкалы финансового обеспечения, дифференцированной в зависимости от оборотов компании за предшествующий год (из расчета не более 10% от оборота), и такого критерия, как использование туроператором упрощенной системы налогообложения.

Следует подготовить проект специального закона о страховании граждан, выезжающих с туристическими целями за рубеж и путешествующих по России. Закон должен определить перечень связанных с осуществлением турпоездки рисков, подлежащих обязательному страхованию, и порядок определения минимальных размеров страхового покрытия.

Необходимо продолжить совершенствование нормативно-правовой базы защиты прав и интересов путешествующих как пассажиров, в частности, ввести запреты на доплаты за выкупленные чартерные авиабилеты в течение месяца до даты вылета.

Кроме того, следует разработать утверждаемые Правительством РФ правила обслуживания в сфере отдельных видов туризма (детский, спортивный, автобусный и т. д.).

В качестве мер финансовой поддержки со стороны государства предлагаются следующие меры.

1. Разработка и реализация новой Стратегии и Федеральной целевой программы развития туризма в РФ. Разработка и реализация региональных и муниципальных программ развития туризма.

2. Увеличение и повышение эффективности расходов на рекламу туристических возможностей страны в России и за рубежом из средств государственного бюджета, в том числе предоставление бесплатного времени для теле- и радиотрансляции соответствующих программ и рекламы на государственных каналах.
3. Воссоздание ликвидированной в 1999 г. системы российских национальных офисов по туризму за рубежом.
4. Увеличение расходов на санаторно-курортное лечение и оздоровление льготных категорий граждан и детей за счет средств государственного бюджета и государственных внебюджетных фондов, в частности ФСС, с учетом как минимум индекса инфляции. В том числе повышение с учетом инфляции нормативов расходов в расчете на день пребывания соответствующих категорий граждан в санаторно-курортных и детских оздоровительных учреждениях. Повышение эффективности использования соответствующих ассигнований с точки зрения адресности социальной поддержки и показаний для санаторно-курортного лечения лиц, направляемых в здравницы за счет средств государственного бюджета и социального страхования.
5. Расширение практики дотации пассажирских перевозок для льготных категорий граждан и жителей отдаленных регионов страны.
6. Расширение практики частичного финансирования процентной ставки по кредитам для строительства, ремонта и реконструкции предприятий индустрии гостеприимства на региональном уровне, а также упрощение процедуры получения такого рода адресной поддержки.

В интересах совершенствования налогообложения предложены следующие меры:

- уменьшение базы по налогу на доходы физических лиц (НДФЛ) в части расходов на услуги проживания и питания при приобретении санаторно-курортных путевок, в том числе оплаченных за счет средств добровольного медицинского страхования. В настоящий момент налогоплательщик имеет право на получение социального налогового вычета по сумме, направленной на оплату санаторно-курортной путевки только в части медицинских услуг;
- введение социальных налоговых вычетов по НДФЛ на суммы оплаты услуг, входящих в стоимость турпутевки на отдых и путешествия внутри страны;
- отмена налога на добавленную стоимость (НДС) на доходы туроператоров и турагентств от реализации санаторно-курортных путевок;
- отмена НДС на доходы предприятий индустрии гостеприимства, полученные от реализации услуг нерезидентам;
- увеличение предельных размеров выручки, предусмотренных для предприятий, находящихся на упрощенной системе налогообложения, в том числе предприятий туристической индустрии;
- распространение на турагентства и предприятия индустрии гостеприимства, относящиеся к категории микробизнеса, возможности использования упрощенной системы налогообложения на основе патента;
- расширение налоговых льгот для резидентов особых экономических зон туристско-экскурсионного типа;
- осуществление мониторинга налогов и сборов, ставки которых определяются на региональном и муниципальном уровнях (налоги на землю, имущество юридических лиц, плата за пользование водными ресурсами, охотничьими угодьями и др.), а также ставок обязательных платежей, устанавливаемых уполномоченными организациями, например вознаграждения за использование объектов интеллектуальной собственности, портовых, аэропортовых сборов и т. д. Разработка предложений и рекомендаций, направленных на предупреждение дальнейшего безудержного роста соответствующих платежей предприятиями туристической индустрии и санаторно-курортного комплекса.

Следующим направлением влияния государства на развитие туризма является совершенствование таможенного регулирования.

В рамках данного направления можно выделить следующие меры: отмена или как минимум снижение ввозных таможенных пошлин на автобусы, предназначенные для перевозок туристов и экскурсантов; снижение ввозных таможенных пошлин на воздушные суда, в том числе среднемагистральные; отмена ввозных таможенных пошлин на круизные суда; освобождение резидентов особых экономических зон туристско-рекреационного типа от ввозных таможенных пошлин на материалы и оборудова-

ние, импортируемое для строительства и реконструкции объектов на территории соответствующих зон. Важное место в совершенствовании государственного воздействия на туризм уделяется и тарифному регулированию.

В рамках данного направления предложены следующие меры:

- снижение тарифов на пассажирские перевозки с учетом падения цен на энергоносители;
- развитие бюджетных (low cost) пассажирских авиаперевозок;
- введение гибкой системы ценообразования и политики агентских продаж на железнодорожном транспорте (более широкое применение групповых тарифов, бонусных систем, агентского комиссионного вознаграждения);
- осуществление мониторинга цен и тарифов на услуги туристам и предприятиям туристической индустрии, регулируемых государством и/или оказываемых уполномоченными государственными органами предприятиями, учреждениями и организациями.

Совершенствования туристских формальностей можно достичь путем выполнения следующих мероприятий.

1. Упрощение визового режима въезда в Россию с туристскими целями для граждан экономически развитых стран, генерирующих основные международные турпотоки и не представляющих угрозы с точки зрения нелегальной трудовой миграции.
2. Развитие безвизового обмена и более активное участие МИД РФ в урегулировании визовых конфликтов с консульствами зарубежных государств в России, возникающих в связи с попытками необоснованного ужесточения туристских формальностей.
3. Дальнейшее упрощение процедуры регистрации путешествующих с туристскими целями иностранных и российских граждан в коллективных средствах размещения. Предоставление туроператорам по аналогии с гостиницами права оказывать содействие в регистрации туристов, проживающих в жилом фонде, при соблюдении определенных правил взаимодействия с органами ФМС и других требований на основе специально разработанного положения, утверждаемого Правительством РФ.
4. Разрешение захода иностранных круизных судов во внутренние воды Российской Федерации.
5. Создание пограничных переходов на границе и пунктов пограничного и таможенного контроля в аэропортах и портах городов и районов, привлекательных для посещения иностранными туристами.
6. Отказ от требования регистрации в Едином федеральном реестре туроператоров гостиниц и других коллективных средств размещения для получения права визовой поддержки иностранных туристов в России.
7. Осуществление мониторинга реализации конституционного права граждан на свободу передвижения и доступности для туристов объектов природного и культурного наследия, в том числе особо охраняемых территорий. Разработка пакета нормативных актов, направленных на совершенствование регулирования турпотоков на основах принципов устойчивого развития туризма.

Важная роль в динамичном развитии туризма и преодолении кризисных явлений отводится кадровому обеспечению, в связи с чем предложены следующие меры для его улучшения.

- 1) адаптация государственных образовательных стандартов к требованиям работодателей в лице предприятий туристической индустрии относительно уровня подготовки и квалификации выпускников высших и средних специальных учебных заведений, обучающихся по профильным специальностям;
- 2) расширение подготовки кадров для предприятий индустрии гостеприимства в системе среднего специального образования;
- 3) разработка и осуществление программы переподготовки и повышения квалификации кадров туристических работников, высвобождаемых в результате кризиса, на базе действующих учебных заведений и курсов, созданных самими предприятиями и организациями туристической индустрии;
- 4) государственная поддержка системы подготовки кадров для туристической индустрии в части строительства учебных гостиниц.

Анализ вышеперечисленных предложений туристического бизнеса показывает на необходимость активных действий прежде всего со стороны государства, направленных на создание условий для устойчивого развития туризма в России.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

Официальный сайт Ростуризма. URL: http://www.russiatourism.ru/section_449/ (дата обращения: 30.03.2010).

Официальный сайт Росстата. URL: http://www.gks.ru/wps/portal/OSI_P/ROZN (20.01.2010).

Официальный сайт Ростуризма. URL: <http://reestr.russiatourism.ru/>.

Савельев В. Как Россия конкурирует в туристском секторе // Туризм: практика, проблемы, перспективы. 2009. № 6 (144).

УДК 338.48

ТУРИСТСКОЕ РЕГИОНОВЕДЕНИЕ В РОССИИ

А. А. Бондарович

Рассматриваются различные подходы к определению понятий «регион», «зона». Раскрывается значение понятия «туристский регион».

В России в последние несколько лет весьма интенсивно развиваются региональные исследования, но пока в рамках смежных дисциплин. Сегодня можно говорить лишь о том, что завершен лишь первый период формирования регионоведения в качестве самостоятельной научной дисциплины, аккумулирующей знания, почерпнутые из различных научных дисциплин и пытающейся сформулировать свой собственный предмет исследования. Вышесказанное в полной мере можно отнести и к предмету «Туристское регионоведение России» как одной из ключевых учебных дисциплин для подготовки специалистов в сфере сервиса и туризма.

По мнению авторов «Политической энциклопедии», предметом регионоведения является «регион как самостоятельная пространственно-географическая, административно-территориальная, институционально-политическая, экономическая, социальная, историко-культурная, этническая и демографическая величина» [1999, Т. 2, с. 333–334].

В учебной и научной литературе под регионами понимаются как обширные территории, охватывающие целые континенты или группы стран, так и несколько соседствующих друг с другом субъектов отдельной страны, отличающихся особенностями исторического развития, географического положения, природных и трудовых ресурсов, специализации хозяйства.

Таким образом, под регионом понимается территория, обладающая общностью природных, социально-экономических, национально-культурных и иных условий. Однако при этом каждая научная дисциплина отдает приоритет тому или иному регионообразующему фактору, поэтому под «регионом» подразумеваются подчас различные объекты.

В географии «регион» — это определенный территориальный комплекс, состоящий из природных и антропогенных компонентов, находящихся в особых отношениях друг с другом и составляющих вместе особую часть (геосистему) поверхности земли. В экономике «регион» рассматривается как сложное соединение многочисленных звеньев производственных систем и социальной инфраструктуры, объединенных единой территорией, хозяйственной организацией и соответствующими управленческими структурами. В культурологической литературе понятие «регион» часто используется в качестве аналога особого «мира» с присущим только ему менталитетом, образом мышления, традициями, мировоззрением и мироощущением. В политологической литературе регион рассматривается как группа стран, которые по многим очевидным параметрам больше взаимозависимы друг от друга, чем от иных стран. В рамках доктрины европейского интегрального федерализма определение термина «регион» включает в себя наличие таких признаков, как *общая территория; определенное население; общность истории, природных условий и решаемых проблем* [Гладкий, Чистобаев, 2000].

В Указе Президента Российской Федерации «Об основных положениях региональной политики в Российской Федерации» под регионом понимается часть территории Российской Федерации, обладающая общностью природных, социально-экономических, национально-культурных и иных условий.

При этом отмечается, что регион может совпадать с границами территории субъекта Российской Федерации либо объединять территории нескольких субъектов Российской Федерации.

Все перечисленные затруднения в полной мере проявляются и в многочисленных попытках выяснить, что такое «туристский регион».

Есть несколько подходов в определении данного понятия.

Всемирная туристская организация (ВТО) определяет туристский регион как территорию, которая располагает большой сетью специальных сооружений и услуг, необходимых для организации отдыха или оздоровления. К сожалению, это определение не вносит ясности в этот вопрос, поскольку отсутствует указание на территориальный охват. Под это понятие могут подпадать территории различной размерности. С другой стороны, известно, что по версии ВТО выделяется 6 туристских регионов: Европа; Ближний Восток, Южная Азия, Юго-Восточная Азия и Тихоокеанский регион, Африка и Америка. Попутно отметим, что в отечественной географической науке все же более традиционным является выделение туристских регионов по материкам и континентам, а именно: Европа, Азия, Африка, Северная Америка, Латинская Америка, Австралия и Океания [Дмитриевский, 2000].

В этой связи предпринимались попытки ввести иерархическую составляющую в определение «туристский регион». Существует предложение для описания крупных геополитических, экономико- и физико-географических территориальных таксонов применять термин «макрорегион». Например, шесть регионов, выделяемых ВТО, или материки и континенты, рассматривать как макрорегионы, а уже внутренние различия изучаются на уровне регионов [Самойленко, 2005]. В данном случае возникает некое снижение смыслового статуса понятия «регион».

Учитывая специфику туристской отрасли, которая немыслима без существующих региональных географических, экономических, культурологических и политологических аспектов, пространство туристского региона видится вложенным в уже сложившуюся структуру. Безусловно, туризм требует специфических подходов в управлении и экономике, но он не может формироваться без существующего регионального контекста.

Таким образом, туристские регионы невозможно рассматривать в отрыве от сложившихся региональных структур, которые в России формировались под влиянием двух обстоятельств:

Во-первых, с точки зрения комплексного системного управления обществом главная роль в региональной организации в России принадлежит административно-территориальным государственным образованиям, наиболее адекватно воспроизводящим структуру общества и самой территориальной системы в целом. Эти образования имеют собственную региональную политическую систему, основные институты государственной власти и управления региональными процессами.

Во-вторых, для российского менталитета характерна пониженная реакция на географическое, экономическое и культурное пространство. В российском менталитете именно государственность рассматривается как основной фактор интеграции, задающий единое нормативно-ценностное пространство и определяющий пределы самоорганизации россиянами своей жизни в этом пространстве.

В июле 2010 г. распоряжением Правительства РФ утверждена концепция Федеральной целевой программы «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011–2016 годы)». Реализация концепции предусматривается в рамках федеральных округов РФ. В этой связи, видимо, целесообразнее выделять «туристские регионы» именно в границах федеральных округов. Безусловно, федеральные округа можно рассматривать как самостоятельные пространственно-географические, административно-территориальные, институционально-политические, экономические, социальные, историко-культурные, этнические, демографические, а стало быть, и туристские регионы. Подобное предложение может вызвать серьезные возражения, но в целом будет снимать противоречия между научным (многочисленные системы рекреационного районирования) и административным делением территории. Эта схема нашла отражение и на официальном сайте Федерального агентства по туризму Российской Федерации.

Далее следует отметить, что в отечественной географической литературе в качестве синонима для «региона» часто используется термин «район», а также «зона». Для того, чтобы выяснить соотношение этих ключевых понятий, имеет смысл рассмотреть подробно один из инструментов изучения пространства — районирование.

Под «туристским районом» некоторые исследователи понимают *территорию, обладающую признаками аттрактивности, которая обеспечена туристкой инфраструктурой и системой*

организации туризма. Туристские районы отличаются следующими признаками: 1) время возникновения; 2) предпосылки формирования; 3) уровень развития инфраструктуры; 4) туристская специализация [Дмитревский, 2000]).

Интерес вызывает также и понятие «зона». В существующих схемах районирования, разработанных советскими и российскими исследователями, «зоны» — это территории высокого таксономического порядка, которые в свою очередь подразделяются на районы. При этом «зоны» зачастую называли «регионами», что стало распространенным в более поздних схемах в 90-х гг., когда появилась мода на региональные исследования.

В отечественной рекреационной географии существуют различные схемы районирования. Впервые рекреационное районирование в СССР было осуществлено школой профессора В. С. Преображенского [1975]. Вся территория по степени развитости была разделена на 4 зоны и 20 районов. Спустя некоторое время И. В. Зорин и соавторы [1985 г.] внесли в районирование большую детализацию и разбили территорию СССР на 5 зон и 31 район. Интерес представляют варианты туристского районирования СССР Ю. С. Путрика и В. В. Свешникова [1986], которые выделяют 5 туристских зон и 34 района. Более поздние схемы учитывали сложившуюся геополитическую ситуацию в бывшем пространстве СССР.

Туристско-рекреационное районирование России и стран СНГ, проведенное А. В. Дарьинским [1994] и используемое в дальнейшем Ю. Д. Дмитриевским [2000], основывалось на выделение туристско-рекреационных зон; туристских макрорайонов; мезорайонов; микрорайонов и туристских объектов. По данной версии территория России и стран СНГ подразделялась на 4 зоны и 18 макрорайонов [Дмитриевский, 2000].

В 1996 г. в Российской международной академии туризма была разработана очередная схема рекреационного районирования, которая уже учитывала новые факторы, а именно политическую стабильность. Согласно этой схеме территория России разделена на 4 зоны [Менеджмент..., 2001]: 1) Центр России; 2) Европейский Север России; 3) Европейский Юг России; 4) Сибирь и Дальний Восток. Зона Сибири и Дальнего Востока разделена в свою очередь на подзоны: А) Азиатский Север и Б) Юг Сибири. Данная схема в сложившейся геополитической ситуации наиболее адекватно отражает пространственные закономерности в распределении рекреационного потенциала России.

В заключение отметим, что в рамках «Туристского регионоведения России» как учебной дисциплины необходимо рассматривать различные варианты туристско-рекреационного районирования, которые учитывают все многообразие подходов и точек зрения.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

- Гладкий Ю. Н., Чистобаев А. И. Регионоведение: учебник. М., 2000.
Дарьинский А. В. Туристские районы Российской Федерации и ближнего зарубежья. СПб., 1994.
Дмитревский Ю. Д. Туристские районы мира : учебное пособие. Смоленск, 2000.
Зорин И. В., Пирожник И. И., Пряхин Ю. М., Путрик Ю. С., Свешников В. В. География туризма и экскурсии в СССР: учебное пособие. М., 1985.
Менеджмент туризма: Туризм и отраслевые системы : учебник. М., 2001.
Политическая энциклопедия: в 2 т. М., 1999. Т. 2.
Преображенский В. С. и др. Методические указания по характеристике природных условий рекреационного района // Географические проблемы организации туризма и отдыха. Вып. 1. М., 1975.
Путрик Ю. С., Свешников В. В. Туризм глазами географа. М., 1986.
Самойленко А. А. География туризма: учебное пособие. М., 2005.

УДК 338.246.8

РОЛЬ МАРКЕТИНГА В ПРОЦЕССЕ УПРАВЛЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬЮ ТЕРРИТОРИЙ

А. О. Брусиловская, Б. И. Штейнгольц

С точки зрения маркетингового подхода дается определение понятия «территориальная конкуренция». Описываются факторы конкуренции, территориальный маркетинг, влияние туризма на развитие территории; «эффект мультипликатора»; имидж дестинаций, брендинг территорий, методика оценки туристско-рекреационного потенциала территорий и другие проблемы.

Все возрастающая конкуренция между странами, регионами, городами — характерная черта современного мира. Если раньше термин «конкурентоспособность» применялся в первую очередь для оценки деятельности предприятий (как способность фирмы приобрести, сохранить и увеличить долю на рынке), то сейчас используется для групп предприятий, городов, регионов и государств. Конкурируют за все: инвестиции, информационные потоки, квалифицированную рабочую силу, талантливых преподавателей, врачей, менеджеров и туристов. И неслучайно в современных условиях конкурентоспособность территории рассматривается в качестве важнейшего направления регионального развития.

Понятие «территориальная конкуренция» базируется на теории конкуренции предприятий, понимаемой как соревнование между предприятиями, которые поставляют товары на один и тот же рынок. Следовательно, конкуренцию территорий можно определить как соревнование между районами и городами, областями, регионами в их стремлении «завоевать» различные целевые группы «потребителей» местных ресурсов и условий жизнедеятельности. При этом разноплановые интересы целевых групп в сочетании с особенностями потенциалов конкретных районов обуславливают многогранность и особую сложность определения и оценки конкурентных возможностей и путей их применения. В то же время конкуренция городов и пригородных районов во всем мире возрастает, а адекватной реакцией на этот процесс со стороны местных властей могут быть только усилия, направленные на разработку методов достижения и сохранения конкурентных преимуществ на основе использования конкурентных стратегий для всех целевых групп [Теренина, 2005].

Глобализация современного мира, которая находит проявление во многих сферах жизнедеятельности общества, задает новые парадигмы социально-экономического развития. Это проявляется и в формировании современных моделей конкурентоспособности, в рамках которых конкурентоспособность предстает как общественная идеология, направленная на выработку конкурентных преимуществ на всех уровнях хозяйствования: макро-, мезо- и микроуровнях.

В таких условиях особая роль отводится региональной конкурентоспособности. В значительной мере это обусловлено преобразованием регионов (или других локальных образований) в самостоятельных игроков мирового рынка, способных не только укреплять собственный конкурентный статус, но и содействовать повышению уровня конкурентоспособности страны на внешних рынках.

В настоящее время зарубежные и российские исследователи описывают несколько методов оценки конкурентоспособности различных объектов на основе: теории сравнительных преимуществ; теории равновесия и факторов производства; эффективной конкуренции; конкурентоспособности товара; матричные методы; метод экспертного сравнительного SWOT-анализа; рейтинго-экспертные методы. Данные методы применимы не только при анализе конкурентоспособности предприятий. Они также могут быть использованы для оценки конкурентоспособности регионов и стран в целом.

Говоря о конкурентоспособности региона, нельзя не отметить вклад В. А. Андреева в степень изученности данной проблематики. В ряде трудов под конкурентоспособностью региона он предлагает понимать его роль и место в экономическом пространстве страны, способность обеспечения высокого уровня жизни населения и возможности реализации имеющегося в регионе потенциала: производственного, туристского, трудового, инновационного, ресурсно-сырьевого и др. [Андреев, 2000].

Способность конкурировать зависит от многих факторов и прежде всего от ресурсов территории, ее инфраструктуры, от сильных и слабых сторон экономических агентов, от качества жизни, благоприятных законодательных условий и многих других условий, которые ассоциируются с ценностью территории для проживания населения и размещения бизнеса.

Необходимо подчеркнуть, что формирование конкурентной позиции региона возможно только лишь при комплексном учете существующих или отсутствующих конкурентных преимуществ. При этом речь должна идти не только о наличии тех или иных видов ресурсов и не только об эффективности их использования, а прежде всего о способности региона наращивать и активизировать его внутренний потенциал, что достигается в результате взаимодействия тех или иных хозяйствующих субъектов.

Понятие «конкурентоспособность территории» необходимо рассматривать с точки зрения маркетингового подхода. В центре внимания находятся регион, муниципальное образование, в целом территория, предоставляющие ресурсы группам потребителей (внешним и внутренним по отношению к территории). Именно их благополучное потребление территориальных ресурсов, продуктов, услуг и возможностей позволяет территории, в конечном счете, построить, увеличить и собственное благополучие. Видимо, нет нужды доказывать, что такой подход, представляющий регион, территорию как производителя, ориентированного на потребителей, на развитие их спроса в отношении реальных ресурсов и потенциала территории является гораздо более маркетинговым, чем подход, фактически концентрирующий внимание региона исключительно на самом себе. В силу этого применение маркетинговых инструментов оправданно не только в отношении товаров, рынков и организации, но также и в отношении районов, городов и стран в целом.

Территориальный маркетинг — это маркетинг в интересах территории, ее внутренних субъектов, а также внешних субъектов, во внимании которых заинтересована территория [Панкрухин, 2002]. В связи с этим можно выделить:

- маркетинг территорий, объектом внимания которого выступает территория в целом (осуществляется как внутри, так и за ее пределами);
- маркетинг на (внутри) территориях, объектом внимания которого являются отношения по поводу конкретных товаров, услуг и др. (осуществляемый в пределах территории).

Территория, так же, как товар и услуга, имеет конкурентов и потребителей. Целевые группы (рынки), «потребители территорий» могут быть классифицированы по ряду признаков, критериев. Наиболее крупные из них составляют пары «резиденты — нерезиденты» (критерий территориальной принадлежности, постоянного проживания, расположения) и «физические лица — юридические лица» (критерий юридического статуса). Вместе с тем надо иметь в виду: потребители в маркетинге территорий могут при определенных условиях становиться субъектами, заинтересованными в дальнейшем продвижении или, наоборот, непродвижении территорий.

Резиденты — физические лица — основной кадровый потенциал любой территории. Одновременно они основной объект внимания и воздействия в политическом маркетинге, поскольку представляют собой электорат. По срокам проживания на территории могут быть выделены люди, родившиеся и постоянно живущие на ней, родившиеся на других территориях, но длительное время живущие здесь, и так называемые новые резиденты.

Нерезиденты — физические лица могут быть классифицированы по срокам пребывания в пределах данной территории, его целям, роду занятий и т. п. Наиболее многочисленная, разношерстная, переменчивая группа — туристы. Именно за эту группу борются города, именно они не только приносят доход предприятиям города, но и являются носителями информации о городе.

Переоценить значимость наличия развитого туризма для конкретной территории довольно сложно. Туризм оказывает существенное влияние на экономику и развитие региона, способствуя притоку валюты в страну, созданию новых рабочих мест, улучшению инфраструктуры и т. д.

В настоящее время старое понятие «отрасль» постепенно размывается. Для рыночной экономики характерно не столько развитие обособленных отраслей, сколько функционирование диверсифицированных межотраслевых комплексов. Так как в туризме производятся и предметы потребления (пища), и услуги (размещение в гостинице), то можно сделать вывод, что туризм — это диверсифицированный межотраслевой комплекс социально-бытовой инфраструктуры, который имеет производственные и непроизводственные функции и представляет собой туристскую индустрию.

Прямое влияние туризма на экономику страны или региона — это результат расходов туриста на покупку услуг и товаров туризма. Прямое влияние понимается как результат вклада денег туристами в туристские предприятия, материальное обеспечение работников туризма и создание новых рабочих мест.

Кроме прямого влияния туристских расходов на развитие региона, существует также косвенное влияние, или «эффект мультипликатора», который вступает в силу по мере циркуляции туристских расходов в регионе.

Действие мультипликатора дохода от туризма можно продемонстрировать на следующем примере. Группа иностранных туристов, путешествуя по Алтаю, тратит на покупку товаров и услуг определенную сумму. Доход турпредприятий — это их выручка от продажи туристам услуг и товаров. Доход региона — это налоги, полученные с этой выручки и оставляемые в распоряжении региона.

Деньги туристов начинают полностью работать на экономику региона, когда туристская фирма покупает местные (региональные) товары и услуги. Продавцы этих товаров и услуг, получив деньги от туристов, выплачивают из них заработную плату своим работникам, которые, в свою очередь, тратят их на покупку товаров, оплату услуг и т. д. Сочетание прямого и косвенного влияния схемы расходов туристов определяет влияние на местную экономику в целом.

Но в силу исторически сложившихся обстоятельств, в силу особенностей пейзажа и рельефа далеко не каждый регион может представлять интерес для туристов. Безусловно, в нашей стране есть ряд туристических направлений, на которых наблюдается нескончаемый поток людей. Это всем известные туристические дестинации — исторические памятники Золотого кольца, Москва и Санкт-Петербург, гейзеры Камчатки, отдых на Байкале, горы Алтая, морской отдых в Краснодарском крае и т. д. Этим регионам есть что предложить туристам, их популярность не снижается десятилетиями. Но как быть регионам, которые не могут похвастаться богатым историческим наследием или захватывающими дух пейзажами? Ведь в нашей стране есть ряд промышленных, депрессивных регионов, имидж которых далек от положительного.

Имидж туристической дестинации, по определению исследователя А. П. Панкрухина, — это совокупность эмоциональных и рациональных представлений, вытекающих из сопоставления всех признаков дестинации, собственного опыта и слухов, влияющих на создание определенного образа [Панкрухин, 2002]. Все перечисленные факторы позволяют при упоминании названия сразу же строить целую цепь ассоциаций по отношению к дестинации. А. П. Панкрухин полагает, что имидж туристической дестинации представляет собой коллективное мнение потребителей об отличительных и исключительных характеристиках туристической дестинации, формирующих ее привлекательность или непривлекательность для потенциальных потребителей [Панкрухин, 2002].

Исследователи различают органический и искусственно сформированный имидж дестинации. Органический имидж — это представления потребителя о дестинации, сформированные под воздействием различных естественных факторов. Органический имидж зависит от внутренних ассоциаций туриста, от его представлений о дестинации, которые создаются в процессе приобретения жизненного опыта, накопления различной информации, прямо или косвенно относящейся к дестинации. Органический имидж дестинации также зависит от степени ее известности и ресурсов на том или ином рынке. Большинство популярных туристических направлений принадлежат именно в этой группе. Но есть и обратная сторона медали — искусственно сформированный имидж территории.

Формирование искусственного имиджа дестинации является задачей предприятий туризма и туристических администраций, что достигается посредством реализации на целевых рынках соответствующей коммуникационной политики. На имидж туристической дестинации существенно влияют четыре основных внешних фактора:

- общий имидж или репутация территории (страны, региона, города), географически образующей дестинацию;
- внешние воздействия: стихийные бедствия, терроризм, социально-экономические потрясения и пр.;
- коммуникационная стратегия дестинации на целевых рынках;
- мотивации и предпочтения потенциальных туристов целевых рынков [Горохов, 2006].

Имидж туристической дестинации неразрывно связан с общим имиджем территории, включающим социально-экономический, деловой, политический, правовой, инвестиционный и другие аспекты. В нашей стране есть примеры успешной реализации проектов этого типа. Речь в первую очередь идет о Ве-

ликом Устюге — родине деда Мороза. Воплощение сказки в живописном месте ежегодно приносит свои дивиденды в качестве доходов от туризма. Еще примерами искусственно создаваемого имиджа территории могут служить города Пермь, постепенно становящийся одним из центров современной культуры и искусства, и Мышкин, представляющий собой тематический город-музей.

Формирование положительного имиджа территории с целью привлечения туристских потоков и, как следствие, повышения конкурентоспособности территории — одна из приоритетных задач маркетинга территорий. Все мероприятия, направленные на формирование и изменение имиджа территории, относятся к маркетингу имиджа территории.

Основная цель маркетинга имиджа территории заключается в создании положительного образа территории, обеспечении его общественного признания. Ведущий инструмент маркетинга имиджа территории — коммуникационные мероприятия, демонстрирующие открытость территории для внешних контактов и позволяющие внешним субъектам лучше узнать ее, удостовериться в существовании имеющихся у нее преимуществ.

Процесс брендинга территорий и туристических дестинаций в сравнении с процессом брендинга товаров и услуг решает сходную основную задачу: поиск и оптимальное отображение посредством различных коммуникационных технологий исключительности территории или туристической дестинации (товара, услуги). Построение бренда туристической дестинации представляет собой сложный и многоуровневый творческий процесс, который должен базироваться на маркетинговом подходе: понимании места туристической дестинации на мировом туристическом рынке и выявлении основных мотиваций и предпочтений потенциальных потребителей.

Исходя из всего вышеизложенного, можно сделать вывод о том, что маркетинговая туристическая политика на национальном и региональном уровнях как вид некоммерческого маркетинга прежде всего направлена на формирование и позитивное развитие имиджа туристической дестинации.

Для эффективного претворения в жизнь маркетинговой политики относительно конкретной территории необходимо иметь четкое представление обо всех особенностях позиционирования и элементах комплекса маркетинга данной территории. Прежде чем продвигать территорию на целевые рынки, необходимо провести взвешенную и объективную оценку ее стратегических преимуществ.

Диагностика туристического потенциала территории является стартовым этапом разработки стратегии развития туризма в регионе и закладывает основу для разработки необходимых мероприятий и плана действий. Именно поэтому она требует глубокой аналитической проработки и проведения целого ряда исследований.

Известно несколько методик проведения таких исследований. Обобщая их, можно выделить несколько «обязательных» этапов:

1. Исследование нормативно-правовой базы туристско-рекреационной деятельности на территории, которое включает распределение компетенций («предметов ведения»).
2. Анализ текущего уровня развития туризма в регионе.

Данный анализ целесообразно проводить по следующим направлениям: объем и динамика туристских прибытий; структура туристских потоков; уровень развития туристской инфраструктуры и т. д.

3. Разработка системы показателей оценки туристско-рекреационного потенциала территории, включающая:
 - географическое положение, климатические условия и т. д.;
 - демографическую характеристику, уровень урбанизации и т. д.;
 - объемы историко-культурного наследия, их состояние;
 - наличие рекреационных зон;
 - культурные и образовательные учреждения;
 - воздействие туризма на окружающую среду и т. д.
4. Туристско-рекреационное зонирование территории.

При этом туризм, естественно, рассматривается как составляющая рекреационного процесса. Зонирование целесообразно проводить по видам отдыха; характеристике туристских возможностей региона; последовательности введения рекреационных зон в хозяйственный оборот; технико-экономическим характеристикам туристских маршрутов, стоимостным оценкам рекреационного потенциала территории и т. д.

5. Анализ факторов, сдерживающих реализацию туристского потенциала территории.

Данный этап исследования включает:

- определение качественных требований к создаваемой туристской инфраструктуре;
- анализ инвестиционной привлекательности территории;
- анализ эффективности маркетинговой политики;
- анализ системы управления территорией;
- описание наиболее критичных проблем.

6. Разработка концепции региональной политики развития туризма.

На наш взгляд, концепция должна включать экономические цели, социальные цели, программы формирования имиджа территории, ее продвижения и т. д.

Итог исследования — стратегические программы развития туризма в регионе.

Говоря о схожести инструментов продвижения товаров/услуг и территории, необходимо отметить один нюанс. Формирование положительного имиджа территории — процесс более длительный и затратный, нежели рекламная кампания конкретного товара или услуги. В него вовлечено гораздо большее количество людей, как заинтересованных, так и незаинтересованных в повышении популярности территории их проживания. Конфликт интересов местных жителей и застройщиков мы можем наблюдать в выпусках новостей, освещающих проблемы постройки олимпийских объектов в Сочи. Этот пример демонстрирует сложность реализации мероприятий в рамках маркетинга территорий. Меры ответственности в этом процессе гораздо выше.

Способность конкурировать зависит от многих факторов и прежде всего от ресурсов территории, ее инфраструктуры, от сильных и слабых сторон экономических агентов, от качества жизни, благоприятных законодательных условий и многих других условий, которые ассоциируются с ценностью территории для проживания населения и размещения бизнеса. Признанным фактом является также и то, что маркетинг считается инструментом повышения конкурентоспособности территорий и мультипликатором развития отраслей и пополнения бюджета. Хочется надеяться, что применение маркетингового подхода региональными и муниципальными органами власти позволит появиться на карте нашей страны еще большему количеству мест, которые будут интересны туристам, инвесторам и комфортны для проживания.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

Андреев С. Н. Маркетинг в некоммерческой сфере: теоретический аспект // Маркетинг в России и за рубежом. 2000. № 4.

Андреев С. Н. Роль маркетинга в повышении результативности деятельности некоммерческих субъектов // Маркетинг в России и за рубежом. 2000. № 2.

Горохов А. Ф. Экономика и управление в сфере услуг // Проблемы современной экономики. 2006. № 3 (19).

Панкрухин А. П. Маркетинг территории. М., 2002.

Теренина Н. Л. Конкурентоспособность территориальных образований // Экономика и бизнес: позиция молодых ученых : материалы международной конференции. Барнаул, 2005.

УДК 378

ПОДГОТОВКА СПЕЦИАЛИСТОВ ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА С УЧЕТОМ ПЕРСПЕКТИВ РЕГИОНАЛЬНОГО РАЗВИТИЯ И ПОТРЕБНОСТЕЙ РЫНКА ТРУДА (на примере Среднего Урала)

Д. В. Бугров

Рассмотрены основные тенденции в обучении специалистов сферы индустрии гостеприимства, проведен анализ развития туристской инфраструктуры Среднего Урала, дан прогноз развития региональной сферы гостеприимства.

Поступательное развитие экономики и потребительского рынка России в первом десятилетии XXI в. превратило Екатеринбург в один из крупнейших в стране центров делового туризма (business travel). Бурный рост индустрии встреч (MICE) привел к впечатляющим переменам в инфраструктуре сферы гостеприимства — как количественным, так и качественным. Эти инфраструктурные сдвиги со временем сами стали играть роль драйвера деловой активности на Среднем Урале. Экономический спад конца десятилетия, вызванный глобальными финансовыми потрясениями, не привел к обвалу гостиничной отрасли — не в последнюю очередь и потому, что уровень, достигнутый отельным сектором Екатеринбурга, позволил сохранить привлекательность города как делового центра. Ряд крупных событий, состоявшихся в Екатеринбурге в 2009–2010 гг., поддержал показатели MICE-индустрии на докризисном уровне или даже обеспечил их превышение. Это подтверждают прошедшие в столице Урала деловые встречи министра иностранных дел России с коллегами из Германии, Бразилии, Индии и Китая (май 2009 г.), саммит стран ШОС и группы БРИК (июнь 2009 г.), российско-германский саммит, международная выставка и форум промышленности и инноваций «ИННОПРОМ», а также заседание форума «Петербургский диалог» (июль 2010 г.). Продолжается запуск крупных гостиниц — в январе 2010 г. состоялся ввод 4-звездного сетевого отеля «Novotel» группы «Accor».

Согласно статистическим данным Ростуризма за 2009 г., Свердловская область по числу гостиниц и аналогичных средств размещения, а также по объему предоставляемых ими услуг занимает 4-е место, а по таким показателям, как количество ночевки и численность размещенных в коллективных средствах размещения, — 5-е место в стране. Современный международный аэропорт «Кольцово» в Екатеринбурге обладает развитой инфраструктурой и по пассажиропотоку находится на 3-й позиции среди аэропортов России.

Ресторанный сектор столицы Урала, по мнению московских и зарубежных экспертов, уже к началу XXI столетия отличался многообразием сегментов и соответствовал самым взыскательным запросам. На еще более высокий уровень индустрию питания вывела программа «Высокое качество услуг — новый уровень обслуживания (Новое качество индустрии сервиса)», реализованная в ходе выполнения принятого в 2003 г. Стратегического плана Екатеринбурга и состоявшая из стратегических проектов «Кухня на любой вкус», «Новое качество сервиса» и «Гостиницы Екатеринбурга».

Активное стремление к созданию в городе развитой инфраструктуры (включающей международные выставочный и конгрессный центры, многочисленные бизнес-центры), к достижению мирового уровня качества услуг общественного питания, бытового обслуживания, гостиничных и туристских услуг согласно Стратегическому плану должно стимулировать и обеспечивать повышение деловой активности и инвестиционной привлекательности Екатеринбурга. Показательно, что в 2010 г. по количеству торговых площадей на одного жителя Екатеринбург занимает 1-е место среди российских городов, и при этом процесс открытия крупных современных торгово-развлекательных центров продолжается безостановочно.

Развитие индустрии делового туризма в Екатеринбурге, ее выход на уровень международных стандартов актуализирует проблемы, связанные с подготовкой и повышением квалификации кадров, предъ-

являет повышенные требования к качеству профильного образования, настоятельно диктует необходимость его ориентации на практическую деятельность.

С 2010 г. эта необходимость усиливается благодаря тому, что в ходе наращивания опыта регионального антикризисного управления в конце 2009 г. заметно актуализировалось внимание властных структур Свердловской области к экономическому и социальному развитию туристской отрасли.

В целях повышения конкурентоспособности туристского рынка, обеспечения поступательного развития индустрии туризма и гостеприимства, продвижения турпродукта региона на внутреннем и внешнем рынках Министерством культуры и туризма Свердловской области в 2010 г. разработана областная целевая программа развития туризма на 2011–2016 гг.

В аналитической части программы отмечено, что наиболее высокие показатели развития внутреннего и въездного туризма Свердловская область продемонстрировала в 2008 г. — 1,67 млн туристских прибытий (107% к уровню 2005 г.), 5,9 млн туристских ночевок в коллективных средствах размещения, включая гостиницы, санаторно-курортные учреждения, базы отдыха (143% в сравнении с 2005 г.). В 2008 г. объем услуг в сфере туризма составил 11,5 млрд руб. и достиг 8,6% от общего объема платных услуг в регионе. Но в 2009–2010 гг. на фоне кризисных явлений в мировой, национальной и региональной экономике произошло падение рынка делового туризма (до 30%) и рынка санаторно-курортных и рекреационных услуг (до 40%). В 2009 г. объем туристских прибытий в Свердловской области составил 1,14 млн чел., снизившись относительно 2008 г. на 31,4%.

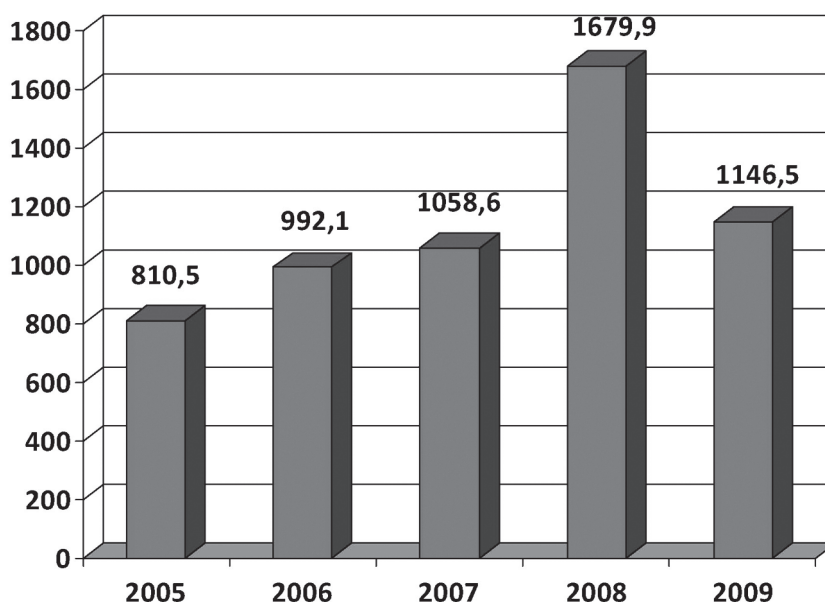


Рис. 1. Объем туристского потока в Свердловской области в 2005–2009 гг., тыс. чел.

В 2005–2009 гг. число коллективных средств размещения общего назначения в Свердловской области возросло со 171 до 287, из них 247 (86%) были представлены гостиницами, 17 (6%) — меблированными комнатами, 21 (7,3%) — общежитиями для приезжих, 2 (0,7%) — иными видами. Индивидуальным предпринимателям принадлежало 58 объектов гостиничной инфраструктуры (20,2%), субъектам малого предпринимательства — 135 (47,0%), крупным и средним предприятиям — 94 (32,8%). В 2010 г. тенденция роста количества предприятий индустрии гостеприимства сохранилась.

Гостиничный сектор области в 2009 г. располагал 14,3 тыс. номеров (на 26,9 тыс. мест). За 2009 г. число клиентов гостиниц и аналогичных средств размещения составило 713,8 тыс. чел. Средняя продолжительность пребывания одного человека — 2,6 дня (как в 2004 г.). Количество иностранных граждан, размещенных в гостиницах и аналогичных средствах размещения, в среднем по области в этот период составило 22,2 тыс. чел. Коэффициент загрузки номерного фонда в среднем по области оставался на уровне 40%. Доход от предоставляемых услуг в гостиницах и аналогичных средствах размещения составил 2,4 млрд руб., или 1288,3 руб. в расчете на одну ночевку.

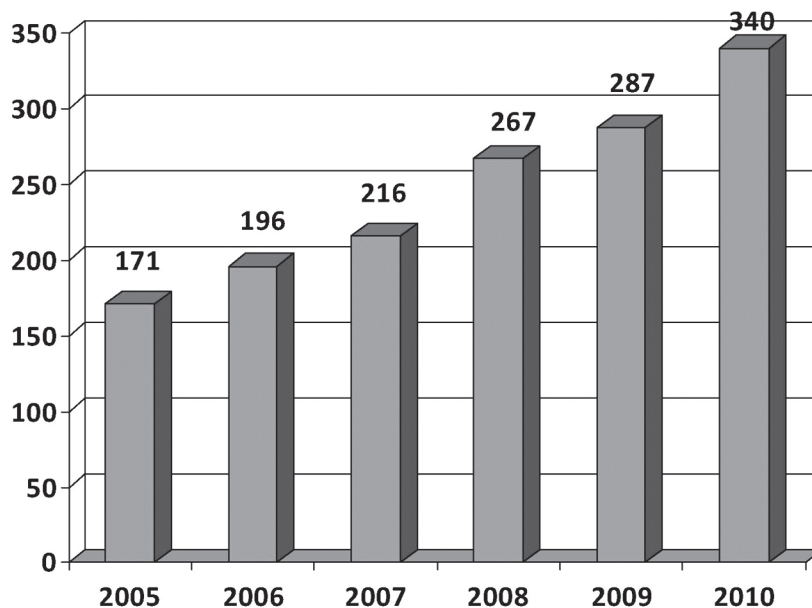


Рис. 2. Количество объектов сферы гостеприимства в Свердловской области в 2005–2010 гг.

На 1 августа 2010 г. 34 средства размещения Свердловской области (11,8% от общего числа) имели сертификат на присвоение категории — «звездности». Показательно, что в Екатеринбурге таких предприятий насчитывается 31, тогда как на территориях других муниципальных образований их всего 3. Среди сертифицированных предприятий 2 представляют категорию 5*, 7 — категорию 4*, 22 — категорию 3*, 4 — категорию 2*.

Характерно, что, несмотря на относительно высокий туристский потенциал области, туристские ресурсы используются рецептивными туроператорами недостаточно эффективно. Услуги по организации въездного и внутреннего туризма оказывают лишь 25 фирм (в их числе заявлено 17 туроператоров), в то время как на выездном туризме специализируются более 900.

Профильным министерством активно формируется банк инвестиционных проектов, инициаторами которых выступают органы местного самоуправления муниципальных образований и частные инвесторы.

В результате выполнения мероприятий областной программы в полном объеме к 2016 г. предполагается достижение роста следующих целевых индикаторов:

- 1) объема туристского потока — в 3,79 раза (до 4,37 млн чел. в год);
- 2) численности граждан России, размещенных в коллективных средствах размещения — в 3,68 раза (до 2,42 млн чел. в год);
- 3) численности иностранных граждан, въезжающих в регион с туристскими целями и размещенных в коллективных средствах размещения, — в 5,91 раза (до 131,2 тыс. чел. в год);
- 4) объема инвестиций в основной капитал объектов туристской индустрии (гостиниц и аналогичных средств размещения, туристско-рекреационных комплексов, горнолыжных и оздоровительных центров) — до 17,32 млрд руб.;
- 5) количества вновь созданных в туристской индустрии рабочих мест — на 35% (до 54,0 тыс. чел.);
- 6) новых предприятий гостиничной индустрии — на 69 единиц;
- 7) номерного фонда гостиниц и аналогичных средств размещения — в 1,2 раза (до 32,2 тыс. мест);
- 8) объема платных туристских услуг — в 10,79 раза (до 30,6 млрд руб. в год);
- 9) объема платных услуг гостиниц и аналогичных средств размещения — в 10,21 раза (до 24,5 млрд руб. в год);
- 10) количества вновь созданных экскурсионных маршрутов и туристических программ — в 3,0 раза (до 90 единиц).

Таким образом, в ближайшие годы ожидается как количественный, так и качественный рост туристской индустрии Среднего Урала. Этот процесс требует гарантированного присутствия на региональном рын-

ке труда квалифицированных молодых специалистов, мотивированных к активной профессиональной деятельности и заинтересованных либо в поступательном карьерном продвижении, либо в создании и развитии собственного бизнеса.

Кадровое обеспечение сферы туризма и гостеприимства в течение 10 лет находится в поле повышенного внимания специалистов Центра информационного обеспечения сервиса при кафедре социально-культурного сервиса и туризма Уральского государственного университета (УрГУ). Этот факт подтверждает содержание всех маркетинговых и информационно-аналитических исследований, проведенных силами кафедры по заказу комитета по внешним связям и комитета по организации бытового обслуживания населения администрации Екатеринбурга, а также Министерства по физической культуре, спорту и туризму Свердловской области — Программы развития туризма в Екатеринбурге на 2001–2003 гг.; Программы въездного и внутреннего туризма в Екатеринбурге на 2004–2006 гг.; проекта «Гостиничный сервис в Екатеринбурге: состояние и тенденции развития» (2004 г.); Стратегического проекта «Гостиницы Екатеринбурга» (2005 г.); Стратегического проекта «Екатеринбург — туристический центр, где встречаются Европа и Азия» (2005 г.); Концепции развития внутреннего и въездного туризма в Свердловской области (2007 г.).

В марте 2009 г. кафедра социально-культурного сервиса и туризма УрГУ (далее — кафедра) выиграла грант Европейского Союза по программе TEMPUS на реализацию проекта учебного центра индустрии гостиничных услуг «Ecole hoteliere superieure» (ESHA ETF JP 002762009). Проект ESHA имеет целью создание 4-х отельных школ в странах СНГ (в России — 2, в Казахстане и Молдавии). В консорциуме участников проекта — образовательные учреждения, гостиничный холдинг USTA-group (Екатеринбург) и GIP FIPAG — Groupement d'Interet Public Formation et Insertion Professionnelles de l'Academie de Grenoble. При участии европейских экспертов преподаватели УрГУ разрабатывают модульные программы непрерывного образования, а USTA-group предоставляет университету для реализации этих программ действующую гостиницу в центре города и специалистов-практиков для отработки студентами и слушателями профессиональных компетенций.

Проект создания образовательной структуры по обучению профессиям гостиничного и ресторанного сектора под названием «Высшая школа отельного сервиса (ВШОС\ESHA)» объединяет средства и образовательные возможности различных учебных заведений (университеты, колледжи, лицеи), предприятий-партнеров, ассоциаций отельеров и рестораторов, региональных органов власти (профильных министерств субъекта Федерации). В Высшей школе студенты получают профессиональный опыт по 8 приоритетным специальностям гостиничного и ресторанного сектора. План мероприятий по проекту рассчитан на 3 года и реализуется в 4 этапа: разработка и внедрение общей методологической матрицы проекта, анализ потребностей предприятий гостиничного и ресторанного сектора в области развития человеческих ресурсов; подготовка преподавателей, создание 8 образовательных программ; открытие и начало работы в качестве экспериментальной площадки Высшей школы отельного сервиса; передача методического руководства по реализации проекта в университеты-партнеры.

На 1-м этапе проекта было проведено исследование, направленное на выявление потребностей предприятий индустрии гостеприимства в обучении персонала, а также определение новых профессий и соответствующих компетенций. Его результаты становятся основой для обновления существующей системы обучения и повышения квалификации в училищах, колледжах и высших учебных заведениях Свердловской области, что позволит предприятиям гостиничной и ресторанной сферы оптимизировать затраты на переподготовку персонала.

Целью исследования явился анализ состояния кадровых потребностей гостиничного и ресторанного секторов Екатеринбурга

В ходе проведенной во 2-й половине 2009 г. работы эксперты УрГУ поставили перед 120 профессионалами отрасли 4 ключевых вопроса:

1. Какие специальности являются приоритетными и требуют обновления содержания и принципов построения образовательных программ?
2. Какие образовательные потребности и потребности в компетенциях существуют у тех, кто работает по этим специальностям, т. е. почему именно эти специальности рассматриваются как приоритетные?
3. Какая подготовка ведется сегодня по этим специальностям в вузах, колледжах, лицеях?
4. Какова точка зрения квалифицированных специалистов-практиков в этой области относительно

но подготовки по приоритетным специальностям? Есть ли предложения по улучшению этой подготовки? Какие новые образовательные программы нужно создать?

Эксперты использовали несколько методов для сбора информации: интервью квалифицированных специалистов органов региональной власти и муниципального управления; интервью группы профессионалов отельного и ресторанного бизнеса; анкетирование руководителей гостиничных структур и менеджеров среднего звена; анализ сведений, представленных в специально проведенном исследовании «Динамика развития туристского сектора Екатеринбурга». Внимание исследователей было принципиально сконцентрировано на Екатеринбурге, поскольку столица Урала с 2003 г. демонстрирует впечатляющий рост количественных параметров индустрии гостеприимства.

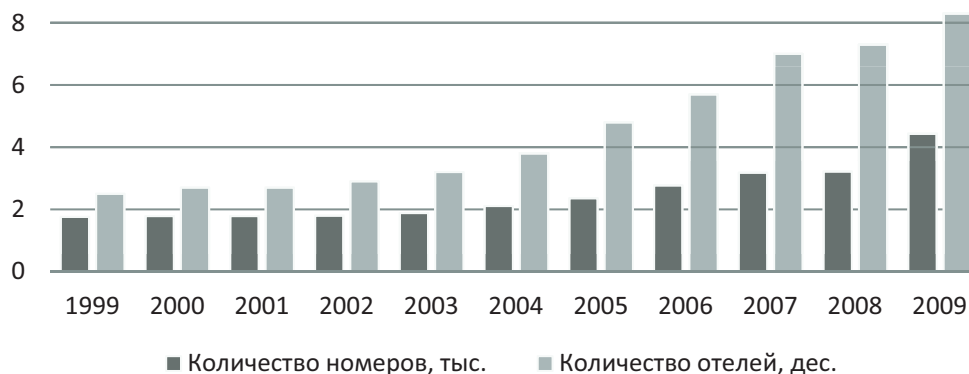


Рис. 3. Динамика развития туристского сектора Екатеринбурга (1999–2008 гг.)

По результатам интервью и анкетирования представителей отельного бизнеса были названы следующие 10 ключевых функций, которые являются приоритетными в плане обновления образовательных программ.

Управленческие функции:

1. Руководитель отдела продаж — 93%.
2. Директор по персоналу — 80%.
3. Менеджер службы приема и размещения — 78%.
4. Управляющий отеля — 78%.
5. Руководитель службы уборки — 59%.

Линейные функции:

1. Менеджер по обучению и развитию персонала — 71%.
2. Администратор/рецепционист — 68%.
3. Специалист по продажам номерного фонда — 66%.
4. Горничная — 46%.
5. Специалист по маркетингу — 39%.

Профессионалы ресторанного бизнеса также обозначили 10 основных функций, приоритетных в плане совершенствования образовательных программ.

Управленческие функции:

1. Менеджер ресторана — 92%.
2. Шеф-повар — 83%.
3. Директор ресторана — 83%.
4. Арт-директор, PR-менеджер — 61%.
5. Управляющий производством, бренд шеф-повар — 22%.

Линейные функции:

1. Официант — 75%.
2. Бармен — 75%.
3. Старший повар/су-шеф/бригадир — 44%.
4. Повар — 39%.
5. Кондитер, пекарь — 39%.

В результате работы по выявлению потребностей профессиональной среды в индустрии гостиничного и ресторанного сервиса были выделены следующие 8 ключевых профессий:

1. Управляющий отеля.
2. Руководитель службы приема и размещения.
3. Руководитель отдела продаж и маркетинга.
4. Управляющий ресторана.
5. Официант.
6. Повар.
7. Администратор службы приема.
8. Специалист отдела продаж.

Помимо этого, представители отрасли обозначили базовые компетенции и навыки, формирование и развитие которых должны обеспечить соответствующие образовательные программы.

Таким образом, Высшая школа отельного сервиса в Екатеринбурге ориентирована на качественную подготовку специалистов, осуществляющих создание отельного или ресторанного продукта, его продвижение и сервисное сопровождение. Этот подход позволяет охватить все внутренние и внешние процессы функционирования предприятия и учитывает как интересы профессионалов тесно взаимосвязанных секторов экономики, так и актуальную экономическую ситуацию, а также международный опыт в сфере образования и практики подготовки специалистов гостиничного и ресторанного бизнеса.

Высшая школа отельного сервиса — не первый проект, реализуемый Уральским государственным университетом совместно с крупным игроком рынка услуг и направленный не только на обучение студентов, но и на повышение квалификации действующих кадров индустрии туризма, гостеприимства и пассажирских авиаперевозок. Центр информационного обеспечения сервиса УрГУ ведет ряд международных программ с февраля 2002 г., когда университет и компания «AMADEUS — информационные технологии», являющаяся дистрибьютором продукции AMADEUS Group, заключили договор о сотрудничестве и приступили к повышению квалификации работников туристских фирм, гостиниц и авиакомпаний. AMADEUS Global Distribution System — всемирно известная система компьютерного бронирования авиационных и железнодорожных билетов, гостиничных номеров, аренды автомобилей и формирования турпакетов по всему земному шару — была создана в 1987 г. совместными усилиями авиакомпаний Air France, Iberia, Lufthansa и SAS. В настоящее время более 50% акций принадлежит частным инвесторам (подробную информацию см.: AMADEUS.ru). Учебные занятия в компьютерных классах Центра информационного обеспечения сервиса ведут сертифицированные тренеры AMADEUS, технические специалисты УрГУ обеспечивают надежный доступ к хосту AMADEUS в Эрдинге (Германия). Курсы Jump-in (46 часов), Hotels and Cars (16 часов), Central Ticketing and Electronic Ticketing (16 часов) предусматривают обеспечение слушателей учебно-информационной литературой AMADEUS, зачет в тестовой форме, получение сдавшими зачет международного сертификата GDS AMADEUS. В 2003–2009 гг. авторизованный тренинг-центр GDS AMADEUS в УрГУ признается лучшим в СНГ за пределами Москвы. За 9 лет повышение квалификации в нем прошли около 700 специалистов сферы туризма, гостеприимства и авиаперевозок Урала и Сибири.

Помимо этого, с ноября 2004 г. Центр информационного обеспечения сервиса УрГУ организует повышение квалификации работников туристической индустрии по программе «International Tourism», разработанной Международной ассоциацией воздушного транспорта (International Air Transport Association — IATA) и Объединенной Федерацией Ассоциаций туристских агентов (United Federation of Travel Agent's Associations — UFTAA). На базе кафедры открыт авторизованный учебный центр IATA/UFTAA (authorization ID: RU-URU-2-06-001), занятия в котором ведут лицензированные тренеры IATA. Слушатели обеспечиваются учебно-информационной литературой, высылаемой из Департамента обучения IATA в Монреале, а также (впервые в России) русскоязычной версией обучающих комплектов. Одним из стержневых учебных курсов (всего их 11) является курс «Hotels», который читается 6-м, т. е. занимает центральное место в образовательной программе IATA. По окончании обучения в объеме 240 часов представитель IATA проводит 6-часовой экзамен в виде теста на английском языке. Успешно сдавшие экзамен получают международный диплом IATA/UFTAA. Выпуск 1-й группы слушателей по программе IATA/UFTAA состоялся 14 марта 2006 г. (16 человек, в том числе 8 студентов и 8 работников сферы туризма и гостеприимства). По желанию выпускники программы на основании соглашения между IATA/UFTAA и Кембриджским университетом (Англия) могли получить также международный диплом Cambridge Stan-

dard Diploma in Travel and Tourism. Этой возможностью воспользовались 5 слушателей 1-го выпуска. В 2005–2010 гг. повышение квалификации по программе IATA/UFTAA прошли 129 чел.

С февраля 2005 г. Центр информационного обеспечения сервиса УрГУ расширил ассортимент услуг в области освоения программных продуктов глобальных компьютерных систем резервирования и совместно с ОАО «Аэропорт „Кольцово“» организовал переподготовку специалистов в сфере пользования глобальной компьютерной системой бронирования SABRE. Поскольку с 1 апреля 2005 г. этот программный продукт стала использовать авиакомпания «Аэрофлот», на базе УрГУ организуются курсы повышения квалификации работников авиаотрасли и туристской сферы по программе освоения возможностей продукта SABRE с выдачей соответствующих международных сертификатов. С 2005 г. повышение квалификации по программе SABRE прошли около 150 специалистов сферы туризма и авиаперевозок.

С октября 2005 г. Центр информационного обеспечения сервиса организует повышение квалификации работников сферы туризма, гостеприимства и авиаперевозок на курсах по программам дополнительного образования «Информационно-поисковые системы в службе приема и размещения гостей г. Екатеринбурга», «Современные технологии в управлении сферой туризма», «Современные персональные технологии как инструмент оптимизации работы с внешними (клиентскими) целевыми аудиториями», «Принципы взаимодействия туристских фирм и авиакомпаний» с выдачей свидетельств о повышении квалификации. Первым корпоративным клиентом, сотрудники которого прошли обучение по этим программам в конце 2006 г., стала Информационно-туристская служба Екатеринбурга.

При Центре информационного обеспечения сервиса действуют 2 современных, постоянно модернизируемых компьютерных класса на 38 рабочих мест (15 и 23 соответственно). Программное обеспечение компьютерных классов включает такие известные программные продукты, как AMADEUS, SABRE, СИРЕНА, Эдельвейс/Medallion (гостиничный АРМ-администратор компании «Рексофт», Санкт-Петербург), АРМ-администратор ООО ИНСИ (Екатеринбург) и др. К учебному процессу привлекаются специалисты-практики, в преподавании используются учебно-информационные материалы Всемирной туристской организации (WTO), Международной ассоциации воздушного транспорта (IATA), GDS AMADEUS и SABRE, постоянно организуются разовые или системные семинары, тренинги, учебы агентов. В 2004–2010 гг. на базе Центра информационного обеспечения сервиса УрГУ семинары и тренинги агентов проводят такие известные компании, как гостиничные цепи Marriott, Rezidor SAS, MaMaison Hotels & Apartments, авиаперевозчики Lufthansa, Emirates, Austrian Airlines, Finnair, British Airways, Malev, Czech State Airlines, Qatar Airways, «Аэрофлот», «Сибирь», глобальная система резервирования GDS AMADEUS, транспортная компания Hertz, Национальный туристический дом Франции Maison de la France, туристские фирмы Gulliver, More Travel, «Лабиринт», «Крылья», «Европорт», «Мир» и др.

Кафедра и Центр информационного обеспечения сервиса не только организуют многоуровневую образовательную деятельность, но и ведут маркетинговые исследования, стратегические разработки, продуктивно сотрудничая с Координационным советом по туризму при администрации Екатеринбурга, Уральской ассоциацией туризма, профильными областными министерствами (культуры и туризма; международных и внешнеэкономических связей; торговли, общественного питания и услуг; экономики и труда, физической культуры, спорта и молодежной политики). Как упоминалось ранее, значительную роль в обеспечении высокого качества преподавания по программам высшего профессионального и дополнительного образования играет участие университетских экспертов в разработке региональных планов развития сферы туризма и гостеприимства, в продвижении совместных информационных и образовательных проектов. Поэтому представляется целесообразным более подробно рассмотреть накопленный опыт.

В сентябре 2000 г. коллегия администрации города одобрила Концепцию развития въездного туризма в Екатеринбурге, разработанную специалистами УрГУ на основе рекомендаций Всемирной туристской организации (WTO) по местному планированию туризма. В доработанном виде этот документ был утвержден 27 ноября 2001 г. Екатеринбургской городской Думой в качестве Программы развития туризма в Екатеринбурге на 2001–2003 гг. С учетом выводов экспертов УрГУ было издано постановление главы города от 25 октября 2001 г. «О мерах по поддержке и развитию гостиничных услуг на территории Екатеринбурга на 2001–2003 гг.»

Центр информационного обеспечения сервиса выступил соавтором и последующих документов, определивших устойчивое развитие туристской отрасли на Среднем Урале. В конце 2003 г. представители УрГУ принимали участие в работе над Программой въездного и внутреннего туризма в Екатерин-

бурге до 2006 г. В 2004 г. Комитет по организации бытового обслуживания населения администрации Екатеринбурга, а также ряд гостиниц города обратились в УрГУ с предложением оценить перспективы местной индустрии гостеприимства. Специалисты Центра собрали и всесторонне проанализировали информацию по 46 предприятиям гостеприимства и подготовили маркетинговое исследование «Гостиничный сервис в Екатеринбурге: состояние и тенденции развития». Этот документ лег в основу Стратегического проекта «Гостиницы Екатеринбурга», утвержденного в начале 2005 г. администрацией города в качестве одного из составных элементов Стратегического плана развития Екатеринбурга до 2015 г.

В конце 2005 г. по заказу администрации Екатеринбурга Центр информационного обеспечения сервиса УрГУ выступил разработчиком Стратегического проекта «Екатеринбург — туристический центр, где встречаются Европа и Азия», а в октябре 2007 г. по заданию областного Министерства по физической культуре, спорту и туризму Центр информационного обеспечения сервиса разработал стратегическую Концепцию развития внутреннего и въездного туризма в Свердловской области с учетом существующей системы особо охраняемых природных территорий. Исследовательские работы велись согласно Постановлению Правительства Свердловской области от 11 июля 2007 г. №658-ПП об областной государственной целевой программе «Развитие туризма в Свердловской области» на 2008 г. В основу утвержденной программы легла концепция, разработанная экспертами кафедры в конце 2007 г. и прошедшая в начале 2008 г. обсуждение в профессиональной среде (в Уральской ассоциации туризма, в областном Координационном совете по туризму).

Специалисты Центра информационного обеспечения сервиса УрГУ активно участвовали в написании и подготовке 1-го издания путеводителя «Екатеринбург» в известной серии *Le Petit Fute* (М. : Авангард, 2003).

В мае 2007 г. кафедра совместно с Министерством по физической культуре, спорту и туризму Свердловской области выступила организатором 1-й межрегиональной конференции «Туристский форум Большого Урала», прошедшей в УрГУ под патронажем Правительства Свердловской области и Федерального агентства по туризму РФ (24–25 мая 2007 г., свыше 200 участников из Москвы и субъектов Федерации, входящих в Уральский федеральный округ).

Обеспечение высокого качества преподавания профильных дисциплин требует постоянной включенности специалистов университета в мероприятия, организуемые индустрией туризма и гостеприимства. Поэтому с 2002 г. преподаватели кафедры активно участвуют в специализированных международных выставках: международной туристской выставке International Tourism Exchange/International Tourism Borse (ITB, Берлин, International Congress Center), Всемирной туристской выставке World Travel Market (WTM, Лондон, ExCel Center), выставках MITT и MITF (Москва), GITF (Гуанчжоу, Китай), «Лето» и «ЭкспоТрэвел» (Екатеринбург). В рамках сотрудничества с Комитетом по внешним связям администрации Екатеринбурга преподаватели и студенты обеспечивали организационную и техническую поддержку официального стенда Екатеринбурга на выставках ITB-2006, 2007, 2008, 2009, в рамках сотрудничества с областным Министерством по физической культуре, спорту и туризму сопровождали официальный стенд Свердловской области на выставках WTM-2006, 2007, 2008, отсняв учебно-информационные фильмы об этих крупнейших выставочных форумах. Студенты при этом закрепили на практике лингвистические и коммуникативные компетенции, а также утвердили свою репутацию в профессиональной среде.

Кроме того, кафедра успешно организует преподавательские стажировки и участвует в работе крупных научно-практических конференций. В 2007–2010 гг. преподаватели кафедры стажировались в университетах Западной Богемии (Чехия), Флоренции (Италия), Вены и Зальцбурга (Австрия), Гуанчжоу (Китай), в туристских компаниях Muzenidis Travel (Салоники, Греция) и Capital Tour (Екатеринбург), в учебных центрах GDS AMADEUS в Ницце (Франция) и Эрдинге (Германия).

В апреле 2010 г. УрГУ стал членом International Council on Hotel Restaurant and Institutional Education (I-CHRIE), представители кафедры участвовали в международных конференциях европейского отделения этой организации — EuroCHRIE в Хельсинки (Финляндия) и Амстердаме (Нидерланды).

В 2009–2010 гг. специалисты кафедры выступали с докладами и сообщениями на международных научно-практических конференциях в Москве, Санкт-Петербурге, Ростове-на-Дону, Тобольске, Ханты-Мансийске, Гренобле (Франция), Пекине и Гуанчжоу (Китай), Турине (Италия), в сентябре 2010 г. ознакомились со спецификой работы Всемирной выставки EXPO-2010 в Шанхае (Китай).

Таким образом, в основе образовательной концепции кафедры лежат 3 базовых принципа:

- 1) теснейшая связь с практической деятельностью профильного сектора реальной экономики (организация практик студентов и программ повышения квалификации профессионалов, привлечение к учебному процессу специалистов из индустрии услуг, участие преподавателей, сотрудников и студентов в российских и международных выставках, конференциях, тренингах, семинарах и стажировках);
- 2) вовлеченность преподавателей и студентов в проектную деятельность, маркетинговые и аналитические исследования по заказам органов государственного и муниципального управления, бизнес-структур, консалтинговых компаний;
- 3) акцент на изучении новейших информационных технологий и методов работы по сбору и обработке информации.

Опыт комплексной подготовки и повышения квалификации специалистов, привлечения к учебному процессу руководителей турфирм, гостиниц, авиапредприятий, сервисных центров, издательских проектов, эффективной организации учебно-производственных практик в сочетании с дальнейшим развитием учебно-материальной и информационной базы (в первую очередь — IT-технологий) позволяет сформулировать стратегические задачи учебно-организационного характера: расширение ассортимента дополнительных образовательных программ и информационных услуг; введение элементов программ дополнительного образования в учебные планы высшего профессионального образования; создание регионального учебно-практического центра для работников индустрии туризма и гостеприимства; развитие международных связей и использование потенциала и опыта зарубежных партнеров в обучении по программам MBA (Master of Business Administration); в перспективе — открытие магистерской программы по направлению «Туризм». Все перечисленные новации предстоит реализовать в Уральском федеральном университете, который стремится к дальнейшему повышению качества образования и ресурсного обеспечения образовательной и исследовательской деятельности.

УДК 338.48

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В ЛЕНИНГРАДСКОЙ ОБЛАСТИ

Л. Б. Вампилова, А. М. Макаровский

Рассмотрены основные аспекты туристско-рекреационной деятельности в Ленинградской области, описаны проблемы развития туризма в регионе на современном этапе.

В развитых странах мира туризм является одной из самых динамичных и прибыльных отраслей. Согласно рейтингу, учитывающему как прямое, так и косвенное воздействие туризма на национальную экономику, Россия занимает 121 место в мире (94,8 млрд долл.). По абсолютным показателям доходов от туризма Россия примерно в семнадцать раз уступает США (1652,7 млрд долл.). Доходы от туризма в соседней с Ленинградской областью Финляндией в 2006 г. составили 25,2 млрд долл., притом, что население страны составляет примерно 5,3 млн чел., а доходы от туризма примерно 5 тыс. долл. на каждого жителя.

Учитывая сложившуюся ситуацию в туристской отрасли в России, трудно ожидать лучшего положения в ее отдельных регионах, в том числе и в Ленинградской области. В настоящее время здесь действует региональная целевая программа «Развитие сферы туризма и рекреации в Ленинградской области на 2010–2015 годы», являющаяся продолжением более ранних аналогичных программ.

Следует отметить, что как законы, так и программы развития туризма исходят из того, что это направление деятельности должно развиваться самостоятельно, без прямого вмешательства и поддержки со стороны органов государственного и муниципального управления.

Исходя из программы «Развитие туризма и рекреации в Ленинградской области», основной задачей соответствующих органов администрации области и органов местного самоуправления является информационное обеспечение развития туризма, а не прямое участие в деятельности туристско-рекреационных предприятий. К сожалению, этого не всегда достаточно.

В 2007 г. в области работало 410 коллективных средств размещения, из которых 16 новых и реконструированных.

Существует определенное противоречие между декларируемой стратегией по позиционированию предприятий отдыха Ленинградской области как альтернативы дорогому размещению в городе и реальной действительностью. Об этом свидетельствует анализ Отчета о ходе выполнения региональной целевой программы «Развитие сферы туризма и рекреации Ленинградской области на 2006–2008 годы» за 2007 г. Так, созданный в 2007 г. парк-отель «Emperador» располагается в 130 км от Санкт-Петербурга в сторону Приозерска, а стоимость размещения в нем начинается от 3–3,5 тыс. руб. за номер, в зависимости от сезона года. База отдыха «Рюмашки», упоминаемая в том же отчете, находится в Приозерском районе, «ОВУНОFF Village» — в Выборгском районе Ленинградской области, и стоимость размещения начинается от 2200 руб. за одноместный номер в сутки, «Ганинская ферма» — частное охотничье хозяйство в том же Выборгском районе (п. Пушное), «Бухта Моторная» в Приозерском районе, стоимость номера от 3500 руб., «Вилла в лесу» в Приозерском районе, где стоимость коттеджа от 6000 руб. в сутки.

Таким образом, туристско-рекреационная деятельность в Ленинградской области ориентируется главным образом на состоятельного потребителя, представлена в целом небольшим числом предприятий, привлекает не слишком значительную по численности рабочую силу и обладает очень слабым мультипликационным эффектом, т. е. незначительно сказывается на развитии области в целом.

В 2005 г. доля вида экономической деятельности «Гостиницы и рестораны» в валовом региональном продукте (ВРП) Ленинградской области составляла 0,5%. Доля этого направления для России (по сумме регионов) составила 0,9%, Санкт-Петербурга — 1,4%, Псковской области — 1%, Новгородской области — 1,2%, Карелии — 0,8%, Вологодской области — 0,6%. Насколько можно судить по косвенным данным, за последние годы доля этого вида экономической деятельности в ВРП области вряд ли резко возросла.

Нынешнее состояние туризма как в Ленинградской области, так и в соседних регионах является неустойчивым. Ситуация может измениться как в сторону увеличения туристских потоков, так и в сторону их уменьшения. Многочисленные программы развития туризма, принимавшиеся в разных субъектах Федерации, пока что не дали каких бы то ни было существенных результатов прежде всего потому, что они не имели серьезного обоснования и проработки. Те цифры роста потоков, которые в этих программах приводились, в подавляющем большинстве случаев попросту не обоснованы.

Развитие туризма, как и любой отрасли экономики, — дело небыстрое. Для того чтобы получать деньги от туризма, надо их сначала вложить в развитие туристской инфраструктуры, формирование положительного «образа региона» в СМИ и рекламные кампании. Желательно действовать именно в такой последовательности. Обычно начинают с рекламы, но удачно проведенная рекламная кампания может «заманить» туриста в регион, однако если его ожидания будут обмануты, то повторный визит вряд ли состоится.

Для успешного развития туризма в Ленинградской области следует кардинальным образом сменить его идеологию. Современный областной, как и вообще российский, туризм рассчитан на норму прибыли, т. е. стремится к тому, чтобы получить максимальную прибыль от каждого туриста. Нужно взять на вооружение европейскую туристскую деятельность, ориентирующуюся на массу прибыли — экономическая эффективность обеспечивается за счёт большого туристского потока, при этом прибыль от каждого отдельного туриста минимальна.

Кроме того, Ленинградская область, как и большинство северо-западных субъектов Федерации, не имеет возможности ни обеспечивать прямыми инвестициями создание объектов туристской инфраструктуры, ни привлекать их со стороны в необходимых количествах.

Большое значение имеет выбор стратегии развития туризма в регионе, или, если использовать принятую в отечественной экономической географии терминологию, — его специализацию. Предлагается множество направлений специализации туризма Ленинградской области. Наиболее перспективным здесь считается сельский туризм.

Проблемы развития туристской деятельности на современном этапе

Туристско-рекреационная деятельность Ленинградской области развивается медленно и сталкивается с рядом проблем, основными из которых считаются:

- невысокий в целом уровень доходов населения, которое пока ещё не может обеспечить полноценный массовый спрос на услуги туристских предприятий. Нынешний средний уровень заработной платы в России в несколько раз уступает аналогичному показателю большинства стран Европы и Северной Америки. Однако исходя из существующих тенденций роста заработной платы и учитывая то, что по мере роста абсолютных ее значений относительные будут расти медленнее, можно предположить, что к 2020 г. заработная плата в России достигнет уровня, характерного для современной Европы — 2000–2500 евро в месяц;
- у значительной части населения страны в целом, а также Санкт-Петербурга и Ленинградской области в частности, нет потребности в продукции туристской отрасли. Спрос на путешествия гораздо ниже, чем в зарубежной Европе. Потребность в путешествиях присуща главным образом представителям хорошо образованных и состоятельных групп населения, которых в России пока что немного, однако их число постоянно увеличивается;
- уровень развития туристско-рекреационной инфраструктуры в соседних с нами странах (Финляндия, Швеция, Эстония, Латвия) таков, что потребитель может получить услуги более высокого качества, чем в России, по такой же или даже более низкой цене. Так, например, однодневная поездка из Санкт-Петербурга в Хельсинки стоит 20 евро, или примерно 750 руб. Поездка с максимально дешевым ночлегом в финской столице — примерно 1800 руб. Стоимость трехдневной поездки в Стокгольм начинается примерно с 2200 руб. Стоимость однодневной экскурсионной поездки в Выборг из Санкт-Петербурга — от 600 руб., в Ивангород — Копорье — от 650 руб., в Тихвин — от 850 руб. Стоимость аренды коттеджа в Ленинградской области: база отдыха «Аврора» в Лужском районе, коттедж на двух человек — от 2560 руб., база отдыха «Верижца», Тихвинский район, коттедж на шесть человек — от 8500 руб. в сутки; горнолыжный курорт «Игора» в Приозерском районе, коттедж на четырех человек — от 14000 руб. в сутки. Если сравнивать эти цены с финскими, то это сравнение будет не в пользу Ленинградской области. Например, аренда на сутки современного идеально оснащенного восьмиместного коттеджа в черте Хельсинки рядом со станцией метро и неподалеку от берега Финского залива (кемпинг «Растила») стоит в зимний сезон 172 евро (примерно 6300 руб.), в летний — 187 евро (примерно 6800 руб.). Двухместный кемпинговый домик в сутки стоит 38 евро зимой и 45 евро летом (примерно 1400 и 1600 руб. соответственно). В коттеджном центре «Саймаанранта» неподалеку от российской границы (район Лаппеенранта) стоимость аренды самого дорогостоящего шестиместного коттеджа с сауной в июле-августе 2008 г., в период максимального туристского потока, составляла 280 евро за две ночи (примерно 10400 руб.), 770 евро (около 30000 руб.) за неделю; весной и осенью такой же коттедж стоит 125 евро в сутки (около 4600 руб.) при посуточной аренде. Примеры можно продолжать, но вряд ли в этом есть необходимость;
- основная проблема развития въездного туризма из-за границы — сохраняющийся визовый режим. Сложности, которые необходимо преодолеть для самостоятельного получения российской визы, для жителей развитых стран мира абсолютно непривычны. Посетить Россию без особых проблем можно лишь в составе группы. Но групповые туры из-за границы в Ленинградскую область практически не направляются. Исключение — групповые туры из Финляндии в Выборг («водка-туризм»), а также пассажиры круизных судов. Для гражданина России получение шенгенской визы в некоторые страны (например Финляндию) намного проще, чем для гражданина шенгенской зоны — визы в Россию. Например, гражданин России может просить туристскую многократную визу со сроком действия до одного года в Финляндию, гражданин Финляндии не имеет права обращаться за многократной визой в Россию с целью туризма, официально такая виза выдается только с деловой целью. Сложность посещения России во многом определяет то, что численность иностранных туристов, посещающих страну, непрерывно сокращается. Ленинградскую область с целью туризма посещают главным образом граждане соседней Финляндии. Численность финских туристов, прибывающих в Россию, менялась следующим образом: 2004 г. — 223 тыс. чел., 2006 г. — 169 тыс. чел.;
- значительная часть территории Ленинградской области закрыта для посещения. Это главным образом пограничная зона, в которую входят территории вдоль границ и побережий, а также острова

- в Финском заливе. С сопредельной стороны таких зон практически нет или их размеры крайне невелики. На южном берегу Финского залива пограничная зона начинается в 90 км от границы в районе пос. Лебяжье, на северном берегу — под Выборгом. Рассчитывать на значительные туристские потоки в пределах этой зоны нельзя, поскольку ее посещение строго регламентировано. Еще более ограничены возможности посещения территорий, занятых полигонами и гарнизонами различных силовых ведомств. Уже сейчас ограничения на посещение тормозят развитие многих туристских проектов, например, проекта «Две крепости» (Ивангород и Нарва). Если с эстонской стороны границы доступ к берегу реки Нарова совершенно свободен, там располагается городской пляж, то для посещения Ивангорода требуется либо пропуск, либо действующая виза, либо въезд в составе группы. Властям Республики Карелия в 2007 г. удалось добиться значительного уменьшения пограничной зоны на своей территории, в Ленинградской области аналогичных процессов не происходило;
- при планировании развития туристского комплекса чрезмерное внимание уделяется гостиницам и другим местам размещения, обеспечивающим комфортабельное и дорогостоящее проживание. При этом совершенно упускается из виду тот факт, что в зарубежной Европе гостиницы предназначены главным образом для делового туризма. Это подтверждается их ценовой политикой: самые низкие цены в европейских гостиницах в уик-энды и каникулы. Те, кто путешествует с целью отдыха и развлечений, останавливаются, как правило, в хостелах, мотелях и кемпингах, которые в наших условиях создаются крайне медленно. А если они и создаются, то с их зарубежными аналогами объединяются только названием;
 - практически полностью отсутствует «индустрия гостеприимства». В каждом более или менее крупном городе зарубежной Европы есть информационное бюро по туризму (существует даже международный значок, обозначающий такое бюро — буква I на зелёном фоне), которое обеспечивает всех желающих как бесплатными, так и платными буклетами, планами городов и районов, справочной информацией. Через такие бюро или их сайты в Интернете можно заказать размещение, билеты, экскурсии — и все это или бесплатно, или за символическую плату. Ленинградская область пытается перенять зарубежный опыт создания таких бюро, но пока что эта попытка существенных положительных результатов не принесла. В структуре администрации области нет даже самостоятельной службы, отвечающей за развитие туризма. Отдел туризма включен в состав Комитета по физической культуре, спорту, туризму и молодежной политике;
 - очевидно отставание Ленинградской области и Санкт-Петербурга от соседних государств в области электронных и транспортных коммуникаций. Это особенно досадно, потому что в последние десятилетия всё большее развитие как у нас в стране, так и за рубежом приобретает индивидуальный туризм. Индивидуальные туристы получают информацию главным образом из Интернета. И если информации о регионе недостаточно или явно видно (как в случае Ленинградской области), что к приему туристов регион недостаточно подготовлен, то их посещение откладывается на неопределенно долгую перспективу. Индивидуализация туризма связана главным образом с автомобилизацией, уровень которой в России растет постоянно и устойчиво. Следовательно, в недалеком будущем можно ожидать увеличения количества индивидуальных поездок, но для этого ни в стране в целом, ни в Ленинградской области в частности ничего не готово. Самостоятельный турист может безо всяких усилий через Интернет в режиме on-line заказать номер в любой из тысяч гостиниц по всему миру, не говоря уже о Европе, прямо из своего дома в Санкт-Петербурге или любом другом городе страны. Но при поездке в Ленинградскую область это невозможно. Областная гостиница будет либо требовать предоплату, либо выставит счет за бронирование (как правило, оплата за половину суток);
 - совершенно не учитывается проблема межрегиональной конкуренции. Ленинградская область находится в проигрышном положении в сравнении с соседними регионами как России, так и граничащих с ней государств, поскольку она, образно выражаясь, накрыта тенью великого соседа — Санкт-Петербурга. О достопримечательностях и туристских возможностях области за ее пределами известно крайне мало. Основным и практически единственным регионом-поставщиком туристов в область является Санкт-Петербург, поток из других регионов крайне невелик. На туристском рынке область сталкивается с конкуренцией со стороны других регионов Северо-Запада, которые предлагают набор возможностей для туризма и отдыха, сходный с имеющимся в Ленинградской области.

УДК 911.3:338.48 (100)

ИСТОРИЧЕСКИЕ ПРЕДПОСЫЛКИ РАЗВИТИЯ ТРАНСНАЦИОНАЛЬНЫХ ГОСТИНИЧНЫХ ЦЕПЕЙ

Е. А. Василенко

Исследуются процессы транснационализации экономики, которые касаются абсолютно всех отраслей, в том числе туризма и гостиничного хозяйства. В гостиничном хозяйстве транснациональные корпорации появляются в виде международных гостиничных цепей. Описано, как и на основе чего сложились данные цепи, откуда они происходят и чего ждать от их чрезмерной активности.

Выбор проблематики данной статьи определяется прежде всего тем, что одной из основных тенденций, характеризующих мировую экономику в целом и экономику туризма в частности, является ее глобализация. При этом возникает межгосударственная и межфирменная конкурентная борьба за экономические ресурсы и рынки сбыта, а также происходит поэтапное развитие межгосударственных союзов сопряженных стран, создаваемых с целью достижения глобальных преимуществ перед общими конкурентами на мировом рынке. Современная глобализация вырастает из транснационализации экономики, обусловленной возрастающими масштабами деятельности транснациональных корпораций и их особой ролью в развитии прямых иностранных инвестиций в мировом хозяйстве [Браймер, 1995].

Транснациональные корпорации (ТНК) представляют собой эффективный инструмент внутриотраслевого и межотраслевого деления капитала, поэтому занимают господствующее положение в экономике развитых стран. В настоящее время в мире сложился своеобразный многоэтажный тип экономики: верхний этаж — мощные транснациональные корпорации, средний — корпорации национального масштаба (финансово-промышленные группы, холдинговые компании, концерны, синдикаты, ассоциации), нижний — отдельные фирмы, предприятия, малый бизнес и т. п.

Образованию корпораций способствует широкий ряд различных факторов. Например, в США при формировании корпораций решающую роль играет финансовый капитал. В Японии имеет место прямое органическое переплетение крупных компаний, основанное на взаимном владении акциями и наличии собственных финансовых, информационных торговых, транспортных и иных организаций. В Южной Корее, а также в Японии, Франции и других странах велика координирующая роль государства в деятельности национальных корпораций.

Развитие транснациональных корпораций в каждом регионе мира шло своим путем, чему в большей степени способствовал ряд экономико-географических предпосылок, таких как местоположение штаб-квартиры (головного офиса) корпорации относительно важных торгово-экономических путей, наличие развитой инфраструктуры, взаимоотношения с соседними государствами, уровень свободы торгово-экономических отношений, основанный на открытости границ государств и т. д.

Международные гостиничные цепи представляют собой транснациональные корпорации, которые развивались по принципу формирования всей системы ТНК. Как отмечает А. Ю. Александрова, гостиничные и туристские ТНК играют важную роль в развитии современного глобального рынка путешествий, в обеспечении связности мирового туристского пространства и упрочении его центро-периферической структуры [Александрова, 2009]. В данной статье рассматриваются этапы развития транснациональных корпораций трех основных регионов: Америки, континентальной Европы и Азиатско-Тихоокеанского региона.

На сегодняшний момент в мире сложилось более 300 гостиничных цепей, вышедших за рамки национальных границ. По данным агентства Deloitte, на их долю приходится более 7 млн номеров из почти 13 млн, т. е. более 50% гостиничных номеров в мире [Азар, 2003].

Когда ТНК впервые были выделены учеными в 1960-х гг., было сделано предположение, что они являются поствоенным феноменом, зародившимся в Соединенных Штатах Америки. Однако исторические изыскания показали, что это не так. Даже в последней четверти XIX в. существовали сотни ТНК в секторе мануфактур, в то время как международную бизнес-активность, вовлекающую прямые иностранные

инвестиции, можно отнести к Средним векам в Европе. В конце XIX — начале XX в. мир «уменьшился» в размерах благодаря активному развитию транспортных средств и связи, которые позволили сократить дистанции. В Европе и Северной Америке экономические условия изменились. Благодаря улучшениям в транспортной системе и коммуникациях инновации, в том числе транснациональные бизнес-модели, стали быстро распространяться по всему индустриальному миру.

Широкомасштабное наступление ТНК началось в 1950–1960-х гг. с американских структур, затем японских, немецких, английских, голландских и французских. В 1980-е гг. к ним присоединились компании Южной Кореи и некоторых других развивающихся стран [Гохан, 2004].

Список 100 крупнейших мировых ТНК нестабилен и ежегодно в силу различных причин подвергается изменениям. В середине 1990-х гг. на Европейское сообщество приходилось 40 из 100 крупнейших ТНК мира, в том числе на Великобританию 13, Францию — 12, Германию — 6, Швейцарию — 5, Швецию — 4. Больше всего крупнейших ТНК имели США — 27, на Японию приходилось 14 компаний.

В ходе исторических изысканий определилось три основных вывода по развитию корпораций каждого региона:

- наибольшую группу составляют американские ТНК, на которые приходится и основная доля зарубежных вложений;
- наиболее быстрорастущие ТНК — японские (в 1990 г. — 11 фирм, а в середине 90-х — уже 19);
- европейские ТНК занимают заметные позиции в капитале и наукоемких отраслях промышленности, в частности химической и фармацевтической. Такие же выводы можно сделать и по развитию международных гостиничных цепей в данных регионах.

В гостиничном бизнесе появление и основной этап и пример развития также связывают с американским континентом [Александрова, 2009]. Концепция международной гостиничной цепи (МГЦ) возникла в Северной Америке в конце 1950-х гг. на базе использования преимущества имиджа торговых марок для продвижения гостиничного продукта на внутреннем и зарубежных рынках. Гостиницы, управляемые из одного центра, существуют уже более 50 лет (именно тогда стали возникать и первые транснациональные корпорации в остальных отраслях экономики). Поначалу этот способ управления не был широко распространен, однако стремительный рост числа присоединившихся к цепям отелей, который начался в конце Второй мировой войны, продолжается до сих пор.

Несмотря на то, что первой гостиничной цепью в мире стала европейская цепь гостиниц Цезаря Ритца, дальнейшее активное развитие гостиничных цепей связывают именно с американским континентом. Если в 1987 г. гостиничные цепи объединяли 62% всего номерного фонда США, то через 10 лет эта цифра поднялась до 75%, сейчас доля составляет примерно 80%, а в ближайшее время специалисты прогнозируют, что порядка 90% всех американских гостиниц войдут в ту или иную цепь. Европа в этом отношении более консервативна — здесь на долю гостиничных цепей приходится всего около 16% гостиниц. Активные позиции стали занимать страны Азиатско-Тихоокеанского региона — за последние 20 лет количество гостиничных цепей со штаб-квартирой в Азии неуклонно увеличивалось, так же, как и количество азиатских транснациональных корпораций. Три самые известные гостиничные цепи Азии — Shangri-La Hotels and Resorts (входит в десятку лидеров), Mandarin Oriental Hotels и Oberoi Hotels — составляют основной костяк азиатского гостиничного хозяйства. Однако доля данных гостиничных цепей все равно не превышает 20%. Тем не менее у азиатских цепей есть обширные пути развития, они продолжают активно завоевывать новые рынки.

Азиатский транснациональный бизнес как самый быстро развивающийся заслуживает особого внимания. И здесь можно отметить некоторые различия в развитии общей системы ТНК в регионе и международных гостиничных цепей.

Как показывает мировой опыт, ведущие ТНК сформировались на базе финансово-промышленных групп (ФПГ) [Гохан, 2004]. По отношению к Азиатско-Тихоокеанскому региону самой интенсивно развивающейся в этом плане является Южная Корея. Здесь финансово-промышленные группы носят название «чэболь» (в переводе с корейского — финансовая олигархия). Возникновение первых «чэболь» относится еще к периоду японского колониального господства в Корее. Структурное оформление этих корпораций произошло в конце 50-х гг. после окончания Второй мировой войны, когда Южная Корея получила финансовую помощь от США. И по совокупному показателю концентрации производства и капитала южнокорейские корпорации значительно опережают японские. Крупнейшие южнокорейские корпорации имеют предприятия в девяти ключевых отраслях, в то время как аналогичные корпорации в Японии — в одной-трех.

А вот главную роль в развитии международных гостиничных цепей в Азиатско-Тихоокеанском регионе играет Китайская Народная Республика, в которой происходило создание самых обширных гостиничных цепей — Shangri-La Hotels and Resorts и Mandarin Oriental (их родиной является административный округ Гонконг). Главной особенностью азиатских цепей является создание гостиниц класса люкс, направленных на обслуживание деловых туристов. Это и понятно, ведь Китай, в особенности Гонконг, является центром деловой активности всего Азиатско-Тихоокеанского региона. Несмотря на то, что данные цепи практически полностью удовлетворяют запросы азиатских туристов, в развитии азиатского гостиничного хозяйства наблюдаются проблемы в виде наступления таких мировых гигантов, как InterContinental Hotels and Resorts, Accor и т. д., что приводит не только к повышению уровня конкуренции, но и к созданию миллионов новых рабочих мест. Стоит отметить, что, помимо цепей класса люкс, в Азии начинают появляться цепи туристического класса для гостей стран Южной Азии, например Индонезии. Внимательное отслеживание собственных потребностей поможет азиатским гостиничным цепям выстоять против натиска американских и европейских корпораций.

Таким образом, можно сделать вывод, что этапы развития международных гостиничных цепей не всегда совпадают с этапами развития транснациональных корпораций. Если в развитии американских и европейских корпораций можно проследить устоявшиеся четкие тенденции к росту и постепенному захвату новых рынков, то в отношении азиатских корпораций невозможно делать какие-либо точные прогнозы в связи с неустойчивостью некоторых валют и относительно молодым возрастом гостиничных цепей.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

- Азар В. И. Мировые гостиничные цепи в последней четверти XX века // Турбизнес. 2000. № 4.
Александрова А. Ю. Структурно-функциональный анализ туристического пространства мира // Вестник Московского университета. Серия 5: География. 2009. № 4.
Браймер Р. Основы управления в индустрии гостеприимства. М., 1995.
Гохан П. Слияния, поглощения и реструктуризация компаний. М., 2004.

УДК 378.1

СПЕЦИФИКА МОТИВАЦИИ ОБУЧЕНИЯ СТУДЕНТОВ — БУДУЩИХ СПЕЦИАЛИСТОВ СФЕРЫ ТУРИЗМА

М. В. Войтенко

Статья содержит краткое изложение важнейших принципов учебной проектной деятельности студентов — будущих специалистов по туризму, обучающихся в АлтГУ: мотивации достижений и аффилиации. Автор опирается на собственный опыт работы со студентами по развитию творческого потенциала личности, на основе учебного проектирования с акмеологическим компонентом.

Учебная деятельность, как и всякая другая, исходит из определенных мотивов и направлена на достижение определенных целей. Мотив — это то, что побуждает человека к деятельности, а цель — то, чего он стремится достичь в результате этой деятельности. В настоящее время особую актуальность приобретает внедрение в практику обучения таких методов, которые способствовали бы духовному и творческому саморазвитию личности студента.

В *технологии учебного проектирования*, которую мы применяем в обучении будущих специалистов по туризму в Алтайском государственном университете, создание мотивов достижения и аффилиации необходимо, поскольку без наличия высокого уровня мотивации невозможно сотрудничество, партнерство, творчество, которые требуются при проектировании любых видов туристских программ. Мотива-

ция — это важнейший компонент творческого потенциала личности, поэтому для нас важным является определение приемов развития мотивации достижения.

К приемам развития мотивации достижения, по мнению ученых, можно отнести:

- побуждение путем создания проблемной ситуации;
- создание оптимистической установки;
- доброжелательность поведения педагога (похвала, одобрение и т. д.);
- создание студентам ситуации уверенности в себе (поддержка в сложной ситуации);
- приведение примеров из жизни и профессиональной деятельности с ярко выраженной темой достижения;
- побуждение общественным мнением;
- создание ситуации, предполагающей личную ответственность за успех дела;
- побуждение через ситуацию выбора (по степени сложности заданий в контрольных работах) [Лаврентьев, 2005, с. 139–140].

Аффилиация (от латинского *affilite* — присоединить, присоединяться) — это потребность человека в общении, эмоциональных контактах. По А. Маслоу, эта потребность является у нас базовой, она проявляется в стремлении быть членом группы, оказывать помощь членам сообщества и принимать ее от других. Наличие желания быть членом определенной части общества (учителей, врачей, инженеров, специалистов сферы сервиса и т. д.) служит предпосылкой той или иной профессиональной пригодности.

По сути, аффилиация включает в себя ряд мотивов: мотив познания, т. е. овладение знаниями через другого человека; мотив самоутверждения в присутствии значимых для тебя людей; мотив сотрудничества; мотив общения ради самого общения, т. е. осознанное желание быть «среди своих», например однокурсников, избегание одиночества в среде приятных тебе людей. Если интерес к предмету дополняется интересом к общению, то происходит заметная активизация студентов на занятии. Эта активизация способствует осознанному восприятию профессиональной информации, повышая тем самым уровень подготовленности студентов к профессиональной деятельности.

К приемам развития аффилиации в процессе выполнения проектов мы относим:

- создание проблемной ситуации с обязательным позитивным финалом, при этом решение проблемы должно быть осуществлено самим студентом;
- создание оптимистической установки («Я в тебя верю», «Ты обязательно это сделаешь»), обеспечение радостной, мажорной атмосферы на занятиях;
- создание в аудитории атмосферы эмоционально-волевого напряжения и совместного переживания;
- создание ситуаций, предполагающих личную ответственность за общий исход дела;
- приведение примеров из жизни, науки, производства;
- возбуждение интереса к знаниям повышенной сложности, стимулирование пытливости, смекалки, с обязательным указанием путей достижения цели;
- формирование установки на продуктивную коллективную деятельность, поощрение стремления к познавательному общению;
- обучение правилам «мозгового штурма», который не только очень хорошо развивает способности к сотрудничеству, кооперации, к принятию нового, но и позволяет глубоко осознать приемы и процедуры интеллектуального труда;
- приемы аттракции: доверие в учебной ситуации; опора на положительные качества студента; обращение по имени; умение выслушать его; доброжелательность в беседе, проявление внимания и заботы; юмор, улыбка, шутка;
- помощь студентам в сложной ситуации (расшифровка задания, указание на возможную ошибку);
- одобрение, поощрение, похвала, присуждение награды;
- удовлетворение потребности в самореализации, поддержка в сложных ситуациях.

Важным моментом повышения мотивации мы также считаем принцип культивирования удачи, поскольку неудачи в комплексе со стереотипами, заблуждениями и предрассудками — основной барьер на пути личностного и профессионального саморазвития студентов.

Данный принцип подробно описан в «педагогике успеха» Е. А. Казаковой и А. П. Тряпициной, считающих, что раскрытие сущностных сил учащегося, его самореализация, развитие творческих способностей и, как следствие, развитие творческого потенциала возможны лишь тогда, когда он верит в себя,

в значимость поставленной цели, достижение которой переживается им как успех. С их точки зрения, педагогика успеха представляет собой лестницу достижений, каждая ступень которой — это достижение человеком определенной цели.

В науке уже есть исследования, посвященные роли и месту успеха в профессиональной деятельности. А. М. Матюшкин прямо связывает развитие познавательной активности с тем эмоциональным фоном, на котором она развивается: «Преобладание отрицательных эмоций или просто отсутствие возможностей эмоционального реагирования, низкий уровень эмоциональной насыщенности жизни сильно вредят развитию познавательной активности. Положительные же эмоции развивают активную, открытую личность, способную задаваться массой вопросов» [Матюшкин, 2004].

Мотивационную сферу учения, как показывает наш опыт, определяют: 1) характер и сформированность компонентов учебно-познавательной деятельности (учебные задачи, учебные действия, самоконтроль и самооценка); 2) взаимодействие студента с преподавателем и одногруппниками; 3) смысл учения для каждого студента (обусловленный его идеалами и ценностными ориентациями); 4) характеристики мотивов учения; 5) зрелость целей, связанных с различной способностью студентов к целеобразованию в учебной деятельности; 6) особенность эмоций (эмоции успеха-неуспеха), сопровождающих процесс учения; 7) наличие познавательного интереса как интегральной формы проявления всех сторон мотивационной сферы.

Положительное отношение к будущей профессиональной деятельности побуждает студентов проявлять к ней интерес, познавательную активность, выполнять большой объем подготовительной, вспомогательной работы для выработки идеи решения в течение более короткого времени. Сам проект приобретает в этом случае побудительную силу, так как он соответствует потребностям, запросам и установкам личности. При нейтральном или пассивном отношении к учебному проекту, хотя и может быть достигнут положительный результат, действия студента потребуют большего напряжения или даже перенапряжения сил, что не окажет заметного влияния на развитие его творческого потенциала. Студент, у которого доминирует мотив достижений и аффилиации, имеет психику, которая «избирательно ориентирована в направлении поставленной цели» [Зеер, 1988].

По сути, аффилиация включает в себя ряд мотивов: мотив познания, т. е. овладение знаниями через другого человека; мотив самоутверждения в присутствии других, значимых для тебя людей; мотив сотрудничества, т. е. желание планировать и осуществлять взаимопомощь в учебе; мотив общения ради самого общения, т. е. осознанное желание быть среди «своих», среди однокурсников, избегание одиночества в среде приятных тебе людей.

По наблюдению ученых, а также преподавателей-практиков, если интерес к предмету дополняется интересом к общению, то происходит заметная активизация студентов на занятии. Приведем перечень приемов, используемых нами для побуждения мотивации достижения и общения при проектировании туристских проектов с целью развития творческого потенциала студентов:

- создание проблемной ситуации с обязательным позитивным финалом, решение проблемы должно быть осуществлено самими студентами;
- создание оптимистической установки;
- поощрение, одобрение, доброжелательность в поведении педагога; создание ситуаций, предполагающих личную ответственность за общий исход дела;
- приведение примеров из туристской практики;
- возбуждение интереса к заданиям повышенной сложности, стимулирование пытливости, смекалки с обязательным указанием путей достижения цели;
- формирование установки на коллективную деятельность, подкрепляемое стремление к познавательному общению.

Самым сложным при соблюдении данного психолого-педагогического условия является увязывание воедино целей обучения и целей развития, лучше всего, если формирование мотивации достижений и аффилиации «растворено», интегрировано в общую цель занятия.

Наш опыт коллективной творческой работы показывает, что проектирование, сопровождающееся положительными эмоциями, пробуждает у студентов активность в достижении целей, интерес к решению сложных проблем, нестандартных ситуаций, помогает искать и находить логические этапы достижения цели, выдвигать гипотезы и проверять их на практике.

Основная задача преподавателя при этом состоит в создании условий, способствующих становлению такой совокупности качеств, которые бы вели студента к успеху в творческой деятельности, разви-

вая его творческий потенциал. В своей работе мы достигаем этого через создание *профессионально-развивающих ситуаций*. Профессионально-развивающая ситуация содержит в себе полный цикл развития проектного мышления будущего специалиста: от постановки проблемы, порождения познавательной мотивации до нахождения способов разрешения проблемы, осуществления рефлексии и нахождения способов и доказательств правильности этого решения.

Логика этого цикла задает следующие компоненты (слагаемые) профессионально-развивающей ситуации:

- а) *ориентировочная информация*, которая зависит от типа проекта и определения профессиональных задач, а также от цели педагога по развитию личности студента (его творческих умений, профессионально важных качеств);
- б) *стимулы саморазвития студента*, которые зависят от индивидуальных особенностей студентов и уровня их притязаний.

Это могут быть:

- *мотивы развития* интеллектуальной активности, роста академической успеваемости, установка на карьерный рост в будущей профессии, рефлексия профессионального становления, стремление к самовыражению, формирование позитивной Я-концепции;
- *предметная сфера*, которая замещает предмет реальной практической деятельности и представляет собой набор условий профессиональной деятельности; запретов, которые ее сопровождают; барьеров и препятствий, преодоление которых требует проявления воли и переживания радости от их преодоления;
- *сценарий развития фрагмента профессиональной деятельности*, того профессионального и социального опыта, который подлежит усвоению; усвоение опыта через проект предполагает описание действий преподавателя и студента на каждом этапе выполнения проекта, самоанализ своих достижений;
- *ценностная интерпретация содержания* проекта и его результатов, оценивание качества принимаемых студентами решений, которые зависят от специальных знаний, их субъективного опыта, инновационного и креативного потенциалов в учебно-профессиональной сфере; здесь может проявиться отказ от своих прежних воззрений и принятие новых ценностей, осознание своей ответственности за принятое решение;
- *структура взаимосвязей и коммуникативного взаимодействия* между студентами и преподавателями на разных этапах выполнения проекта: управлять учением и вмешиваться в смыслопоисковый процесс студентов педагог может только через диалог и сотрудничество, предполагающее распределение ролей, через субъект-субъектное общение.

Поскольку мотивация творческой деятельности является важным компонентом творческого потенциала, то, повышая мотивацию, мы непосредственно влияем на творческий потенциал, развивая его.

Необходимость повышения мотивационной сферы обучения была осознана нами после анкетирования студентов 2–3 курсов (оно проводилось на базе Алтайского государственного университета и Российской международной академии туризма) для выявления их жизненных и профессиональных устремлений и интересов. Анкетирование показало, что у 72% наших студентов на втором-третьем курсах нет оформленного образа себя как профессионала; не сформированы представления о будущей профессиональной деятельности; размыты представления о перспективах профессионального роста и карьеры будущего специалиста по туризму.

А поскольку образ желаемого будущего — это сильный регулятор поведения, то для профессионального становления наших студентов мы используем также технику самофутурирования в профессию, т. е. конструирование своего будущего на основе методов активного воображения.

Прорабатывание «образа своей профессии» и себя как профессионала — это один из современных подходов психологов к стимулированию процесса профессионализации, особенно на этапах довузовской и вузовской подготовки. Как отмечает В. С. Хомик, вхождение в профессию, а затем и в профессиональную среду требует от человека серьезной перестройки самосознания (и в целом сознания) [Хомик, 1993]. Часто эта перестройка носит деструктивный характер, что ведет к искажению профессиональных представлений, к возникновению психологических защит. Наш опыт показывает, что студенты идеализируют будущую профессию и часто не представляют, что у каждой профессии есть свои минусы. Столк-

новение с ними приводит к разочарованию, деформациям и даже отказу от избранного пути [Лаврентьева, Кулешова, 2002].

Проведенное исследование показало, что для выпускников данной специальности характерен низкий вес профессиональных устремлений среди других жизненных интересов и ценностей. В качестве объяснения этой ситуации мы высказываем предположение о том, что у студентов 1–2 курсов практически любого вуза присутствуют в сознании заблуждения относительно профессии; не сформирован «правильный», эталонный образ профессионального будущего; перспективы жизненного пути и карьеры, перспективы личностного роста размыты и зачастую не связаны с избранной профессией.

А между тем К. А. Абульханова-Славская отмечает, что если в картине будущей профессиональной биографии отсутствуют представления о структуре, функциях и вариантах реализации будущей профессии, то вряд ли можно говорить о состоявшемся профессиональном выборе [Абульханова-Славская, 1991].

Вслед за К. А. Абульхановой-Славской мы считаем, что привлечение студентов к самопроектированию с ориентацией на эталон служит, во-первых, укреплению их профессиональной направленности, во-вторых, выступает образцом для построения как жизненной, так и профессиональной стратегии. Основой такого проектирования психологи считают воссоздание образа желаемого будущего во всех его деталях и подробностях. Данный вид учебного проектирования является, по сути, акмеологическим.

Ю. А. Гагин и С. В. Дмитриев видят смысл и содержание реализации акмеологического проекта в том, что человек, осознавая свои жизненные и профессиональные проблемы, стремится к гармоничному соотношению «как есть» (КЕ) с проектным «как должно быть» (КДБ). Для создания образа будущего в качестве средств эти авторы используют «матрицу целепостроения», но не на линейном, а на системно-пошаговом преодолении разницы между КЕ и КДБ [Гагин, Дмитриев, 2000, с. 221]. Средством гармонизации выступает совокупность действий и условий, которые действуют опосредованно: через движение, практики, творчество, через отношения человека с собой и другими людьми.

Проектирование профессионального будущего («модели потребного будущего» по В. В. Серикову) и поиск образа КДБ в наших проектах осуществляется с помощью следующих процедур (*гармонов* по Ю. А. Гагину), вплетенных в учебное занятие:

- пересмотр своих заблуждений и стереотипов, ведь еще Платон писал о том, что «Все хорошие, благородные навыки можно развить в себе упражнением, а особенно нравственность»;
- репетиция будущего во время ролевых игр;
- мысленное перенесение себя в будущее или в достойное подражания прошлое во время семинаров-путешествий. Особое внимание уделяется яркости и детальной проработке образа на примере известных в области туризма специалистов и их биографий;
- визуализация альтернативных моделей будущей профессиональной деятельности при анализе профессиональных задач и разборе ситуаций. Метод анализа профессиональных ситуаций помогает избавиться от ригидности интериоризованных образов и принимать нестандартные решения;
- изучение «темных» сторон профессии, ее ограничений и сильных сторон, возможностей для роста помогает при ранжировании альтернативных перспектив.

Таким образом, подход к построению своего профессионального будущего включает:

- а) анализ студентами типовых задач предстоящей профессиональной деятельности и выработку соответствующих умений;
- б) формирование у них представлений об эталонном специалисте, т. е. профессионале;
- в) упражнения по формированию образа себя как профессионала.

В этом процессе особое место уделено производственным практикам. Опыт нашего исследования показал, что студенты экспериментальной группы, в обучении которых использовались акмеологические учебные проекты, более осознанно подходили к практике, заранее формулировали поэтапное вхождение в профессию, были готовы к ее «темным», негативным сторонам; на основе самодиагностики и самоанализа прогнозировали те сферы деятельности, в которых они вероятнее всего добьются успеха. Их удовлетворенность от прохождения практики в учреждениях социально-культурного сервиса и туризма была высокой: 67,5% утвердились в правильности выбора профессии; 81% из них видят перспективы дальнейшего роста и самоактуализации, понимая, в том числе, какие личностные качества им необходимо совершенствовать (соответственно 31,7 и 41% в контрольной группе).

Очевидно, что при акмеологическом проектировании и продуманной организации производственных практики студентов:

- служат опытом превращения знаний в умения и навыки;
- выступают условием сокращения длительности периода адаптации в будущей работе молодого специалиста;
- способствуют становлению профессиональной идентичности, которая к концу обучения в вузе у большинства студентов не завершена;
- помогают студентам увидеть «темные» и «светлые» стороны будущей профессии, «примерить» на себя образ желаемого будущего.

Таким образом, метод проектов, помимо обучающей задачи ознакомления с содержанием профессиональной деятельности, имеет еще и дополнительные задачи акмеологического характера: создать позитивный жизненный и профессиональный настрой; сформировать их готовность к выполнению своих профессиональных обязанностей; сформировать готовность к конструктивному профессиональному развитию и самоизменению; обучить профессиональным, эталонным формам поведения и общения, которые позволяют избегать разрушающих стратегий в общении и поведении; сделать реалистически знания о взаимодействии профессии и личности.

Акмеологические проекты, таким образом, учат не только достижению акме через самоорганизацию и творческую деятельность, но и, во-первых, предупреждают, что наряду с движением к акме есть и движение в сторону упадка, катаболе; во-вторых, указывают, что есть не только пути к вершине, но есть еще и пути выхода из катаболе, способы преодоления барьеров и затруднений в профессиональном становлении.

Повышение мотивации в ходе обучения происходит естественным образом и способствует в целом повышению качества образования будущего специалиста по туризму.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

- Абульханова-Славская К. А. Топологический подход к личности профессионала // Психологические исследования проблемы формирования личности профессионала / под ред. В. А. Бодрова. М., 1991.
- Гагин Ю. А., Дмитриев С. В. Духовный акмеизм биомеханики. СПб., 2000.
- Зеер Э. Ф. Профессиональное становление личности инженера-педагога. Свердловск, 1988.
- Лаврентьев Г. В. и др. Профессиональное становление студентов инженерно-педагогической специальности: активизация и психолого-педагогическое сопровождение. Барнаул, 2005.
- Лаврентьева Н. Б., Кулешова И. И. Организация интерактивного обучения как условие формирования профессиональной культуры студентов в техническом вузе // Образование и социальное развитие региона. Барнаул, 2002. № 3–4.
- Матюшкин А. М. Как сформировать творческую личность? // Вестник высшей школы. 2004. № 8.
- Хомик В. С. Психотерапия, ориентированная на реконструкцию будущего // Life Line и другие новые методы психологии жизненного пути. М., 1993.

УДК 379.85+910

СТРУКТУРНАЯ МОДЕЛЬ ТУРИСТСКОГО КЛАСТЕРА ТЕРРИТОРИИ НИЖЕГОРОДСКОЙ ОБЛАСТИ

Н. Н. Гировка

На основе использования основных компонент туристского комплекса и их универсальных туристско-рекреационных характеристик рассмотрена принципиальная возможность формирования регионального туристского кластера определенной тематики и иерархии отдельно для урбанизированных и природных территорий.

Генетически структура любой территории может быть представлена двумя классами: урбанизированными и природными комплексами. При этом типология и структура обоих комплексов определяется как общими географическими показателями, так и региональными характеристиками, соотношения которых на различных уровнях и формирует индивидуальность и неповторимость конкретных территорий как основных факторов существования туризма вообще.

Фактически мы говорим о ресурсной составляющей как природных, так и урбанизированных территорий как основе любой отрасли, в том числе и индустрии туризма.

Если исходить из концепции каркаса туристского комплекса территории, то он может быть представлена различными группами. При этом принципиально важно, что в основе формирования туристского кластера любой территории должны лежать базовые компоненты отрасли. Прежде всего это основные ресурсы (объекты) отрасли, определяемые долей их участия в формировании туристских продуктов территории, которая, в свою очередь, определяется их рекреационными свойствами. Кроме того, туристские продукты могут формироваться многими тенденциями (и технологиями) развития других отраслей.

Принципиальные генетические и типологические различия урбанизированных и природных территорий требуют отдельного рассмотрения их туристского каркаса. Несмотря на то, что типологический каркас урбанизированных и природных территорий принципиально может состоять из одних и тех же генетических классов объектов и определяться одними и теми же критериями, однако их пространственные (географические) характеристики и соотношения принципиально различны, что и формирует различные оценочные показатели.

Структурный каркас туристского комплекса Нижнего Новгорода представлен природными, историко-культурными и деловыми (отраслевыми) компонентами.

Природные компоненты Нижнего Новгорода формируются под влиянием географических факторов зоны умеренного климата континентального типа с четко выраженными сезонами года, своими рекреационными ресурсами и спецификой их протекания. Город расположен в относительно разнообразном овражно-балочном рельефе, окружен частично сохранившимися участками южно-таежных, широколиственных и смешанных лесов, многочисленными водными объектами различного генетического происхождения. На территории города имеются относительно разнообразные лесопарковые комплексы (около 20% территории), как частично обустроенные, так и условно естественные, некоторые из них имеют статус охраняемых природных объектов.

Нижний Новгород — один из древних городов России, обладающий богатой и многослойной историей, сохранивший часть своих исторических объектов, относящихся к различным периодам его жизни, свой облик и характер [Гировка, 2007; Гировка, Плотникова, 2009, с. 3]. Один из духовных и культурных центров Поволжья с многочисленными объектами культуры (музеи, театры, галереи).

Нижний Новгород — крупный промышленный центр России со многими уникальными производствами, со своими особенностями развития, взглядами и традициями. В настоящее время он активно формируется и как административный центр. В нем активно развивается деловая жизнь, которая «как магнитом» тянет вслед за собой развитие делового туризма: создание деловых центров, выставочных комплексов и разнообразной инфраструктуры делового туризма.

Географически город расположен на слиянии Оки и Волги. Ока делит город на две неравные части: возвышенную (правобережную) и низинную (левобережную). На возвышенной правобережной части Оки и Волги расположена историческая часть города (с Нижегородским кремлем, старыми зданиями, старыми купеческими кварталами и улочками, религиозными комплексами), а также административная, деловая, культурная, научная, образовательная части. Для равнинных территорий это уникальное место. В левобережье Оки сформировалась преимущественная промышленная составляющая города с уникальными производствами, торгово-выставочными объектами.

Историческая часть города, расположенная на высоких правых берегах Оки и Волги, в некоторой части сохранила удивительный уют, быт и дух «старых» городов. Облик исторической части еще сохраняет панорамность, вписанность в рельеф и ландшафт своей территории, несмотря на многочисленные элементы современных амбиций. Удивительно гармонично расположение города (нагорной части) на слиянии двух крупных рек Русской равнины, которые дополняют мозаику города, формируют его образ, усиливают его панораму. Кроме того, Волга в настоящее время является одними из международных транспортных коридоров.

Каркас структурного комплекса основных компонент территории города представлен общим (универсальным) комплексом показателей основных объектов туризма: *типологическими показателями, показателями сохранности (естественности), эстетической ценности, статусности, территориальными особенностями размещения объектов (плотностью)*. Данные показатели, в свою очередь, сгруппированы по *пространственным, типологическим и иерархическим признакам* в рамках базовой модели отдыха, структуры свободного времени и показателей рекреационного потенциала территории (рис. 1).

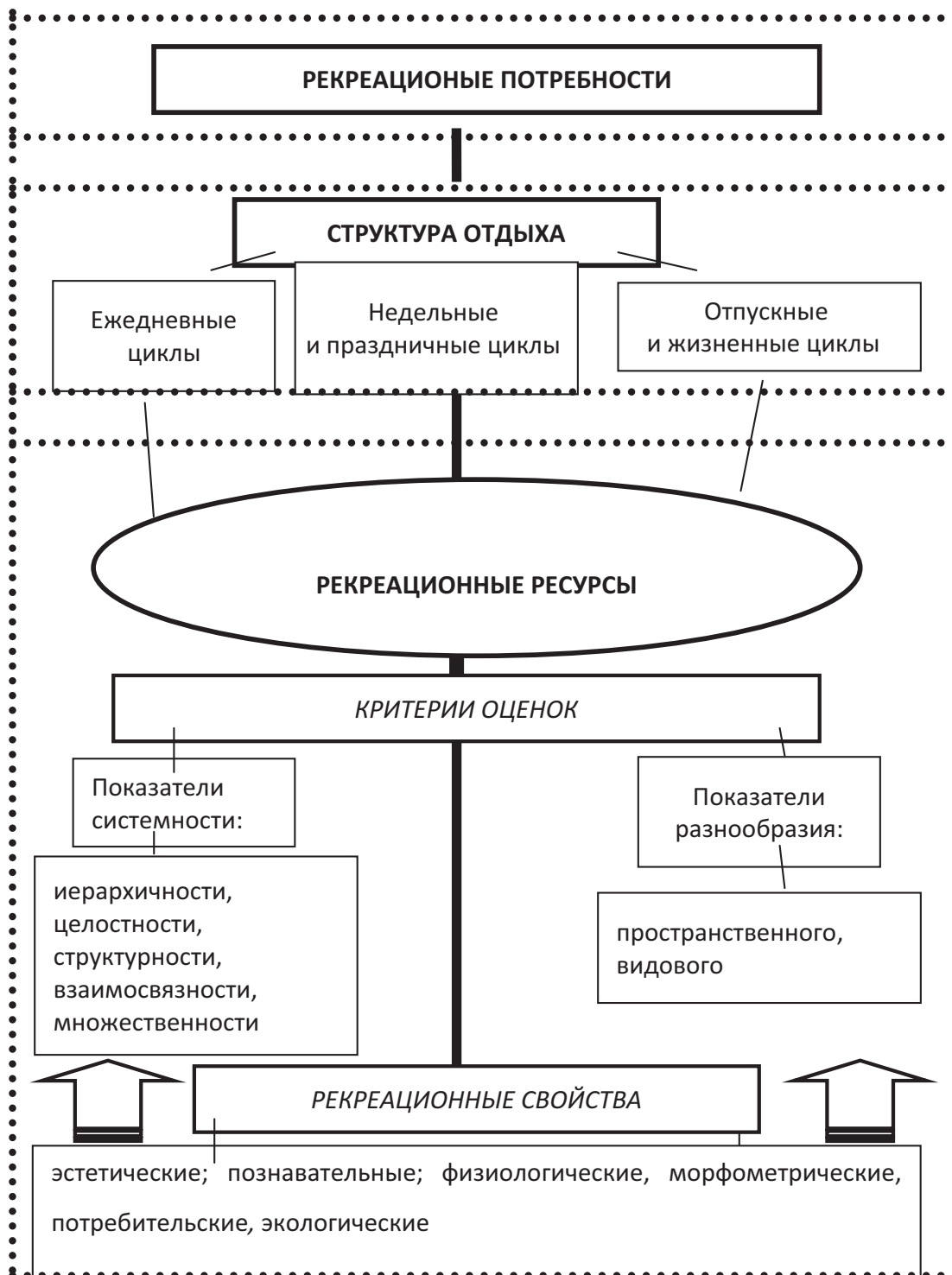


Рис. 1. Модель основных компонент туристского кластера территории

Предполагается, что показатели «статусности» в основе своей соответствуют уровню присвоенного ему статуса памятников культуры или природы и, соответственно, обладают определенным уровнем рекреационной ценности, хотя показатели «статусности» далеко не полностью отражают его рекреационный потенциал.

Показатели сохранности (естественности) являются одними из самых важных характеристик любых генетических типов объектов. Именно степень сохранности определяет палитру и типологию рекреационных занятий, а также комфортность их проведения. Степень сохранности преимущественно определяет и эстетическую ценность объекта, соответственно, его рекреационный потенциал. Кроме того, степень сохранности, в совокупности со «статусностью», открывают путь к рекреационному использованию объекта на различных уровнях системы отдыха, не только местными жителями, но и туристами из других регионов, стран.

Обработка и анализ количественных показателей компонент туристского комплекса города могут быть построены на основе трех- или пятиступенчатых моделей с использованием наиболее распространенных пяти- или более ступенчатых шкал, в зависимости от распределения компонент туристского комплекса в вариационном ряду.

Анализируя количественные показатели как основных, так и вторичных компонент туристского комплекса административных районов города, выделяют три группы с различной их численностью, типологией и статусностью. При этом абсолютным лидером по основным компонентам туристского комплекса является Нижегородский район. Подавляющее большинство объектов туристского комплекса территории (45% от абсолютного показателя) сосредоточено именно в нем. Соответственно, он же характеризуется наибольшей плотностью и разнообразием основных объектов туристского комплекса. Далее, в порядке убывания следуют два района — Канавинский и Автозаводской (12 и 10% соответственно от абсолютного показателя), и третья группа представлена всеми остальными районами — Сормовским, Московским, Советским, Ленинским и Приокским (от 5 до 8% от абсолютного показателя).

В Нижнем Новгороде, как и во многих других крупных «старых городах», в большей или меньшей степени сохранился старый пласт культуры в виде архитектурных комплексов (ансамблей), планировки. Степень сохранности отдельных объектов далеко не одинакова. Среди старой застройки во множестве появляются современные комплексы, созданные для использования в деловых, управленческих, культурных, спортивных и иных целях, что в целом относительно быстро меняет пропорции, внешний облик, характер городской среды. Со своей стороны, смешение эпох и стилей является относительно самостоятельным фактором, приводящим к формированию нового, не всегда известного облика. В целом, данные факторы могут работать на увеличение эстетической ценности территории и тематического разнообразия. Однако, как часто показывает практика, соотношение нового и старого далеко не всегда гармонично и пропорционально, а новый облик далеко не всегда отражает характерные черты.

Наиболее высокими показателями эстетической ценности характеризуются территории города, обладающие:

- высоким разнообразием рельефа — это нагорная часть города (Нижегородский, Советский, Приокский районы), территориально это краевые зоны (бровки откосов, балок), обладающие определенными морфометрическими и панорамными характеристиками;
- исторической застройкой: кремлевский ансамбль, купеческие жилые ансамбли (и отдельные особняки), общественные здания, храмовые ансамбли, ярмарочный комплекс, части сохранившейся старой промышленной застройки.

Пространственно количественные показатели компонент туристского комплекса города отражены тематической моделью типологических элементов, построенной на основе административного деления города (рис. 2), которая иллюстрирует крайне неравномерное их распределение в структуре города. Лишь один исторический и административный Нижегородский район обладает полным комплексом типологических компонент туристского комплекса, он и является ядром туристского комплекса города.

Использование показателей *типологии, плотности и статуса объектов* структуры туристского комплекса города позволяет районировать территорию по отраслевой принадлежности.

Высокая плотность и разнообразие основных объектов туристского комплекса формируют практически не прерывающиеся видеоряды различного типологического, иерархического и генетических

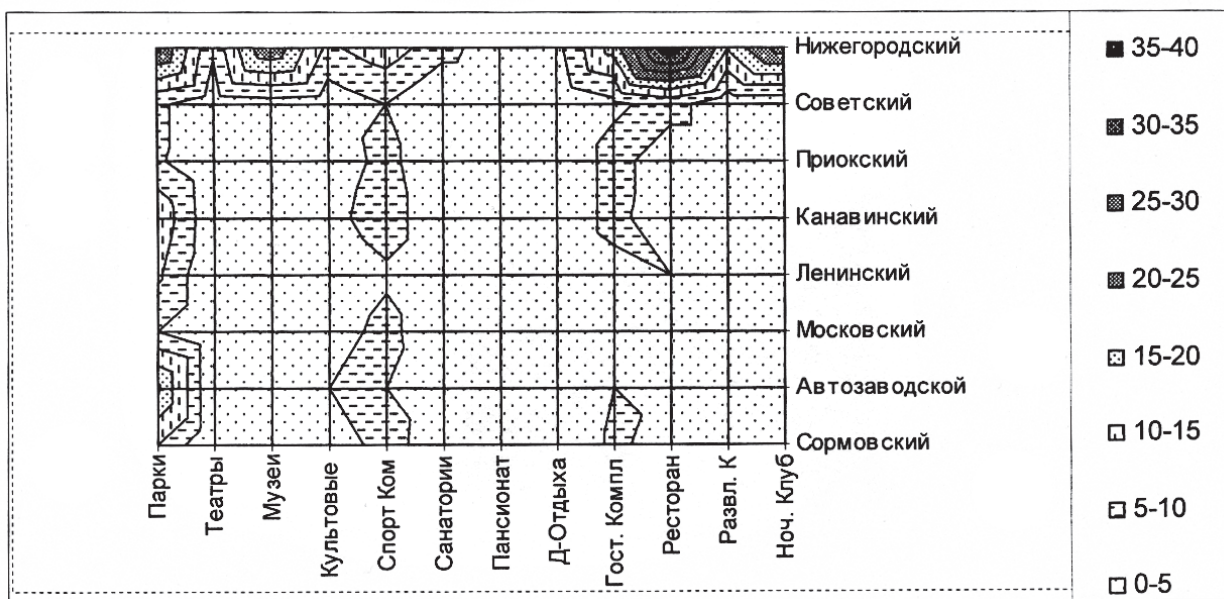


Рис. 2. Пространственная модель группировки численных показателей структуры туристского комплекса районов города

типов, образуя особый типологический туристский кластер территории. Территориальные изменения данных характеристик основных объектов туристского комплекса приводят аналогично как к формированию, так и рассыпанию территориального отраслевого кластера на отдельные территориальные или тематические объекты.

Историческая часть Нижнего Новгорода с Нижегородским кремлем и прилегающими ансамблями исторической застройки, непрерывно сменяющими один другого, типологически и иерархически являются туристским (отраслевым) кластером определенной тематической направленности. Удаление от кремлевского ансамбля быстро приводит к снижению плотности расположения основных объектов туризма, их фрагментарному расположению и, соответственно, рассыпанию кластера на отдельные тематические объекты или тематические комплексы более низкого иерархического уровня, например районного.

При показателях плотности основных объектов туризма от 8,0 на 1 км² и выше на территории Нижнего Новгорода формируется непрерывный видеоряд чередующихся основных объектов, образующих тот или иной тематический туристский кластер. Такая территория обладает самыми высокими показателями и может быть рекомендована как рекреационная зона определенного профиля и статуса. В Нижнем Новгороде это историческая территория с кремлевским комплексом.

При показателях плотности основных объектов туристского комплекса в пределах от 7,0 до 5,0 на 1 км² туристская территория включает объекты нетуристского назначения (жилые, административные и т.п.). На таких территориях формируется мозаика объектов различной отраслевой принадлежности, однако объекты туристского назначения еще преобладают, и в целом территория характеризуется высоким туристским потенциалом, это буферная зона туристского кластера. Дальнейшее снижение показателей плотности расположения основных объектов туристского назначения (менее 5,0 на 1 км²) на любой территории приводит к их фрагментарному расположению и, соответственно, их изолированному существованию в туристском комплексе города и преимущественной специализации на удовлетворении отдельных рекреационных потребностей (первых циклов системы отдыха).

Природный потенциал основных компонент туристского комплекса любой территории представлен универсальным набором генетически разнородных групп объектов (комплексов) [Гировка, Плотникова, 2009, с. 8]:

- набор особо охраняемых природных территорий (ООПТ);
- комплекс памятников историко-культурного наследия;
- комплекс ремесел и промыслов;

- музейный комплекс;
- комплекс специально созданных туристских объектов;
- естественные (условно) природные комплексы.

Соотношение (доли) основных компонент в структуре туристского комплекса всегда регионально и является отражением комплекса природных факторов и особенностей освоения и развития той или иной территории [Мильков, 1973].

Рекреационные ресурсы территории Нижегородской области весьма разнообразны, что определено географическими факторами, историей освоения и формирования отраслевого комплекса территории, степенью сохранности ее природных комплексов.

Обилие природных границ, со своей стороны, усиливает контрастность и разнообразие ландшафтов территории области [Мильков, 1968, 1973; Котляров, 1978]. На территории области сосредоточиваются взаимоотношения между всеми природными компонентами: *горными породами, рельефом, климатом, водами, растительным и животным миром*. Еще В. В. Докучаев, чьи исследования природы бывшей Нижегородской губернии составили целую эпоху в развитии мировой географической науки, утверждал, что данная губерния является единственным местом среди равнинных территорий России, обладающим столь высоким природным разнообразием.

Практически все памятники природы (ООПТ) приурочены к участкам относительно сохранившихся лесных, водных, степных комплексов, из них наибольшая доля располагается в хвойных и хвойно-широколиственных урочищах (115 участков). Обязательно в состав лесных природных комплексов входят и водные объекты (45 объектов имеют статус ООПТ) различного генетического происхождения, а всего на территории области их насчитывается несколько тысяч. Кроме того, в рассмотрение включены не освоенные другими отраслями территории, представленные водными и лесными комплексами. Как известно, с позиций рекреации и туризма именно данные комплексы равнинных лесных территорий являются ключевыми участками отраслевой принадлежности.

На территории Нижегородской области высока концентрация ремесел и промыслов, из 48 районов области в 25 из них возникли и развиваются разнообразные ремесла и промыслы.

Пласт историко-культурных ресурсов территории Нижегородской области представлен чрезвычайно богатым и разнообразным комплексом. Всего на территории области находится 3891 объект историко-культурного наследия [Гиловка, 2007; Гиловка, Плотникова, 2009; Лукина, Баканина, 1977]. Из их общего количества объектов федерального значения — 1301, регионального — 2590 памятников, памятников всемирного наследия нет. Наибольшее количество объектов располагается на территории Нижнего Новгорода, из них 745 объектов культурного наследия двух уровней: 117 памятников федерального значения и 628 — регионального.

Критериями оценок пространственного разнообразия и потенциала служил комплекс показателей, аналогичных тем, что используются при рассмотрении урбанизированных территорий, нормативы оценок с позиции пешего туризма на эталонных участках и психологические нормативы времени на переезды до объектов. Территориальным каркасом туристского комплекса области служило административное устройство, а это плохо, особенно при оценках природных рекреационных комплексов, границы которых далеко не всегда совпадают с административными.

Прежде всего выявлены существенные различия: пространственного распространения, плотности и типологии основных объектов туристского комплекса, в первую очередь памятников историко-культурного наследия (включая ремесла и промыслы, музеи), что является индивидуальной особенностью территории и ее исторического развития. Данная группа памятников в значительной степени и определила традиционный познавательный потенциал территории и определенную типологию существующего профиля туристского комплекса соответственно.

Меньшими численными показателями характеризуется группа ООПТ, однако со значительно большим долевым и территориальным разнообразием. В группу ООПТ также включены государственные заказники и охотничьи хозяйства, относительно равномерно представленные по всей территории области.

Пространственный образ модели туристского комплекса территорий, выраженный в форме потенциала, весьма неоднозначен (рис. 3). При этом наиболее массовыми компонентами формирования пространственного рисунка туристского комплекса являются *природные ресурсы и историко-культурные ресурсы*.

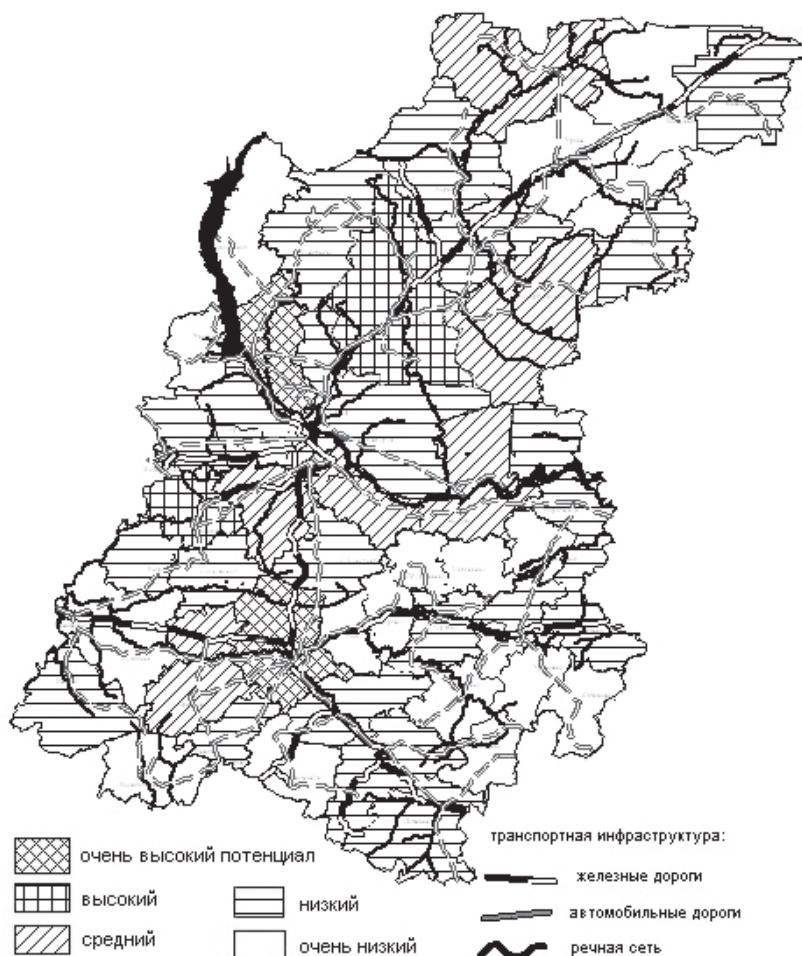


Рис. 3. Туристско-рекреационный потенциал территории Нижегородской области

Именно этими факторами и определяется непосредственное примыкание территорий с высоким туристским потенциалом к основному «пользователю» туристских ресурсов территории области с северной и южной сторон. Удаление от областного центра приводит к снижению туристского потенциала и в целом формированию зон с более низким потенциалом туристского комплекса. Обоснование полученной картины территориального зонирования потенциала туристского комплекса различное: северная половина в большей степени сохранила природный, в то время как южная половина — историко-культурный потенциалы.

С другой стороны, непосредственно к городу с западной стороны примыкает и территория, характеризующаяся низким потенциалом туристского комплекса, что прежде всего объясняется основными показателями природных ресурсов — высокой заболоченностью территории и низкой степенью сохранности природных ресурсов, интегрально не способствующих развитию туризма.

Транспортная инфраструктура, сформированная эволюционно также под воздействием природных и антропогенных факторов (водных потоков, рельефом), со своей стороны, определенно накладывает секторность на концентрический рисунок структуры туристского комплекса территории. Секторность является отражением местных закономерностей пространственного рисунка основных компонент геоферы.

Таким образом, две основные группы факторов по существу определяют пространственный рисунок структуры и потенциала туристского комплекса территории. Очевидно, данные факторы являются лимитирующими и позволяют районировать территорию по типологии, иерархии и потенциалу туристского комплекса и таким образом выделять граничные изменения (радиальные и секторные зоны) и нормированные оценочные показатели, естественно, с привлечением показателей других отраслевых комплексов (транспортного и др.).

Данные же факторы и показатели отражают каркас типологической и иерархической структур туристского кластера территории Нижегородской области.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

Гировка Н. Н. Природный потенциал активного туризма территории Нижегородской области // Туризм и рекреация: фундаментальные и прикладные исследования : труды III международной научно-практической конференции МГУ им М. В. Ломоносова. М., 2008.

Гировка Н. Н., Плотникова Д. Д. Туристский комплекс Нижнего Новгорода // Материалы отчетной научной конференции института архитектуры и градостроительства ННГАСУ. Н. Новгород, 2009.

Котляров Е. А. География отдыха и туризма. Формирование и развитие территориальных рекреационных комплексов. М., 1978.

Лукина Е. В., Баканина Ф. М. Памятники природы города Нижнего Новгорода. Нижний Новгород, 1997.

Мильков Ф. Н. Контрастность сред и ее географические следствия // Философия и естествознание. Воронеж, 1968. Вып. 2.

Мильков Ф. Н. Человек и ландшафты. М., 1973.

УДК 378: 796.51

ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ МЕЖКУЛЬТУРНОЕ ОБЩЕНИЕ БУДУЩИХ СПЕЦИАЛИСТОВ ПО СЕРВИСУ И ТУРИЗМУ

Ж. В. Глотова, И. И. Драгилева, Е. П. Мутавчи

Конкретизированы цели обучения иностранному языку будущих специалистов по сервису и туризму, описаны средства формирования профессиональных компетенций на указанных занятиях.

С расширением межкультурных профессиональных контактов все больше возрастает потребность общества в специалистах различного профиля, владеющих иностранными языками. Однако овладение иноязычным кодом, позволяющим успешно осуществлять межкультурное профессиональное взаимодействие, предполагает также овладение профессионально значимыми концептами и поведенческими нормами, свойственными родной и иноязычной культурам, обуславливающими специфику коммуникативного поведения их представителей и формирующими готовность к эффективному межкультурному и, следовательно, международному профессиональному сотрудничеству.

Обусловленная социальным заказом общества иноязычная профессиональная компетентность становится одной из самых значимых составляющих содержания обучения специалистов неязыкового профиля. В современной концепции обучения иностранному языку в неязыковом вузе подчеркивается, что иноязычная компетенция является неотъемлемым компонентом профессиональной подготовки современного специалиста любого профиля, а цели и задачи языкового курса определяются коммуникативными и познавательными потребностями специалистов соответствующего профиля.

Основными особенностями профессионального общения специалиста по сервису и туризму являются: знание речевых и этикетных норм, составляющих культуру речи специалиста по сервису и туризму, владение профессиональным подязыком, наличие высокого уровня инициативности и коммуникабельности, умение оперативно реагировать на поставленный вопрос, ориентироваться в психологических характеристиках партнера по коммуникации, знание особенностей национального характера и культуры собеседника, следование правилам профессионального коммуникативного кодекса, включающего принцип гостеприимства, кооперации и вежливости, выбор соответствующих ситуации общения стратегий и тактик.

Таким образом, мы можем констатировать, что осуществление продуктивной профессиональной деятельности работником туристской индустрии возможно при наличии следующих компетенций:

- 1) лингвистическая;
- 2) операциональные;
- 3) межкультурная.

Соответственно, в процессе обучения иностранному языку специалистов данного профиля следует формировать:

- лингвистические знания, навыки и умения реального профессионального общения через порождение и интерпретацию текстов как коммуникативных единиц, способствующих овладению обучающимися коммуникативной деятельностью, репрезентирующей сферу профессиональной деятельности специалистов сервиса и туризма, и формирование лингвистической, дискурсивной и социолингвистической компетенций;
- фоновые знания, релевантные деятельности специалиста сервиса и туризма, включающие в себя знание соответствующего подъязыка и умение пользоваться им при организации профессиональной деятельности, что способствует формированию профессионального тезауруса специалиста по сервису и туризму;
- лингвострановедческие и культуроведческие знания о родной и инокультурной общности, соответственно, знание эффективных стратегий для решения различных коммуникативных профессиональных задач, обеспечивающих формирование социокультурной и стратегической компетенций специалиста по сервису и туризму.

Исследование характера профессиональной деятельности специалистов туристской индустрии и сферы гостеприимства, а также анализ условий обучения иностранным языкам на факультете сервиса позволили нам конкретизировать цели обучения иностранному языку будущих специалистов по сервису и туризму и сформулировать компетентностные основы профессионально ориентированного обучения.

Целью обучения профессиональному иностранному языку будущих специалистов по сервису и туризму является формирование иноязычных профессиональных компетенций — коммуникативной и межкультурной, обеспечивающих возможность овладения профессионально значимыми коммуникативными средствами в типичных ситуациях профессионального общения. Коммуникативная иноязычная компетенция представляет собой знание языковых, предметных (содержательных) и психологических компонентов, необходимых для понимания партнера по коммуникации и порождения собственной программы поведения, в том числе самостоятельных речевых произведений при осуществлении определенной профессиональной операции. Межкультурная компетенция — это лингвострановедческие и культуроведческие знания о родной и инокультурной общностях и владение соответствующими эффективными стратегиями для решения различных коммуникативных задач.

Основой нашей компетентностной концепции обучения профессионально-ориентированному межкультурному общению на иностранном языке будущих специалистов по сервису и туризму составляет:

- 1) организация учебных материалов по модулям — в типичные коммуникативные ситуации профессионального взаимодействия, моделирование профессиональной иноязычной коммуникативной деятельности специалистов туристской индустрии и использование профессионально-ориентированных речевых средств в обучении, что способствует овладению студентами — будущими специалистами конвенциональными процедурами, коммуникативными стратегиями и тактиками при проведении определенной профессиональной операции в сфере сервиса и туризма;
- 2) включение в содержание обучения иностранному языку будущих специалистов по сервису и туризму социокультурного компонента, имеющего трехчленную структуру: средства социокоммуникации (язык, невербальный язык, письменная коммуникация), национальная ментальность и национальное достояние, нацеленное на развитие социокультурной компетенции;
- 3) активное использование материалов регионального компонента, посредством которых обучающийся получает исчерпывающую информацию и учится рассказывать о культурных ценностях и достопримечательностях своего региона на иностранном языке.

Представим схематично средства формирования выделенных нами профессиональных компетенций при обучении иностранному языку специалистов сервиса и туризма (см. рис.).

Схема формирования профессиональных компетенций

Профессиональные иноязычные компетенции	Средства формирования компетенций
Профессиональная операциональная компетенция (знание стандартов и процедур, протокола при организации профессиональной деятельности)	Организация учебного материала, адекватного ситуациям реального профессионального общения; система упражнений, направленных на тренировку навыков и умений общения с иностранными клиентами при осуществлении той или иной профессиональной операции (например, оформление клиента в гостинице)
Коммуникативная компетенция — лингвистическая	а) отбор тематически ситуативно обусловленной лексики, составляющей подъязык специалиста по сервису и туризму: профессиональные термины, клишированные формы, этикетные и инициативные реплики, составляющие речевые конвенции сферы сервиса и туризма; использование грамматических правил-схем; система упражнений, направленная на тренировку навыков употребления профессиональной лексики; реплики, составляющие речевые конвенции сферы сервиса и туризма; использование грамматических правил-схем; система упражнений, направленная на тренировку навыков употребления профессиональной лексики
— дискурсивная компетенция, социолингвистическая компетенция (способность адекватно использовать языковые средства для построения высказываний и текстов в соответствии с нормами языка в устной и письменной речи)	б) использование аутентичных текстов профессиональной направленности в качестве речевого образца; система условно-коммуникативных и коммуникативных упражнений, цель которых — продуцирование устного или письменного речевого высказывания в ситуации профессионального взаимодействия
Социокультурная компетенция	Использование лингвострановедческого материала общекультурного и профессионального характера; система упражнений, формирующих знания о культурных особенностях речевого и неречевого поведения; использование региональных материалов

УДК 378.1

СИСТЕМА ЭКОЛОГИЧЕСКОГО ОБРАЗОВАНИЯ НА ОСОБО ОХРАНЯЕМЫХ ПРИРОДНЫХ ТЕРРИТОРИЯХ КАМЧАТКИ

Е. Ю. Глухова

Рассмотрены основные цели эколого-просветительской работы особо охраняемых природных территорий (ООПТ), ее основные формы и специфика эколого-просветительской работы с молодёжью. Также показаны особенности экологического образования на территории ООПТ, в частности, природных парков, на примере работы проекта «Практика и обновление тропы WWF» в природном парке «Вулканы Камчатки».

Необходимость организации эколого-просветительской работы и вовлечения местного населения в поддержку деятельности особо охраняемых природных территорий (ООПТ) — одна из важнейших задач всех ООПТ мира. Об этом было заявлено на IV Всемирном конгрессе охраняемых территорий в 1992 г. в столице Венесуэлы Каракасе.

Мировой опыт экологического просвещения через развитие экотуризма в ООПТ несравненно богаче отечественного. Тем не менее в нашей стране, и в том числе в Камчатском крае, накоплен определенный опыт природоохранной просветительской деятельности.

В соответствии с действующим российским законодательством особо охраняемые территории выполняют эколого-просветительские функции. Данная деятельность входит в число основных задач, возложенных на ООПТ.

ООПТ обладают специфическими возможностями, позволяющими сформировать уникальную образовательную среду для работы с населением. Такая образовательная среда обуславливается как собственно миром дикой природы данной территории, так и штатом квалифицированных специалистов.

Эколого-просветительский потенциал сети российских ООПТ чрезвычайно велик. Во-первых, охраняя ценнейшие природные территории, заповедники и национальные парки могут грамотно демонстрировать людям красоту, богатство сохраняемой природы, а также привлекать местное население, в первую очередь молодёжь, к непосредственной природоохранной деятельности.

Во-вторых, в штате ООПТ работают квалифицированные специалисты в области биологии, экологии, лесного хозяйства. Проводимое на протяжении многих десятилетий изучение экологии отдельных видов, наблюдение за изменениями в природных экосистемах, сравнение этих процессов с тем, что происходит в освоенной, деградированной среде, при умелой интерпретации может наглядно демонстрировать населению значимость сохранения именно дикой природы, всего биологического разнообразия, необходимости природоохранных мер.

В-третьих, на ООПТ имеется или создается материальная база для ведения экологического просвещения: музеи природы, визит-центры, экологические тропы, экспозиции под открытым небом и т. д.

Согласно существующим нормативным документам, основные направления деятельности и перечень мероприятий, направленных на формирование на базе ООПТ системы непрерывного экологического просвещения, следующий:

- 1) подготовка кадров;
- 2) подготовка методических материалов;
- 3) привлечение организаций-партнеров;
- 4) работа с местными органами образования и педагогами;
- 5) работа со средствами массовой информации [Федеральный закон «Об особо охраняемых природных территориях»].

Достижение поставленных целей и решение стратегических задач эколого-просветительской деятельности требует выделения целевых групп населения. Для каждой такой группы необходимо использовать различные эколого-просветительские программы, соответствующие как психологическим особенностям, возрасту, здоровью, условиям жизни, а также той социальной функции, которую данная группа населения выполняет в обществе.

Специфика эколого-просветительской работы с отдельными группами определяется, с одной стороны, целями, которые ставят перед собой «экопросветители», а, с другой стороны, интересами участников группы. Это влияет на сочетание содержания программы и методов, используемых при ее реализации.

Охраняемые природные территории должны стать базой для формирования экологического сознания людей, в первую очередь молодежи, так как в будущем на них ляжет ответственность за сохранение природных комплексов. Кроме того, молодые люди более открыты для восприятия и осмысления информации.

Охраняемые природные территории имеют различный охранный статус — государственные природные заповедники и заказники, национальные парки, природные парки, памятники природы, дендрологические парки и ботанические сады, лечебно-оздоровительные местности и курорты. В целом все эти ООПТ призваны сохранять богатейшее ландшафтное и биологическое многообразие страны, генофонд живых организмов, сберегать эталонные и уникальные ландшафты, приумножать природные ресурсы, а также проводить научные изыскания, содействовать развитию рекреации, туризма и экологического просвещения, улучшать качество среды проживания человека и т. д. Экологическую туристскую деятельность выгодно развивать на ООПТ (доступность, развитость инфраструктуры при сохранности природной среды). При этом наибольшие перспективы из всех ООПТ экологопросветительская деятельность имеет в границах природных парков.

Природные парки создаются для защиты выдающихся природных и ландшафтных территорий национального и международного значения в целях науки, просвещения и отдыха. Парки представляют собой относительно обширные природные территории, где нет существенных изменений в результате человеческой деятельности и не разрешается добывающая деятельность в коммерческих целях.

Таким образом, природные парки — это государственные полифункциональные учреждения, в которых функция охраны природы сочетается с ограниченной хозяйственной и научно-просветительской

экологической деятельностью. Деятельность природных парков направлена на решение двуединой задачи: во-первых, сохранить уникальные природные территории в их первозданном виде; во-вторых, показать эту первозданную природу людям.

Экологическое образование в ООПТ имеет ряд особенностей по сравнению с формальным образованием. Находясь в пределах особо охраняемой территории, посетитель имеет возможность наблюдать естественный ход природных процессов и явлений, чего он лишен в городе. Одновременно он может сравнить природные комплексы внутри ООПТ с природно-антропогенными и антропогенными вне ее границ. Здесь же часто есть возможность провести простейшие научные исследования силами самих посетителей или же природоохранные работы, способствующие улучшению экологической обстановки того региона, для которого данная ООПТ является репрезентативным учреждением.

Таким образом, экологическое образование на базе ООПТ призвано и имеет возможность сочетать в себе интеллектуальный (естественно-научный) подход с практической деятельностью и удовлетворением эстетических потребностей [Ледовских и др., 2002].

Ни для кого не секрет, что в настоящее время российские ООПТ испытывают серьезные финансовые затруднения. Их в значительной мере поддерживают зарубежные благотворительные организации и фонды, в их числе Всемирный фонд дикой природы (WWF) и др. Им же были разработаны рекомендации по расширению возможностей финансирования за счет собственной деятельности: эколого-просветительской и рекреационной, рекламно-издательской и научно-исследовательской. Такого рода деятельность, следовательно, принесет пользу не только обществу, но и самому природному парку.

Одним из примеров экологического образования на территории природного парка с привлечением средств из благотворительных организаций и фондов является проект «Практика и обновление тропы WWF» в природном парке «Вулканы Камчатки».

Молодежное экологическое движение «Зелёный след», организованное под эгидой WWF на базе Камчатского кооперативного техникума и Российского университета кооперации, уже несколько лет шефствует над экологической тропой WWF в Налычевском природном парке. В проекте, который называется «Практика и обновление тропы WWF», участвуют студенты туристских специальностей из разных учебных заведений как Камчатского края, так и других регионов страны. Каждый год в течение двух недель на территории парка работает студенческий волонтерский отряд, выполняющий определенный объем работ, соответствующий специализации студентов и согласованный с дирекцией парка. Это может быть GPS-маркировка экологической тропы, фотографирование флоры и фауны для буклетов, определителей растений и животных, которые выпускает парк, разработка и описание учебных троп и т. д. Параллельно с выполнением работ руководителями проводятся ежедневные учебные игры, спортивные соревнования, тренинги, конкурсы экологической направленности. Волонтеры получают опыт жизни в походных условиях, учатся работать в команде, постигают основы этики поведения в дикой природе. Студенты, участвовавшие в таком проекте, в дальнейшем проявляют более высокий уровень экологической культуры, чем большинство их сверстников. Они охотно участвуют в экологических акциях, проводимых в регионе, проявляют повышенный интерес к специальности, приобретают профессиональную направленность. Таким образом, можно сказать, что экологическое образование на территории ООПТ имеет преимущества перед традиционным, осуществляемым на базе учебного заведения, и дает возможность достигнуть его основную цель — формирование экологического сознания, субъектно-этического отношения к природе.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

Ледовских Е. Ю., Дроздов А. В., Чижова В. П. Туризм и охрана природы: минусы и плюсы // Экологический туризм на пути в Россию. Принципы, рекомендации, российский и зарубежный опыт. Тула, 2002.

УДК 378.1:796.51

СОДЕРЖАНИЕ НАЦИОНАЛЬНО-РЕГИОНАЛЬНОГО КОМПОНЕНТА ОБЩЕПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ПОДГОТОВКИ СПЕЦИАЛИСТА ПО ТУРИЗМУ

А. А. Давыдова

Рассмотрены особенности образовательных программ в области туризма государственного стандарта третьего поколения, приведены особенности образовательных программ, реализующихся в Камчатском крае.

Появление новых вызовов времени закономерно определяет необходимость дальнейшей модернизации системы образования. Новые задачи, стоящие сегодня перед вузовским образованием, значительно расширяют сферу действия и назначение государственных образовательных стандартов. С принятием государственного образовательного стандарта третьего поколения у вузов появилась возможность заниматься подготовкой кадров с учетом региональных потребностей, вводить собственные дисциплины, адаптируя выпускников к рынку труда.

Специалист по туризму должен обладать целостными системными знаниями в области региональных рекреационных туристских ресурсов, навыками моделирования регионального туристского продукта, его продвижением и реализацией, развитыми профессионально значимыми личностными качествами, способностью эффективно реализовать профессиональную региональную компетентность на практике при решении конкретных задач, связанных с организацией и развитием внутреннего и въездного туризма в регионе. Сегодня для работы в регионах нужны специалисты, которые могут комплексно подойти к развитию территории, увидеть ее ресурсы и на их базе предложить программы развития туристской отрасли. Исходя из этих задач структура профессиональной подготовки специалиста по туризму включает указанные ниже компоненты.

Специальные знания. Специалист туристской сферы, кроме знаний основ предпринимательской деятельности в туризме, менеджмента и маркетинга, бухучета, технологий туризма, социологии, экономики, истории культуры, иностранных языков, обязательно должен владеть географическими знаниями. Туризм — ресурсно-ориентированная отрасль. Биоклиматические условия, природные рекреационные ресурсы, гидроминеральные ресурсы, экологические условия природной среды, культурно-исторический потенциал, основные центры туризма, инфраструктура — все это лежит в основе создания турпродукта. Выпускник должен знать естественно-научные аспекты краеведения: геологию, климатологию, гидрологию, почвоведение, зоологию, ботанику, экологию; социальные аспекты: структуру населения, этнографию, экологию человека, топонимику, а также искусствоведческие аспекты: архитектуру, изобразительное искусство, музеи, народные коллективы, народные промыслы и др.

Спортивное мастерство. Будущий специалист по туризму должен пройти через систему туристской подготовки, овладеть многими практическими умениями и навыками по технике туризма, знать действующие маршруты своего края, специфику работы на данной территории. В региональный компонент в учебных планах вузов должны быть включены спортивно-оздоровительный туризм, безопасность туризма и охрана окружающей среды. Подготовку специалистов целесообразно объединить с обучением в туристских клубах, а практическая подготовка по технике туризма должна проходить в учебно-тренировочных походах, во время турслетов, соревнований по спортивному ориентированию.

Профессиональные умения и навыки — это приобретенные в процессе обучения способности специалиста. На специалиста в сфере туризма возлагается ответственность по решению многих задач, связанных с обеспечением безопасности и снижением травматизма участников туристских походов, поездок и экскурсий, жизнеобеспечением людей в экстремальных условиях, устройством палаточного лагеря в гармонии с природной средой. Поэтому и требуется система формирования особых знаний, умений и навыков.

Специальные личностные качества. Рекреационная функция туризма — восстанавливать не только физические, интеллектуальные, но и моральные качества человека. Личный практический опыт, от-

ветственность, культура общения, эмоциональная сдержанность, умение быть лидером в группе, поддерживать соответствующий уровень организованности группы даже в самых сложных ситуациях — все это составляющие социально-психологической подготовки выпускника. Таким образом, знания современного работника сферы туризма базируются на знаниях о природе и обществе, технике и технологиях, приобрести которые можно только в процессе практикоориентированного обучения.

Каждый субъект Российской Федерации должен разрабатывать свои программы развития туризма, и каждый вуз должен работать на свой регион. Если мы планируем развивать внутренний и въездной туризм, то должны понимать, за счет какого кадрового сопровождения это возможно. Будущие специалисты должны знать состояние материальной базы туризма, основные туристские и экскурсионные программы, проводимые в регионе. Глубокие знания региона позволят специалисту туристской сферы свободно ориентироваться во всех вопросах, связанных со спецификой предоставления туристских услуг, умело использовать их в практической работе.

Проведенные опросы работников туристских фирм показывают, что основной причиной незначительного количества внутренних региональных маршрутов и программ, которые реализуются в крае, является их неразработанность, связанная зачастую с незнанием региональных природных богатств, исторических памятников, культурно-познавательных объектов, выгодно отличающим его туристский потенциал от потенциалов других регионов. Отсутствие в туристских предприятиях специалистов, способных на профессиональном уровне разрабатывать такие программы и маршруты, также является серьезной причиной, тормозящей их развитие. На работу приходят специалисты с хорошими знаниями, но не подготовленные к практической работе на местах. Необходимо научить студента формировать региональный туристский продукт по всем этапам этого сложного процесса — от выявления потенциала и ресурсов до разработки стратегии маркетинга и рекламной деятельности.

Региональный материал является основой формирования содержания всех видов практик. Полевые практики по краеведению охватывают всю территорию Камчатского края. В ходе практики студенты знакомятся с физико-географическими особенностями местности, основными типами природных экосистем, с геологическими и гидрологическими объектами, с характерными представителями растительного и животного мира, принимают активное участие в описании и оценке эколого-рекреационных ресурсов изучаемых территорий, разработке новых экологических маршрутов и создании экологических троп. Изучают экономические проблемы региона, знакомятся с историей Камчатского края. Студенты проводят маркетинговые исследования в области туризма, инвентаризацию потенциальных объектов туризма, создают информационные базы данных объектов туризма для каждого муниципального образования (уникальные природные и культурно-исторические объекты, средства размещения, объекты питания и т. д.); разрабатывают пакет рекламно-информационных материалов, содержащих информацию о дестинации, интересных объектах, их значимости, возможности посещения, предоставляемых услугах и т. д.

Студенты регулярно совершают походы различной категории сложности, участвуют в научно-исследовательских экспедициях, в ходе которых в полевых условиях приобретают разнообразные краеведческие знания, навыки начальной туристической подготовки и инструкторской работы на туристских маршрутах Камчатки (сплавы, пешеходный туризм, организация спортивной рыбалки, восхождение на вулканы и др.). Ведь специализированных фирм в Камчатском крае немного, а те, что занимаются внутренним туризмом, работают по разным направлениям.

Одним из лучших мест для проведения практик по экскурсоведению, рекреационным ресурсам, экологическому туризму и ряду других спецдисциплин являются особо охраняемые природные территории, прежде всего природные парки, заповедники, заказники. Около 30% территории Камчатского края — особо охраняемые, поэтому региональный компонент учебного плана ориентирован на экологический туризм. Наибольший интерес в плане проведения сезонных студенческих практик на Камчатке представляет природный парк «Вулканы Камчатки». Парк обладает развитой туристской инфраструктурой, наличием визит-центров, хорошо оборудованными стоянками, сетью экологических троп. Ежегодно за счет грантовой деятельности студенты получают возможность путешествовать в отдаленные уголки полуострова. К нам присоединяются студенты из Германии, Австралии, США, Швейцарии, Австрии, а также Московского госуниверситета и других вузов России. В августе 2010 г. в экспедиции в природном парке «Вулканы Камчатки» принимали участие студенты и преподаватели Алтайского государственного университета, студенты из Германии. Участники экспедиции совершили восхождение на вулканы

Мутновский и Горелый, побывали в центральной Камчатке — селах Мильково и Эссо, познакомились с инфраструктурой туризма Быстринского района, приняли участие в семинаре по развитию этнографического туризма, посетили места традиционного природопользования коренных жителей Камчатки. В программу экспедиции были включены следующие вопросы: изучение туристского потенциала Камчатского края и форм взаимовыгодного сотрудничества университета с ООПТ; международный опыт управления рисками при организации туризма на ООПТ; подготовка технологической документации туристских маршрутов; оборудование и описание экологических троп; экологический мониторинг; работа с туристами на ботанической тропе и в визит-центрах парка «Вулканы Камчатки»; знакомство с традиционной культурой коренных жителей; участие в краевом празднике «День вулкана». Летом 2010 г. была проведена волонтерская экспедиция в природный парк «Налычево» — Проект «Практика и обновление тропы WWF» (в июле проводится ежегодно); летний полевой лагерь-экспедиция «Волонтеры — „Камчатский меридиан“ на о. Беринга Алеутского района (сентябрь). Участники экспедиции выполняли техническое задание ФГУ «Государственный природный биосферный заповедник „Командорский“»: провести описание экологического маршрута «Тропой Георга Стеллера», соединяющего восточное и западное побережье острова Беринга, определить объем работ, необходимых для обустройства и маркировки маршрута, составить технологическую документацию и паспорт маршрута, подготовить заключение о готовности маршрута к началу туристского сезона 2011 г.

Как правило, любой экспедиции предшествует подготовительный этап, особенно если перед экспедицией ставятся исследовательские, учетные, описательные задачи. Это и подготовка к выполнению намеченных полевых работ, и обучение методикам, и предварительное ознакомление с районом работ, его изученностью. Все это требует интенсивного обучения, овладения как теоретическими знаниями, так и практическими навыками, далеко выходящими за рамки обычной учебной программы. Во время полевых работ усваивается такой объем фактического материала и практических навыков, какой в аудиторных условиях совершенно немыслим. Работа в полевых условиях формирует не только профессиональные, но и многие «прикладные» навыки — от техники туризма до оказания медицинской помощи, приготовления пищи, ремонта оборудования, проведения досуговых мероприятий. В дальнейшем полученные краеведческие знания могут стать основой для разработки собственных маршрутов, исследований в рамках курсовых и дипломных работ. Для студентов это прекрасная возможность проверить себя на пригодность к выбранной профессии, получить реальные представления о предстоящей профессиональной деятельности.

Краеведение предоставляет богатые возможности для интеграции с другими учебными дисциплинами. Ежегодно мы проводим выездные обучающие семинары в административные районы Камчатского края. В организации таких поездок принимают участие преподаватели различных дисциплин: «Индустрия гостеприимства», «Иностранный язык (профессиональный)», «Экология», «Безопасность в туризме», «Экскурсоведение», а иногда и представители турфирм. Программа таких выездных семинаров включает разнообразные экскурсии, посещение музеев, средств размещения, визит-центров природных парков, ремесленных мастерских, этнографических стойбищ, транспортных компаний, знакомство с новыми объектами туристского показа и достопримечательностями. Студенты готовят путевую информацию по всему маршруту и представляют ее на русском и английском языках, одновременно осваивая технику работы с микрофоном, технологию обслуживания туристов на автобусных маршрутах. Получают необходимые экологические знания, знакомятся с техническим состоянием объектов, факторами риска, мерами безопасности путешествия, стажироваться в роли руководителей групп маршрутов выходного дня.

В организации краеведческого подхода подготовки специалиста активно используются экскурсии. В основном это комплексные экскурсии по местным достопримечательностям, в краевой объединенный краеведческий музей. Учебные занятия по темам: «Археологическое прошлое Камчатки», «Культура и быт народов Камчатки», «Великие кругосветки на Камчатке» и другие проводятся только в музее. На базе музея проходят мастер-классы с участием мастеров декоративно-прикладного искусства, различные тематические выставки, в том числе с экспонатами из фондов других музеев и хранилищ, частных собраний.

В рамках Дней туризма в Камчатском крае студенты учебной турфирмы «Камчатский меридиан» проводят самостоятельно разработанные обзорные автобусные экскурсии по Петропавловску-Камчатскому «Город на краю земли», пешеходные экскурсии «Исторические памятники рассказывают», тематические экскурсии для школьников в визит-центре природного парка «Вулканы Камчатки» —

«Предметы быта и одежды аборигенов Камчатки» и др. Разработан и проводится цикл экскурсий для школьников на профориентационную и краеведческую темы: «100 дорог — одна твоя» и «Мой город — часть большой России».

Введение в образовательные программы подготовки специалистов национально-регионального компонента призвано способствовать самоопределению студентов, формированию национального самосознания, воспитанию на культурных традициях своего народа, пониманию специфики региона, в котором им предстоит трудиться.

УДК 33:338.46:379.85

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ УСЛУГ В СФЕРЕ ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННОГО БИЗНЕСА В РОССИИ

Т. П. Дутов

Показаны приоритетные направления развития туризма в России и выявлены проблемы, препятствующие развитию туристско-рекреационного бизнеса в нашей стране.

В России, которая лишь в начале 90-х гг. прошлого века вступила на путь рыночной экономики и рыночных отношений, туристско-рекреационная сфера до сих пор не воспринимается как полноценная часть экономики, способная оказать значимое и позитивное влияние на весь воспроизводственный процесс в стране. В то же время следует отметить, что определенные сдвиги в отношении к этой сфере все-таки происходят.

Во-первых, развитие туристско-рекреационного бизнеса постепенно получает законодательно-правовое обеспечение.

Во-вторых, сам туристско-рекреационный бизнес стремится к объединению и определению ниши своей деятельности, общих интересов, прав и ответственности.

В-третьих, важным моментом появления полноценной сферы туристско-рекреационных услуг является формирование профессионального рынка труда для этого бизнеса. Если раньше специалисты для работы в области туризма готовились лишь в системе Интуриста, то сегодня образование по специальностям и направлениям профессиональной деятельности в сфере туризма можно получить в ряде высших и средних учебных заведений.

Достоверная оценка масштабов развития туристско-рекреационного бизнеса в России крайне затруднительна. По различным оценкам, за год совершается 75–100 миллионов поездок, из них менее 20% — самолетом. Данных о развитии внутреннего туризма крайне мало. По экспертным оценкам, доля россиян, проводящих свой ежегодный отпуск внутри страны, составляет около 20%. Это существенно ниже аналогичного показателя в советскую эпоху, когда туризм как часть общественной жизни был широко распространен, а государство экономически стимулировало его развитие. Отсутствие государственной поддержки, непрерывный рост стоимости поездок внутри страны привели к тому, что все больше граждан России предпочитают отдыхать за рубежом. Въезды иностранных граждан составляют около 75% от общего въезда в Россию. Можно отметить общую тенденцию к сокращению поездок иностранцев в нашу страну.

Национальная академия туризма отмечает, что туризм в нашей стране развивается менее чем на 20% территории. До 90% иностранных туристов посещают Москву и Санкт-Петербург, иногда включая в программу 14 исторически значимых городов Золотого кольца России. В Москве сосредоточено более 50% гостиничных номеров страны. Лишь некоторые иностранные туристы совершают круиз по Волге, отправляются на Байкал или едут на Кавказ. Жители соседних с Россией стран чаще всего посещают приграничные районы: литовцы и поляки традиционно едут в Калининград, туристы из Китая и стран Тихоокеанского бассейна — в Приморье, во Владивосток и Хабаровск.

В соответствии с ресурсным потенциалом и возможностью специализации туристической деятельности Федеральное агентство по туризму выделило следующие туристические зоны:

- Север, включающий Белое море, Баренцево море, Архангельск, Вологду, Мурманскую область и Республику Карелию;
- Северо-Запад — Санкт-Петербург, Псков и Новгород;
- Балтийское побережье — Калининградская область;
- Москва и Московская область;
- Золотое кольцо России — Владимирская, Ярославская, Ивановская, Костромская и Тверская области;
- Поволжский район — Нижегородская, Астраханская, Вологодская, Самарская и Ульяновская области, республики Чувашия и Татарстан;
- Северный Кавказ — это в основном побережье Черного и Азовского морей, Краснодарский край, Адыгея, Ростовская область, Республика Кабардино-Балкария;
- Сибирь — Западная Сибирь, Алтайский край, Горная Шория, Республика Алтай, Байкальский регион, Якутия;
- Дальний Восток — Приморье, Сахалин, Камчатка и Курилы.

Стратегией развития российского туризма предусматривается расширение территорий, вовлеченных в зону рекреационно-туристского бизнеса. Учитывая популярность отдыха на воде, приняты решения о строительстве новых туристических комплексов на побережьях теплых морей России, в первую очередь на Азовском море, где акцент делается на развитие инфраструктуры отдыха для среднего класса. То же самое относится к развитию туристических объектов на побережье Каспийского моря.

На мировом рынке туризма определились следующие наиболее привлекательные направления развития туристического бизнеса:

- культурно-познавательный туризм (привлекает около 10% общего международного потока туристов);
- спортивный, экзотический туризм приключенческого характера;
- специализированный туризм, охватывающий событийный, научный, деловой, экологический, лечебно-профилактический, лечебный;
- круизный туризм (привлекает более 12 млн чел. в год);
- пляжный туризм (привлекает около 38% российских туристов);
- горнолыжный туризм.

Для всех этих направлений туризма во всех регионах России есть рекреационно-туристические ресурсы и предпосылки для их развития. Каждое из этих направлений может быть привлекательным для определенной категории туристов, отличающихся возрастом, достатком, принадлежностью к внутреннему или въездному туризму.

Необходимо признать, что существуют серьезные объективные причины, которые оказывают значительное влияние на развитие туристско-рекреационного бизнеса в России. В первую очередь Россия — это холодная северная страна, для большей части территории которой характерны суровые климатические условия. И если учесть, что значительная часть туристов предпочитает отдыхать там, где тепло, на морском побережье, то по этому виду туризма в России трудно конкурировать с южными странами. Приазовско-Черноморская зона привлекательна в основном для российских отдыхающих, но эта привлекательность не является автоматической. Для того, чтобы удержать поток отдыхающих на этом побережье, а еще лучше, вернуть сюда часть потока выезжающих в Болгарию, Египет и Турцию, необходимы серьезные усилия, направленные прежде всего на повышение разнообразия и качества услуг и, конечно, соответствие качества услуг цене.

Но помимо объективных причин, которые препятствуют росту туристско-рекреационного бизнеса в России, существует ряд субъективных причин, которые при желании могут быть устранены. Эти проблемы хорошо известны в кругу практиков турбизнеса, они должны быть четко сформулированы, поставлены и в последующем решены. Перечислим их.

1. Уровень развития инфраструктуры вообще и инфраструктуры туристского бизнеса в частности — недопустимо низкий. Изношенность сетей коммунального хозяйства, низкое качество питьевой воды во многих регионах, отсутствие нормальных дорог — все это представляет серьезную социально-экономическую проблему, решение которой признается приоритетным на-

правлением стратегического развития страны на уровне как федерального правительства, так и субъектов Федерации.

Не лучше обстоит дело и с инфраструктурой туристического бизнеса, тем более, что инфраструктура и представляет собой ядро этого бизнеса. Без развитого гостиничного комплекса и других мест размещения развитие туризма просто невозможно. К сожалению, в настоящее время прослеживается определенная тенденция в развитии гостиничных объектов: во-первых, они строятся в основном в Москве, во-вторых, возводятся дорогие отели, рассчитанные в лучшем случае на деловых людей.

2. Необоснованно завышена стоимость отдыха в России, прежде всего неоправданно высоки цены на гостиницы.
3. Доля транспортных затрат в стоимости тура регулярно возрастает, что объясняется постоянно растущими (и необъяснимо высокими в России) ценами на топливо.
4. Существующая необходимость участия государства в продвижении туристско-рекреационного бизнеса на внутренний и международные туристские рынки не осознана управленческими структурами всех уровней.
5. В России не существует системы и стандартов подготовки специалистов среднего и низшего звена для туристско-рекреационного бизнеса.
6. Отсутствует национальная система статистического учета с использованием спутниковых счетов, характеризующих динамику и структуру спроса и предложения туристских услуг и позволяющих оценить роль туризма в экономике страны с учетом показателей смежных отраслей.
7. Проблема совершенствования законодательства и нормативно-правового регулирования деятельности, связанной с развитием туристско-рекреационного бизнеса.

Законодательство призвано обеспечить:

- стимулирование привлечения инвестиций в развитие туристического бизнеса в России;
- юридическую ответственность за незаконную деятельность в этой сфере;
- безопасность туристов и туристического бизнеса;
- страхование возможных рисков.

Туристический бизнес — это сложная система, состоящая из многочисленных самостоятельных взаимосвязанных структур, и только целенаправленная политика государства способна создать необходимые предпосылки и ориентиры для согласованного и динамического развития этой системы. Необходима объективная оценка проблем, решение которых обеспечит развитие рекреационно-туристического бизнеса в России.

УДК 338.48

ИМИДЖЕВАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ В РЕАЛИЗАЦИИ ДИВЕРСИФИКАЦИОННОЙ СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ РЕГИОНА

Н. Н. Егорова

Рассматриваются вопросы использования имиджа при диверсификации региона с учетом его туристской привлекательности.

Современный этап экономического развития России характеризуется переходом от «сырьевой» модели экономики, базирующейся на экспорте минеральных ресурсов, к инновационной, предполагающей диверсификацию отраслей. Однако «смена» модели развития невозможна без применения различных инструментов и ресурсов.

Необходимо отметить, что в эпоху информационного общества, когда представления людей о мире и происходящих процессах в значительной мере стали формироваться средствами массовой коммуникации, когда имидж любого субъекта и объекта стал играть гораздо более важную роль, чем прежде, имидж региона приобретает статус одного из основных ресурсов, которые определяют его экономическую, политическую, социальную перспективу. При этом ресурс понимается в самой общей трактовке: средства, возможности, резервы, позволяющие получить практический результат [Кириунин, 2005].

В то время, когда рыночная парадигма применяется в качестве стратегической основы функционирования современной России, возникает необходимость не только партнерства, но и конкуренции между регионами. Меняющаяся рыночная конъюнктура, расширение собственного места на рынке заставляют сегодня регионы диверсифицировать экономику, создавая новый индивидуальный имидж.

В связи с этим важно понимать, что имидж региона — реальный управленческий ресурс, в существенной мере определяющий успешность его политических, экономических и социальных позиций.

С этой целью важно выявить основные компоненты образца региона, направленные на позиционирование и устойчивое присутствие в информационном пространстве.

Создание хорошо продуманного образа туристской территории повышает ее рыночную стоимость. Особая роль при этом отводится оценке аттрактивности данного региона с точки зрения туризма.

На фоне других субъектов Сибирского федерального округа Кемеровская область имеет все предпосылки для развития туризма.

На территории области, как в миниатюре, представлены почти все природные комплексы России: зона степей на западе области и далее на восток — лесостепь, зона тайги, лесотундры, тундры и даже нивальная зона — с небольшими ледниками. Причиной тому служат особенности рельефа и положение между равнинными и горными областями.

Необходимо отметить, что на климат Кемеровской области оказывает воздействие западный перенос воздушных масс. Циклоны, формирующиеся над Атлантикой, доходят до горных систем Кузнецкого Алатау и Горной Шории. Осадки, выпавшие в виде снега, образуют мощный снеговой покров (до 3 метров), позволяющий заниматься горнолыжным туризмом шесть месяцев в году.

Многовековое прошлое региона оставило богатое историческое наследие. На территории Кемеровской области насчитывается около 250 природных объектов, которые можно отнести к памятникам природы регионального значения. Определенный интерес представляют многочисленные геологические памятники природы, которые являются важными экскурсионными объектами, раскрывающими историю развития Земли, и могут быть включены в туристские маршруты.

Наиболее ценные природные объекты Кемеровской области, являющиеся также привлекательными для туризма, получили статус особо охраняемых природных территорий. Наряду с охранно-воспроизводственными функциями особо охраняемые природные территории (ООПТ) являются прекрасной базой для развития туризма на природе, экотуризма, научных экскурсий и др. (Кузнецкий Алатау, Шорский государственный природный национальный парк, Томская писаница).

Наибольший интерес представляют заповедник «Кузнецкий Алатау», располагающийся на территориях четырех районов и занимающий площадь 455,5 тыс. га; Шорский государственный природный национальный парк, музей-заповедник под открытым небом «Томская писаница», памятник природы федерального значения «Кузедеевский липовый остров», а также многочисленные заказники и заповедные урочища. Общая площадь ООПТ (1447154 га) от всей территории Кемеровской области составляет 15,12% — один из самых высоких показателей по Сибири (рис. 1).

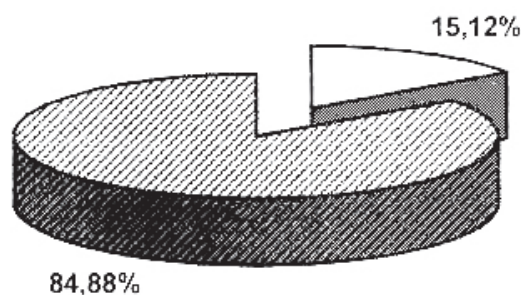


Рис. 1. Площади ООПТ в Кемеровской области

По подсчетам специалистов, на территории Кемеровской области находится более полутора тысяч памятников истории и культуры, из них 1293 памятника приняты на государственную охрану, т. е. являются памятниками местного, регионального или федерального значения:

памятники архитектуры и градостроительства — 274;

памятники истории — 167;

памятники монументального искусства — 35;

памятники археологии — 817.

В Кемеровской области насчитывается 43 музейных учреждения системы Министерства культуры РФ. По количеству музеев Кузбасс входит в первую десятку регионов Российской Федерации [Северный, 2009].

Все эти и другие объекты составляют огромную ценность и широко доступны как местным жителям, так и гостям области.

Этнографическое наследие и его потенциал определяются проживанием на территории людей различных культур: шорцев, телеутов и др. В некоторых районах области сохранились народные промыслы.

Учитывая все вышеперечисленное, следует отметить, что Кемеровская область имеет значительные, но пока не реализованные возможности развития культурно-познавательного туризма, необходимость в освоении объектов которого давно назрела.

Для развития туризма в регионе и формирования положительного туристского имиджа необходимы не только природные и культурно-исторические ресурсы, но и развитая туристская инфраструктура, которая является обязательным условием успешного функционирования туристской индустрии региона.

Согласно данным территориального органа Федеральной службы государственной статистики по Кемеровской области на территории региона имеется множество санаториев разного типа, способных удовлетворить потребности не только внутренних туристов, но и международных. Постоянно развивается отельная база области, помимо гостиниц, находящихся на горнолыжных курортах, область способна предоставить иностранным гостям места и в городских отелях (рис. 2).

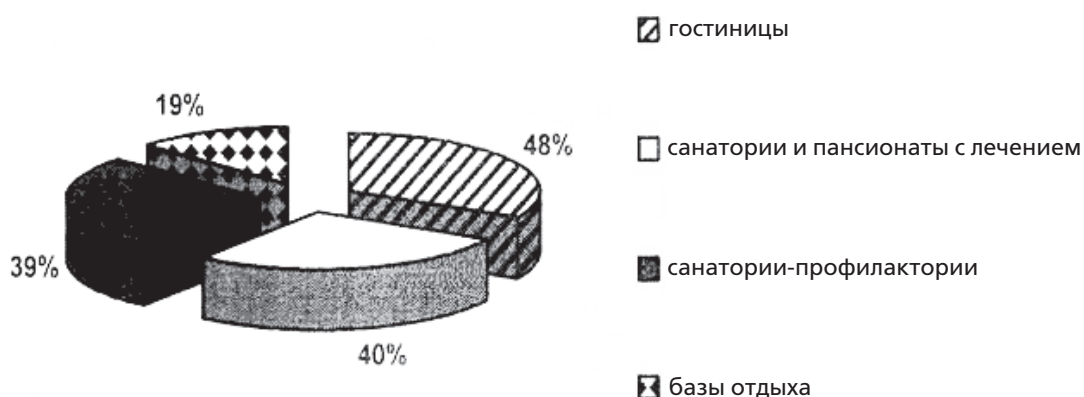


Рис. 2. Структура средств размещения Кемеровской области

Кемеровская область является высокоразвитым индустриальным районом Российской Федерации с большой плотностью транспортных магистралей. Ее транспортная составляющая представлена практически всеми существующими видами транспорта: автомобильным, железнодорожным, воздушным. В настоящее время автомобильный транспорт является основным видом транспорта, которым пользуются туристы.

Необходимо подчеркнуть, что для развития туризма в регионе и формирования положительного туристского имиджа необходимы не только природные, культурно-исторические ресурсы, но и наличие туристской инфраструктуры, которая является обязательным условием успешного функционирования туристской индустрии региона. Однако турресурсы «априори» не являются полноценным турпродуктом территории, такой продукт должен быть доработан. В основу доработки должна быть положена определенная маркетинговая идея формирования туристского имиджа.

Важным является то, что Кемеровская область — это высокоразвитый индустриальный район РФ, во многом уже формирующий туристскую инфраструктуру. Однако пока еще именно в этой части развития туротрасли имеются «узкие» места, которые необходимо освоить с целью повышения эффективности туррынка.

Таким образом, можно сделать следующий вывод: в настоящее время среди общеэкономических особенностей современного развития Кузбасского региона наиболее отчетливо просматриваются следующие позитивные региональные признаки:

- сформирован относительно высокий уровень развития рыночной инфраструктуры;
- имеется исторически сложившийся высокий интеллектуальный, научно-технический и культурный потенциал;
- развита транспортная составляющая Кузбасса, занимающая одно из ведущих мест в перевозках транспортной системы Сибири;
- географическое положение региона и его экономическая стабильность способствуют развитию международных и российских интеграционных связей;
- регион политически стабилен, находится на ведущих позициях в Российской Федерации по инициативности и масштабам законотворческой деятельности.

Кроме того, регион обладает огромными возможностями для развития практически всех видов туризма. С этой целью необходимо сформировать имиджевую стратегию, последовательная реализация которой способствовала бы этому процессу.

Учитывая преимущества, которые регион сможет получить в случае успешного позиционирования его на внутреннем и мировых рынках, следует сказать, что принятие решения о необходимости и возможности проведения брендиговой кампании становится очевидным и закономерным.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

- Кирюнин А. Е. Имидж региона как интериоризация культуры. М., 2005.
Северный В. А. Туризм в Кузбассе. Кемерово, 2009.

УДК 338.48 (470.56)

НАПРАВЛЕНИЯ ФОРМИРОВАНИЯ ТУРИСТСКОГО ОБРАЗА И ИМИДЖА ОРЕНБУРГСКОЙ ОБЛАСТИ

Ж. А. Ермакова, И. Л. Полякова

Рассматриваются вопросы, связанные с формированием туристского образа и имиджа региона как важного фактора развития туристско-рекреационной индустрии. Основой для разработки и развития туристского образа Оренбургской области выступают природные и географические условия, историко-культурное наследие и др.

Развитие туризма — это всегда работа по двум направлениям: создание и развитие инфраструктуры и продвижение туристского продукта — формирование эффективного туристского образа. Наличие в регионе востребованных туристских ресурсов при неумении пользоваться ими не способствует развитию туризма. Эффективное развитие туризма без создания туристского образа региона фактически невозможно. Другими словами, для того, чтобы человек посетил туристский объект или местность, необходимы два условия:

- наличие качественного сервиса и инфраструктуры (средства размещения, питания, транспорт, связь и т. д.);
- сформированный образ территории как места, привлекательного для туристов.

Для того чтобы сформулировать понятие «туристский образ региона (территории)», необходимо проанализировать само понятие «образ» в целом.

Под образом территории понимается «символически выраженное представление о своеобразии и специфике (возможно уникальности) региона, его репутации, сформировавшееся в общественном мнении» [Новиков, 2009].

Г. А. Кононова дает определение географическому образу территории как адекватному образу, сформированному человеком в процессе мышления [Кононова, 1996].

Д. Н. Замятин предлагает следующие определения: географические образы — это устойчивые пространственные представления, которые формируются в результате какой-либо человеческой деятельности; совокупность ярких, характерных знаков, символов, ключевых представлений, описывающих какие-либо реальные пространства (территории, страны, регионы, ландшафты) и сформированные в процессе осмысления человеком [Замятин, 2003].

Понятие «географический образ» появляется по причине того, что туристское пространство является частью географического пространства.

Географические образы не претендуют на комплексность — они дают моментальный срез представлений, достаточно субъективных. Но мы можем утверждать, что некоторые страны и регионы имеют определенные распространенные образы и символы. Например, Франция — это Париж, Эйфелева башня, Япония — «страна восходящего солнца», сакура. Из этих символов в дальнейшем могут возникнуть стереотипы.

Обобщив приведенные определения, можно сделать вывод, что туристский образ территории — система эмоциональных и рациональных представлений, символов, ассоциаций, которые формируются в процессе человеческой деятельности и мышления либо целенаправленно, либо стихийно.

Целенаправленно формируемый образ региона называется имиджем.

По определению Всемирной организации по туризму, имидж территории — это «совокупность эмоциональных и рациональных представлений, вытекающих из сопоставления всех признаков страны, собственного опыта и слухов, влияющих на создание определенного образа».

Имидж региона — относительно устойчивая и воспроизводящаяся в массовом и/или индивидуальном сознании совокупность эмоциональных, рациональных представлений, убеждений и ощущений людей, которые возникают по поводу особенностей региона. складываются на основе всей информации, полученной о регионе из различных источников, а также собственного опыта и впечатлений.

Э. А. Галумов, автор многих работ по имиджу государств, предлагает следующую последовательность образного восприятия государства:

- 1) политико-географический образ;
- 2) природно-ресурсный образ;
- 3) цивилизационно-культурный образ;
- 4) социоментальный образ;
- 5) производственно-экономический образ;
- 6) национально-ценностный образ.

Данная последовательность может использоваться для формирования географического и туристского образа отдельной территории страны: региона, края, области. Рассмотрим основные направления формирования имиджа Оренбургской области.

Первый образ, который является знаковым, — политико-географический образ как совокупность географических знаков, символов и черт. К Оренбургской области в этой группе образов будет относиться приграничное положение, граница Европы и Азии, которая проходит по территории Оренбуржья. Поэтому туристские продукты могут опираться и одновременно формировать бренд «Оренбуржье — граница Европы и Азии». Другие варианты политико-географического образа Оренбуржья — «Из Европы — в Азию», «Перекресток Евразии».

На уже сформированный политико-географический образ накладывается природно-ресурсный образ — совокупность ведущих признаков и символов ресурсных богатств в природном, ландшафтном или климатическом отношении. Этот образ идентифицирует территорию с некоторыми присущими ему символами природы. Также данный образ может фиксировать животное или растение, ареал обитания которых находится на данной территории и используется в символике. Для Оренбуржья символами из категории данных образов вполне может стать привлекательная и характерная только для Южного Урала степь с ее бескрайними просторами, степные птицы и животные. Удачным примером бренда может служить название «Степная Пальмира». Создание на территории области особо управляемой степной территории для реинтродукции лошади Пржевальского открывает возможности формирования образа «Оренбургская Тарпания».

Полученные рамки природно-географического портрета расширяет цивилизационно-культурный образ в виде национального культурного символа, составляющего историческое наследие. Этот образ

должен идентифицировать территорию с культурно-историческим наследием мировой значимости. Одним из культурно-исторических символов Оренбуржья может стать культура сарматов и скифов. Памятники тысячелетнего пребывания сарматов — многочисленные курганы, достигающие порой 5–7 метров в высоту. Территория Оренбуржья богата данными историческими памятниками: только по берегам реки Илек, в ее среднем и нижнем течении, выявлено более 150 курганных погребений.

Социоментальный образ Э. Галумов определяет как концентрацию ведущих социальных признаков, символов, черт народа в ментальном отношении. В качестве примера он утверждает, что немцы точны и аккуратны, американцы деловиты, русские изобретательны. Этот подход может служить для формирования образа нации, народа. В случае с Оренбургской областью к социоментальным факторам нужно отнести то, что область является многонациональной, это во многом обуславливает ее уникальность, невозможность характеристики одним словом, фразой. Формулировка социоментального образа — самый сложный этап в формировании образа региона.

Положительность социоментального образа подкрепляется результатами труда народа в виде производственно-экономического образа как символа благополучия, могущества и влияния государства. Производственно-экономический образ приписывает региону определенную экономическую нишу. Символы экономического Оренбуржья — хлебный колос, нефть, газ и пуховый платок — отражены в официальной символике области.

Завершает цепочку образов национально-ценностный образ территории — концентрация ведущих знаков и символов, выражающих особенности региона в национально-идейном отношении. Национально-ценностный образ указывает на приоритетную национальную цель — Оренбуржье является местом пересечения славянских, тюркских и финно-угорских культур, имеющих глубокие корни, богатые и самобытные традиции. Полиэтнический и многоконфессиональный состав населения определил специфику региональной политики в сфере межнациональных отношений, которая направлена на поддержку и сохранение национальных культур, обеспечение условий для их дальнейшего развития. Символом совместного мирного, дружеского сосуществования представителей многих народностей стал культурный комплекс «Национальная деревня», созданный в 2005 г. в Оренбурге с целью продемонстрировать многообразие, богатство и колорит народной культуры.

По мнению Э. А. Галумова, последовательность формирования образа страны должен проходить строго от стадии политико-географического образа к национально-ценностному [Галумова, 2003]. В этом случае задуманный и полученный образы будут совпадать. Логика заключается в непротиворечивости, построении целостного, взаимосвязанного образа.

Выше были перечислены лишь направления для формирования туристского образа Оренбуржья. Каждый из шести последовательных образов должен разрабатываться отдельно, исследоваться и корректироваться для максимального совпадения задуманного и реального образов.

На наш взгляд, можно выделить те черты Оренбуржья и ярко выраженные характеристики региона, на которые нужно опираться:

- месторасположение, набор уникальных природных и климатических условий (длительность солнечного периода, участки нетронутых степей, река Урал, граница Европы и Азии и др.);
- неповторимость историко-культурного прошлого;
- функционально-технологическое отличие территории от других регионов (промышленное и сельскохозяйственное развитие одновременно);
- люди-легенды (Ю. А. Гагарин, М. Л. Ростропович, А. И. Родимцев и др.).

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

- Галумов Э. А. Международный имидж России. М., 2003.
Замятин Д. Н. Гуманитарная география: пространство и язык географических образов. СПб., 2003.
Кононова Г. А. Формирование географического образа территории при изучении курса «География России». М., 1996.

Новиков А. М. Географический имидж государства // Имидж государства/региона: современные подходы: новые идеи в теории и практике коммуникации : сб. ст. Вып. 3/отв. ред. Д. П. Гавра. СПб., 2009.

УДК 378

ПРОФИЛЬ ПОДГОТОВКИ КАК ОСНОВА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ АДАПТАЦИИ ВЫПУСКНИКА К ПОТРЕБНОСТЯМ РЫНКА ТРУДА

Г. И. Илюхина

Рассмотрена необходимость целевой подготовки выпускников, приведены основополагающие факторы для повышения качества профессионального образования.

Современное состояние системы высшего профессионального образования в России, вступившего в период диверсификации, характеризуется все более усиливающимся влиянием рынка труда на траектории образовательных программ различных направлений. Логика этого процесса проста: рынок труда диктует правила объектно-ориентированного подхода к профессиональной подготовке кадров. На фоне сближения образовательных услуг с рынком труда требует незамедлительного и адекватного решения проблема разработки современных профессиональных образовательных программ, отвечающих конкретным запросам работодателей.

При этом задача ставится весьма сложная: содержание образовательных программ должно оперативно реагировать на реальный сектор экономики; быть достаточно информационно и организационно обеспечено. Не следует забывать и о том, что наряду с государственной и негосударственной образовательной средой нередко формируются и предлагаются на рынке образовательных услуг альтернативные образовательные системы. Последние, как правило, ориентированы на проблемы и интересы крупных предприятий, организаций, заинтересованных в получении высококвалифицированных кадров, компетентных в непосредственной сфере профессиональной деятельности, адаптированной к потребностям предприятий.

Идея разработки так называемой корпоративной образовательной среды зачастую реализуется в виде специализированных систем непрерывного профессионального образования. Тем самым работодатели (предприятия, организации, корпорации) непосредственно участвуют в разработке содержания и организационных форм профессиональных образовательных программ, обеспечивая тем самым свои производственные потребности в кадрах нужной квалификации. При этом снимается и острый вопрос востребованности молодых специалистов в конкретной профессиональной среде: такое образование столь же конкретно, сколь и реализуется «под конкретный заказ». Таким образом, профессиональные образовательные программы подготовки кадров, разработанные с участием работодателей, — это еще и своеобразная форма адресной подготовки, позволяющая поднять процент востребованности выпускников на несоизмеримо высокий (по сравнению с прошлым) уровень, форма гарантии трудоустройства по профилю полученной квалификации.

В интенсивной профессиональной подготовке студентов признак целевой подготовки означает четкую профессиональную направленность на отрасль, конкретный профиль деятельности, возможно, конкретное предприятие и кооперацию вуза с этим предприятием по подготовке специалиста, по материально-техническому обеспечению этой подготовки. Признак же интенсивной подготовки означает привитие студентам способностей к интенсивному труду, организованному на принципах использования научных составляющих специальных знаний, что позволит приобщить студентов еще в стенах вуза, т. е. в процессе обучения, к творческому подходу, принятию обоснованных решений в сложных производственных ситуациях.

Для повышения уровня научно-методического обеспечения совершенствования высшего профессионального образования и повышения качества подготовки выпускников, адекватных требованиям рынка труда и работодателей сферы обслуживания, возникает необходимость учета основополагающих факторов, представить которые можно в виде следующего алгоритма:

- мониторинг потребности рынка труда в кадрах различных квалификаций с учетом развития инноваций, услуг, экономики, видов экономической деятельности, сегментов бизнеса;

- определение уровней профессионального образования кадров различных квалификаций и профилей образования, отвечающих требованиям рынка труда, экономики, общества;
- установление профиля образовательной программы, обоснование отличительных характеристик от существующих аналогов;
- разработка требований к условиям реализации новых образовательных программ необходимого уровня профессионального образования;
- разработка требований к основным образовательным программам, включая требования к подготовке выпускника через системы: трудоемкости образовательной программы и изучаемых дисциплин базовой и вариативной части, зачетных единиц, обеспечивающих компетенций, форм контроля и оценки, кадрового, учебно-методического, информационного, материально-технического обеспечения. При этом необходимо учитывать передовые достижения развития науки, культуры, экономики, техники, технологий и социальной сферы;
- разработка рекомендаций по обеспечению гарантии качества подготовки выпускников, заключающихся в разработке стратегии по обеспечению качества подготовки выпускников; мониторинге, периодическом рецензировании образовательных программ; разработке объективных процедур оценки уровня знаний и умений студентов, компетенций выпускников на основе четких согласованных критериев; обеспечении качества и компетентности преподавательского состава; обеспечении достаточными ресурсами всех реализуемых образовательных программ, контроле эффективности их использования, в том числе путем опроса обучаемых; регулярном проведении самообследования по согласованным критериям для оценки деятельности и сопоставления с эталонами или другими образовательными учреждениями; информировании общественности о результатах своей деятельности, планах, инновациях;
- выработка критериев оценки качества подготовки выпускников, включая текущую, промежуточную и итоговую государственную аттестацию;
- создание фондов оценочных средств, включающих типовые задания, контрольные работы, тесты и др., позволяющие оценить знания, умения и уровень приобретенных компетенций;
- разработка совместно с работодателями требований к практической подготовке выпускника и их согласование;
- разработка совместно с работодателями требований к итоговой государственной аттестации выпускников, написанию и защите выпускной квалификационной работы, сдаче государственного экзамена, критериев оценки результатов;
- определение совместно с работодателями критериев обучения выпускников на последующих уровнях высшего профессионального образования;
- разработка требований к вступительным испытаниям по образовательным программам бакалавров и магистров, послевузовского образования.

При формировании профилей основных образовательных программ по направлению подготовки должна быть определена задача профилизации образовательных программ с учетом тенденций развития видов экономической деятельности и классификации услуг, потребности рынка труда. При этом необходимо охватить по возможности более полно основные виды сервисной деятельности, соответствующие современным тенденциям развития рыночной экономики и запросам работодателей. Сфера сервиса является необходимым элементом любой рыночной системы, обладает высокой способностью быстро реагировать на изменяющийся спрос потребителей, относится к малому и среднему бизнесу и использует его преимущества на рынке услуг. Речь идет о малом и среднем предпринимательстве, которое неотделимо от сферы сервиса, где формируется основной слой предпринимателей-собственников. В этом случае решается проблема создания новых видов товаров и услуг, более качественных и привлекательных для людей, а также появляется возможность для инновационной деятельности, что способствует развитию предпринимательской активности, получению дополнительных доходов, увеличению количества рабочих мест и занятости населения в целом.

Данная сфера связана с подготовкой профессионалов к участию в процессе труда, что формирует рабочую силу нового качества как основной части качества жизни. Опыт ведущих стран мира свидетельствует о том, что изготовлением техники для процесса оказания услуг заняты как малые, так и крупные предприятия с их высокоразвитым научно-техническим потенциалом, производственным и сбытовым аппаратом. Все это требует профессиональной подготовки кадров для всех категорий предприятий сфе-

ры сервиса. Подход к работнику с позиции «человеческого капитала» изменил модель общества, обеспечив переход к информационному обществу, где главной движущей силой, способной обеспечить прогресс, является человек творческий, с высокой степенью профессиональной подготовки, имеющий возможность в полной мере раскрыть свои способности, получить признание общества и утвердить себя как компетентную личность.

Главная специфика труда работника сферы сервиса, наличие необходимых компетенций заключаются в том, что профессиональная деятельность осуществляется в условиях прямого контакта с потребителем. Это означает необходимость придания формированию знаний и умений будущего работника сферы сервиса изначально гуманистической ориентации. Современный уровень сервиса — это, прежде всего, удовлетворение индивидуально-личностного спроса. Поэтому в качестве объекта труда в сфере сервиса всегда выступает человек-потребитель, с которым сотрудник должен легко установить контакт. Исходя из этого содержание профилированной образовательной программы подготовки специалиста в области сервиса должно формироваться таким образом, что сформулированные и конкретно обоснованные цели в области образования и формирования социально-личностных качеств на базе освоения ими заложенных универсальных и предметно-специализированных компетенций, гарантировали профессиональную адаптацию на современном рынке труда.

Компетентностная модель подготовки выпускников имеет наиболее общий характер, где основное внимание уделено формированию профессионально-ориентированных компетенций, что позволит реализовать широкие возможности в процессе адаптации к конкретному виду профессиональной деятельности, а также повысит их шансы в процессе трудоустройства. Таким образом, при формировании профилей по направлению подготовки в основе должна быть определена задача профилизации образовательной программы с учетом тенденций развития видов экономической деятельности и классификации услуг.

Следует признать, что процесс профилизации образовательных программ на основе их стандартизации является объективной реальностью, так как позволяет образовательным учреждениям эффективно реагировать на изменяющиеся потребности рынка труда и инновационные процессы экономики за счет введения новых видов экономической деятельности, а также оказания услуг населению. В связи с этим в условиях реализации образовательных программ, адекватных требованиям экономики, актуальность приобретает профилизация, т. е. профиль подготовки, освоение которого обеспечивает выпускнику необходимые компетенции (знания, умения и навыки). По определению Федерального государственного образовательного стандарта, профиль — направленность основной образовательной программы на конкретный вид и объект профессиональной деятельности.

Таким образом, алгоритм компетентностного подхода профилированной образовательной программы можно выразить исходной моделью: «должен знать»; «должен уметь»; «должен владеть». Перечни профилей предлагается формировать исходя из следующих аспектов:

- тенденции развития видов экономической деятельности;
- динамика услуг;
- обобщение динамики развития;
- прогнозные оценки;
- объекты сервисной деятельности;
- потребность как феномен или инновация.

Компетентностная модель формирования профилированных образовательных программ, отвечающих требованиям рынка труда, можно представить на примере таблицы.

Компетентностная модель профилированной образовательной программы

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

Представленная таким образом компетентностная модель формирования профилированных образовательных программ является основой для разработки знаний и навыков (компетенций) выпускников, адекватных требованиям работодателей. Значимость предложенной модели состоит также в том, что установленные требования к знаниям и навыкам выпускников позволяют определить дисциплины, при изучении которых обучающийся освоит необходимые знания и практические навыки (компетенции) для выполнения конкретных должностных обязанностей.

УДК 378.1

СТАНОВЛЕНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ КОМПЕТЕНЦИЙ В РАМКАХ ВУЗА

Н. П. Канина

Рассматривается одна из актуальных проблем высшей школы, обусловленная осмыслением изменения, происходящего в образовании России с переходом на компетентностный подход, и необходимостью формирования профессиональных компетенций, а также разработки критериев их оценки у будущих специалистов туристической индустрии, без применения которых невозможно решать современные задачи на туристическом рынке.

В настоящее время в нашей стране происходит поиск новых систем и подходов в образовании. Именно образование ориентировано на фундаментальные перемены, которые определяют поведение и жизнь человека. Очевидно, что в этих условиях сама система образования должна претерпевать серьезную перестройку. Изменение подхода в образовании на данном этапе провозглашается как одно из важных концептуальных направлений его реформирования. Оно должно заключаться в обновлении структуры и содержания образования, базирующемся на компетентностном подходе.

Компетентностный подход заложен в стандарты профессиональной подготовки в системе высшего образования третьего поколения в России. Главная задача компетентностного подхода рассматривается как усиление практической ориентации образования.

В связи с этим перед педагогической наукой и практикой современное общество ставит качественно новые требования к подготовке бакалавра. Актуальная задача современного высшего образования состоит в том, чтобы студент становился субъектом образовательного процесса. Это значит, что студент высшей школы должен обладать высоким уровнем осознания себя как субъекта деятельности, готового самостоятельно проявлять творческую (преобразующую) активность в сфере своей будущей профессии и других областях социальной практики. По мнению немецкого математика и мыслителя К. Вейерштрасса, студент «не должен рассматривать как главную цель своих занятий накопление немедленно или в будущем практически применимых познаний и навыков, а должен, прежде всего, как это и названо подходящим словом, стремиться к тому, чтобы научиться учиться» [Вейерштрасс, 1999].

Новая парадигма образования ориентирует не столько на усвоение накопленных наукой знаний, сколько на формирование у студента новых способностей «вживания» в материал и диалога с ним, но как показывает практика, у выпускников недостаточно сформированы профессиональные компетенции для осуществления работы в профессиональной среде. Исследования проблемы оценки сформированности профессиональных компетенций у студентов в настоящее время не подвергаются сомнению.

Возрастающие требования к образовательной системе определяют необходимость развития и трансформации существующих и возникновения новых форм и технологий профессионального образования. В наибольшей степени это относится к сфере туристского образования. Каждое шестое рабочее место в мире создается в сфере туризма и гостеприимства.

Вместе с формированием туризма как самостоятельной отрасли экономики России российскому туристическому рынку требуются высококвалифицированные «гибкие» специалисты, способные адапти-

роваться в быстро меняющихся условиях. С нашей точки зрения, если опираться на исследования туристического рынка города Новосибирска, проведенные И. М. Карицкой [2010] и Л. К. Комаровой [2009], то критерии оценки сформированности профессиональных компетенций со стороны работодателя мало исследованы и разработаны. Критерии оценки сформированности профессиональных компетенций студентов в вузе отличаются от критериев оценки, используемых работодателем для специалистов-профессионалов. По нашему мнению, система оценивания должна быть:

во-первых, понятной и мобильной, учитывать традиционные наработки и сохранять преемственность по отношению к существующей системе;

во-вторых, многоуровневой, т. е. необходимо предлагать различные варианты испытаний, причем они могут различаться по сложности и видам деятельности. При этом студенту предоставляется возможность самому выбирать и сложность, и вид деятельности. Одно и то же (суммарное) количество баллов может быть набрано разными способами;

в-третьих, устроена по такой схеме, когда знания оцениваются выставлением оценок 5 (отлично), 4 (хорошо), 3 (удовлетворительно) и 2 (неудовлетворительно), причем оценка 2 означает некачественное выполнение задания, т. е. для получения любой из перечисленных оценок студент обязан выполнить конкретную работу;

в-четвертых, максимально объективной;

в-пятых, личностно-ориентированной, т. е. студент должен знать, как изменяется в процессе обучения уровень оценки сформированности его профессиональных компетенций, тем самым оценивание ориентировано на фиксацию позитивных продвижений.

Применяемые в вузе так называемые рейтинговые системы контроля знаний позволяют в значительной степени стимулировать успешное освоение дисциплин. Разбиение учебного материала на модули, контроль качества обучения в конце каждого модуля, оценка всех видов учебной деятельности в баллах, создание системы поощрительных баллов — все это помогает убедить студента в необходимости регулярной, ритмичной и качественной работы в течение семестра. Использование модульно-рейтинговой системы в Сибирском государственном университете путей сообщения (СГУПС) доказало свою эффективность в управлении деятельностью студентов. Эта система открывает перед студентом широкий выбор способов работы, одновременно предоставляя преподавателю возможность оценивать достижения каждого студента. В учебном процессе студентов специальности «Социально-культурный сервис и туризм» использовались такие формы самостоятельной работы, как написание реферата или курсовой работы и их защита, подготовка докладов и их сопровождение компьютерной презентацией, создание учебных портфолио и др., кроме того, во время аудиторных практических занятий реализуются интерактивные формы обучения (деловые и ролевые игры, проективные методики, «погружение» в профессиональную деятельность и др.). Оценить сформированность определенных компетенций у студентов возможно также в результате прямого общения в рамках мастер-классов руководителей туристских фирм Новосибирска; при проведении студентами экскурсий как по вузу, так и по городу; во время их публичных выступлений на конференциях, участия в дискуссиях, выставках.

Студентам, начиная с третьего курса, предоставляется возможность показать свои профессиональные умения в работе на стендах турфирм города во время выставок ТурФест и ТУРСИБ, проводимых выставочным обществом «ГТЕ Сибирская ярмарка». Они могут, с одной стороны, наблюдать, как работают профессионалы турбизнеса, их будущие работодатели, а, с другой стороны, используя теоретические знания, полученные во время изучения дисциплины «Экскурсионная и выставочная работа», превратить их в практический опыт, который смогут впоследствии использовать в своей будущей профессиональной деятельности.

На наш взгляд, наиболее эффективным методом обучения является прохождение производственной практики, которая направлена на положительный конечный результат в плане формирования профессиональных компетенций у будущих выпускников. Во время прохождения практики перед студентом ставятся конкретные цели и задачи, которые он должен освоить и выполнить, происходит непосредственное общение с работодателем, а по завершении практики работодатель оценивает деятельность студента. Кроме того, профессионалы турбизнеса оказывают вузу неоценимую услугу, привлекая во время практики к руководству студентами специалистов своей фирмы, т. е. осуществляя тем самым «наставничество», что совершенствует уровень учебного процесса. Работа проходит в одном ключе, существует обратная связь, что очень важно для решения этого вопроса: туристские фирмы объеди-

няют свои усилия с вузами и принимают участие в процессе формирования профессиональной компетентности студентов.

Особое место в оценке уровня сформированности профессиональной компетентности занимает выполнение выпускной квалификационной работы (возможно, на иностранном языке), в процессе которой студент должен проявить свои способности в решении сложных задач в области экономики, организации и управления предприятиями социально-культурного сервиса и туризма, показать уровень профессиональной подготовки, владение профессиональными технологиями, умение разрабатывать новые подходы к решению сервисных проблем, а также умение обосновывать и защищать проведенные исследования.

Учитывая специфику специальности «Социально-культурный сервис и туризм», важно уделять внимание формированию творческого мышления студентов. Для решения этого вопроса в СГУПСе предусмотрено участие студентов в профессиональном празднике, который посвящается «Всемирному дню туризма». В нашем вузе этот праздник в 2010 г. отмечался в восьмой раз и уже стал традиционным! Это одно из очень красивых и запоминающихся мероприятий для студентов этой специальности. Формат праздника — межвузовский, инициатором выступает СГУПС, в нем также принимают участие другие вузы города, в которых обучаются студенты по туристским специальностям. В подготовке праздника участвуют все курсы, но акцент делается на первокурсников и пятикурсников. После напутственных слов будущих выпускников первокурсники дают клятву «всю свою энергию, умение и способности направить на совершенствование российского туристического бизнеса». Праздник заканчивается концертом, который готовится по сценарию кафедры «Мировая экономика и туризм» совместно с культурно-досуговым центром СГУПСа и студентами всех вузов. Это одно из мероприятий, направленных на формирование мотивационно-ценностных ориентаций будущих специалистов, которые в дальнейшем могут проявляться в профессиональном призвании, профессиональных намерениях, профессиональных склонностях, профессиональных притязаниях и ожиданиях, профессиональных установках и интересах, профессиональной направленности личности.

Результаты анкетирования выпускников специальности «социально-культурный сервис и туризм» по оценке уровня сформированности у них профессиональных компетенций позволяют нам выдвинуть предположение о том, что в условиях быстро меняющегося общества высшая школа не в состоянии сформировать уровень профессиональных компетенций, достаточный для эффективного решения проблем во всех сферах деятельности и во всех конкретных ситуациях. Формирование и развитие профессиональной компетентности специалиста происходит в течение всей его трудовой деятельности. В рамках настоящей работы формирование профессиональных компетенций рассматривается как становление их в рамках вуза, т. е. на этапе овладения профессией.

Цель вуза — научить учиться, т. е. решать проблемы в сфере учебной деятельности, в том числе определять цели познавательной деятельности, выбирать необходимые источники информации, находить оптимальные способы добиваться поставленной цели, оценивать полученные результаты, организовывать свою деятельность, сотрудничать с другими студентами. Впоследствии, после окончания вуза, молодые специалисты должны заниматься самообразованием, которое напрямую связано с самореализацией личности в труде, с практическим применением знаний в профессиональной сфере.

Подчеркнем, что в любом случае готовых рецептов никто не предоставит, поэтому от всех преподавателей вуза действительно потребуются коренной перелом в формах и методах организации учебного процесса, и к этому необходимо быть готовым уже сейчас.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

Вейерштрасс К. Речь, произнесенная при вступлении в должность ректора... // УФН. 1999. Т. 169. №12.

Карицкая И. М. Исследования подходов к содержанию профессиональной компетентности молодых специалистов // Сервисные технологии: теория и практика. Новосибирск, 2010. Вып. 2.

Комарова Л. К. Интенсификация процесса обучения как фактор социально-личностного профессионального становления будущего специалиста по сервису и туризму : дис. ... канд. пед. наук. Омск, 2009.

УДК 061.75

СПОСОБЫ ПОВЫШЕНИЯ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ ПЕРСПЕКТИВНЫХ РЕКРЕАЦИОННЫХ МЕСТНОСТЕЙ КАБАРДИНО-БАЛКАРСКОЙ РЕСПУБЛИКИ

А. Х. Каранашев

Дается краткая характеристика перспективным рекреационным местностям Кабардино-Балкарской Республики и обосновываются методы повышения их инвестиционной привлекательности.

Кабардино-Балкарская Республика (КБР) обладает уникальным сочетанием природных условий, благоприятных для ее превращения в один из мощных рекреационно-оздоровительных центров Российской Федерации. По составу и качеству своих климатобальнеологических ресурсов, сконцентрированных на относительно небольшой территории, и возможностей оздоровления и отдыха населения республика не имеет аналогов в России.

На территории республики в настоящее время насчитываются 11 зон потенциальной рекреационной специализации, имеющих разный уровень развития, в том числе горно-рекреационный комплекс «Приэльбрусье», санаторно-курортный комплекс «Нальчик», оздоровительно-лечебные комплексы «Джидлы-Су», «Аушигер», «Тамбукан», альпинистский комплекс «Безенги», экскурсионно-туристские комплексы «Чегемские водопады», «Голубые озера», «Долина нарзанов», археолого-туристские комплексы «Верхняя Балкария» и «Верхний Чегем».

Приэльбрусье является центром горнолыжного спорта, туризма и альпинизма — район, который наряду с разнообразием ландшафта, формирующим условия для развития туристского, альпинистского и горнолыжного комплекса, обладает уникальными целебно-оздоровительными ресурсами, благоприятным микроклиматом и большими запасами высококачественных минеральных вод, что создает предпосылки для создания здесь горнолыжного курорта мирового класса. Комплекс представлен учреждениями ОАО «Эльбрустурист», ОАО «Каббалкальпинист», коллективными средствами размещения различного ведомственного подчинения, более 30 частными гостиницами, базами отдыха и пансионатами, готовыми одновременно принять более 5 тыс. чел. Их услугами в 2009 г. воспользовались около 40 тыс. туристов, а в целом горнолыжный курорт посетило около 100 тыс. экскурсантов и однодневных туристов [Аналитическая справка..., 2009].

На сегодняшний день деятельность туристских объектов носит ярко выраженный сезонный характер: в период высокого туристского сезона, преимущественно в зимние месяцы, спрос на туристские услуги очень высок, в остальное время года поток туристов несколько снижается. Вместе с тем особые условия предгорий (1000–2000 м над уровнем моря) позволяют создать благоприятные условия для лечения и профилактики многих заболеваний, развития различных видов туризма: экологического, познавательного, делового, социального, что поможет решить проблему сезонности туристского потока.

В соответствии с Постановлением Правительства Российской Федерации от 7 декабря 1996 г. №1426 «Об утверждении положения о признании территорий лечебно-оздоровительными местностями и курортами федерального значения», Постановлением Правительства Российской Федерации от 31 октября 1999 г. №1203 утверждено Положение о курорте федерального значения «Нальчик», которое относит курорт к категории особо охраняемых природных территорий и определяет порядок и особенности его функционирования.

Курорт федерального значения «Нальчик» расположен в самом комфортном районе Долинска, утопающем в зелени садов и парков, в 3–5 километрах от центра города Нальчика. Величественная панорама вершин Большого Кавказа, мягкие природно-климатические условия, чистота горного воздуха, наполненного ароматами елей и сосен, создают благоприятные условия для отдыха и лечения и оставляют неизгладимое впечатление у гостей. В ОАО «Курорт „Нальчик“» входят десять санаториев и курортная

поликлиника, оказывающие услуги санаторно-курортного лечения и реабилитации взрослых и детей. Средства лечения: климатотерапия, минеральные ванны (йодо-бромные, азотно-термальные, сероводородные и др.), иловая грязь Тамбуканского озера, парафино-нафталановое лечение, лечебная минеральная питьевая вода.

Лечебные программы:

- заболевание суставов: ревматические полиартриты, инфекционные неспецифические полиартриты, бруцеллезные артриты, дистрофические профессиональные полиартриты, травматические артриты;
- заболевание органов пищеварения: хронические гастриты, язвенная болезнь желудка и 12-перстной кишки, хронические гепатиты, хронические холециститы, желчекаменная болезнь;
- нарушение обмена веществ, сахарный диабет;
- хронические заболевания уха, горла, носа;
- заболевания нервной системы: пояснично-крестцовый радикулит, неврозы;
- заболевание органов кровообращения: ревматические пороки сердца, атеросклеротический кардиосклероз, невротические нарушения сердечно-сосудистой системы, гипертоническая болезнь, кардиосклероз;
- заболевание органов дыхания: хронические бронхиты, хронические трахеиты, бронхоэктатическая болезнь, последствия перенесенной пневмонии;
- профпатологические заболевания: пневмокониозы, силикозы;
- гинекологические заболевания различной этиологии: девиации матки с ограниченной подвижностью, хронические цервициты, послеоперационные инфильтраты, функциональная недостаточность яичников, бесплодие;
- урологические заболевания: воспалительные заболевания почек, мочевого пузыря, представительной железы, импотенция, нарушение репродуктивной функции;
- кожные заболевания: псориаз, экзема, нейродермит, ихтиоз, себорея, склеродермия, кожный зуд, почесуха и др.

На территории курорта расположены водогрязелечебница, питьевая галерея, дворец лечебной физкультуры, 5 плавательных бассейнов и оздоровительные комплексы туристической сферы. В курортной зоне расположены ряд озер с пляжами и лодочными станциями, канатно-кресельные дороги, кафе, рестораны, аттракционы, зоопарк и другие развлекательные центры. Организуются экскурсии по красивейшим местам Кабардино-Балкарии: на Чегемские водопады, Голубые озера, Долину нарзанов, Горячий источник, Черекское ущелье, к подножью Эльбруса — международного центра туризма, альпинизма и горнолыжного спорта.

Курортные учреждения, расположенные на территории республики, планируют передать в доверительное управление частным собственникам. Данное решение принято Президентом КБР на совещании с членами Правительства республики [Постановление..., 1999]. Мера вызвана тем, что материально-техническая база государственных курортных учреждений остается слабой.

Для того, чтобы обеспечить стабильность спроса, бизнесмены будут вынуждены снизить цены, а уровень обслуживания туристов поднять. В сегодняшних обстоятельствах, когда 74,9% курортных учреждений находятся в руках государства, а остальные 25,1% в управлении профсоюзов, сделать это не представляется возможным. Конкуренция создаст необходимые условия для дальнейшего развития туристической индустрии республики, что будет выгодно прежде всего для самих туристов.

Оздоровительно-лечебный комплекс «Джилы-Су». Джилы-Су — курорт с большой продолжительностью зимнего сезона и хорошим снежным покровом (на высоте свыше 3500 метров круглогодично), а также с уникальными высокогорными углекислыми, термальными, минеральными источниками, которые оказывают благотворное действие при лечении самых разных заболеваний. Источники расположены на северном склоне горы Эльбрус в верховьях реки Малки на высоте 2380 м. Джилы-Су надолго запоминается 40-метровым водопадом Султан, причудливыми останцами в ущелье Долина замков, поляной каменных грибов, теплыми нарзанами. С каждым годом число людей, принимающих лечение от чудодейственной воды, растет. Целебным воздействием в Джилы-Су обладают не только минеральные воды, но и микроклимат — это своего рода ингалятор, где воздух стерилен, напоен отрицательными ионами, где природа предстает во всем своем первозданном величии. В настоящее время комплекс не приспособлен для организации комфортабельного приема посетителей. Здесь возможно развитие

не только лечебно-оздоровительного туризма, но и горнолыжного спорта, маунтинбайка, альпинизма, трекингов, полетов над склонами Эльбруса на дельтаплане.

Комплекс «Аушигер». Термальный источник Аушигер находится в 20 минутах пути от Нальчика, вблизи селения Аушигер Черекского района Кабардино-Балкарии. Минеральные (азотно-углекислые) воды высокой температуры выходят на поверхность из скважины глубиной около 4000 метров. В качестве питьевой вода относится к лечебно-столовым, так как является хлоридно-натриевой малой минерализации и слабой щелочной реакции. Уникальность источника в комплексном воздействии горячей минеральной воды на организм человека. Аушигерские термальные источники давно известны своими целебными и оздоровительными свойствами. Комплекс «Аушигер» состоит из пансионата круглогодичного функционирования, располагающего лечебной базой, крытым плавательным бассейном, открытого водоема с проточной термальной минеральной водой, открытого плавательного благоустроенного бассейна с термальной водой. Открытые объекты (бассейн, озеро) круглогодично посещают жители ближайших селений, Нальчика, Прохладного, Терека, Майского, Пятигорска, Кавказских Минеральных вод и других населенных пунктов. Местные жители считают, что прием ванн и питье воды из источника не просто оздоравливают, более того, омолаживают организм человека, очищают от шлаков, снимают усталость и стресс, надолго заряжают энергией. И действительно, в селении Аушигер 100-летние долгожители далеко не редкость. Необходимо создание условий для организации досуга отдыхающих. Перспективный объект для лечебно-оздоровительного туризма эффективен при лечении опорно-двигательного аппарата, сердечно-сосудистых заболеваний, артритов, дерматитов, псориаза и других заболеваний.

Оздоровительно-лечебный комплекс «Озеро Тамбукан». Озеро Тамбукан лежит в небольшой котловине у федеральной дороги Ростов — Баку. Длина озера — около двух километров, в ширину — около одного. Удаленность от Нальчика — 60 км, от Пятигорска — 15 км. Глубина Тамбукана достигает 10 метров и колеблется в различное время года в зависимости от количества осадков. Озеро Тамбукан располагает большими запасами (более 900 тыс. куб. м.) сильносульфидных, высокоминерализованных илов. В тамбуканской грязи есть микроорганизмы, способные вырабатывать на питательных средах пенициллин. Грязевые процедуры улучшают питание тканей и тонус мышц, деятельность желудочно-кишечного тракта, активно влияют на функции печени и других органов и систем организма. Лечебное и косметическое действие тамбуканских грязей чрезвычайно многообразно и активно используется при лечении самого широкого спектра заболеваний в санаторно-курортных учреждениях региона. Кроме того, Тамбукан имеет два минеральных термальных источника. Суточный дебит с одного из источников — 1600 кубометров горячей термальной воды с температурой около 45 градусов, другого — 1800 кубометров. Предусматривается организация фармацевтического и косметологического производства на основе субстанций лечебной грязи и промежуточных продуктов, создание оздоровительно-восстановительно-реабилитационного центра для лечения и профилактики с использованием природных ресурсов и курортно-климатического фактора акватории озера Тамбукан, а также организация розлива слабо минерализованной высокотермальной слабощелочной воды. Таким образом, сама природа предопределила целесообразность создания современного лечебно-оздоровительного комплекса на берегу этого озера.

Альпинистский комплекс «Безенги». Все пятитысячники Кавказа, за исключением Эльбруса и Казбека, находятся в знаменитой Безенгийской стене и Северном массиве. Это Шхара (5203 м), Джангитау (5252 м), Дых-тау (5198 м), Пик Пушкина (5000 м), Мижирги (5025 м). База «Безенги» вместимостью 160 мест находится в верховьях Безенгийского ущелья на высоте 2100 м у подножья Северного массива и функционирует сезонно (июнь-сентябрь). В настоящее время комплекс используется для профессионально подготовленных и начинающих спортсменов-альпинистов.

Комплекс «Голубые озера» расположен в Черек-Балкарском ущелье на высоте 820 метров. Голубое озеро — это жемчужина туристического комплекса Кабардино-Балкарской Республики. Достопримечательностью комплекса являются пять озер, три из которых имеют карстовое происхождение: Нижнее Голубое, Сухое и Секретное. Уникально Нижнее Голубое озеро, которое имеет несколько названий — Чирик-кель (балк.), Шередж-ана (каб.). При небольшой площади (0,9 га) водного озера глубина его достигает 258 м (4-е место в России по глубине). Вода голубая от наличия в ней сероводорода и преломления световых лучей в глубоком бассейне.

В Голубое озеро не впадает ни одна река, но вытекает из него ежедневно до 70 миллионов литров воды (0,9 куб. м в секунду), вливающейся в р. Черек. Уровень озера при этом неизменен, что объясняет

ся мощными подводными источниками. Вода очень прозрачна и не замерзает зимой, так как имеет постоянную круглогодичную температуру +9,3 °С, глубина — 254 м, площадь зеркала — 2,4 га, температура стабильна круглый год — 9,3°, за счет наличия сероводорода вода имеет в любую погоду голубой цвет. На дно Голубого озера не опускался пока никто.

За 200 м до озера от основной дороги влево уходит серпантинной в гору гравийная дорога, ведущая к Верхним Голубым озерам, представляющим собою систему сообщающихся озер глубиной 11–15 м. На берегу озера поставлены коттеджи для летнего отдыха туристов. Все эти водоемы относятся к группе озер карстового происхождения и расположены среди красивой природы — горных лиственных лесов и цветущих субальпийских лугов.

На плато, в 500 м выше нижнего озера, расположено Сухое озеро. Балкарцы называют его Кель-кетхен (Ушедшее озеро), так как само озеро (по площади водного зеркала в 2 раза больше нижнего озера) находится в провале глубиной 160 метров. Провал круглый, стены его отвесны, однако осыпи постепенно придают ему воронкообразную форму. По узкой тропе, вьющейся среди осыпей террас в отвесных скалах, можно спуститься на дно провала к самой воде. На склоне, в 2 км от нижнего озера, в буковом лесу, скрытое от глаз, находится Секретное озеро (его трудно обнаружить), меньшее по площади, чем нижнее озеро.

В 2004 г. на озере открылся первый и единственный в России центр глубоководных погружений (уникальный дайвинг-центр). Ни один ручеек не впадает в Секретное озеро, являясь водоемом с вертикальной и сифонной циркуляцией подземных вод. Оно питается подземными минеральными водами. Это гигантский артезианский колодец с неизменно низкой температурой на всех глубинах. Рыба здесь не водится из-за наличия сероводорода. Уникальность озера в том, что при небольшой площади зеркала воды чуть более 2 га, оно имеет огромную глубину — 368 м, является самым глубоким на Кавказе.

Планируется осуществить подвод необходимых коммуникаций, построить пансионат коттеджного типа и дом отдыха с возможностью одновременно размещения 300 человек, организовать горнолыжную трассу со всей необходимой для этого инфраструктурой, построить канатную дорогу на Кругозор и создать уникальные в своем роде Сказочный городок (Оюн шахар) и музей под открытым небом «Сад камней». Место перспективно для развития дайвинга, рафтинга (сентябрь-октябрь), трекингов по среднегорью. Возможно использование батискафа.

Комплекс «Чегемские водопады» расположен в теснине Скалистого хребта. Известные Чегемские водопады Кабардино-Балкарии одинаково прекрасны и летом, и зимой. Название Чегем, которое переводится как «Земля сломалась», становится вполне понятным, когда взгляду открывается узкий каньон с 300-метровыми отвесными стенами морских отложений юрского периода, в котором река Чегем мечется в тесном русле. Срываясь с высоты 50–60 м и вытекая из многочисленных расщелин, потоки воды стремятся в бурлящий Чегем, образуя при этом множество радуг. Данное уникальное явление приводит в восторг всех посетителей этих мест.

Благодаря обилию тепла и влаги серые отвесные скалы ущелья не выглядят мрачно, в отдельных местах на казалося бы совершенно голом камне растет высокая трава и пестреют яркие цветы, а кое-где прямо из расщелин тянутся к свету сосны и березы. Кажется, что стоит раскинуть руки, то коснешься одновременно обеих сторон этой теснины.

Комплекс «Чегемские водопады» оснащен 2 автостоянками, малыми предприятиями питания (мини-кафе с национальной кухней), стационарным и стихийным рынками изделий национальных промыслов. В целях комплексного освоения данной местности необходимо развитие сети пунктов общественного питания, производства, а также торговли различными сувенирами. В данном ареале возможно развитие рыболовного и охотничьего туризма, горного туризма, рафтинга, лыжного и горнолыжного туризма, альпинизма. Общая стоимость мероприятий, направленных на развитие данной местности, оценивается в 30 млн руб. [Кавказское гостеприимство, 2010].

Турбаза «Долина нарзанов» сезонного действия, на 250 мест, включает в себя комплекс «Замок», расположенный в долине реки Хасаут на высоте около 1300 м. Комплекс может быть использован для организации маунтинбайка. Возможно проведение велопутешествий в верховье реки Малка, к теплым целебным минеральным источникам Джилы-Су, расположенным у северного подножья Эльбруса, и далее по перевалу Балк-Баши. Перспективно развитие рыболовного туризма на реках Хасаут, Харбаз, Ингушли в течение летне-осеннего сезона, организация уникальных охотничьих туров в горах и экскурсий на Муштинские водопады, в солнечную обсерваторию, на реку Большой Лахран, в Кисловодск.

Археолого-туристские комплексы «Верхняя Балкария» и «Верхний Чегем». Ледники и скальные массивы гармонично сочетаются с объектами культурного наследия — историко-архитектурными комплексами эпохи позднего Средневековья: феодальными резиденциями, боевыми башнями, наземными и подземными мавзолеями-усыпальницами. Большинство этих объектов имеют статус памятников федерального (общероссийского) значения. В Верхне-Балкарской котловине это боевые башни Абаевых и Амирхановых, замок Курнаят-баши, укрепления Зылгы-кала, Малкар-кала, Карча-кала, Болат-кала, наземные склепы-усыпальницы (кешене в Мухоле, в «городке мертвых»), датируемые в пределах XIII–XVII вв. В верховьях Чегемского ущелья это боевая башня Балкаруковых и наземные склепы-усыпальницы Фардык-кешене (XIV–XVII вв.), комплекс оборонительно-жилых сооружений в поселке Кулиевых и пр.

В целях повышения инвестиционной привлекательности и создания благоприятных условий для ведения инвестиционной деятельности на территории республики необходимы:

- разработка и реализация коммуникационной стратегии;
- совершенствование системы управления инвестиционным процессом;
- создание Акционерного инвестиционного фонда развития;
- формирование системы прямого инвестиционного маркетинга;
- развитие бизнес-инфраструктуры;
- кадровое обеспечение инвестиционного проекта.

Коммуникационная стратегия

Коммуникационная стратегия должна стать составной частью стратегии привлечения инвестиций в туристско-рекреационный комплекс КБР.

Цель коммуникационной стратегии — создание у потенциальных инвесторов образа данного региона как места, привлекательного для размещения инвестиций. Приоритетными задачами коммуникационной стратегии должны стать:

- 1) продвижение Кабардино-Балкарской Республики в российском и международном инвестиционном сообществе;
- 2) формирование имиджа КБР как лидера среди российских регионов для подготовки к зимним Олимпийским играм 2014 г.;
- 3) формирование системы антикризисного PR для нейтрализации событий, негативно влияющих на имидж Кабардино-Балкарии.

Реализация коммуникационной стратегии предполагает проведение PR-кампании, включающей три уровня:

1. Привлечение внимания к КБР потенциальных инвесторов и формирование в инвестиционном сообществе позитивного мнения о ней как благоприятном месте для размещения инвестиций.
2. Продвижение имиджа КБР в среде потенциальных инвесторов.
3. Формирование поддержки действий руководства Кабардино-Балкарии по привлечению инвестиций.

Наибольшая эффективность в вопросах привлечения инвестиций и продвижения туристско-рекреационного комплекса может быть достигнута за счет создания принципиально новой независимой структуры, осуществляющей планирование и координацию инвестиционной деятельности в КБР. Или же возложение этой функции на уже существующую организацию, такую как ОАО «Агентство инвестиций и развития Кабардино-Балкарской Республики».

Основными направлениями деятельности Агентства инвестиций и развития могут являться:

- 1) формирование имиджа и продвижение Кабардино-Балкарской Республики:
 - PR: презентации и участие в форумах/симпозиумах;
 - маркетинг: контакты и переговоры с целевыми потенциальными инвесторами;
 - продвижение: организация встреч и семинаров, презентаций, проведение конференций и форумов, принятие и организация миссий, визиты высших должностных лиц;
 - реклама: рекламные кампании на ТВ и в СМИ, буклеты и брошюры, ведение веб-сайта и т. д.;
- 2) обслуживание инвесторов:
 - новые инвесторы: профессиональное сопровождение, включая поиск инвестиционной площадки и/или партнера, организация и участие в переговорах, представление интересов во властных органах;

- существующие инвесторы и предприятия: поощрение новых инвестиций — индивидуальные проекты поддержки;
- 3) развитие территории:
 - организация финансирования: для ключевых объектов инфраструктуры (канализация, ЖКХ, водоснабжение и проч.) со стороны международных организаций;
 - развитие человеческих ресурсов: программы занятости, обучающие курсы и тренинги, подготовка персонала для новых производств;
 - восстановление территорий: создание промышленных и технологических парков, кластеров, поддержка создания предприятий и т. д.;
- 4) стратегия и мониторинг реализации стратегии:
 - стратегия: подготовка мастер-плана и мониторинг реализации стратегии;
 - исследования: анализ тенденций и рынков, а также выбор целевых инвесторов;
 - власть и бизнес: интерфейс между бизнесом и властью, обеспечение диалога.

Развитие инновационной сферы предполагает:

- планирование и координацию инновационной деятельности на территории КБР;
- организацию разработки инновационных проектов;
- привлечение средств венчурных фондов;
- коммерциализацию инновационной деятельности.

Создание Акционерного инвестиционного фонда развития туризма может быть ориентировано на обеспечение финансирования секторов, определенных в качестве инвестиционных приоритетов КБР.

Основные параметры фонда:

- предполагаемый размер капитала фонда — \$ 100–150 млн в виде денежных средств инвесторов и активов;
- назначение капитала — инвестиции в основной капитал наиболее динамично развивающихся предприятий КБР;
- структура капитала — администрация Кабардино-Балкарии или уполномоченный ею государственный орган /компания — минимум 30%; российские /иностранцы инвесторы — 70%;
- стратегия фонда — приобретение акций через инвестиции в основной капитал компаний, работающих на территории КБР — 80%;
- инвестиции во вновь создаваемые компании, деятельность которых направлена на развитие экономики рекреационных территорий — 20%;
- планируемая доходность — годовая расчетная доходность фонда не менее 20%; годовая расчетная доходность проектов не менее 30%; продолжительность деятельности фонда — 6–8 лет.

Цели фонда могут включать:

1. Привлечение долгосрочных прямых инвестиций в динамично развивающиеся предприятия комплекса.
2. Улучшение инвестиционного рейтинга Кабардино-Балкарии.
3. Достижение ликвидности активов Фонда:
 - через обеспечение расчетных дивидендов от доходов Фонда;
 - публичное размещение акций Фонда на российских фондовых площадках;
 - продажу акций компании стратегическим инвесторам;
 - формирование капитала следующего фонда для реинвестиций в новые проекты на территории КБР.

Капитал фонда будет сформирован следующим образом:

- администрация города Нальчика, КБР или уполномоченный ею государственный орган /компания (30%);
- международные институциональные инвесторы (30%);
- российские инвесторы (15–20%);
- группа международных частных инвесторов (15–20%).

Формирование системы прямого инвестиционного маркетинга туристско-рекреационного комплекса КБР

Каждый инвестор заинтересован в определенных характеристиках рекреационной местности как потенциального места для размещения инвестиций. Набор характеристик зависит от типа проек-

та и отраслевой принадлежности инвестора. Оценка данных характеристик по сравнению с альтернативными вариантами служит критерием выбора туристско-рекреационного комплекса КБР для инвестирования.

Успешный маркетинг КБР предполагает выбор целевых инвесторов, которые могут быть заинтересованы в развитии приоритетных секторов комплекса, выделение значимых для них характеристик, формирование уникального предложения местности в разрезе данных характеристик и проведении целевой кампании продвижения с точки зрения каждой группы инвесторов.

Развитие бизнес-инфраструктуры

Низкий уровень развития бизнес-инфраструктуры Кабардино-Балкарии негативно влияет на общее впечатление инвестора, ограничивая возможности ведения бизнеса и создавая общее ощущение бедности местности и неэффективности местной администрации. В рамках развития бизнес-инфраструктуры приоритетно инвестирование в строительство современных бизнес-центров, развитие сферы услуг, повышение качества международного аэропорта.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

Аналитическая справка по итогам деятельности Министерства спорта и туризма Кабардино-Балкарской республики и подведомственных учреждений за 2009 г.

Градоэкологическая концепция освоения ГРК «Приэльбрусье». НПО «Южно-Российский градостроительный центр» 2005 г.

Кавказское гостеприимство. 2010. №2 (20).

Об утверждении положения о признании территорий лечебно-оздоровительными местностями и курортами федерального значения: Постановление Правительства Российской Федерации от 7 декабря 1996 г. №1426.

Постановление Правительства Российской Федерации от 31 октября 1999 г. №1203.

УДК 316.477

ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ ПРОИЗВОДИТЕЛЯ И ПОТРЕБИТЕЛЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ КАК ФАКТОР ФОРМИРОВАНИЯ СОЦИАЛЬНО-ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ КОМПЕТЕНТНОСТИ

И. М. Карицкая

Единое понимание смыслового наполнения термина «профессиональная компетентность» производителями и потребителями образовательных услуг способствует организации их эффективного взаимодействия в процессе подготовки квалифицированных кадров.

На современном рынке труда термин «профессиональная компетентность» в ходу и используется достаточно часто. Однако, как показали проведенные исследования, нет единого понимания содержания данного понятия. Отдельные субъекты рынка труда понимают компетентность как круг задач, которые работник решает на своем рабочем месте, а если ситуация выводит специалиста из привычного круга задач, ее должны разрешать те, кто более компетентен. В то же время, заявляя о собственных требованиях к выпускникам вузов при приеме на работу, большинство работодателей трактуют компетентность значительно шире, чем просто круг профессиональных обязанностей. В первую очередь среди значимых компетенций респонденты называют умение налаживать и поддерживать социальные контакты

(общаться, устанавливать и поддерживать деловые и личные отношения, находить общий язык, улаживать разногласия и конфликты и т. д.). К сожалению, чаще всего респонденты отмечали недостаточную сформированность у выпускников вузов именно таких — социально ориентированных — компетенций.

Базовые социальные компетенции, востребованные работодателями, универсальны для всех специальностей, которые подразумевают профессиональную деятельность, направленную на взаимодействие и общение с людьми — клиентами, коллегами и др. А в отраслях и сферах профессиональной деятельности, насыщенных деловыми контактами, количество и качество социально ориентированных компетенций специалистов максимально актуализировано, а требования к уровню готовности к социальному взаимодействию особенно высоки.

Как показали проведенные исследования, компетентность в общем смысле — это способность функционально решать и те задачи, которые могут быть не прописаны в должностных инструкциях, нестандартные задачи. Это способность применить те знания, умения и навыки, которые были получены в процессе образования или являются результатом профессионального опыта специалиста, в новой, возможно, проблемной ситуации. Социально-профессиональная компетентность обязательно включает в себя социально-психологическую зрелость и способность специалиста в случае необходимости выявлять и заполнять пробелы в собственных знаниях и умениях, и делать это постоянно, рефлексивно. Поводом для внутренней ревизии компетентности могут и должны быть не только проблемные, но и любые профессиональные ситуации. Большинство профессиональных задач решаются в процессе взаимодействия субъектов профессиональной деятельности в различных социальных системах. Мы подчеркиваем актуальность социального компонента социально-профессиональной компетентности в целом, не разделяя ее на социальную и профессиональную.

Необходимо отметить, что в вузах преподают целый ряд дисциплин, предусмотренных учебным планом, которые по сути своей как раз и направлены на формирование у студентов социальной компетентности. Эти дисциплины «разбросаны» по разным семестрам, но предметно связаны между собой. Как уже было упомянуто, проведенное анкетирование работодателей показало, что больше всего недовольства вызывает уровень сформированности именно социально ориентированных компетенций. Наиболее часто предъявляемые претензии — это неумение выпускников общаться с клиентами, строить взаимоотношения с коллегами, конструктивно разрешать конфликтные ситуации, общаться по телефону и т. д. Именно на формирование таких компетенций может быть направлен целый цикл дисциплин, таких как «Русский язык и культура речи», «Психология и педагогика», «Человек и его потребности», «Социология», «Маркетинг», «Искусство продажи», «Поведение потребителей» и многие другие, предусмотренные различными компонентами учебного плана. Кроме того, в любом гуманитарном вузе существует целый ряд кафедр, на которых разрабатываются и преподаются дисциплины социальной направленности.

Сегодня очень важно прийти к единому пониманию производителями и потребителями образовательных услуг смыслового наполнения понятия «компетентность». В качестве потребителей образовательных услуг мы рассматриваем абитуриентов, студентов, выпускников вуза и работодателей. Производитель — это учебное заведение. Требования данных субъектов специфичны: потребности, цели, понимание содержания и результата образовательной услуги серьезно различаются, что необходимо учитывать производителю образовательных услуг. Так, восприятие абитуриентами и их родителями престижности того или иного вуза, желание получать образовательные услуги данного вуза во многом определяется возможностями трудоустройства после окончания вуза, востребованностью выпускников работодателями. Именно работодатели, в конечном счете, являются основными «заказчиками» наполнения понятия «профессиональная компетентность».

Примеры взаимодействия производителей и потребителей образовательных услуг (вузов и работодателей Новосибирска) существуют. Проводя социологическое исследование, мы получили информацию о его содержании и успешности. Многие выпускающие кафедры поддерживают постоянные контакты с работодателями адресных отраслей, на базе этих предприятий студенты проходят все виды практик, пишут дипломные работы по темам, актуальным не только в теоретическом, но и практическом плане. Руководители и ведущие менеджеры приглашаются для участия в различных видах учебных занятий, совместно организуются выездные занятия и экскурсии. В дальнейшем выпускники достаточно часто трудоустраиваются именно на тех предприятиях, где проходили практику, или у тех работодателей, которые проводили занятия. Однако в большинстве учебных заведений процесс взаимодействия

носит скорее фрагментарный характер, что связано с отсутствием отработанных системных форм такого взаимодействия.

Нами предложена концептуальная модель формирования социально-профессиональной компетентности выпускника вуза и алгоритм взаимодействия вуза и работодателя, позволяющие не только систематизировать процесс взаимодействия, но и оценить его эффективность. Социальную эффективность оценивают все субъекты взаимодействия, каждый по-своему. Представители вуза — преподаватели оценивают, насколько (в рамках реализации предложенной модели) успешно студенты осваивают специальные учебные дисциплины, непосредственно связанные с отраслью, которую представляют работодатели-участники. Это возможно при использовании традиционных форм контроля. Сами работодатели имеют возможность оценивать эффективность еще в процессе обучения, принимая участие в практических занятиях, далее — при прохождении студентами практики на их предприятиях, оценивают практическую часть курсовых и выпускных работ. Кроме того, работодатели — руководители крупных предприятий — являются членами государственных аттестационных комиссий.

В рамках разработанной автором концептуальной модели формирования социально-профессиональной компетентности выпускника вуза выявлен и представлен ряд условий и показателей, определяющих эффективность взаимодействия вуза и работодателя. Реализуется целый комплекс оценочных мероприятий на разных стадиях процесса взаимодействия (этапы межстадийного контроля). Что касается наполнения моделей и алгоритмов — это ряд методик, призванных диагностировать текущее состояние сформированности компетентности. В период обучения это формы промежуточного и итогового контроля знаний студентов, диагностика их интеллектуального и знаниевого потенциала. На выпускном курсе используется механизм оценки уровня компетентности выпускника вуза. Это норма потребительской стоимости, которая представляет собой отношение между совокупностью знаний, умений, навыков и личностных характеристик выпускника вуза и аналогичных показателей, которые характеризуют действующего сотрудника фирмы и задаются работодателем, что позволяет выявить перечень «западающих» компетенций и скорректировать, «выровнять» профиль компетентности.

Однако вузы не могут и не должны полностью подстраиваться под требования работодателей — круг целей и задач высшей школы значительно шире. Существуют образовательные стандарты, которых вузы обязаны придерживаться вне зависимости от требований бизнес-пространства. Но содержание базовых компонент социально-профессиональной компетентности необходимо, на наш взгляд, согласовывать, конвертируя включенные в них компетенции в понятную работодателям форму, адаптируя компетенции под требования рынка без ущерба для их содержания. Бизнес-сообществу должен быть интересен «продукт» деятельности вуза, работодатели хотят понимать, какого специалиста они принимают на работу — в этом заинтересованы и будущие выпускники.

УДК 902:796.51 (571.151)

ИСТОРИКО-КУЛЬТУРНОЕ НАСЛЕДИЕ ТЮРКСКОГО ВРЕМЕНИ (V–XI вв. н.э.) НА ТЕРРИТОРИИ АЛТАЙСКОГО РАЙОНА АЛТАЙСКОГО КРАЯ

К. Ю. Кирюшин, В. В. Горбунов, В. П. Семибратов, Ю. В. Кирюшина

Приводятся результаты археологических исследований памятников тюркской культуры V–XI вв. н.э. на территории Алтайского района Алтайского края в 2005–2009 гг.

Памятников тюркской культуры на территории Алтайского района Алтайского края пока выявлено небольшое количество. Это связано как с малым объемом проводимых полевых археологических работ, так и с пограничным характером данного района для ареала тюркской культуры.

Тем не менее на сегодняшний день исследования территории особой экономической зоны туристско-рекреационного типа «Бирюзовая Катунь» в 2005–2009 гг. выявили целый ряд различных тюркских памятников: одиночные курганы Бирюзовая Катунь-1, Бирюзовая Катунь-3, Бирюзовая Катунь-9; поминальная оградка Бирюзовая Катунь-1; наскальная руническая надпись на р. Усть-Уба.

В июне 2005 г. в лесу на берегу Катунь был раскопан курган *Бирюзовая Катунь-1*, сложенный из окатанных речных галек размерами 3,8х3,2 м. С юго-восточной стороны кургана была сделана прямоугольная пристройка из плоского рваного камня, где сохранились следы мощного прокала. В насыпи обнаружено более 30-ти фрагментов средневековой керамики [Кирюшин К. Ю. и др., 2006].

Могильная яма имела размеры 2,10х1,20 м, глубину 0,65–0,70 м. В ней обнаружено погребение человека в сопровождении коня. Костяк человека ориентирован головой на СВВ, лошади — на ЮЗЗ. Череп человека приподнят по отношению к телу, руки вытянуты вдоль туловища, ноги прямые. Скелет лошади помещен на брюхо, передние и задние ноги подогнуты под тело, голова упирается в передние конечности. Погребенный — мужчина 50–65 лет. У него не было зубов на верхней челюсти, так что образовался костный валик, а все альвеолы заросли [Кирюшин К. Ю. и др., 2005]. В районе головы человека расчищены четыре фрагментарно сохранившихся наконечника стрелы, под нижней челюстью — крупное тесло (рис. 1–3), на груди — небольшой железный инструмент (рис. 1–4). У правого бедра погребенного располагался нож (рис. 1–2), а над левым коленом — каменная зернотерка и курант. В районе тазовых костей найдена гарнитура от стрелкового и основного поясов (рис. 1–8, 11–14, 18–28). В челюстях лошади находились удила с псалями (рис. 1–15), по бокам у брюшной части — два стремени (рис. 1–16, 17), у правой бедренной кости задней ноги — подпружная пряжка (рис. 1–1).

У правого бедра человека зафиксировано скопление зерен растений, которые по локализации и черному органическому пятну с фрагментами кожи, видимо, были помещены в мешочек и напрямую связаны с нахождением зернотерки и куранта. Среди найденных семян определена основная зерновая культура — просо обыкновенное (посевное) и небольшое количество семян сорных растений [Кирюшин К. Ю. и др., 2006].

Данный объект по основным признакам погребального обряда соответствует канонам тюркской культуры: каменная насыпь округлой формы из однослойной кладки, одиночная ингумация в сопровождении целой туши коня, положение умершего человека вытянуто на спине головой в восточный сектор, нахождение лошади слева от человека на животе с подогнутыми ногами, головой в противоположную сторону от хозяина [Тишкин и др., 2005].

Из предметов вооружения обнаружено оружие дальнего боя в виде остатков наконечников стрел (рис. 1–4–7, 9). Два экземпляра из них вполне информативны. Они сделаны из железа, имеют черешковый насад и трехлопастное перо. По абрису пера разделяются на пятиугольный (рис. 1–9) и треугольный (рис. 1–5), у последнего в нижней части лопастей круглые прорезы. К нему же относится роговая свистунка. Наиболее точные аналогии этим наконечникам происходят из тюркских памятников VI–VIII вв. [Горбунов, 2006].

К предметам костюма относится гарнитура от двух поясов: основного и стрелкового. В основной пояс входили следующие железные вещи: рамчатая пряжка, четыре четырехугольные и пять сегментовидных прорезных блях-накладок, а также двухсоставной наконечник овально-прямоугольной формы (рис. 1–18–28). Такие пояса часто называют наборными. Количество блях на кожаном ремне могло обозначать воинский ранг и социальный статус владельца. Прорезные бляхи-накладки появляются в тюркской поясной гарнитуре с середины VII в. и бытуют до X в. [Овчинникова, 1990]. Стрелковый пояс также состоял из железных вещей: крючка-застежки с подвижным зажимным щитком, трех кольчатых распределителей, каждый из которых имел по три подвижных лопасти-зажима и двух портупейных пряжек (рис. 1–8, 10–14). У полностью сохранившегося экземпляра овальная рамка, подвижные язычок и щиток (рис. 1–8). На один из распределителей такого пояса должно было подвешиваться налучье с луком, а на два других — колчан со стрелами. Похожие предметы от стрелковых поясов встречены в тюркских погребениях VI–VIII вв. [Мамадаков, Горбунов 1997; Кирюшин Ю. Ф. и др., 1998].

Из орудий труда найдены железные нож, тесло и напильник (?). Эти вещи не имеют узких хронологических привязок, но достаточно часто встречаются в тюркских памятниках Горного Алтая. В качестве близких аналогий можно привести ножи и тесла из курганов Тьткескена-VI и Катанды-3, датирующихся от середины VI в. до середины VIII в. [Мамадаков, Горбунов, 1997; Кирюшин Ю. Ф. и др., 1998]. К снаряжению верхового коня относятся железные удила с псалями и стремени, а также роговая подпружная

пряжка. Удила имеют крюковые внутренние окончания звеньев и кольчатые внешние. В них вставлены стрежневые псалии S-видной формы с фигурными верхними окончаниями и шарообразными нижними. Они снабжены П-образными скобами для нащечных ремней узды. Аналогичные удила у тюрков встречаются в памятниках VI–VIII вв., а псалии не ранее середины VII в. [Овчинникова, 1990; Мамадаков, Горбунов, 1997]. Подпружная пряжка имеет щиток с ровным основанием и боками, слегка выделенную овальную рамку и сплошную I-образную прорезь, язычок не сохранился. Данный экземпляр по деталям оформления можно датировать VII–VIII вв. [Неверов, 1985]. Исходя из взаимовстречаемости дат инвентарного набора, курган Бирюзовая Катунь-1 следует отнести ко 2-й пол. VII — 1-й пол. VIII в., времени существования Второго восточно-тюркского каганата (682–744 гг.).

Летом 2005 г. в 40 м от кургана исследована поминальная оградка *Бирюзовая Катунь-1*, рядом с которой найдено каменное изваяние [Кирюшин К. Ю. и др., 2012]. Первоначально объект был полностью задернован, а на поверхности прослеживалось лишь небольшое холмообразное образование. После его расчистки выявилось подквадратное сооружение из вертикально установленных крупных плоских речных галек. Размеры оградки 1,75 x 1,7 м, высота 0,35 м. Углами она ориентирована по сторонам света с небольшими отклонениями. ЮВ и СЗ стенки оградки состояли из трех основных камней, а ЮЗ и СВ стенки — из четырех основных камней. Углы и стенки оградки подпирались средней галькой, дно было выложено уплощенным камнем и сверху забутовано неоднородным слоем из мелкого рваного камня и галечника вперемешку с землей. С юго-восточной стороны к оградке примыкало скопление из средней гальки, часть которого образовывало подобие каменного кольца или гнезда. У одной из внешних стенок найдены два фрагмента керамики.

В восточной стороне раскопа обнаружен обломок каменной плиты, на котором прослеживалось антропоморфное изображение. Этот фрагмент апплицировался с другим обломком каменной плиты, найденным в ходе исследования оградки. В результате удалось восстановить каменное изваяние, стоявшее изначально у ЮВ стенки оградки, вероятнее всего, в центре каменного кольца-гнезда.

Изваяние сделано из плоской плиты, высотой 53 см, слегка трапециевидной формы с треугольным верхним краем и скошенным нижним краем. Ее боковые грани и верхняя часть подшлифованы. На плите визуально просматриваются следы выбивки, оформляющие нижний контур лица. Несколько хуже, но достаточно отчетливо прослеживаются следующие детали: рот, глаза, головной убор. В остальных случаях искусственные следы обработки были визуально неразличимы.

Исследованная оградка по всем своим признакам: размеры, подквадратная форма, ориентация, стенки из вертикально установленных на ребро плит, наличие изваяния с восточной стороны — относится к одиночным поминальным сооружениям тюркской культуры. Судя по датируемым находкам, имеющимся в аналогичных оградках, на территории Горного Алтая они возводились со второй половины V до середины X в. н.э. [Неверов, Горбунов, 1995; Соенов, Эбель, 1996].

Уточнить хронологию данного объекта позволяет трасологический анализ антропоморфного изваяния [Кирюшин К. Ю. и др., 2012]. Изображение деталей лица выполнено техникой глубокой выбивки каменным инструментом с затупленным, скругленным рабочим краем. Нижний контур лица передает приостренный подбородок и широкие скулы. Рот выполнен в форме широкого треугольника, глаза имеют миндалевидную форму. Центральная часть лица между глазами и ртом сколота иным каменным инструментом. Рабочий край этого орудия имел угловатые, заостренные очертания. Вероятно, что целью таких действий было обезображивание лица в месте, где находился нос. Помимо этого, на лице обнаружены следы поверхностной выбивки, сделанной каменным инструментом с затупленным, скругленным рабочим краем. В этой технике выполнен правый прямой ус. Видимо, левый ус был уничтожен вместе с носом.

Верхний контур головы изваяния симметрично заострен, напоминая по форме шапку-башлык. Над глазами, в той же технике глубокой выбивки, сделаны две перпендикулярные линии-канавки, передающие нижний край головного убора в виде треугольной выемки над переносьем. Изображения шапок с аналогичными налобными вырезами есть на тюркских изваяниях из местности Кеме-Кечу в Горном Алтае [Кубарев, 1984]. Одно из этих изваяний по изображению поясной гарнитуры можно датировать не ранее середины VII в. н.э.

Единственная левая рука изваяния выполнена поверхностной выбивкой. Рука наклонена к поясу и заканчивается изображением сосуда. Последний имеет вытянутое тулово и профилированный венчик. Такие сосуды во множестве присутствуют на тюркских изваяниях, а их реальные прототипы из де-

рева и металла встречаются в оградках и курганах тюркской культуры. Несколько необычным выглядит нахождение сосуда в левой руке, но и этой редкой особенности можно найти аналогии, например у тюркского изваяния в уже упоминавшейся местности Кеме-Кечу [Кубарев, 1984]. Изображение пояса на изваянии выполнено очень схематично, также в технике поверхностной выбивки. Он находится ниже руки и представляет собой широкую и мелкую линию-канавку, пересекающую изваяние по всей ширине.

Датировку поминального комплекса с Бирюзовой Катунь-1, учитывая аналогии изваянию, можно определить в рамках 2-й пол. VII — 1-й пол. X в.

Курган *Бирюзовая Катунь-3* располагался недалеко от края первой надпойменной террасы реки, в толще хвойного массива [Кирюшин К. Ю., Матренин, 2009]. На фоне лесной растительности он хорошо выделялся по отдельно выступающим окатанным камням. Раскопан в 2006 г. После снятия дерна и зачистки выявлена полусферическая насыпь округлой в плане формы, размерами 3,75 x 3,42 м, сложенная из галечника. По ее периметру отчетливо фиксировалась крепида, у южного края которой найдено несколько обломков керамического сосуда (рис. 2–1–3). Внутри крепиды располагалась могила с прямоугольными очертаниями, размерами 2,4 x 1,5 м, глубиной 0,56–0,63 м. Она была вырыта в галечнике, являвшемся строительным материалом террасы, и забутована камнем на всю свою глубину вперемежку с гумусом в верхних слоях и речным песком в нижней части. На дне могилы содержалось одиночное захоронение взрослого человека, уложенного на спину с вытянутыми конечностями и ориентированного головой на ЮВ. Умершего сопровождал вполне стандартный набор инвентаря (рис. 2). С внутренней стороны локтевого сустава левой руки располагались 14 наконечников стрел (рис. 2–5–12, 24–30). В районе таза расчищены детали стрелкового пояса (рис. 2–21–23, 31), а немного выше этого снаряжения зафиксирована гарнитура основного наборного пояса (рис. 2–13–19). С левой стороны черепа лежала серьга (рис. 2–20), а с правой стороны — железное кольцо. У левого локтя размещалось железное тесло (рис. 2–4). Еще один железный предмет, по-видимому, инструмент для обработки дерева, выявлен с внешней стороны левого бедра (рис. 2–32). С внутренней стороны левого бедра лежал железный нож.

По составу найденного инвентаря данный курган входит в круг памятников тюркской археологической культуры. Вполне соответствует этому конструкция каменной насыпи, положение умершего вытянуто на спине и его ориентация головой в восточный сектор. Способ погребения представлен обрядом одиночной ингумации, что отличает его от собственно тюркского обряда. Правда, в могильной яме имелось достаточно места для размещения лошади, но свободное пространство находилось справа от человека, что не вписывается в тюркский канон. Не исключена иная этническая принадлежность умершего, который, тем не менее, судя по сопроводительным вещам, являлся полноправным членом тюркской общины. Очень редко, но в тюркских памятниках встречаются погребения по способу одиночной ингумации [Тишкин, Горбунов, 2005].

Предметы вооружения относятся к оружию дальнего боя и состоят из наконечников стрел. Все они изготовлены из железа и снабжены черешковыми насадами. По сечению и абрису пера разделяются на трехлопастные (рис. 2–5–11): шестиугольной, треугольной, килевидной формы и четырехгранные (рис. 2–12, 24–30): трапециевидной и четырехугольной формы. Часть трехлопастных наконечников в нижней части лопастей имеют круглые прорезы (рис. 2–5–7, 9). Граненые наконечники являлись бронебойными, близкие им экземпляры пока встречены только в тюркских памятниках VII — середины VIII в. Аналогии трехлопастным наконечникам имеются в тюркских комплексах второй половины V–XI вв. [Горбунов, 2006].

Костюм представлен двумя поясами и головным украшением. От основного пояса сохранился следующий набор предметов: бронзовая пряжка с овальной рамкой, подвижным язычком и зажимным щитком, с ровными боками и закругленным основанием (рис. 2–13), бронзовая и железная четырехугольные (рис. 2–17, 18) и три бронзовых сегментовидных прорезных бляхи-накладки (рис. 2–14–16), а также зажимной наконечник овально-прямоугольной формы (рис. 2–19). Данный набор весьма близок поясу из Бирюзовой Катунь-1, но отличается материалом изготовления. Его пряжка характерна для тюркской гарнитуры VI–IX вв. [Овчинникова, 1990]. Вещи этого пояса были изучены с помощью рентгенофлуоресцентного спектрометра. Удалось установить, что разные детали предметов сделаны из медно-свинцово-оловянного и свинцово-медно-оловянного сплавов, а одна бляха из металлургически чистого железа [Тишкин, Горбунов, 2009].

От стрелкового пояса обнаружены такие железные предметы, как крючок-застежка со сплошным щитком и три кольчатых распределителя с остатками подвижных лопастей-зажимов. Данный пояс так-

же схож со стрелковым набором Бирюзовой Катунь-1. Оформление лопастей его распределителей находит аналогии в тюркском погребении середины VII — середины VIII в. на памятнике Тыткескень-VI [Кирюшин Ю. Ф. и др., 1998].

К головному украшению относится бронзовая серьга. На ее кольцо в верхней части расположен шпелек, в нижней — короткая подвеска-раструб с шаровидным утолщением. Серьги с такими признаками встречаются в тюркских памятниках VII–VIII вв. [Овчинникова, 1990].

Из орудий труда зафиксированы железное тесло и железный инструмент, напоминающий долото. По своим пропорциям тесло похоже на экземпляр из тюркского памятника первой половины VIII в. Балык-Соок-I [Кубарев, 2005].

Обнаруженные в насыпи кургана фрагменты лепного керамического горшка светло-коричневого цвета с отогнутым наружу расщепленным венчиком (рис. 2–1–3) находят соответствия в орнаментации сосудов из могильника середины VIII в. Джаргалынты в Монголии и скального детского погребения на р. Юстыд, датированного по радиоуглероду 601–772 гг. [Кубарев, 2005].

Рассмотренные аналогии позволяют датировать курган Бирюзовая Катунь-3 периодом 2-й пол. VII — 1-й пол. VIII в.

Летом 2006 г. археологические исследования проводились в верховьях р. Усть-Уба. В результате была обнаружена *руническая надпись* [Кирюшин К. Ю. и др., 2012].

Она расположена на правом берегу реки, на скальной поверхности высотой около 2,5 м, имеющей небольшой угол нависания, который защищает надпись от дождя. Камень — известняк, но окремнённый, плотный, не имеющий трещин и следов разрушения. Надпись состоит из двух знаков. Немного выше нее нанесено резное изображение, напоминающее «солярный» символ, возможно, это тамга. Техника исполнения и степень патинизации сходны со знаками надписи. Размеры изображения 3,3 x 2,7 см.

Определить датировку этого объекта позволяют палеографические особенности письма. Надпись состоит из двух горизонтально расположенных знаков. Их линии прорезаны достаточно глубоко, скорее всего, острым металлическим инструментом, чётко выделяются на камне, но имеют сглаженные борты, что свидетельствует о длительном периоде медленного разрушения под воздействием природных факторов. Частично знаки перекрыты лишайником, и не исключено, что его осторожная расчистка позволит выявить новые обозначения. Первый (правый) знак соответствует мягкой букве **p** (рус.), **r** (лат.) орхоно-енисейского алфавита [Кызласов, 2002]. Его размеры 4,8 x 4,5 см. Он мог иметь самостоятельное значение и переводиться как слово «**эр, er**» — *муж, мужчина* [Древнетюркский словарь, 1969]. Второй (левый) знак обозначает твердую букву «**t, t̄**» и характерен для енисейского варианта рунического письма [Кызласов, 2002]. Его размеры 4,7 x 4 см. В самостоятельном значении он соответствует слову «**ат, at**» — *имя, титул*. Сочетание обоих знаков может указывать и на одно слово «**эрат, erät**» — *мужи, воины* [Древнетюркский словарь, 1969]. По аналогии с более полными руническими текстами Горного Алтая, можно предположить и то, что надпись передает словосочетание «**эр аты, er atī**» — *его мужское (геройское) имя или его мужа-воина имя* [Кызласов, 2002]. Датировка усть-убинской надписи определяется по характерному написанию буквы «**t, t̄**» в виде двойного острого угла или «домика», которое встречается в енисейских надписях и неизвестно по орхонским текстам [Кызласов, 2002]. Енисейское письмо вполне определенно связывается с кыргызами, чье господство установилось в горной части Алтая после 840 г. и длилось по XI в. включительно. Именно в это время население Алтая могло перенять у кыргызов особенности написания некоторых рунических знаков, которые стабильно встречаются среди наскальных надписей. Таким образом, надпись с р. Усть-Уба можно отнести к периоду 2-й пол. IX–XI вв.

В результате проведенного обследования по р. Усть-Уба, впервые на территории Алтайского края была документально зафиксирована наскальная руническая надпись, которая на сегодняшний день является самым северным объектом в корпусе горноалтайских рунических памятников.

В апреле 2009 г. у подножья Большой Тавдинской пещеры, на территории парка, был выявлен курган, получивший очередное обозначение *Бирюзовая Катунь-9* [Кирюшин К. Ю. и др., 2009]. Летом в ходе его расчистки зафиксирована насыпь подовальной формы размерами 4,6 x 4 м. Она состояла из рваных камней, выложенных в два слоя. По периметру кургана прослежено кольцо-крепида из более массивных камней. На уровне материка выявлено могильное пятно подпрямоугольной формы, размерами 2,15 x 1,47 м. На дне могилы, в северо-восточной половине ямы, расчищен скелет мужчины 50–55 лет. Умерший был уложен на правый бок, головой на ЮВ; руки вытянуты, ноги согнуты в коленях. Вдоль лобной кости черепа зафиксирована пара накладок на верхний конец лука. Пара накладок на рукоять ле-

жала параллельно костям правой руки (ниже локтя). Рядом находился позвоночник овцы. Ниже челюсти погребенного, уходя под скелет, располагались пять наконечников стрел, а также стрелковый пояс из пряжки и трех распределителей. Вокруг поясничных позвонков зафиксирован основной пояс с частично уцелевшей кожаной основой, пряжкой и восемью бляхами-накладками. Местами сохранились остатки одежды. На левом крыле таза лежал нож.

В юго-западной части могильной ямы, на одном уровне с человеком, находилась лошадь. Животное располагалось на животе, с подогнутыми ногами, грудью на СЗ, шея и голова были повернуты на ЮЗ. С правого бока коня лежало стремя, несколько ниже него зафиксирована подпружная пряжка, а вдоль костей правой задней ноги обнаружены три цурки. Во рту лошади находились удила с псалиями.

Раскопанный объект по основным признакам погребального обряда также соответствует канонам тюркской культуры. Нестандартно выглядит размещение умершего мужчины на боку [Кирюшин К. Ю. и др., 2009].

Из предметов вооружения обнаружено оружие дальнего боя, которое представлено сложносоставным луками стрелами. От лука сохранился комплект роговых накладок: пара концевых боковых с вырезами под тетиву (рис. 3–3–4) и пара срединных боковых (рис. 3–1–2). Видимо, лук был положен в могилу не целым, так как отсутствовала необходимая пара накладок на нижний рог. Концевые накладки короткие, они характерны для поздней модификации тюркских луков, появившейся в период Второго восточно-тюркского каганата, т. е. со второй половины VII в. [Горбунов, 2006]. Стрелы представлены железными черешковыми наконечниками (рис. 3–5–12). Они имеют трехлопастное перо шестиугольной и треугольной формы. Все экземпляры были снабжены роговыми свистунками, а два из них имели округлые прорезы в лопастях. Наиболее точные аналогии наконечникам происходят из тюркских памятников VI–VIII вв. [Горбунов, 2006].

К элементам костюма относится гарнитура от двух поясов: основного и стрелкового. В основной (наборный) пояс входили следующие бронзовые вещи: составная пряжка (овальная рамка, подвижный язычок и длинный щиток), две четырехугольные и шесть сегментовидных прорезных блях-накладок. Аналогичные изделия появились в тюркской поясной гарнитуре с середины VII в. [Овчинникова, 1990].

Стрелковый пояс состоял из железных вещей: овально-рамчатой пряжки с подвижным язычком (рис. 3–15) и трех кольчатых распределителей, у каждого из которых изначально было по три подвижных лопасти-зажима (рис. 3–16). Похожие предметы от стрелковых поясов встречены в тюркских погребениях середины VI–VIII вв. [Мамадаков, Горбунов, 1997; Кирюшин Ю. Ф. и др., 1998].

Из орудий труда найден железный нож (рис. 3–19). Он не имеет узких хронологических привязок, но такие предметы достаточно часто встречаются в тюркских памятниках Алтая. В качестве близкой аналогии можно привести нож из кургана 1-й пол. VII в. памятника Катанда-3 [Мамадаков, Горбунов, 1997].

К снаряжению верхового коня относятся железные удила с роговыми псалиями (рис. 3–14, 21–22), железное стремя (рис. 3–20), подпружная пряжка (рис. 3–26) и цурки из рога (рис. 3–23–25). Удила имеют крюковые внутренние окончания звеньев и кольчатые внешние. Псалии — стрежневидные двудырчатые. Аналогичные удила у тюрков встречаются в памятниках VI–VIII вв. [Овчинникова, 1990], а псалии — до середины VII в. [Гаврилова, 1965; Кирюшин Ю. Ф. и др., 1998]. Стремя имеет треугольное петельчатое ушко, округлые дужки подквадратного сечения, прогнутую узкую подножку. Совокупность этих признаков встречается у стремян VI–VII вв. [Неверов, 1998]. Подпружная пряжка имеет подпрямоугольную форму, основание щитка и наружная часть рамки слегка выпуклы, переход между ними заужен. Язычок не сохранился, но под него есть Т-образная прорезь. Данный экземпляр по деталям оформления можно датировать VI–VII вв. [Неверов, 1985]. Цурки имеют классическую для тюркской культуры форму.

Исходя из приведенных аналогий курган Бирюзовая Катунь-9 в целом следует отнести ко времени Второго восточно-тюркского каганата. Однако, учитывая наличие в нем архаичного стремени и псалиев, возможно, его датировку следует ограничить 2-й пол. VII в.

Подводя итоги изучению раннесредневековых памятников на левобережье Нижней Катуни, можно отметить, что данная территория начиная со времени существования Второго восточно-тюркского каганата (682–744 гг.) входила в ареал распространения тюркской культуры. Курганы Бирюзовой Катуни-1, 3, 9 маркируют собой северную границу этого государства в пределах Горного Алтая. Продолжало проживать здесь тюркское население и позднее, по крайней мере до начала II тыс. н.э. Не исключено, что дальнейшие исследования позволят выявить в этом микрорайоне и более ранние тюркские комплексы.

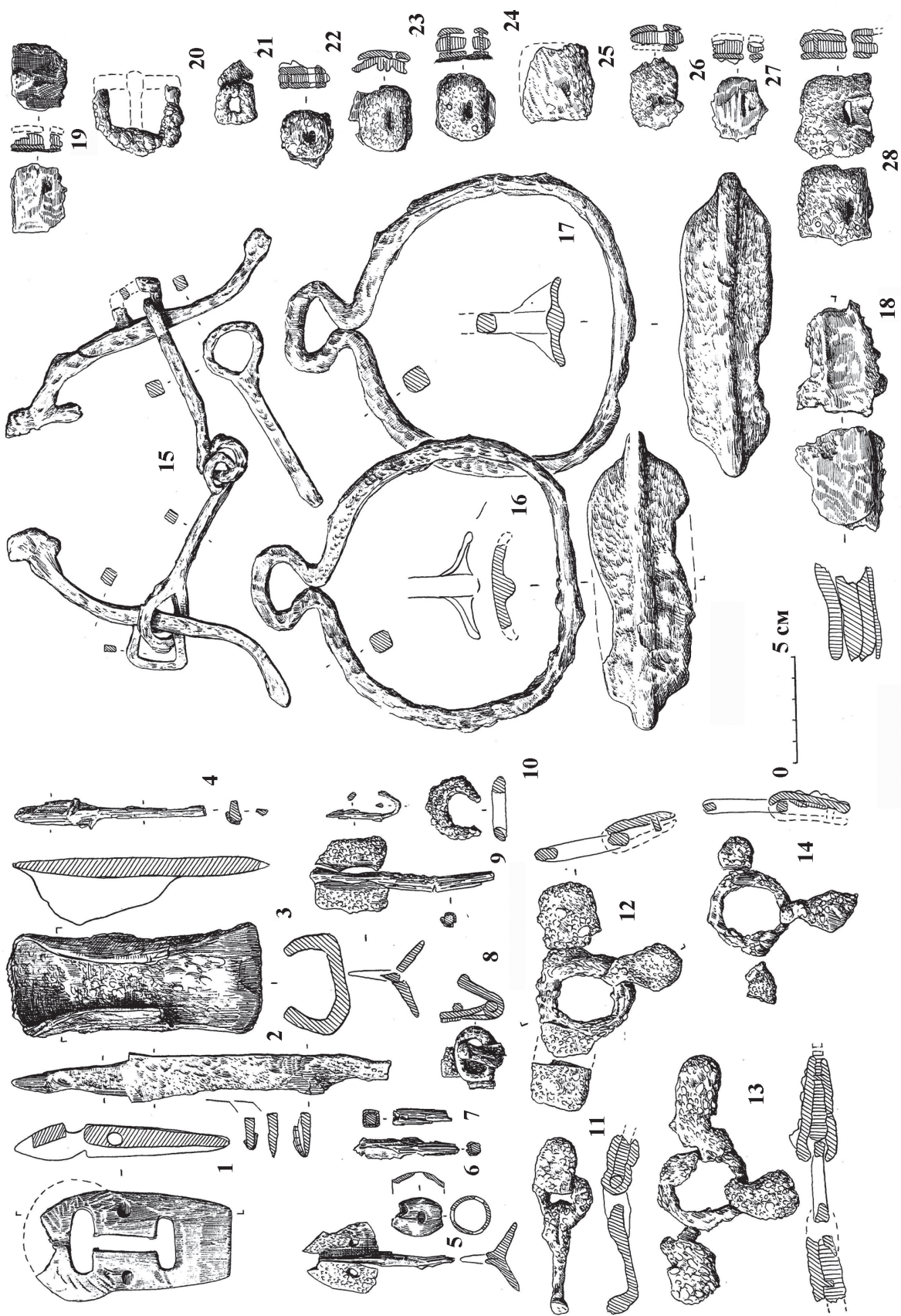


Рис. 1. Погребальный инвентарь из кургана Бирюзовая Катунь-1

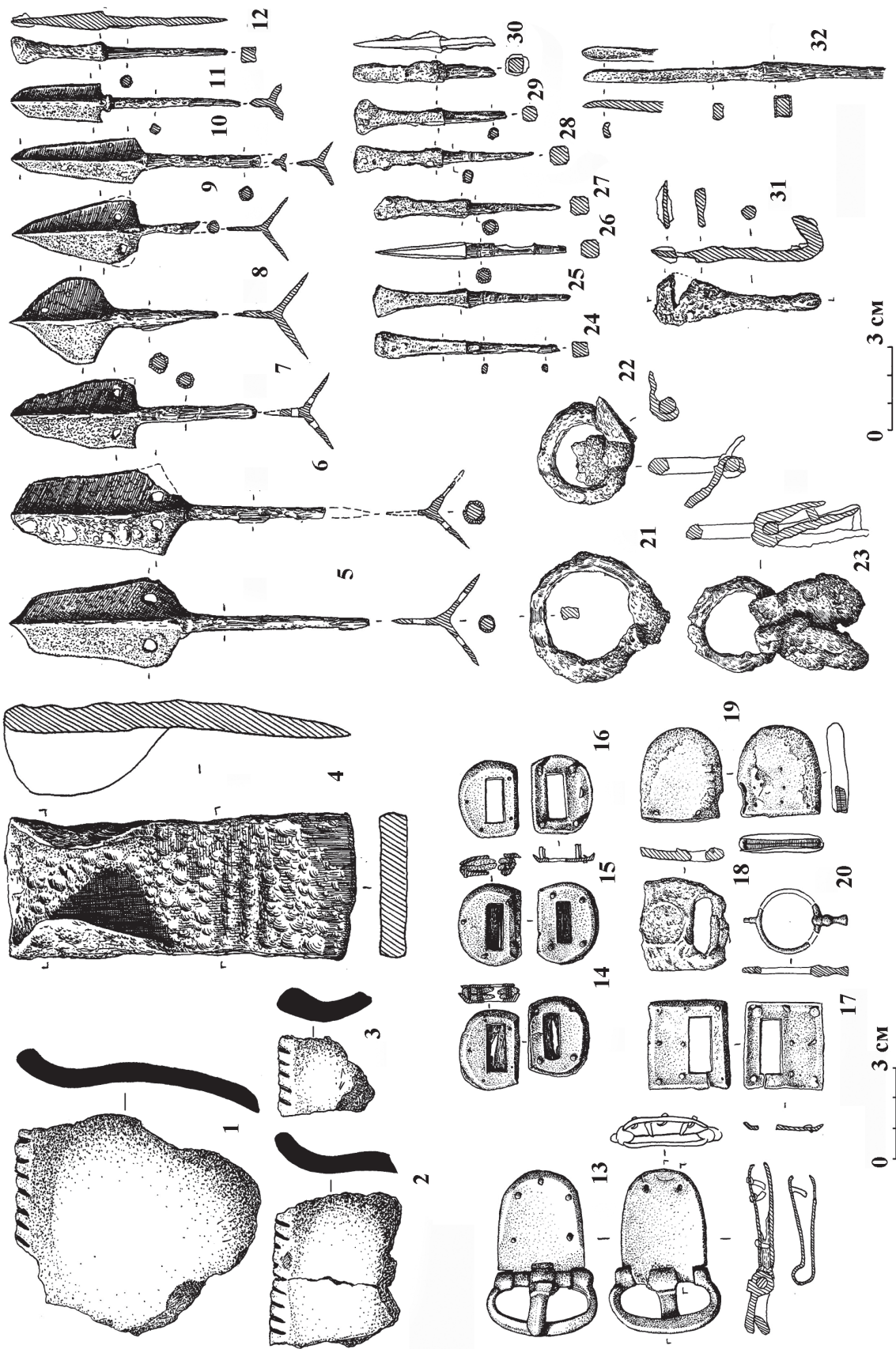


Рис. 2. Вещи из захоронения в кургане Бирюзовая Катунь-3

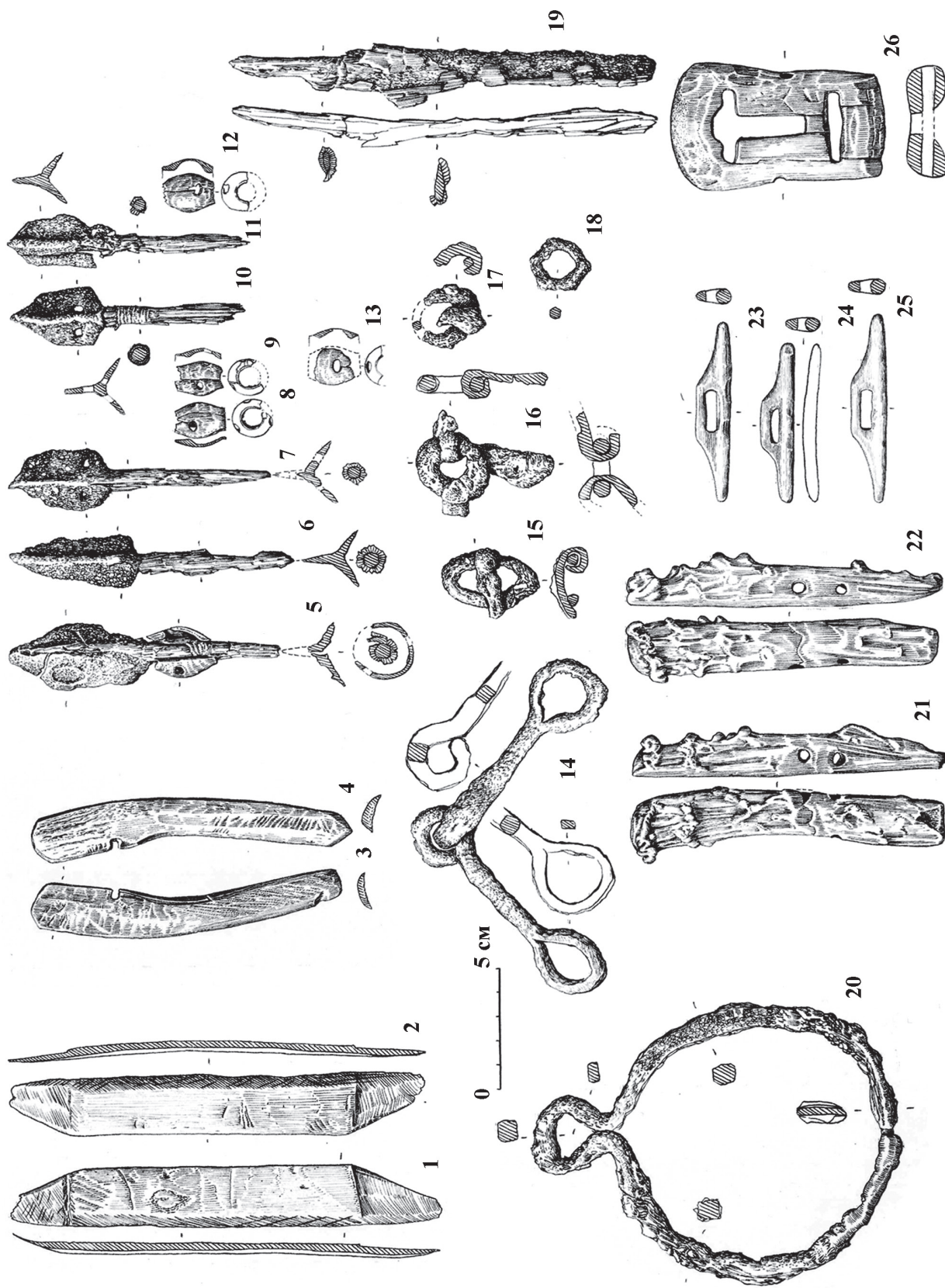


Рис. 3. Инвентарь из курганного погребения Бирюзовая Катунь-9

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

- Гаврилова А. А. Могильник Кудыргэ как источник по истории алтайских племен. М.; Л., 1965.
- Горбунов В. В. Военное дело населения Алтая в III–XIV вв. Ч. II: Наступательное вооружение (оружие). Барнаул, 2006.
- Древнетюркский словарь. Л., 1969.
- Кирюшин К. Ю., Горбунов В. В., Тишкин А. А., Семибратов В. П. Исследование тюркского кургана на территории «Бирюзовой Катунь» // Проблемы археологии, этнографии, антропологии Сибири и сопредельных территорий. Новосибирск, 2009. Т. XV.
- Кирюшин К. Ю., Кондрашов А. В., Семибратов В. П. Исследование одиночного кургана древнетюркского времени на территории природного парка «Бирюзовая Катунь» в 2005 г. // Полевые исследования в Верхнем Приобье и на Алтае 2005 г. Археология, этнография, устная история. Вып. 2. Барнаул, 2006.
- Кирюшин К. Ю., Кондрашов А. В., Семибратов В. П., Силантьева М. М., Терёхина Т. А. Исследование памятников древнетюркского времени на территории «Бирюзовой Катунь» в 2005 г. // Проблемы археологии, этнографии, антропологии Сибири и сопредельных территорий. Новосибирск, 2005. Т. XI. Ч. I.
- Кирюшин К. Ю., Матрёнин С. С. Раскопки кургана раннего средневековья Бирюзовая Катунь-3 // Сохранение и изучение культурного наследия Алтая. Барнаул, 2009. Вып. XVII.
- Кирюшин К. Ю., Семибратов В. П., Силантьева М. М., Терёхина Т. А. Палеоботанические данные по материалам исследования кургана Бирюзовая Катунь-1 // Сохранение и изучение культурного наследия Алтайского края. Барнаул, 2006. Вып. XV.
- Кирюшин К. Ю., Горбунов В. В., Семибратов В. П., Кирюшина Ю. В. Историко-культурное наследие тюркского времени на территории «Бирюзовой Катунь» // Известия Алтайского государственного университета. 2012. № 4/1 (76).
- Кирюшин Ю. Ф., Горбунов В. В., Степанова Н. Ф., Тишкин А. А. Древнетюркские курганы могильника Тыткескень-VI // Древности Алтая (известия лаборатории археологии. № 3. Горно-Алтайск, 1998.
- Кубарев В. Д. Древнетюркские изваяния Алтая. Новосибирск, 1984.
- Кубарев Г. В. Культура древних тюрков Алтая (по материалам погребальных памятников). Новосибирск, 2005.
- Кызласов И. Л. Памятники рунической письменности Горного Алтая : учебное пособие. Горно-Алтайск, 2002.
- Мамадаков Ю. Т., Горбунов В. В. Древнетюркские курганы могильника Катанда-3 // Известия лаборатории археологии. № 2. Горно-Алтайск, 1997.
- Неверов С. В. Костяные пряжки сrostкинской культуры (VIII–X вв. н.э.) // Алтай в эпоху камня и раннего металла. Барнаул, 1985.
- Неверов С. В. Стремена Верхнего Приобья в VII–XII вв. (классификация и типология) // Снаряжение верхового коня на Алтае в раннем железном веке и средневековье. Барнаул, 1998.
- Неверов С. В., Горбунов В. В. Древнетюркские поминальные оградки Средней Катунь // Проблемы охраны, изучения и использования культурного наследия Алтая. Вып. VI. Барнаул, 1995.
- Овчинникова Б. Б. Тюркские древности Саяно-Алтая в VI–X веках. Свердловск, 1990.
- Соенов В. И., Эбель А. В. Новые материалы из алтайских оградок // Гуманитарные науки в Сибири. Серия: Археология и этнография. 1996. № 3.
- Тишкин А. А., Горбунов В. В. Комплекс археологических памятников в долине р. Бийке (Горный Алтай). Барнаул, 2005.
- Тишкин А. А., Кирюшин К. Ю., Матрёнин С. С. Рентгенофлюоресцентный анализ поясного набора из кургана Бирюзовая Катунь-3 // География — теория и практика: современные проблемы и перспективы. Барнаул, 2009.

УДК 902:796.51 (571.151)

ПЕРСПЕКТИВЫ ИНТЕГРАЦИИ АРХЕОЛОГИЧЕСКОГО НАСЛЕДИЯ НИЖНЕЙ КАТУНИ В СФЕРУ ТУРИЗМА

Ю. В. Кирюшина, К. Ю. Кирюшин, В. П. Семибратов

Рассмотрены перспективы интеграции археологического наследия в сферу туризма на примере Нижней Катуни, дано подробное описание музеефикации археологического наследия в археологическом парке «Перекресток миров» и ряда других могильников, вписанных в Малое Золотое кольцо Алтая.

В формирующемся культурном пространстве современной России археологическое наследие выступает важной и неотъемлемой составляющей. Археологическим наследием являются материальные объекты или их комплексы, возникшие в результате жизнедеятельности человека [Об объектах..., 2002, с. 2]. В более широком понимании археологическое наследие состоит в основном из археологических памятников. Это может быть и отдельная вещь, и огромное поселение или могильник, в котором находится множество таких предметов, каменные изваяния, наскальные изображения и даже сочинения археологов.

В современной мировой и российской практике наиболее эффективным средством сохранения археологических памятников от разграбления или уничтожения является их музеефикация. К теме музеефикации объектов археологического наследия в России в разные периоды обращались такие исследователи, как Л. П. Воскресенская, Н. М. Булатов, О. Н. Бадер, Г. А. Федоров-Давыдов, Д. С. Лихачев, А. Н. Медведь, А. И. Мартынов, А. Д. Пряхин. В своих трудах ученые уделяют внимание методике и принципам организации и функционирования археологических музеев-заповедников, деятельности отдельных археологических музеев, проблемам сохранения археологического наследия. В данной статье рассмотрим более подробно одну из наименее распространенных в России форм сохранения археологического наследия посредством организации археологических парков. В отличие от археологического музея-заповедника в археологическом парке памятники могут дополняться этнографической экспозицией, современными реконструкциями древних сооружений [Медведь, 2004]. В современном культурном пространстве России примерами таких археологических парков долгое время можно было назвать «Аркаим» на юге Челябинской области и «Томскую писаницу» в Кемеровской области.

Археологический парк «Перекресток миров» начал историю своего существования в мае 2005 г., когда между руководством туркомплекса «Бирюзовая Катунь» и Алтайским государственным университетом (АлтГУ) был заключен договор о сотрудничестве. В рамках этого договора АлтГУ проводит работы по интеграции объектов археологического наследия туркомплекса в сферу туризма. Начать хозяйственное и культурное освоение левобережной территории Катуни также позволило принятие администрацией Алтайского края постановления «О развитии туризма и спортивно-оздоровительного отдыха в Алтайском районе» от 15.04.2002 №199. В настоящее время на территории «Бирюзовой Катуни» выявлено 12 памятников археологии, из которых 4 исследовано. В структуру археологического парка входят несколько разделов:

- грот Тавдинский;
- погребально-поминальный комплекс;
- павильон древней истории и культуры Алтая;
- исторический тир;
- экспериментальный полигон «25 шагов в каменный век»;
- этнографический раздел.

Работы по изучению Тавдинского грота начаты летом 2005 г. Для обеспечения безопасности археологов и туристов, посещающих раскопки, был построен навес, защищающий от возможного падения камней. К Тавдинскому гроту ведёт лестница, что, во-первых, облегчает подъём, а во-вторых, позволяет предотвратить культурный слой памятника от разрушения в результате увеличения потока туристов. Внутреннее пространство разделено на две части. В правой культурный слой памятника закрыт насти-

лом (полом) и организована смотровая площадка для туристов. В левой перекрытие отсутствует. В этой части в ближайшие годы будут проводиться археологические раскопки. В ходе работ 2005–2009 гг. в гроте были выявлены комплексы эпохи раннего железного века, переходного времени от эпохи бронзы к эпохе железа и энеолита. В пользу того, что комплекс скифского времени связан с культовым местом, свидетельствует анализ керамических коллекций. Вся керамика сильно фрагментирована. Скорее всего, это следствие преднамеренной фрагментации, связанной с проведением обрядов принесения даров богам или духам. Обломки бронзовых кончиков ножей, обнаруженных в 2005 и 2008 гг., тоже свидетельствуют о культовых действиях, которые периодически проводились в гроте. Уникальна находка изделия, выполненного из рога крупного самца косули. Выдвинуто предположение, что резная часть рога в виде трех выступов является антропоморфным изображением, возможно, являющегося частью навершия шаманского посоха, что это изделие не утилитарного назначения использовалось при совершении культовых действий в скифское время, когда в Тавдинском гроте функционировало святилище. Данная находка использована при разработке эмблемы археологического парка «Перекрёсток миров» (рис. 1).



Рис. 1. Эмблема археологического парка «Перекрёсток миров»

Погребально-поминальный комплекс представлен четырьмя курганами, два из которых были найдены на территории археологического парка, а два — «перенесенных», а также поминальной оградкой тюркского времени. В данном случае даже реконструированные на новом месте объекты связаны с окружающим ландшафтом, являющимся частью историко-культурной среды.

В 2006 г. был построен павильон древней истории и культуры Алтая. Здание в плане представляет собой многогранник, данная форма близка по своим конструктивным особенностям национальному алтайскому жилищу — аилу. При строительстве использовалось дерево как основной природный материал. Недорогое и экологически чистое сырье дало возможность архитектурному сооружению гармонично вписаться в природный ландшафт местности. Основное предназначение павильона заключается в размещении экспонатов по истории и культуре древних народов Алтая. Композиционным центром выставочного зала стала реконструкция захоронения тюркского времени, представленная посетителям по принципу «экспонат в окне». Летом 2007 г. в выставочном павильоне «Перекрестка миров» была оформлена временная экспозиция, в основу которой вошли микалентные копии Куяса и Калбак-Таша. Все экспонаты размещены с определенным интервалом и формированием «академического» ряда. Фон экспозиции нейтрален, его фактура представлена естественным природным материалом — деревом. Композиционным центром является микалентная копия центральной стелы Калбак-Таша с изображением фантастического животного (II тыс. до н.э.). В центральной части калбакташского святилища имеется древнейший в центральной Азии образ фантастического зверя в позе «крадущегося хищника». В перспективе планируется создание постоянной экспозиции по древнему искусству Алтая, которая будет пополняться новыми микалентами и фотоматериалами. Экспозиция, посвященная наскальному искусству, вызывает особый интерес у туристов. Формирование толерантного отношения к культуре разных народов нашего края, их приобщение к сохранению культурного наследия является одним из приоритетных направлений в работе археологического парка [Кирюшина, Красноплахина, 2008].

Для туристов организован тир, в котором они могут попрактиковаться в стрельбе из лука и арбалета.

В июле 2006 г. под руководством П. В. Волкова на территории археологического парка «Перекресток миров» начались работы по созданию экспериментального полигона «25 шагов в каменный век». На полигоне реконструированы различные типы ловушек, применявшихся народами Сибири с древнейших времен вплоть до настоящего времени (слопец, медвежья лапа и др.), костров (юрлык, вертикальная и горизонтальная нодья или нодия, экранный костер), ткацкие и сверлильные станки, станок для плетения циновок. Начаты работы по реконструкции жилища каменного века. На полигоне начались эксперименты по изготовлению глиняной посуды различных эпох. Работа экспериментального полигона вызвала неподдельный интерес у туристов и туроператоров. У большинства посетителей полигона знания археологии находятся на уровне учебника истории за 5 класс, и многие из них заново открывают для себя мир человека каменного века, оказывается, что наши предки были людьми умными, сообразительными, способными на остроумные изобретения, которые позволяли им вести вполне комфортное существование.

Мировая тенденция обращения к этностилю возродила интерес к местным национальным культурам, в частности, к декоративно-прикладному искусству и традиционному костюму как части материальной культуры какой-либо национальности. В археологическом парке «Перекресток миров» был создан этнографический отдел, в котором вниманию туристов представлены реконструкции национальных женских костюмов южной группы алтайцев (шуба, шапка, чегедек) и костюм шамана. Следует отметить, что вышеуказанные костюмы не являются неприкасаемыми музейными экспонатами, а предназначены для примерки их туристами, т. е. можно непосредственно ознакомиться с предметом, а не просто наблюдать его визуализацию в витрине стандартного музея. Такого рода практика не наблюдается ни в одном музее-заповеднике или парке на территории России [Кирюшин, Кирюшина, 2009].

В результате создания археологического парка «Перекресток миров» реализуется комплексный подход, сочетающий:

- 1) музеефицированные объекты под открытым небом;
- 2) «новоделы» — продукты экспериментальной археологии;
- 3) музейную экспозицию по древней и средневековой истории Горного Алтая;
- 4) подготовленные к туристическому показу археологические объекты, на которых проводятся раскопки.

В археологическом парке «Перекресток миров» все выявленные историко-культурные памятники музеефицированы, т. е. превращены в объекты музейного показа. Летом 2005–2006 гг. организованы экскурсии, включающие в программу посещение Тавдинского грота, курганов и поминальных оградок у подножия Большой Тавдинской пещеры («подлинного» кургана, раскопанного в 2004 г., и объектов «перенесенных» в 2005–2006 гг.). В данном случае даже реконструированные на новом месте объекты связаны с окружающим ландшафтом, являющимся частью историко-культурной среды.

Народы, оставившие объекты археологического наследия на территории «Бирюзовой Катунь», внесли свой вклад в этногенез современных народов Российской Федерации. История скифов и тюрок — это не только история народов России, но и часть мировой истории и культуры. В ходе знакомства на экспериментальном полигоне с материальной культурой народов Сибири формируется уважительное отношение к традиционной культуре современных народов Российской Федерации, что является главным условием для развития толерантных отношений между представителями различных национальностей.

Таким образом, археологическое наследие представляет собой основное свидетельство человеческой деятельности в прошлом и является частью культурного наследия России. Дмитрий Сергеевич Лихачев уместно отмечал, что культурное прошлое нашей страны должно рассматриваться не по частям, как повелось, а в его целом [Лихачев, 2000]. Поэтому деятельность археологических парков в системе культурного наследия России нам представляется наиболее оптимальной (эффективной), так как здесь органично сочетается сохранение и изучение археологического наследия с наследием природным. Деятельность археологических парков России способствует формированию нового экологического мировоззрения через исследования природы и культуры в их исторической взаимосвязи.

К сожалению, археологический парк «Перекресток миров» не имеет никакой финансовой поддержки ни краевых, ни федеральных структур. В 2005–2006 гг. благодаря Е. И. Вострикову за счет ООО «Алтай-Известь» были построены выставочный павильон, домики, в которых проживают сотрудники и студенты АлтГУ, выделены деньги на изготовление копий доспехов и костюмов народов Алтая.

В 2008 г. был построен навес в Тавдинском гроте. Вместе с тем, уже с 2005 г. расходы по проведению археологических работ финансировались за счёт средств, заработанных на экскурсиях. С каждым годом финансовая нагрузка на содержание парка и проведение археологических исследований увеличивалась (оплата электроэнергии и т. д.). В 2012 г. планируется увеличение арендной платы за землю, на которой располагается археологический парк, в сто раз (!) по сравнению со ставками 2009 г. Увеличение накладных расходов с 2005 по 2009 г. покрывалось за счет роста заработанных средств. Увеличение арендной платы в 2012 г. в сто раз (!) — может поставить под угрозу существование всего проекта либо заставляет существенно пересмотреть всю структуру парка с целью оптимизации расходов и увеличения доходной части.

Пятилетний опыт работы по организации экскурсионной деятельности в археологическом парке позволяет сделать некоторые выводы. Основные деньги зарабатываются за счет организованных экскурсий, которые туроператоры привозят на «Бирюзовую Катунь» с турбаз Нижней и Средней Катуни и из Белокурихи. Как правило, туроператоры ограничены по времени, и экскурсии протяженностью свыше 30–40 мин не приветствуются, говоря языком рынка, не пользуются спросом.

Исходя из вышесказанного принято решение отказаться от экспериментального полигона «25 шагов в каменный век». Поддержание полигона в рабочем состоянии требует больших трудозатрат. Вместо экспериментального полигона планируется создание различных культовых сооружений народов Сибири: аргонаса, ура — вместилища души умершего, коновязи сарге, а также других культовых объектов, которые бы дополняли экскурсию по поминальным и погребальным объектам археологического парка.

Имеющиеся наработки можно будет реализовать в другом месте, и с этой точки зрения идеальным местом для размещения экспериментального полигона является палеолитическая стоянка «Сростки». Месторасположение указанного памятника идеально для этого.

В 1935–1936 гг. археологическим отрядом под руководством Г. П. Сосновского были начаты раскопки первой палеолитической стоянки у с. Сростки на Катуни. За два года работ на Сросткинской стоянке было вскрыто около 200 кв. м. На этой площади выявлено пять культурных горизонтов. Основная масса находок концентрировалась вокруг костровищ на площади не более 4–5 кв. м. По мнению Г. П. Сосновского, костровища входили в состав жилого комплекса описываемой стоянки. Залегание на Сросткинской стоянке (в буроватой супеси) кострищ на разных уровнях указывает на то, что палеолитические обитатели долины Катуни не раз приходили на одно и то же место, удобное для устройства поселения. Материалы памятника, по мнению автора, относятся к эпохе верхнего палеолита [Сосновский, 1941].

Палеолитическую стоянку перекрывают курганы Сросткинского курганного могильника (рис. 2–2), давшего название сросткинской археологической культуре. Это элитный могильник тюркского времени (диаметр курганов более 20 м и высота от 1 до 1,5 м), состоящий из большого количества курганных насыпей (более 60), из которых часть исследована в 30-е гг. XX в. М. Д. Копытовым, а другую еще не раскапывали. Наиболее яркая находка — меч с богатой гарнитурой из бронзы, украшенной изображениями львов, хранится в Бийском краеведческом музее. Эта находка вошла во все обобщающие работы по вооружению народов Сибири в тюркское время [Горбунов, 2006].



Рис. 2. Сросткинский курганный могильник

Раскопки еще не изученных курганов потребуют длительного времени (5–6 лет). Месторасположение памятника, на мысу, с трех сторон отделенного от горы Пикет крутыми склонами, а с четвертой стороны соединённом с Пикетом узким перешейком (рис. 2–1), на котором прослеживаются следы средневековых укреплений — идеально для создания музея под открытым небом. Если выйти на этот мыс, то возникает полное ощущение погружения в прошлое, так как открывается редкий вид на долину Катунь, который не портят современные строения, дороги и др. В то же время гора Пикет — это часть музея В. М. Шукшина. Ежегодно в июле недалеко от данного археологического памятника проходят Шукшинские чтения. В с. Сростки функционирует музей В. М. Шукшина, т. е. уже существует музейная структура, на основе которой может развиваться новое направление.

Если мы говорим о позиционировании Сросткинской палеолитической стоянки как будущего музейного объекта, то это место, где начиналось изучение палеолита Алтая.

В мае 2009 г. в устье р. Усть-Уба (Устюба) в деревне Нижняя Каянча в зоне строительства автодороги Ая — «Бирюзовая Катунь» выявлен курганный могильник скифского времени Нижняя Каянча. Могильник состоит из визуально фиксируемых семи курганных насыпей, вытянутых несколькими цепочками из 2–3 курганов по линии север-юг. В сентябре 2009 г. исследован южный курган в первой цепочке (рис. 3–1). Географические координаты — $51^{\circ} 52'33,1''$ северной широты и $85^{\circ} 45'38,3''$ восточной долготы. Насыпь кургана диаметром 5 м., высотой 0,4 м выполнена из рваного сланцевого камня, взятого из ближайшего распадка (рис. 3–2). Погребение было совершено в неглубокой (0,9 м от древней дневной поверхности) подпрямоугольной яме продольной осью по линии запад-восток. На глубине 1,30 м исследовано погребение, предположительно совершенное по обряду вторичного захоронения. Умерший лежал на спине головой на запад. На тазовых костях покойного обнаружен бронзовый колчанный крок.



Рис. 3. Курганный могильник «Нижняя Каянча»

Месторасположение курганного могильника Нижняя Каянча позволяет говорить о перспективах его музеефикации. В непосредственной близости от курганного могильника проходит автодорога от Аи на «Бирюзовую Катунь», в полутора километрах от этого места идёт поворот на игорную зону «Сибирская монета», в двух километрах в сторону Аи строится мост через Катунь. Планируется, что по этому мосту пойдет поток туристов на «Бирюзовую Катунь» и «Сибирскую монету». Участок земли, на котором находится курганный могильник Нижняя Каянча, находится в долгосрочной аренде у частного предпринимателя И. Д. Кравченко, который с интересом отнесся к перспективам интеграции памятника в сферу туризма. В течение осени 2010 г. — зимы 2011 г. осуществлялась разработка проекта музеефикации курганного могильника Нижняя Каянча, в том числе решение правовых аспектов, связанных с музеефикацией объекта культурного наследия федерального значения и организационных форм будущего музея. Весной-летом 2011 г. планировались научные исследования могильника, что станет важным шагом в интеграции этого объекта в сферу туризма.

На основании имеющихся в нашем распоряжении материалов курганный могильник Нижняя Каянча датируется V–III вв. до н.э. (скифская эпоха). Культурную принадлежность памятника пока уста-

новить невозможно, но в любом случае это одна из культур скифского времени. И если ставить вопрос о будущей музеефикации памятника, то несомненно, что именно скифская тематика должна стать доминирующей.

Таким образом, проблема интеграции археологического наследия Нижней Катуни в сферу туризма трудна, но вполне разрешима. Создание серии археологических парков, музеев, экспериментальных полигонов, вписанных в Малое Золотое кольцо Алтая (один из проектов по развитию туризма на маршруте Бийск — Белокуриха — Алтайское — Ая — Бирюзовая Катунь — Сростки — Бийск, активно поддерживаемый краевой администрацией) имеет перспективу. Создание серии таких объектов, не копирующих, а дополняющих друг друга, объединенных одной идеей, одной символикой, общим маркетингом и координирующих свои планы развития — проект инновационный, рассчитанный на междисциплинарный подход, требующий совместных усилий научного сообщества (археологов, историков, этнографов, искусствоведов и т. д.), представителей творческой интеллигенции (музейных работников, художников, скульпторов и т. д.), турбизнеса, поддержки со стороны властных структур различных уровней.

Работы на «Бирюзовой Катунь» показали, что археологические исследования вызывают интерес и при соответствующей организации способны стать центрами притяжения новых туристических потоков.

Статья подготовлена при финансовой поддержке РГНФ в рамках научно-исследовательского проекта №10-01-60106а/Г «Исследование, сохранение и актуализация историко-культурного наследия археологического микрорайона „Бирюзовая Катунь“»

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

Горбунов В. В. Военное дело населения Алтая в III–XIV вв. Ч. II: Наступательное вооружение (оружие). Барнаул, 2006.

Кирюшин К. Ю., Кирюшина Ю. В. Этнографический компонент в археологических исследованиях на «Бирюзовой Катунь» // Традиционные знания коренных народов Алтае-Саян в области природопользования: материалы Всероссийской научно-практической конференции. Барнаул, 11–13 мая 2009 г. Барнаул, 2009.

Кирюшина Ю. В., Красноплахина А. А. Наскальное искусство Алтая как основа экспозиции выставочного павильона археологического парка «Перекресток миров» // Этнокультурная история Евразии: современные исследования и опыт реконструкций: материалы XLVIII региональной (IV Всероссийской с международным участием) археолого-этнографической студенческой конференции. Барнаул, 2008 г.).

Лихачев Д. С. Избранное о культурном и природном наследии // Экология культуры. М., 2000.

Медведь А. Н. Музеефикация памятников археологии в России (прошлое и настоящее). М., 2004.

Об объектах историко-культурного наследия (памятников истории и культуры) народов Российской Федерации: Федеральный закон №73-ФЗ от 25.06.2002 [Электронный ресурс] // СПС «КонсультантПлюс».

Соловьев А. И. Оружие и доспехи. Сибирское вооружение: от каменного века до Средневековья. Новосибирск, 2003.

Сосновский Г. П. Палеолитическая стоянка у с. Сростки на р. Катунь // Материалы и исследования по археологии СССР. 1941. № 2.

УДК 338.485:39 (571.62)

ЭТНОГРАФИЧЕСКИЙ ТУРИЗМ: ОПЫТ, ПРОБЛЕМЫ, ТЕНДЕНЦИИ

Л. В. Ковынева

Раскрываются основные аспекты этнографического туризма, обозначены причины возрастающего интереса к нему со стороны государства, бизнеса и общества. Обобщен опыт организации и сформулированы основные проблемы развития этнотуризма в регионах России. Раскрывается идея создания государственно-частного партнерства как инструмента взаимодействия и согласования интересов всех субъектов рынка этнотуризма.

В 2005 г. Генеральная ассамблея ООН провозгласила II Международное десятилетие коренных народов мира в Российской Федерации. В связи с этим особую актуальность представляет этнографический туризм, предполагающий знакомство туристов с жизнью народов (этносов), их традициями и обрядами, творчеством и культурой.

В настоящее время к возможностям развития этнографического туризма привлечено внимание государства, общества, бизнеса. Во всем мире возлагаются большие надежды именно на концепцию этнографического туризма как на механизм борьбы с бедностью, с низким уровнем жизни в отдаленных районах, для вовлечения местного населения в процессы управления природными ресурсами и, таким образом, содействия формированию гражданского общества. Возможность достичь экономической стабильности для коренных малочисленных народов состоит в переходе на традиционный образ жизни и традиционный способ хозяйствования, что легко обеспечить посредством этнотуризма, поскольку и то, и другое — объекты туристского интереса. В России отработанной модели этнотуризма пока не существует, предпосылки же имеются: значительные этнографические ресурсы и активно создаваемые в последнее время общины коренных малочисленных народов, готовые заниматься туризмом.

Развитие этнотуризма как экономической деятельности, обеспечивающей занятость и сохранение биоразнообразия, связано с важной задачей — созданием территорий традиционного природопользования (ТТП), которые, с одной стороны, дают возможность узнать традиции и образ жизни коренных малочисленных народов, а с другой — позволяют вовлекать знающих местные обычаи и природу коренных жителей в новую сферу деятельности.

Этнотуризм нельзя считать эффективным до тех пор, пока коренные жители не получают возможность заниматься этим видом деятельности на территориях, юридически закрепленных за их общинами. Поэтому образование в регионах сети ТТП регионального, а затем и федерального значения является первостепенной задачей. Благодаря организации ТТП общины, находящиеся практически на грани выживания, будут иметь стабильное ежегодное финансирование из краевого или федерального бюджета (в зависимости от статуса). Субсидии позволят, например, закупать оружие, снабжать им охотников, а добытая пушнина при наличии эффективной системы сбыта принесет общине прибыль.

Для России и ее регионов этнографический туризм — явление относительно новое, но достаточно быстро развивающееся. Для этого видится две основные предпосылки:

- 1) необходимость сохранения и экономического развития коренных малочисленных народов (КМН);
- 2) отсутствие традиционных туристских ресурсов (теплое море, круглогодичное солнце и др.), а также слабая инфраструктура в ряде регионов России.

Опыт организации и развития этнографического туризма достаточно обширен. Так, в Республику Коми немало ученых, исследователей и туристов привлекает возможность познакомиться с бытом оленеводов-ижемцев. Тур с посещением зимних стойбищ аборигенов рассчитан на ценителей культур малых народов Севера и дает возможность познакомиться с бытом оленеводов, поучаствовать в соревнованиях по традиционным видам спорта (прыжки через нарты, метание топора на дальность), а также покататься на оленьих упряжках.

В Крыму, например, реализуется план мероприятий по развитию этнотуризма, в рамках которого проведен информационный мониторинг и создана база данных культурно-этнографических объектов.

В Киргизии организуются поездки к местам обитания местных горных жителей, включающие проживание в юртах, знакомство с местными традициями и обычаями, возможность попробовать самобытную кухню кочевников, поиграть на национальных инструментах, послушать рассказы и протяжные песни старейших жителей, а также поучаствовать в конных играх.

В Ханты-Мансийском автономном округе поселки КМН ориентированы на развитие национальных ремесел с целью привлечения туристов и повышения доходов. Следует отметить, что здесь достаточно развита система защиты этносов: властями округа принято несколько нормативных документов, подерживающих направления их деятельности.

Активно в данном направлении развивается и Дальний Восток, где в 2006 г. стартовал проект «Инновационная модель аборигенного туризма в России», охвативший три пилотных региона (Якутия, Камчатка и Приморье), с целью стимулирования экономического развития общин коренных народов посредством этнографического туризма как вида их экономической деятельности, осуществляемой на территориях их традиционного природопользования.

В Корякском АО в июле 2007 г. открылось новое корякское стойбище с ярангами, балаганом, баней, помостом для сплавов и летними домиками для туристов. По мнению представителей местной общины, открытие подобного стойбища способствует сохранению корякской культуры, созданию альтернативного источника существования для коренных народов, привлечению и обучению молодежи национальным видам деятельности.

Таким образом, на сегодняшний день накоплен достаточный опыт для организации этнотуризма. Однако, прежде чем заимствовать ту или иную модель, необходимо оценить имеющийся ресурсный потенциал. Туристские ресурсы определяют направление развития туризма в регионе, поэтому первоочередной является проблема их выявления, систематизации и оценки, а также последующей эксплуатации и сохранения. Грамотный учет туристских ресурсов — это правильная политика и целенаправленные действия на развитие туризма как одного из ведущих секторов экономики.

Для полноценного учета этнотуристских ресурсов предлагаем использовать следующую классификацию:

1. Традиционные жилища (жилые и нежилые; интерьер, предметы быта и т. д.);
2. Традиционные промыслы (виды, орудия, способы добычи);
3. Традиционная одежда (материал, орнамент, украшения);
4. Культовые сооружения, отражающие религиозную принадлежность КМН (захоронения, могильники, некрополи) с традиционными надгробными надписями, орнаментом;
5. Бытовые объекты, соответствующие традиционному хозяйственному типу (колодцы, кострища, мельницы и т. д.);
6. Традиционные обряды, игры и праздники (танцы, песни, музыка);
7. Традиционная кухня (блюда и рецепты);
8. Сказки, мифы, рассказы коренных народов;
9. Этнографические деревни, музеи, выставки, центры, комплексы и т. д.

Разнообразие существующих ресурсов требует их всестороннего учета. С целью систематизации этнографических ресурсов региона используется кадастр, содержащий сведения о статусе туристских ресурсов, их географическом положении и границах, природопользователях, научной, экономической, исторической, экологической и культурной ценности, а также режиме их охраны.

Наибольшие трудности связаны с определением состава показателей кадастра, выбором и расчетом технических и экономических параметров, определением оценочного критерия. Качественные и количественные показатели служат основой группировки и классификации ресурсов. Главной задачей при этом является обеспечение охраны ресурса и повышение эффективности его использования. Эффективность использования этнотуристских ресурсов определяется степенью вовлечения этнографических объектов в туристскую деятельность, а также возможностью их сохранения и восстановления.

Традиционно выделяют три подхода к оценке ресурсов:

- 1) количественная оценка, позволяющая описать имеющиеся ресурсы количественно (время осмотра/воздействия; площадь, занимаемая ресурсом; количество туристов, которые могут его осмотреть за единицу времени без нанесения ущерба);

- 2) качественная оценка (текущее состояние, условия освоения и эксплуатации), позволяющая оптимизировать направления по использованию ресурсов;
- 3) анализ возможностей использования ресурсов (определение рамок использования ресурсов в туризме, а также экономических, социальных и экологических последствий их использования).

Данные подходы могут быть применены для оценки этнотуристского потенциала региона. Итак, с целью выявления путей наиболее эффективного использования всех предпосылок развития этнографического туризма в регионе необходимо систематизировать сведения об этнографических объектах и явлениях туристского назначения.

Этнотуристские ресурсы могут носить как материальный, так и нематериальный характер. К материальным относят все средства производства и материальные ценности этносов. Нематериальные ресурсы включают духовные ресурсы, т. е. достижения народа в культуре, искусстве (песни, сказки, мифы). При этом они должны быть зафиксированы на материальных носителях с целью сохранения традиционного наследия КМН.

При разработке кадастра должны использоваться различные источники и способы сбора информации: результаты экспертных заключений, характеризующие наличие и состояние туристских ресурсов, опросы, на которые должна опираться оценка привлекательности ресурсов, а также общий социально-экономический мониторинг. Научные экспедиции — одна из основных форм сбора первичной информации для формирования реестра этнотуристских ресурсов. Полевые этнографические исследования совершаются с целью комплектования музейных коллекций, сбора научного материала по различным темам традиционной и современной этнической культуры КМН, фиксации сохранившихся традиционных форм, процессов и объектов национальной культуры.

Так, за последние 5 лет только в Хабаровском крае проведено более десятка научных этнографических экспедиций в районы локального проживания эвенков, удэгейцев, негидальцев, нанайцев, ульчей и эвенков, из которых привезено около 500 уникальных экспонатов, сделано несколько тысяч фотоснимков, сняты десятки часов видеоматериала. Сегодня данная работа должна быть продолжена в направлении социально-экономической и экологической оценки выявленных и описанных этнографических ресурсов, а также оценке возможностей их применения в туризме.

Таким образом, кадастр этнотуристских ресурсов можно рассматривать:

- как инструмент планирования и прогнозирования развития этнотуризма в регионе;
- систему учета существующих ресурсов;
- самостоятельную информационно-справочную систему;
- обоснование проектирования наиболее рациональных туров и маршрутов;
- инструмент сохранения уникальной информации о традиционной культуре КМН и др.

Хабаровский край, располагающий уникальными природными и культурно-историческими ресурсами, относят к перспективной территории для развития этнографического туризма. Регион занимает 3-е место в России по числу проживающих на его территории представителей КМН (это 8 этносов или около 24 тыс. чел.). Практически в каждом районе края имеется то, что может привлечь туристов: это и всемирно известные петроглифы Сикачи-Аляна (Хабаровский район), и озеро Амут (Комсомольский район), и Чукчагирское озеро (район им. П. Осипенко), и многое другое. Национальные села (Аим, Булава, Иня, Удское, Датта, Сикачи-Алян, Гвасюги и др.) с очагами национальной культуры представляют собой исключительную ценность и уникальную базу для развития этнографического туризма в регионе.

Несмотря на явные экономические выгоды от этнотуризма, его развитие связано с рядом проблем:

- недостаточная известность этноресурсов потенциальным туристским рынкам;
- неудовлетворительное состояние некоторых уникальных объектов, представляющих интерес для туристов;
- слабая транспортная доступность отдельных интересных в этнографическом плане объектов;
- территориальная разобщенность некоторых этнографических объектов по культуре одного этноса, которая затрудняет полное знакомство с ними, вынуждая на многодневные поездки, что не всегда удобно для туристов;
- постепенная ассимиляция культуры коренного народа в связи с большим количеством туристов, прибывающих на его территорию;
- отток молодых людей — представителей коренных малочисленных народов в города;

- снижение международного интереса к этнотурам России во многом из-за незнания международных потребностей и конъюнктуры рынка;
- слабая нормативно-законодательная база для эффективной защиты и развития занятости коренных малочисленных народов.

Данные проблемы, характерные для ряда регионов России, возможно решить только путем планомерного развития и всемерной поддержки со стороны местных органов власти.

Развитие этнографического туризма также находится в прямой зависимости от степени заинтересованности и участия местного населения. Выход из ситуации видится в создании *государственно-частного партнерства* (рис.), в состав которого должны войти региональные органы управления; местные некоммерческие организации; образовательные и научные учреждения; местные туркомпании; общины коренных малочисленных народов. При этом каждому из партнеров отводится своя роль. Рассмотрим возможный сценарий на примере Хабаровского края.

Органы власти осуществляют общее руководство. Целесообразно задействовать различные структуры, курирующие вопросы туризма, природных ресурсов, образования, транспорта. Ключевая роль принадлежит отделу по делам КМНС Министерства природных ресурсов Правительства Хабаровского края, которому предстоит организовать работу по следующим направлениям:

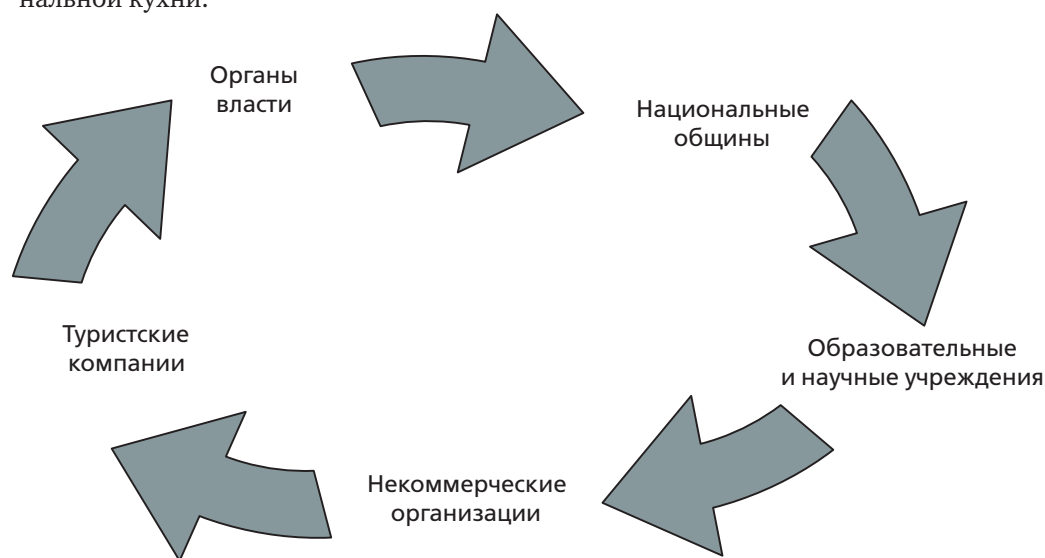
А. Формирование и поддержание в актуальном состоянии кадастра этнотуристских ресурсов

Для этого необходимо сформировать базу данных и осуществлять постоянный мониторинг этнографических объектов, имеющих в регионе (подробно рассмотрено ниже).

Особое место следует уделить созданию туристского информационного центра, аккумулирующего информацию о культуре коренных малочисленных народов, к услугам которого мог бы обращаться любой желающий, — как непосредственно, так и с использованием Интернета.

Б. Продвижение и формирование общественного мнения

1. Организация и ежегодное проведение Всемирного дня коренных малочисленных народов (9 августа) — широкомасштабного фольклорного праздника на одной из площадей города с установкой импровизированных жилищ, с выступлениями творческих коллективов, организацией мастер-классов, спортивных мероприятий и массовых игр, а также дегустацией блюд национальной кухни.



2. Участие в международных, национальных и местных туристских выставках для продвижения Хабаровского края и его коренных народов как ключевого турпродукта; выступления в СМИ, организация «круглых столов» с привлечением всех партнеров; выпуск на местном телевидении цикла национальных программ; публикации краевой газеты о жизни коренных народов (по опыту Камчатки возможен электронный вариант).
3. Выпуск этнокаталога историко-культурных, архитектурных, культовых объектов на ТТП с указанием информации об исторических центрах проживания коренных малочисленных народов

в регионе; о местах культовых и обрядовых действий; традиционных способах ведения хозяйства; способах приготовления пищи, изготовления одежды, орудий лова и охоты.

В. Содействие занятости коренных малочисленных народов Севера

1. Создание турфирмы с персоналом из числа коренных малочисленных народов, прошедших обучение.
2. Открытие ресторана национальной этнической кухни с персоналом из числа коренных малочисленных народов (для чего сначала потребуется сформировать творческую группу по сбору рецептов и восстановлению утраченных старинных блюд).
3. Создание нескольких этнографических деревень, выдержанных в национальном стиле того или иного народа, включающих: гостевой домик с национальной кухней, традиционные жилища, центр прикладного искусства, площадки для проведения национальных обрядов и праздников. Особое внимание следует уделить оборудованию площадок для мастеров народных промыслов, где туристы смогут проследить процесс создания изделий из дерева, глины, металла, приобрести понравившийся сувенир или попробовать сделать его самому.

Г. Совершенствование правовой базы коренных малочисленных народов Севера:

1. Законодательное закрепление условий получения местными национальными общинами прибыли от оказания туруслуг. Несмотря на достаточное количество законов, регулирующих жизнедеятельность КМН, вопросы, связанные с практической организацией занятости, финансовой отчетностью при оказании услуг туристам, ценообразованием на предоставляемые услуги и ряд других, фактически не проработаны.
2. Разработка экономического механизма по удержанию молодых представителей КМН на местах (например, после обучения — льготный кредит на организацию собственного бизнеса, связанного с традиционными видами деятельности). Это может стать частью Федеральной программы РФ, направленной на решение проблемы оттока жителей с Дальнего Востока, которая сегодня стоит очень остро.
3. Разработка механизма финансирования и поддержки местных малых предприятий, так или иначе связанных с туризмом, например по поставке сырья для сувениров, реализации добытой пушнины и выловленной рыбы, производству джема из собираемых ягод и др.

Некоммерческие организации (НКО) — участники, способные сформировать общественное мнение об этнотуризме (местные, региональные, федеральные и международные). С точки зрения маркетинга важно задействовать те организации, которые широко известны, например Фонд защиты дикой природы, поскольку решение туристов о поездке может зависеть от участия в ней этих организаций.

В целях развития этнотуризма некоммерческие организации должны организовать форум, на котором заинтересованные друг в друге партнеры смогут встретиться и обменяться взглядами по вопросам этнотуризма. Встречи должны фокусироваться на важнейших вопросах, в частности, путях получения дополнительной экономической прибыли от туризма. В дальнейшем целесообразно создать рабочую группу, включающую представителей всех сторон для регулярных встреч и обмена мнениями.

Образовательные и научные учреждения в лице преподавателей и аспирантов способны формулировать проблемы этнотуризма и отслеживать его развитие в соответствии с поставленными целями и ограничениями. Для развития этнотуризма образовательные учреждения должны:

- привлечь аспирантов и студентов к выполнению актуальных исследований (анализ законодательства; изучение деятельности НКО; исследование международного опыта этнотуризма и др.);
- разработать образовательные курсы по туризму для представителей коренных малочисленных народов с привлечением к преподаванию практиков турбизнеса. Важна и юридическая подготовка — несмотря на обилие законодательных документов, то, как правильно реализовать свои права на практике знают немногие.

Национальные общины, готовые заниматься турбизнесом, — основа для создания моделей эффективного развития этнотуризма. Общины по составу неоднородны, поэтому здесь встречаются люди с разными взглядами и опытом: некоторые вступают в туристскую деятельность добровольно, другие вовлекаются независимо от желания. Беспокойство местных жителей требует особого внимания. Несмотря на то, что в основном речь идет о влиянии на экономику, для некоторых членов общины туризм затрагивает их личную жизнь, влияя на образ жизни, традиции и культуру, а также на ведение хозяйства. В этой связи руководителям национальных общин следует организовать:

- перед началом реализации этнотуров собрания в национальных общинах и объявить о реализуемом проекте, заручившись их поддержкой. Рекомендуется задействовать представителей НКО и государственных структур, уже имеющих опыт работы с местными общинами;
- размещение туристов на обед или на ночлег в домах местных жителей в соответствии с санитарно-гигиеническими нормами. В каждом пункте необходимо отобрать несколько семей, желающих работать в этой сфере, и провести с ними соответствующую подготовку для приема туристов. Эти семьи должны получить материальную помощь для ремонта своих домов.

Членам общин следует принять участие в разработке экскурсий по местным достопримечательностям, включая рассказы, выступления и пр.

Представители туркомпаний выступают в качестве экспертов, участвуя:

- в определении объектов туристского интереса в соответствии с потребностями рынка;
- преподавании на курсах по туризму для коренных малочисленных народов;
- разработке и апробации этнотуров совместно с научными учреждениями;
- содействии продвижению этнотуров через рассылку информации партнерам и агентам.

Организация такого партнерства позволит интенсифицировать развитие инфраструктуры территорий, активизировать предпринимательскую деятельность, создать новые рабочие места, способствовать сохранению национальных культур, привлечению и обучению молодежи национальным видам деятельности, созданию альтернативного источника существования для коренных народов. И тогда этнотуризм станет важнейшим фактором развития и стабилизации экономики в местах компактного проживания коренных малочисленных народов.

УДК 379.85

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ КУЛЬТУРНОГО ТУРИЗМА В КЕМЕРОВСКОЙ ОБЛАСТИ

Н. А. Крылова

На основе общего анализа культурно-исторических ресурсов туризма Кемеровской области разрабатываются рекомендации по развитию культурного туризма в регионе.

Природная любознательность человека в отношении культурного наследия народов мира образует один из наиболее сильных побудительных туристских мотивов — познавательный. Туризм, являясь наилучшим способом знакомства с культурой стран и народов, повышает культурный уровень человека, оказывает положительное влияние на систему ценностей, знаний, общественного поведения. Поэтому культурный туризм всегда играл особую роль в общем объеме туристских потоков.

Основой для развития культурного туризма являются культурно-исторические ресурсы — «совокупность объектов и явлений, связанных с деятельностью человека и являющихся результатами ее материального и нематериального (духовного) характера» [Кусков и др., 2005]. Среди культурно-исторических ресурсов ведущая роль принадлежит памятникам истории и культуры, отличающимся наибольшей туристской привлекательностью.

В РФ развитие культурного туризма еще не достигло значительных размеров, несмотря на то, что большую долю имеющегося у России туристского потенциала составляют именно культурно-исторические ресурсы. Россия богата памятниками историко-культурного наследия, но на территории страны они располагаются крайне неравномерно, что бесспорно затрудняет планирование комплексных экскурсионных маршрутов. Наиболее значимые памятники находятся в Центральном и Приволжском федеральных округах. Историко-культурное наследие Сибири огромно и разнообразно, но в значительной мере уступает европейской части России, что объясняется более поздним освоением данной территории. Сибирский турпродукт у большинства зарубежных и отечественных туристов ассоциируется

с природным потенциалом, но не экскурсионным. Имеет ли культурный туризм перспективы развития в регионах Сибирского федерального округа и сможет ли он занять достойное место в региональном турпотоке? Рассмотрим данный вопрос на примере Кемеровской области.

Кузбасс — крупный промышленный регион России, на территории которого сосредоточено около одной трети основных производственных фондов Западной Сибири. Но богатством Кузбасса является не только уголь, металл, золото, но и туристские ресурсы региона. Отдых в Кузбассе ассоциируется с горнолыжным, спортивно-оздоровительным, экологическим, деловым туризмом, и мало кто знает об экскурсионных возможностях края. По подсчетам специалистов, на территории Кемеровской области находится более полутора тысяч памятников истории и культуры, из них 1291 памятник принят на государственную охрану, т. е. относится к памятникам местного, регионального или федерального значения: 276 — памятники архитектуры и градостроительства, 169 — истории, 31 — монументального искусства и 815 — археологии [Сайт департамента культуры...].

Наибольшую туристическую привлекательность имеют памятники архитектуры и градостроительства. Памятники данного вида, располагающиеся на территории Кузбасса, можно условно разделить на несколько групп:

- ансамбли застройки улиц в Мариинске (каменные и деревянные здания, построенные в конце XIX — начале XX в. в стиле «сибирского барокко» с элементами модерна);
- Мариинская тюрьма, являвшаяся составной частью Мариинского центра, из которой за всю ее историю не было совершено ни одного побега, — 5-этажное здание, построенное еще в 1916 г., вмещавшее 300 заключенных;
- Кузнецкая крепость, построенная в 1780–1790 гг. в Новокузнецке, одна из первых русских крепостей в Сибири, форпост России в XVII в. Единственная сохранившаяся крепость на территории Кемеровской области;
- здания культовой архитектуры (церкви) в городах Салаире (построенные до 1831 г.), Тайге (1905 г.), в селах Ильинское (1768 г.), Ишимское (начало XVIII в.);
- ансамбль застройки улиц в поселке Тисуль (каменные, деревянные торговые и жилые здания 2-й половины XIX в.); в селах Алаево, Варюхино (Юргинский район), Ишимское (Яйский район) (деревянные жилые постройки середины XIX — начала XX в., обильно украшенные высокохудожественной резьбой);
- промышленные, общественные и жилые здания постройки послереволюционного периода в Кемерове, Новокузнецке, Ленинск-Кузнецком, Белове, Анжеро-Судженске и др. [Сайт департамента культуры...].

На территории Кемеровской области располагается 169 памятников истории, большинство из которых связано с Гражданской войной и историей промышленного освоения региона. Например, место первой угольной копи Кузбасса в 1851 г. (Беловский район, с. Новобарачата), могила участников Чумайского восстания (Чебулинский район, с. Дмитриевка).

Большинство памятников монументального искусства Кемеровской области посвящено воинам-кузбассавцам, погибшим в Великой Отечественной войне и локальных вооруженных конфликтах, а также историческим личностям, внесшим значительный вклад в развитие истории и культуры России и региона. Например, памятник В. И. Ленину (Кемерово, пл. Советов, 1970 г.), памятник Михайле Волкову (Кемерово, пл. Волкова, 1968 г.).

В Кемеровской области располагается большое количество археологических памятников: поселения и стоянки, курганы и могильники, а также писаницы, которых на территории региона обнаружено семь, например, Висячий камень (эпоха средней бронзы), Новоромановские писаницы (эпоха поздней бронзы и неолит — ранний железный век), Никольская писаница (эпоха поздней бронзы) [Сайт департамента культуры...].

При оценке культурно-исторических ресурсов туризма наибольшее значение имеют не количественные, а качественные показатели. Наиболее значимыми критериями оценки памятников культурного наследия для рекреационного использования являются: исторический возраст, уникальность, информативность, эстетическая емкость, а также степень сохранности и транспортная доступность объекта.

Чем больше исторический возраст экскурсионного объекта, тем ценнее он не только с научной точки зрения, но и как объект туристского интереса. Территория Кемеровской области была присоединена к России в начале XVII в., и поэтому Кузбасс является регионом относительно нового освоения,

что во многом и определило специфику культурного наследия региона. На территории Кемеровской области объектов с большим историческим возрастом немного. Большинство памятников относятся к концу XIX–XX вв. Самыми древними памятниками региона являются: Пророкоильинский храм, построенный в 1818 г. на месте старого деревянного храма в с. Ильинка Новокузнецкого района, Кузнецкая крепость (конец XVIII — начало XIX в.); каменные здания, возведенные в первой четверти XIX в. в Новокузнецке. Спасо-Преображенский собор в Новокузнецке, построенный на месте старого деревянного в 1831 г., литейный цех Гурьевского металлургического завода, часть которого относится к 1816 г. [Сайт департамента культуры...].

Более 60% памятников культурного наследия региона составляют археологические памятники, которые в культурном туризме можно использовать двумя способами — формирование коллекций в музеях региона и музеефикация археологических комплексов. Научные коллекции из раскопанных археологических памятников широко представлены в краеведческих музеях области. А вот в деле музеефикации археологических комплексов Кузбасс серьезно отстает от некоторых регионов РФ.

Уникальность памятников культурного наследия определяется по их мировой, российской и местной значимости. Памятники мирового культурного значения на территории Кемеровской области отсутствуют. Памятников федерального значения 24, например, обелиск в честь открытия Михайлой Волковым в 1721 г. месторождений кузнецкого угля (Кемерово, музей-заповедник «Красная горка»), Дворец металлургов (Новокузнецк, пр. Металлургов, 1934 г.), Дворец культуры имени Артема (Прокопьевск, пл. им. Фрунзе, 1935 г.), историко-культурный и природный музей-заповедник «Томская писаница» [Концепция сохранения...].

Информативность памятников истории и культуры измеряется необходимым временем его осмотра, которое зависит от комплексности и исторической многогранности памятника. Информативность повышает ценность объекта экскурсионного показа. На территории области отсутствуют такие комплексные памятники истории и культуры как дворянские усадьбы, монастырские комплексы, городской кремль, ансамбли дворцово-парковой архитектуры. К комплексным памятникам культурного наследия региона можно отнести музей-заповедник «Красная Горка», музей-заповедник «Кузнецкая крепость», город Мариинск.

Оценка степени эстетической емкости (аттрактивности) памятника истории и культуры — очень субъективный процесс. Сравнивая региональные памятники с памятниками культурного наследия Центрального федерального округа, можно оценить их эстетическую емкость как среднюю.

Значимым критерием оценки памятников культурного наследия для рекреационного использования является степень его сохранности. Многие памятники культурного наследия региона нуждаются в серьезной реставрации, труднодоступны и не используются в экскурсионном деле региона. Так, в результате мониторинга, проведенного в 2008–2009 гг. администрацией Кемеровской области, установлено, что под угрозой разрушения находится памятник федерального значения Дворец культуры имени Артема в Прокопьевске. Проведение ремонтно-реставрационных работ требует кинотеатр «Коммунар» в Новокузнецке, здание конторы торговой фирмы и здание синагоги в Мариинске, «Дом, в котором останавливался А. П. Чехов» в Юргинском районе и др. Экстренных противоаварийных мер требует ряд уникальных археологических объектов [Концепция сохранения...].

Кемеровская область ни по количественным, ни по качественным характеристикам культурно-исторических ресурсов туризма не может сравниться со многими регионами центральной России. Но даже при отсутствии мощного ресурсного потенциала можно развивать культурный туризм, и мировой опыт развития туристической индустрии доказывает это. Главный фактор для рекреационного использования историко-культурного наследия — высокая степень уникальности и аттрактивности. Однако при недостатке таких свойств возможно повышение привлекательности объекта разными способами. В мировой практике для достижения этих целей существует несколько путей: развитие событийного туризма, дополнение существующих культурно-исторических комплексов искусственными развлекательными и познавательными объектами, развитие местных инициатив, отражающих местную самобытность региона и т. д.

В культурном туризме особую роль играют музейные учреждения, где, как правило, сосредоточена значительная часть культурного наследия региона. В Кемеровской области работают 44 музейных учреждения, из них три выставочных зала. По количеству музейных учреждений Кузбасс входит в первую десятку регионов РФ, а Сибирском федеральном округе уступает только Красноярскому краю. Сегодня в государственных музеях области хранится и экспонируется свыше 430 тысяч экспонатов основного музейного фонда [Сайт Кемеровского... музея].

В музейном деле Кузбасса наблюдается положительная динамика роста количественных и качественных показателей деятельности музейных учреждений: создаются новые музеи (музеи-заповедники «Трехречье», «Мариинск исторический»), расширяется спектр экскурсионных услуг, внедряются новые формы работы с посетителями, активизируется выставочная работа. Курсы лекций для школьников и учителей, конференции, круглые столы, поэтические и музыкальные вечера становятся реальностью музейной жизни. Музейные учреждения области, имеющие благоустроенные территории организуют театрализованные постановки, праздники, Дни семейного отдыха и др. В последние годы меняется роль кузбасских музеев в обществе, они становятся не только научными, образовательными и просветительскими центрами, но и местом проведения досуга.

Важным компонентом культурного туризма является народное творчество, вызывающее особый интерес у туристов: экскурсии в мастерские, участие в мастер-классах, покупка сувенирной продукции. В Кемеровской области получили развитие 16 народных промыслов и ремесел: кузнечное, гончарное, плотницкое, столярное, портновское, ткацкое, скорняжное, печное, кожевенное, берестяное, лозоплетение, производство кружев и вышивок, изготовление лаковых и керамических игрушек, аксессуаров одежды из ткани, аксессуаров одежды из натуральной кожи, сувениров из камня. Признанными центрами берестяного промысла являются Мариинск, Прокопьевск, Березовский. Художественнаяковка развита в Белове, Кемерове, Новокузнецке. Всего на территории Кемеровской области трудятся более 900 народных мастеров [Концепция сохранения...].

Также в Кузбассе имеются ресурсы для развития таких видов культурного туризма, как этнографический, религиозный, театралный, фольклорный, промышленный.

Сегодня культурный туризм в Кузбассе развивается в двух формах: посещение местными жителями и гостями региона, прибывшими с деловыми целями, музейных учреждений и обзорных экскурсий по городам области. В настоящий момент не функционирует ни один экскурсионный тур по территории области. Посещения региона только с познавательными целями отсутствуют, кроме поездок в музей-заповедник «Томская писаница». Многие исторические памятники остаются не известными для жителей области и не вовлечены в туризм.

Культурный туризм в силу объективных причин не может рассматриваться как ведущая специализация региона. Главное его назначение — удовлетворение познавательных потребностей внутренних туристов и туристов из сопредельных территорий, а также в качестве дополнительных услуг к основному турпродукту региона.

Несмотря на то, что в последние годы администрация области уделяет большое внимание культурному туризму, считая его одним из приоритетных направлений развития региональной туристской отрасли, культурный потенциал региона используется не в полной мере. Сегодня в целях развития культурного туризма в регионе необходимо:

- 1) проведение дальнейших работ по выявлению, реставрации и музеефикации памятников истории и культуры;
- 2) завершение работы по составлению Свода памятников истории и культуры Кемеровской области;
- 3) расширение объектов экскурсионного показа за счет вовлечения новых малоизвестных объектов культурного наследия региона: памятники и памятные места революционной эпохи в Кузбассе; памятники и памятные места, связанные с хозяйственным освоением Кузнецкой земли в XVII–XIX вв., и др.;
- 4) использование в целях туризма не только традиционных объектов — памятников истории и культуры, но и других элементов наследия — народной культуры, традиций, ремесел и промыслов, музыкальной и художественной культуры, исторической городской среды, сельской застройки и системы расселения, этнокультурной среды;
- 5) разработка и реализация мероприятий по включению археологических памятников в систему экскурсионного показа. Наиболее перспективными являются район о. Танай, Шестаковской историко-природный комплекс, археологические памятники вблизи Новокузнецка, Кемерова;
- 6) расширение форм вовлечения объектов культурного наследия региона в экскурсионное обслуживание:
 - изучение особенностей национальной кухни народов Кузбасса с проведением дегустаций и приготовлением блюд;

- организация и проведение национальных праздников, исторических игр и вовлечение в них туристов;
 - изучение литературного наследия региона в форме литературных вечеров, встреч с писателями, посещение литературных музеев и т. д.;
 - проведение мастер-классов по народным промыслам Кузбасса;
- 7) разработка новых автобусных, трамвайных и пешеходных экскурсий по городам и населенным пунктам. Например: по территории Кемерова возможно проведение таких автобусных экскурсий, как «Город — фронту. Факты огненных дней», «Город химиков», «Культурная жизнь столицы угля», «Улицы носят их имена», пешеходных — «Монументальные образы города», «Город в лицах», «Здесь будет город-сад» и т. д.;
 - 8) разработка экскурсионных 2–3-дневных туров по территории Кемеровской области разной классности обслуживания. На основе памятников культурного наследия региона можно разработать такие экскурсионные туры, как «Древние люди земли Кузнецкой», «Коренные народы Кузбасса», «Литературное наследие региона», «Золотая лихорадка», «Все для фронта, все для победы», «Кузбасс в годы Гражданской войны», «У истоков большого угля», «Как закалялась сталь», «Дорога печали», «Духовная жизнь региона» и т. д.;
 - 9) расширение сети музейных учреждений региона. Возможно создание таких необычных и интересных для современного потребителя музеев, как Музей сибирского холода, Музей русской водки, Музей картошки;
 - 10) внедрение новых форм работы с посетителями музейных учреждений, активное использование анимационных программ и интерактивных способов работы с экскурсантами;
 - 11) проведение мероприятий по благоустройству территорий музейных учреждений региона, строительство инфраструктурных объектов — гостевых домиков, пунктов питания, сувенирных лавок и др.;
 - 12) разработка информационно-рекламных материалов по музейным учреждениям Кемеровской области, культурно-историческим ресурсам региона;
 - 13) создание на базе музеев-заповедников «Красная Горка» и «Кузнецкая крепость» экскурсионных бюро — организаций, которые займутся разработкой экскурсионных маршрутов и их продвижением на региональном и общероссийском уровнях;
 - 14) разработка и реализация ПР-программы продвижения культурного туризма в регионе.

Реализация предложенных рекомендаций позволит ускорить развитие культурного туризма в регионе и положительно скажется на всей туристской отрасли Кузбасса.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

Концепция сохранения культурного наследия Кемеровской области (утверждена распоряжением коллегии администрации Кемеровской области от 23 декабря 2009 г. №1190-р) [Электронный ресурс]. URL: culture.kemrsl.ru (дата обращения. 20.09.2010).

Кусков Е. С., Голубева В. Л., Одинцова Т. Н. Рекреационная география: учебно-методический комплекс. М., 2005.

Сайт департамента культуры и национальной политики Кемеровской области [Электронный ресурс]. URL: <http://www.depcult.ru> (дата обращения. 18.09.2010).

Сайт Кемеровского областного краеведческого музея [Электронный ресурс]. URL: www.kraumuz.ru (дата обращения. 25.09.2010).

УДК 061.75

МЕТОДЫ ОЦЕНКИ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ КАЧЕСТВ СТУДЕНТОВ СПЕЦИАЛЬНОСТИ «СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНЫЙ СЕРВИС И ТУРИЗМ»

Н. Е. Кулюшина

Целью данной статьи является обоснование необходимости оценки профессиональных качеств студентов специальности «социально-культурный сервис и туризм». Раскрываются методы и показатели, используемые для оценки профессионализма будущих работников сферы сервиса и туризма с целью изучения и дальнейшего развития их профессиональных качеств.

На современном этапе развития Кабардино-Балкарской Республики достаточно большое внимание уделяется подъему рекреационной отрасли региона, что вызывает повышенное внимание к подготовке квалифицированных кадров для работы в сфере социально-культурного сервиса и туризма. Предприятия сферы услуг, принимающие иностранцев и туристов из других регионов России, организующие маршруты по республике, должны располагать кадрами, знающими возможности социальной сферы, природы, культурный и исторический потенциал Кабардино-Балкарии.

В подготовке таких специалистов ведущая роль принадлежит Кабардино-Балкарскому государственному университету (КБГУ), на базе которого работают кафедры по специальности «социально-культурный сервис и туризм». Особенностью содержания профессионально-образовательной программы специальности является интеграция гуманитарных и экономических знаний, ориентация на практическую направленность профессиональной подготовки с учетом этнического менталитета республики.

Будущим специалистам сервиса и туризма предъявляются особые требования, им нужны специфические знания и умения, так как они будут реализовывать их в сфере услуг. В сфере обслуживания создается особый продукт — услуга. Услуга имеет свои особенности, которые необходимо учитывать будущим работником сферы услуг.

Четыре характеристики отличают услуги от производственных товаров:

Неосвязаемость. Большая часть услуг неосвязаема. Услуги не являются материальными объектами. Они могут воплощаться в материальные предметы, но сами по себе не являются таковыми. Большинство услуг — это действия. Другие услуги сочетают неосвязаемый конечный продукт с материальным продуктом, как в случае с ресторанами или оформлением интерьера. Однако неосвязаемость описывает уникальность услуги более сжато, чем любые другие характеристики.

Важным следствием неосвязаемости является то, что для большей части услуг результат приобретения услуги не подразумевает права собственности на нее, а приобретение товара такое право собственности дает. Исключением из данного ограничения является тот случай, когда сама услуга вложена в материальный продукт.

Неотделимость от источника. Производство и потребление большинства услуг неразделимы. Можно выделить следующие формы неотделимости от источника:

- услуги потребляются только в ходе изготовления;
- неотделимость покупателя от процесса предоставления услуги;
- совместное потребление ряда услуг.

Несохраняемость. Большая часть услуг из-за того, что они одновременно производятся и потребляются, являются несохраняемыми, т. е. не подлежат инвентаризации. Номера в отеле, места в самолете или в театре не могут быть запасены и предоставлены для использования позже.

Непостоянство качества. Большая часть услуг выполняется людьми. Покупатель и работник контактной зоны находятся в прямом взаимодействии друг с другом. Полученный результат зависит от их общих действий и от восприятия покупателя. Непостоянство качества результатов оказания услуг осложняет осуществление контроля и гарантий качества, а также превращает нормирование производительности в проблему для руководителей сервисных организаций [Хаксевер и др., 2002].

Таким образом, услуга определяется как вид деятельности, который можно предложить клиентам для непосредственного потребления. В отличие от обычных товаров, она не может перейти в собственность покупателя, поскольку не является чем-то осязаемым. В то же время услуга относится к разряду товаров, она продается и покупается. Однако не следует забывать, что услуга становится товаром, если поступает в обмен. Вне обмена она является просто благом.

Необходимо отметить, что качество предоставления услуги во многом зависит от уровня профессиональной подготовки сотрудников сервисного предприятия. Большинство организаций сферы услуг имеют одинаковый набор производственных средств (здание, оборудование, инструменты и т. д.), однако уровень обслуживания у них различен. Здесь ведущую роль отдается умениям его сотрудников наладить отношения с клиентами, суметь предугадать и удовлетворить их потребности, а также грамотно организовать технологический процесс создания услуги. Все необходимые знания будущие специалисты социально сервиса и туризма могут получить в КБГУ.

В содержание профессионального образования специалистов социально-культурного сервиса и туризма входит изучение основ современного туризма, гостеприимства, сервиса, курортного бизнеса; рассматриваются источники ресурсов и материалов, принципы работы туристских учреждений и предприятий санаторно-курортной сферы, туристских технологических процессов и их особенностей, туристско-рекреационные операции и трудовые отношения работников социально-культурной сферы и туризма. Большой блок дисциплин содержат знания культурно-психологического характера, позволяющие будущим специалистам гармонично сочетать профессиональные навыки и умения с этническими особенностями региона.

Соответствие содержания обучения требованиям профессиональной деятельности, связь обучения с производственной практикой, взаимосвязь теоретических курсов с практическими предметами — все это формирует основу профессионализма выпускников.

В процессе обучения и подготовки специалистов необходимо уделить внимание становлению и развитию их профессиональных качеств и профессионального сознания. Проблема оценки профессиональных качеств студентов специальности «социально-культурный сервис и туризм» актуальна и нуждается в решении. Нами предлагается использование балльно-рейтинговой системы в анализе профессионализма будущих специалистов сервиса и туризма. Прежде чем более полно рассмотреть данный вопрос, хотелось бы кратко определить свою позицию в вопросе профессионализации.

Во-первых, профессионализм мы рассматриваем как признаваемые профессиональным сообществом способности личности решать проблемы, возникающие в профессиональной деятельности. Эти способности могут иметь как наследственную природу (врожденные), так и социальную природу (приобретаемые человеком в процессе социализации и профессионализации).

Во-вторых, личный профессиональный опыт, т. е. представления о конкретных профессиональных ситуациях, всегда индивидуален. Субъективность профессионализма связана и с тем, что контроль личности над ситуацией всегда вариативен. В силу многообразия профессиональных проблем можно отметить условность типологизации профессиональных ситуаций.

В-третьих, на наш взгляд, практика оценки профессионализма превратилась в отечественной образовательной системе в экзаменационный ритуал, сведенный к сопоставлению профессиональных тезаурусов преподавателя и студента, часто в отрыве от конкретных профессиональных ситуаций. Поэтому ее необходимо заменить оценкой реализованных профессиональных проектов различного уровня сложности.

В-четвертых, сопоставление профессионального сознания отдельных специалистов возможно лишь в процессе их коммуникации.

В-пятых, интеллектуальная деятельность человека по накоплению профессионального опыта принятия решений в различных ситуациях зависит от многих факторов, среди которых: а) сопоставление личного «образа мира» и «образа ситуаций» и выявление инвариантов; б) соотнесение групповых и личных оценок ситуации; в) упорядочение причинно-следственных зависимостей между профессиональными ситуациями; г) формирование профессиональных дискурсов (ценностно-ориентационных моделей профессионального сознания) [Каптерев, 1991].

Из всего сказанного следует, что анализ профессиональных качеств предполагает изучение динамики объектов профессионального пространства, его субъектов и профессионального сознания.

В основу экспертной оценки профессиональных качеств будущих работников сервиса и туризма положены количественные параметры и оценочные критерии, полученные в результате интервью и ис-

пользования показаний рейтинга успеваемости студентов. Хотя здесь и присутствуют элементы условности и субъективизма, однако при хорошей разработке шкалы оценок и внимательном (профессиональном) подходе экспертов оценить испытуемых можно с высокой степенью достоверности.

Суть количественной оценки состоит в том, что профессиональная деятельность будущих специалистов сервиса и туризма подразделяется на отдельные функции и качественные характеристики, каждая из которых оценивается независимо от других (например в баллах). На основе этих независимых частных оценок рассчитывается итоговый показатель эффективности профессиональной подготовки будущих работников.

В процедуре оценки профессиональных качеств важно решить две основные задачи:

- определить, по каким критериям и показателям следует производить оценку;
- найти способ выявления эффективности формирования профессионального сознания и профессиональных качеств.

Проведенные в этой области исследования показывают, что будущих специалистов сервиса и туризма целесообразно оценивать по следующим критериям:

- управленческая деятельность (постановка проблем, принятие решений, планирование, прогнозирование, снижение трудоемкости обработки управленческой информации, механизация и автоматизация трудоемких процессов);
- профессиональная компетентность (знание дела);
- степень владения демократичными методами коллективной работы;
- личные (организаторские) способности [Кабушкин, 1994].

Изучение, например, процесса труда работников сферы услуг позволило выделить важнейшие оценочные критерии их профессионализации. Адаптируя эти критерии к оценке профессиональных качеств студентов специальности «социально-культурный сервис и туризм», мы определили следующие показатели: 1) выполнение плановых заданий; 2) исполнительская дисциплина; 3) эрудиция; 4) качество выполняемых работ; 5) творческая инициатива; 6) участие в общественных мероприятиях и качество их выполнения; 7) требовательность к соблюдению дисциплины труда и учебы; 8) контроль за результатами учебы; 9) умение пользоваться своими правами; 10) стиль общения; 11) умение преодолеть конфликтные ситуации; 12) трудолюбие, честность; 13) умение воспитывать коллектив, руководить людьми; 14) принципиальность, деловитость, организованность; 15) выдержанность, уравновешенность, умение ладить с людьми; 16) уважение к другим, чуткость, внимательность, индивидуальность в подходе к людям; 17) умение планировать и распределять работу; 18) способность вести беседу с клиентами; 19) умение эффективно использовать учебное время и создавать трудовую атмосферу; 20) степень интеллектуального развития.

Ранжирование критериев можно выразить в процентах или единицах. Ввиду того, что значимость каждого критерия неодинакова, целесообразно ввести коэффициенты весомости факторов, которые разработаны на основе экспертных оценок по десятибалльной системе: первый критерий — 10, второй критерий — 8, третий критерий — 5, четвертый критерий — 10, пятый критерий — 7, шестой критерий — 6, седьмой критерий — 8, восьмой критерий — 7, девятый критерий — 5, десятый критерий — 6, одиннадцатый критерий — 7, двенадцатый критерий — 9, тринадцатый критерий — 8, четырнадцатый критерий — 5; пятнадцатый критерий — 6, шестнадцатый критерий — 7, семнадцатый критерий — 9, восемнадцатый критерий — 8, девятнадцатый критерий — 10, двадцатый критерий — 8 [Бакирова, 2003].

Итоговый показатель рассчитывается с помощью интегрального коэффициента, который можно вычислить как суммы произведений критериев к коэффициентам их весомости:

$$\mathcal{E} = \sum K_n \times V_n, \quad (1)$$

где \mathcal{E} — итоговый показатель уровня профессионализации будущих специалистов сервиса и туризма; K — оценочный критерий (фактор) предполагаемой работы; V — коэффициенты весомости факторов (критериев), n — количество показателей.

Общую оценку можно выразить количественно, используя формулу

$$y = 0,4 X_1 + 0,1 X_2 + 0,5 X_3, \quad (2)$$

где X_1 — экономические способности претендента, балл; X_2 — технические способности, балл; X_3 — административные (организаторские) способности.

Экспертная оценка завершается сопоставлением полученных результатов с нормативом (эталоном): например, сильно развито качество — 7 баллов, средне — 4, слабо — 1 балл [Бакирова, 2003].

Кроме того, можно использовать для оценки профессиональных качеств студента профессиональный профиль, полученный в результате анализа его учебы (табл.). Оценка осуществляется по тем параметрам знания, способностей и поведения, которые были выделены как требования к студенту для успешного выполнения им своей работы. Для оценки в этом случае используется пятибалльная шкала.

Профессиональный профиль студента специальности «социально-культурный сервис и туризм»

Знания	Баллы				
	1	2	3	4	5
1. Маркетинг				*	
2. Социология				*	
3. Экономика				*	
4. Финансы				*	
5. Сервисология				*	
6. Законодательство				*	
7. Иностранные языки				*	
8. Психология			*		
9. Организация производства			*		
10. Организационная структура				*	
Способности					
1. Анализ					*
2. Синтез					*
3. Наблюдательность					*
4. Умение принимать решение				*	
5. Умение брать ответственность					*
6. Умение вести переговоры					*
7. Организаторские				*	
8. Лидерские				*	
Поведение/отношения					
1. Ориентация на клиента					*
2. Ориентация на результат				*	
3. Прагматичность			*		
4. Интуиция					*
5. Гибкость					*
6. Ориентация на новшества					*
7. Настойчивость				*	
8. Готовность к сотрудничеству					*
9. Организованность				*	
10. Разделение целей организации					*
11. Методичность				*	

Полученные результаты используются для накопления банка данных о студенте, а также для прогнозирования успешности его будущей деятельности и формирования индивидуального отношения в процессе обучения.

Использование показаний рейтинга успеваемости студентов в данной методике оценки профессиональных качеств позволяет сделать анализ более качественным и объемным.

Главный смысл этой работы — получить информацию о целесообразности и перспективности использования имеющихся методов обучения и оценки в подготовки профессиональных кадров в сферу обслуживания.

Можно отметить, что в XXI в. появился новый тип потребителя услуг, характеризующегося такими психолого-поведенческими особенностями, как высокий уровень информативности, физическая и умственная активность. Это требует серьезной подготовки специалистов сервиса и туризма, отличительной чертой которых является многофункциональность. В соответствии с этим предъявляются повышенные требования к личностным и профессиональным качествам специалистов. В Кабардино-Балкарском государственном университете используют различные возможности для развития профессионализма студентов.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

- Бакирова Г. Х. Управление человеческими ресурсами. СПб., 2003.
 Кабушкин Н. И. Менеджмент туризма : учебное пособие. — Минск, 1999.
 Каптерев А. И. Информационный анализ профессионального пространства : учебное пособие. М., 1991.
 Хаксевер К., Рендер Б., Рассел Р.-С., Мердик Р.-Г. Управление и организация в сфере услуг: теория и практика. СПб., 2002.

УДК 316.3

ПЕРСПЕКТИВА РАЗВИТИЯ ВОДНОГО ТУРИЗМА В ДОЛИНАХ РЕК МУЛЬТА, КУРАГАН, КУЧЕРЛА И АККЕМ

Д. В. Лебедь

Дана характеристика Усть-Коксинского района Республики Алтай объективно показаны и рассмотрены условия для развития водного туризма на реках Мульты, Кураган, Кучерла и Аккем.

Рассматриваемая территория находится в Усть-Коксинском районе Республики Алтай. В физико-географическом отношении ограничена с севера рекой Катунь, с востока водоразделом рек Аккем и Аргут, с юга — Катунским хребтом, с запада хребтом Холодный белок и водоразделом рек Мульты и Большой Окол. Этот район с середины XX в. популярен среди любителей горного туризма и альпинизма, водный туризм здесь не так популярен, хотя первые туристы-водники появились здесь еще в 1970-х гг. В те времена это был самодеятельный туризм, в настоящее время актуальна оценка ресурсов для развития коммерческих направлений в туризме, а также сочетаний (комбинирований) различных его видов. В этом отношении данная территория очень перспективна, позволяет сочетать очень популярные в настоящее время на Алтае коммерческие сплавы с другими видами туризма. Еще один важный элемент — сохранение природных ландшафтов и снижение рекреационной нагрузки, в данном районе значительную часть занимают особо охраняемые природные территории — природный парк «Белуха» и биосферный заповедник «Катунский», в которых предусмотрены экологические тропы и оборудованные туристские стоянки. Этот факт делает экологический компонент ключевым при развитии туризма на данной территории. Наибольшее внимание будет уделено долинам рек Мульты, Кураган, Кучерла и Аккем, которые дают более 90% всего стока с данной территории в реку Катунь, являясь ее правыми притоками [Атлас Республики Алтай].

Значительный перепад высот является одной из ключевых географических характеристик данной территории: максимальная высота составляет 4506 м над уровнем моря — гора Белуха, наименьшая отметка — 840 м над уровнем моря — устье реки Аккем. В геологическом отношении здесь преобладают породы кембрийской системы (70–80 млн лет) представленные песчаниками, сланцами, конгломератами, известняками, туфами, порфирами. В центральной части рассматриваемой территории обнаружены интрузивные образования различных систем, представленные гранитами, диоритами и габбро. На территории отсутствуют тектонические разломы. Вдоль Катунь тянется узкая полоса аллювиальных отложений, представленных суглинками, супесями, галечниками и валунниками, в высокогорной части представлены ледниково-коллювиальные отложения — щебнистые валунные суглинки, на остальной территории преобладают дефлюкционные отложения в виде щебнистых суглинков. На данной территории не отмечено эпицентров землетрясений.

Климат. Среднегодовое количество осадков увеличивается с набором высоты. В устьях рек — около 600 мм в год, в верховьях — более 1000 мм в год, максимум осадков в летний период, минимум — весной и осенью. Среднегодовая температура также зависит от высоты, колеблясь от –1 до –6 °С. Преобладающее направление ветра — юго-западное. В южной (высокогорной) части рассматриваемой территории современное оледенение представлено тремя из семи крупных ледников Катунского хребта, всего же их здесь насчитывается 362, общей площадью 276,2 км². Преобладают долинные ледники: Родзевича (Аккемский) и Мюштуайры (Братьев Троновых), также представлены каровые ледники Иолдоайры. У истоков рек Мульты и Кураган, а также их притоков наблюдаются малые каровые и висячие ледники. Максимально низко до высоты 1970 м спускается ледник Мюштуайры (Братьев Троновых) в долине реки Кучерла. На данной территории наблюдается максимальная на Алтае высота снежного покрова, порой превышающая 300 см, что делает район очень лавиноопасным. Интенсивное таяние снега начинается со второй половины мая, вызывая паводки в реках, пик которых приходится на вторую половину июня, объем среднегодового стока примерно равен количеству выпадающих здесь осадков и равномерно уменьшается с высотой.

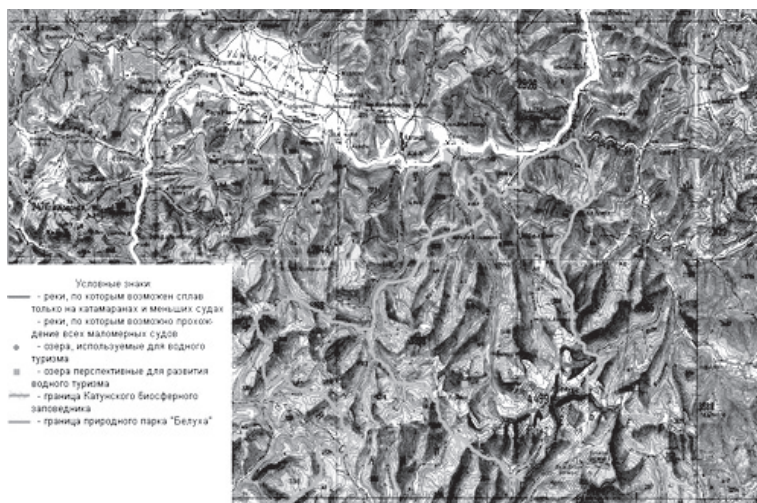
Растительность изменяется в соответствии с высотной поясностью. С севера на юг березово-лиственничные леса в сочетании с луговыми степями сменяются темнохвойной тайгой (кедр, лиственница), а затем субальпийской растительностью и альпийскими лугами, переходящими в нивально-гляциальный пояс. В целом, растительность имеет высокогорно-таежно-лесостепной тип. Из растений, внесенных в Красные книги, на территории заповедника отмечены: живокость укокская, ревень алтайский, пион степной, родиолы: морозная, четырехнадрезная, розовая, колюрия гравилатная, кандык сибирский, лук алтайский, рапontiкум сафлоровидный и др. (всего 18 видов). Также здесь встречаются эндемики — виды, произрастающие только в данном регионе, — овсяница Крылова и реликт былых эпох — дриада острозубчатая. Ландшафты изменяются от среднегорного лесного к высокогорным тундрам и альпийским лугам по продвижению на юг исследуемой территории.

Животный мир разнообразен. Из пушных видов зверей здесь встречаются соболь, белка, колонок, горноста́й, солонгой, сурок, степной хорь и американская норка. Хищники — рысь, бурый медведь, россомаха, лиса и волк. Из копытных встречаются лось, марал, косуля, кабарга, сибирский горный козёл. Особое место занимает снежный барс, занесённый в Красную книгу России и МСОП. Из птиц интересны краснокнижные виды: беркут, алтайский улар, филин, черный аист, сокола балобан и сапсан. В реках и озерах обитают обыкновенный таймень, хариус, ленок (ускуч), сибирский пескарь, голец, подкаменщик и обыкновенный налим.

Водный туризм — один из видов спортивного туризма, который заключается в преодолении маршрута по водной поверхности. Различают несколько видов водного туризма: сплав по рекам, рафтинг, парусный туризм, морской каякинг.

Для занятия водным туризмом используются спортивные суда каркасной, каркасно-надувной, надувной конструкции. Наиболее распространенным как в мире, так и на Алтае судном для коммерческого сплава является рафт. Рафты также используются в спортивных соревнованиях. Катамараны — двухкорпусные судна; корпуса судна соединяются сверху рамой, используемые для сплава по рекам. Наибольшее распространение катамаран получил в странах СНГ, используется для страховки более крупных судов, например рафтов, часто используется в сложных водных походах. Байдарки и каяки — малоразмерные легкие беспалубные судна, приводимые в движение, главным образом, мускульной силой человека. Каяк делится на множество разновидностей, главные из которых: родеинный, водопадный, для игрового сплава [Википедия]. Каноэ для водного туризма обычно имеют вместимость 2–3 человека и изготавливаются надувными или разборными на каркасе. Надувные каноэ на Алтае появились относительно недавно, используются для сплава по рекам до 4-й категории сложности, а также для передвижения по небольшим озерам, к которым затруднен доступ. Такие каноэ весят всего около 30 кг и компактны в сложенном состоянии, это позволяет забрасывать их к водным объектам без транспорта.

Водный туризм на данной территории — явление не новое, но сказать, что он здесь развит в полной мере, тоже нельзя. Удаленности территории от крупных туристских центров Алтая зачастую не позволяет привлекать массового туриста к сплавам в этом районе. Как правило, здесь водным туризмом занимаются только те люди, которые специально для этого сюда приехали.



Карта-схема долин рек Мульты, Кураган, Кучерла и Аккем

Учитывая сложность водного объекта, сложенного из следующих факторов: ширина реки, наличие естественных препятствий, скорость течения, — можно для каждой реки, а также озер в целом определить оптимальное средство сплава. В данном районе использовать рафты и надувные лодки с мотором (моторафтинг) целесообразнее только на реке Катунь. Для сплава по Курагану и Кучерле подойдут катамараны и каяки. Для хождения по озерам района целесообразнее использовать надувные каноэ. Реки Мульта и Аккем для сплава, как правило, не используются из-за множества камней в русле, большого уклона и скорости течения. Общая картина географии водного туризма на рассматриваемой территории представлена на карте-схеме (см. рис.).

Мультя имеет длину около 60 км, ее исток — Верхнемультинское озеро — расположен на высоте 1773 м над уровнем моря, устье — на высоте 906 м над уровнем моря. Следовательно, перепад высот составляет 721 м, а средний уклон составляет около 15 м/км. В верхнем течении ширина реки не превышает 20 м, относительно спокойное и равномерное течение и небольшая глубина позволяет переходить ее вброд. Мультя имеет разветвленную сеть достаточно мощных притоков, наиболее крупные из них: левые — Проездная Мультя и Михайловка; правые — Куйгук и Черная Речка. После впадения реки Проездная Мультя значительно увеличивает свой уклон, протекая в узком каньоне с обрывистыми и скалистыми берегами. Нижний участок характеризуется сильным течением и шириной около 10–15 м.

В мультинской речной системе очень много озер, из которых берут начало большинство рек. В транспортном отношении самым доступным является Нижнемультинское озеро, до остальных ведут конные и пешие тропы. Эти озера привлекательны для путешествий на каноэ, многие из них находятся выше границы леса, притоки могут в них впадать в виде водопадов, к некоторым из них спускаются небольшие ледники. Наиболее посещаемы озера Нижнемультинское (самое большое по площади), Средне- и Верхнемультинское и Поперечное, через эти озера проходят многие туристские маршруты. Озера Крепкое, Куйгук, Верхнее Поперечное, а также озера в верховьях Проездной Мульты обладают не меньшим потенциалом для водного туризма. Возможность прохождения Мульты и ее притоков на каяках и каноэ наверняка существует, но пока не зафиксированы случаи первопрохождения, любые предположения по данному факту могут быть только теоретическими.

Кураган. Исток (слияние рек Иолдо и Хазиниха) — 1520 м над уровнем моря, устье — 920 м над уровнем моря, перепад высот 600 м. Длина — 55 км, средний уклон — 11 м/км. Идеальна с точки зрения спортивного и экстремального туризма река: обладает разнообразным набором препятствий (до высшей категории сложности), хорошо исследована туристами-водниками, составлены подробные лоции всей реки, прозрачная вода и множество диких животных. Сплавной участок составляет 35 км от реки Осинковка до устья, средний уклон сплавной части — 14 м/км. В качестве средств сплава идеально подходят 2- и 4-местные катамараны, а также каяки. В советский период здесь занимались водным туризмом спортивные группы, с появлением коммерческого туризма на Курагане стали встречаться организованные туристскими фирмами группы. Что касается заброски снаряжения на маршрут, то она возможна конная или пешая. Дорога пригодная только для проезда внедорожников заканчивается возле левого притока — реки Громотухи в 10 км выше устья не доходя основных порогов. Устье Курагана не обязательно должно стать окончанием маршрута, возможно его продолжение по Катунь.

Река Кучерла берет начало от слияния рек Мюйштуайры и Капчал на высоте 1857 м над уровнем моря, устье — 900 м над уровнем моря, перепад высот составляет 957 метров. Длина реки 67 км, следовательно, средний уклон около 15 м/км. Одним из основных достопримечательностей долины Кучерлы является Кучерлинское озеро, длина которого составляет около 5 км, а ширина около 1 км, озеро проточное, в его нижней части расположена туристская база. Помимо этого большого озера, имеется ряд более мелких и труднодоступных озер: Нижнее Кучерлинское, Дарашкель, озеро в верховьях ручья Западного. По Кучерлинскому озеру передвигаются не только на надувных каноэ, но и на весельных лодках и педальных катамаранах, взятых напрокат на турбазе. Остальные озера долины водным туризмом пока не охвачены ввиду сложной заброски. Сплавы возможны только по реке Кучерла от Кучерлинского озера. Длина сплавного участка — около 50 км. Водный маршрут по Кучерле достаточно сложен и требует хорошей подготовки, средства сплава аналогичные тем, что используются на Курагане. Спортивные самостоятельные путешествия здесь можно наблюдать достаточно регулярно, а вот коммерческие туры по Кучерле туристскими фирмами пока не предлагаются. Автомобильная заброска водного снаряжения также невозможна, до Кучерлинского озера идет конная тропа. Вообще долина Кучерлы чаще посещается альпинистами и горными группами — здесь проходит один из маршрутов к горе Белуха.

Аккем — река, берущая начало от подножия Белухи на высоте 2010 м, из всех рассматриваемых рек имеет максимальный уклон: устье — 811 м над уровнем моря, перепад высот составляет 1199 м, при длине реки — около 50 км составляет примерно 24 м/км. Ширина реки не превышает 20 м, вода мутная, имеет белый окрас, отсюда и произошло название: в переводе с тюркского — «Белая река». Водных маршрутов по Аккему не проложено, а случаи сплава пока неизвестны. С точки зрения водного туризма интересно Аккемское озеро, с которого открывается вид на вершину Белухи. Остальные озера относительно невелики, малы по площади и труднодоступны.

В целом все четыре долины благоприятны для развития водного туризма. Но в каждой из них он будет иметь свои отличительные особенности, связанные с трудностью маршрута и заброски, степень опасности и рассчитан на различные туристские интересы и ожидания.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

Атлас Республики Алтай. Новосибирск, 2008.

Википедия: Электронная энциклопедия Категория: Водный туризм [Электронный ресурс]. URL: <http://ru.wikipedia.org/>

УДК 316.3:008

ГЛОБАЛЬНЫЕ ТРЕНДЫ И ЛОКАЛЬНЫЕ МОДУСЫ РАЗВИТИЯ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО ТУРИЗМА

О. В. Лысикова

Рассматриваются основные подходы к понятию экотуризма, приводится необходимость анализа материалов, характеризующих экотуризм.

В 1980-е гг. приобрела четкие очертания новая форма туристско-рекреационной активности — экологический туризм. В принятом 1 октября 1999 г. на Генеральной ассамблее ВТО в Сантьяго (Чили) Глобальном этическом кодексе туризма пятый пункт третьей статьи «Туризм — фактор устойчивого развития» гласит: «Природный туризм и экотуризм признаются как особо обогащающие и ценные формы туризма в силу того, что они проявляют уважение к природному наследию и местному населению и соблюдают потенциал приема туристских объектов» [Глобальный экологический кодекс]. Сегодня в мировой практике экологическая ниша туризма велика: по данным Международного общества экотуризма в течение ближайших шести лет экологическое направление достигнет оборота в 470 млрд долл. в год. По оценкам экспертов Всемирной туристской организации (ВТО), темп роста в данном сегменте рынка составляет до 7% ежегодно.

Интенсивное развитие организованного и самостоятельного экотуризма в первое десятилетие XX в. является весьма показательным социальным феноменом, отражающим мотивационные особенности и туристские потребности людей, самостоятельно, с помощью турагентов или Интернета осуществляющих свои туристские практики на природных ландшафтах. Туристов привлекают экологически чистые районы и местности, где они могут получить полноценный здоровый отдых, эмоциональные и эстетические впечатления от общения с природой. Сегодня своевременно говорить о социальном тюнинге индивидуальных туристских практик в контексте экотуризма. Во-первых, происходит «настройка» туристской практики с природной доминантой согласно индивидуальным мотивациям, интересам, потребностям исходя из собственных критериев реализации жизненных стратегий. Во-вторых, озадаченные экологическими проблемами правительства, политические партии, общественные организации, экспертные сообщества осуществляют мониторинг состояния природной среды и различных систем для реализации, в том числе задачи развития экотуризма.

Экотуризм имеет глобальные тренды и локальные модусы развития. На наш взгляд, современными трендами развития экотуризма в России являются: 1) зависимость от природно-климатиче-

ских изменений; 2) интеграция экологического и культурного компонентов; 3) социальный интерес к проблематике экотуризма; 4) устойчивость развития территории. Задачи экотуризма состоят в соблюдении экологических норм в разработке маршрутов; экологическое воспитание рекреантов; помощь местным жителям в осуществлении локального сбалансированного природопользования. Постановка и реализация данных задач позволяет утверждать, что экологический туризм способствует устойчивому развитию территории.

Экотуризм в научной литературе рассматривается в контексте концепций природного и культурного наследия, охраны окружающей среды, экологии культуры, экологии человека. Экология культуры сегодня детерминирует развитие экотуризма. Определения экотуризма предлагаются многими современными российскими авторами [Джанджаразова, 2003; Дроздова, 2005; Чимитов, 2006]. Экологические путешествия — это путешествия преимущественно в природные области, сводящие к минимуму воздействие на окружающую среду, содержащие образовательный компонент, содействующие охране природы и местной социокультурной среды и предусматривающие экономическую выгоду местному населению [Ледовских и др., 2002]. Современные коннотации экотуризма позволяют выявлять его особенности, находить общее и различное при компаративном анализе с такими видами туризма, как оздоровительный, рекреационный, сельский, научный, образовательный, экспедиционный, событийный, культурно-познавательный, спортивный. Сущность экотуризма состоит в ориентации на отдых и восстановление человеческих ресурсов в условиях природной окружающей среды и бережного отношения к ней.

Неотъемлемым компонентом реализации современной политики экотуризма является его репрезентация в СМИ. Содержательный дискурсивный анализ материалов СМИ позволяет выявить степень актуальности, особенности репрезентации, дискуссионные вопросы в рамках темы развития экотуризма в России. Задачей контент-анализа материалов СМИ стало выявление специфики освещения экотуризма в отечественном медийном пространстве. Информационным источником были выбраны ресурсы Интернета — сайт радиостанции «Эхо Москвы».

В общей сложности был проанализирован 21 транскрипт радиопередач с августа 2005 г. по август 2010 г. по ключевой дефиниции «экологический туризм». Количественное распределение материалов по годам таково: 2005 г. — 1 публикация; 2006 г. — 4; 2007 г. — 1; 2008 г. — 2; 2009 г. — 2; 2010 г. — 11. Контексты освещения экотуризма различны, тематической структурой обусловлена модальность дискурса об экотуризме.

1. Мировые тенденции развития экотуризма (2006 г. — 2; 2008 г. — 1; 2009 г. — 1; 2010 г. — 2). Динамика развития темы на протяжении последних лет устойчивая.
2. Нерешенность экологических проблем в России как препятствие развития туризма, экологические угрозы на курортах и в туристско-рекреационных зонах страны (2008 г. — 1; 2010 г. — 6). Количественно и содержательно наблюдается фокусировка внимания ведущих, экспертов, радиослушателей, посетителей сайта на данных сюжетах в 2010 г.
3. Государственная политика и перспективы развития экотуризма в российских регионах (2005 г. — 1; 2006 г. — 2; 2007 г. — 1; 2009 г. — 1; 2010 г. — 3). Как и в первом случае, следует констатировать устойчиво-динамичное отношение к данной проблематике.

Материалы сайта радиостанции по экотуризму нами разделены на три блока: аналитический, информационно-познавательный, критический. В аналитический блок отнесены суждения и комментарии экспертов по проблематике развития экотуризма в России и за рубежом. Критические материалы отражают события, препятствующие развитию экотуризма в российских регионах, в частности, на Байкале и в Туапсе. Эти «болевы точки» стали информационным поводом для обсуждений в медийном пространстве. Контент-анализ материалов сайта радиостанции «Эхо Москвы» по тематике экотуризма позволяет сделать вывод о пристальном внимании к нему в последние годы экспертного сообщества и росте интереса радиослушателей и читателей; апогей активности обсуждений проблем развития экотуризма приходится на лето 2010 г.

Анализ глобальных трендов и локальных модусов развития экологического туризма имеет колоссальное значение для поддержания устойчивого баланса в социально-экономическом развитии российских регионов. Сегодня эколого-рекреационная проблематика присутствует в ряде учебных дисциплин, преподаваемых для студентов специальности «социально-культурный сервис и туризм» на кафедре менеджмента туристического бизнеса Саратовского государственного технического университета, в курсовых и дипломных работах, которые посвящены темам организации и оценки состояния Хвалынского

национального парка и горнолыжного курорта, формирования экологических троп, обустройства культурно-исторических объектов. В центре внимания студентов находятся экологические проблемы: визуальное загрязнение, стилевая дисгармония, отсутствие концепции развития территории. Представляется своевременным введение спецкурса «Экологический туризм в Саратовском Поволжье», который стал бы системообразующим фактором экологического образования и формирования экологической культуры студентов специальности «социально-культурный сервис и туризм» и бакалавров направления «туризм».

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

Глобальный этический кодекс туризма. Туристическая библиотека [Электронный ресурс]. URL: http://tourlib.net/books_tourism/sakun_pr5.htm (дата обращения 20.04.2008).

Джанджугазова Е. А. Экотуризм: причина популярности и пути развития // Туризм: практика, проблемы, перспективы. 2003. № 6.

Дроздов А. В. Основы экологического туризма. М., 2005.

Ледовских Е. Ю., Моралева Н. В., Дроздов А. В. Экологический туризм на пути в Россию. Принципы, рекомендации, российский и зарубежный опыт. Тула, 2002.

Сайт радиостанции «Эхо Москвы» [Электронный ресурс]. URL: <http://echomsk.ru/> (Дата обращения 19.08.2010).

Чимитов З. Б. Экологический туризм как фактор приобщения людей к ценностям природного и культурного наследия: на материалах Республики Бурятия : автореф. дис. . . . канд. культурологии. Улан-Удэ, 2006.

УДК 338.48

ФОРМИРОВАНИЕ КОМПЛЕКСНОГО ПОДХОДА К РАЗРАБОТКЕ И ПРОДВИЖЕНИЮ УСЛУГ ВНУТРЕННЕГО И ВЪЕЗДНОГО ТУРИЗМА

Е. И. Макринова, Т. Ю. Иваницкая

Рассмотрены модели взаимодействия субъектов и объектов туристической индустрии, приводится пример стратегии комплексного развития территориально-рекреационного комплекса, направленной на максимальное увеличение туристского потока.

Сегодня уже никому не нужно доказывать, что туризм является одним из важных видов экономической деятельности и оказывает существенное влияние на экономику большинства стран и отдельных регионов мира. В последние годы растет внимание исследователей к особенностям формирования туристического рынка в России, поиску новых направлений его развития и механизмов регулирования. Есть все основания полагать, что туризм может выступить важным звеном в диверсификации структуры российской экономики в посткризисный период и стать одним из ключевых качественных факторов экономического роста России в целом и ее отдельных регионов. Однако, несмотря на обнадеживающий поворот внимания властей к туризму, признание его приоритетной отраслью экономики, доходы от туризма в федеральный и местные бюджеты могли бы быть значительно больше, туристские объекты остаются невостребованными вследствие неразвитости инфраструктуры отрасли, несовершенства механизмов государственного регулирования, отсутствия комплексной системы разработки и продвижения туристских продуктов, брендов территорий.

В этих условиях необходима разработка новых подходов к созданию механизмов развития международного въездного туризма; внутреннего въездного туризма; внутреннего локального туризма.

Не следует забывать, что организация туризма в экономически значимых масштабах возможна только при условии функционирования сложной системы — индустрии туризма, и при наличии туристских

ресурсов, которые обуславливают создание нового объекта труда — туристского продукта. Безусловно, основой деятельности по разработке и продвижению турпродукта в рамках комплекса маркетинга является определение и выбор продукта для продажи, который должен быть исключительно своеобразен и не похож на продукцию большинства других бизнесов. Основой туристского бренда является буквально любая эксклюзивная характеристика, вызывающая у потребителя определенный набор положительных эмоций: уникальный природный объект, историческое событие, деятельность известного политика, миф, образ, легенда. Это является необходимым условием эффективной деятельности, направленной на создание уникального потенциала региона, формирование систем новых мест и объектов. Поэтому создание туристского бренда Белгородской области нами рассматривается как комплексное инвестирование в рекреационный потенциал территории, предполагающее как формирование информационного поля, так и создание инфраструктуры, внедрение новых стандартов качества обслуживания, обучение и повышение квалификации персонала (рис. 1).

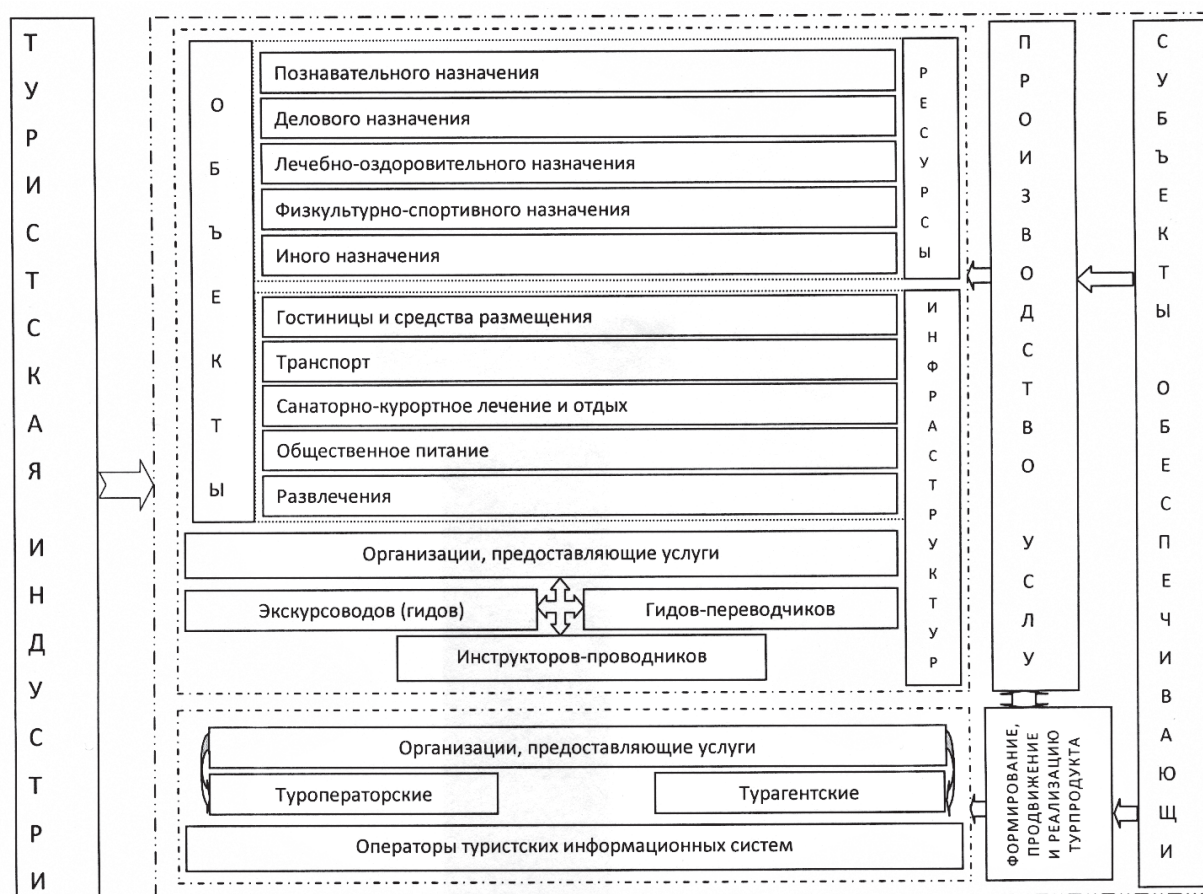


Рис. 1. Модель взаимодействия субъектов и объектов туристской индустрии, участвующих в процессе производства и реализации туристских услуг

Целостное представление направлений развития туристских услуг в регионе невозможно без исследования объема и структуры спроса и предложения и формирующих его факторов (рис. 2).

Результаты исследований, проводимые профессорско-преподавательским составом кафедры, показали, что в основном граждане области предпочитают выездной туризм, а чаще всего — международный. Вместе с тем последнее время отмечен рост туристов, путешествующих в рамках таких экскурсионных программ, как: «Белгородские святыни — храмы Белгорода»; «Земля Белгородская и выдающиеся россияне-белгородцы»; «Прохоровское поле», «На родину поэта декабриста В. Ф. Раевского», «На родину великого актера М. С. Щепкина», «Город Губкин — третий магнитный полюс земли»; историко-религиозные маршруты: в с. Холки Чернянского района, по Иосафовским местам Святого Белогорья.

Оценивая потенциал развития услуг въездного и внутреннего туризма в нашем регионе, необходимо отметить, что одной из сильных сторон является наличие туристских ресурсов, представляющих со-



Рис. 2. Направления маркетингового исследования рынка туристских услуг и факторы, формирующие спрос и предложение

бой элементы туристского предложения. Поэтому именно туристские ресурсы региона выступают основой для разработки туристских маршрутов с последующим формированием единого туристского пространства на основе принципа комплексности и определения его развития как одной из сфер экономики (рис. 3).

Вместе с тем по результатам опросов потенциальных туристов и руководителей туристских организаций в Белгороде и Белгородской области были выявлены факторы, сдерживающие развитие в регионе туристских услуг.



Рис. 3. Формирование туристского продукта на основе принципа комплексности:
 --- — составляющие туристского продукта; n — количество туристских маршрутов, n = 1, 2, ...

К ним относятся: высокая стоимость и узкий спектр услуг; низкий уровень культуры обслуживания; высокий уровень конкуренции и себестоимости региональных туристских продуктов; отсутствие квалифицированных кадров; низкий уровень развития туристской инфраструктуры, прежде всего средств размещения, питания и др. Таким образом, туристская инфраструктура представляет собой свободную нишу для инвестиционных проектов. При строительстве новых отелей их особенностью должно быть соответствие концепции туристского бренда региона, привязка к местному ландшафту, местной истории, стилизация и ярко выраженный национальный колорит. Такой подход уже сегодня успешно применяется в Прохоровском районе Белгородской области.

Следует подчеркнуть, что формирование туристского комплекса на основе интеграции маркетингового, экономического, рекреационного, межотраслевого и инвестиционного подходов, использование которых позволит повысить потребительную ценность услуг, будет способствовать более эффективной их реализации на внутреннем и мировом туристских рынках (рис. 4).



Рис. 4. Подходы комплексного развития туристских услуг в регионе

Важным фактором повышения эффективности функционирования индустрии туризма во всем мире является наличие профессионально подготовленных работников. В связи с этим сегодня на первый план выходит необходимость учитывать особенности и новые тенденции функционирования сферы туризма при определении набора профессиональных компетенций специалистов и формирование целостных программ их подготовки в учебных заведениях. В 2010 г. в Белгородском университете потребительской кооперации состоялся первый выпуск специалистов по сервису и туризму, а также бакалавров туризма. С 2009 г. ведется подготовка по специальностям среднего профессионального образования «Организация обслуживания в сфере сервиса», «Гостиничный сервис», «Туризм». Открыта магистратура по направлению «Туризм».

Сегодняшний работодатель на первый план выдвигает требования подготовленности выпускников к решению конкретных практических задач. В связи с этим возрастает необходимость усиления профессиональной составляющей сервисного образования студентов. В этих целях на кафедре используются нетрадиционные подходы — проведение выездных занятий на базе музеев, объектов индустрии гостеприимства, мастер-классы, привлечение практических работников сферы туризма к чтению специальных дисциплин.

Большое значение для укрепления практикоориентированности учебного процесса имело открытие в мае 2009 г. студенческого туристского агентства «Магеллан», выполняющую важную роль учебной мастерской, на базе которой стала возможной профессиональная самореализация студентов в процессе их обучения в вузе.

Важным направлением совершенствования кадрового обеспечения в соответствии с реалиями современного туристского бизнеса выступает дополнительное профессиональное образование. В 2009 г. профес-

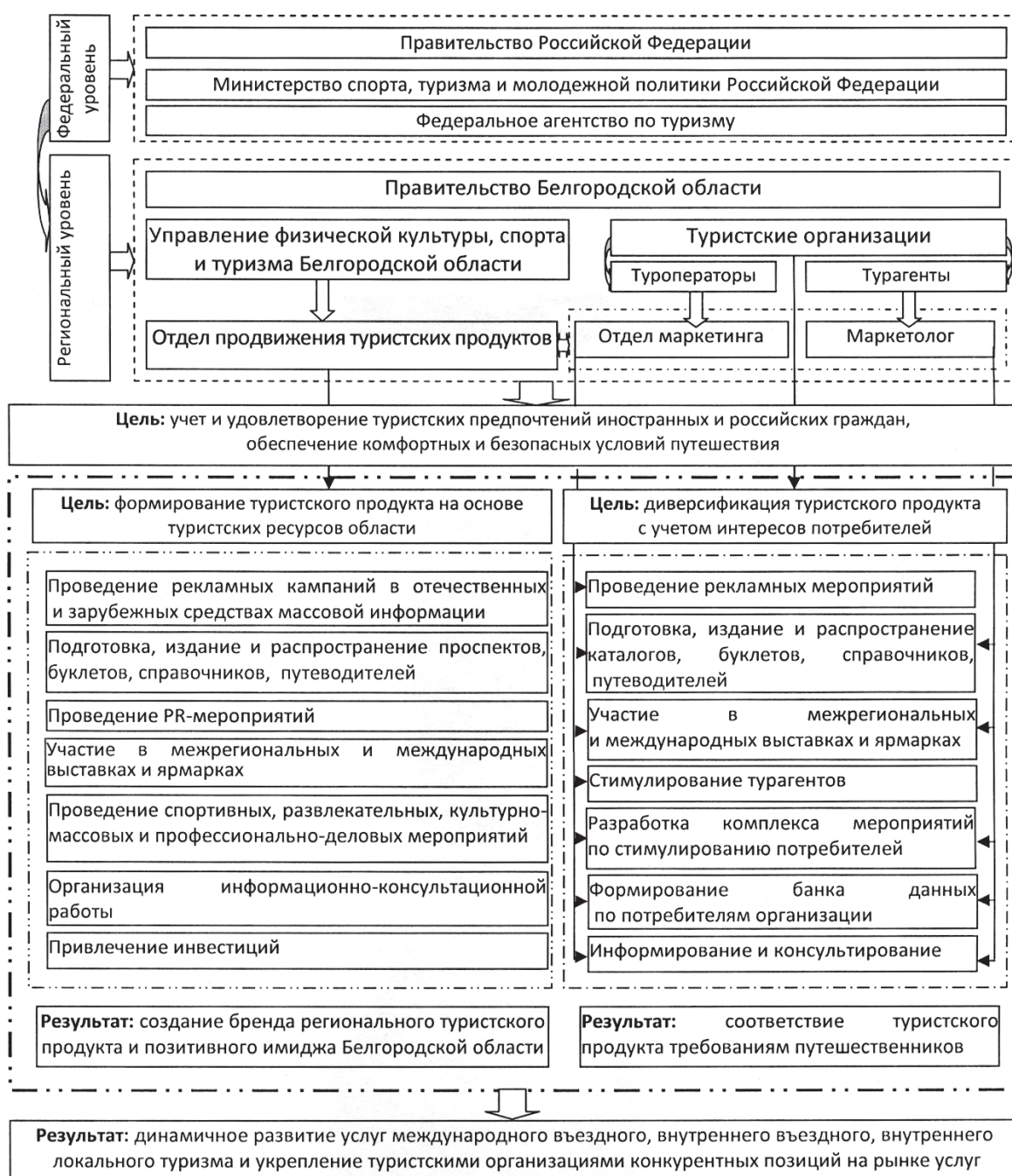


Рис. 5. Система продвижения и стимулирования продаж туристского продукта Белгородской области на мировом, внутреннем и локальном рынках

сорско-преподавательским составом кафедры проведен семинар для специалистов и руководителей турфирм Белгорода «Развитие малого предпринимательства в туристском бизнесе как фактор модернизации экономики и стабилизации социальной сферы в регионе», разработан ряд программ повышения и переподготовки кадров: «Организация и управление туристским бизнесом»; «Клиент-ориентированные сервисные технологии в индустрии гостеприимства»; «Технологии и организация экскурсионной деятельности» и др.

В условиях избыточного предложения рабочей силы на региональном рынке труда выпускающая кафедра делает упор на развитие связей с организациями индустрии сервиса и туризма в целях содействия организации практики студентов с возможностью их последующего трудоустройства. С учетом специфики данной профессиональной сферы актуально налаживание контактов с зарубежными профессиональными учебными заведениями по вопросам международного сотрудничества, стажировок, обмена студентами, участие в выставках, ярмарках, в том числе международных.

В заключение хочу еще раз подчеркнуть, что для повышения туристской привлекательности регионов России, в том числе Белгородской области, стратегия комплексного развития территориально-рекреационного комплекса должна быть направлена на максимальное увеличение туристского потока, а реализуемые инвестиционные проекты — на изменение структуры городского хозяйства и увеличение социально-экономической функции туризма для местного населения. Это возможно только на основе продуманной и грамотно реализуемой туроператорами, органами власти разных уровней и владельцами объектов туристской инфраструктуры политики в сфере разработки и продвижения регионального туристского продукта (рис. 5).

Для определения вклада туристского комплекса в экономику региона может быть использована система показателей, включающая три блока: показатели, характеризующие развитие услуг международного и внутреннего туризма; развитие туристской индустрии и мультипликативный эффект развития услуг (табл.).

Система показателей оценки развития туристских услуг в регионе

Группы показателей	Показатели
Показатели, характеризующие развитие услуг по организации международного и внутреннего туризма	<ul style="list-style-type: none"> — въезд иностранных граждан в Белгородскую область по туристским целям; — въезд граждан Российской Федерации в Белгородскую область по туристским целям; — региональный локальный туристский поток
Показатели, характеризующие развитие туристской индустрии	<ol style="list-style-type: none"> 1. Количественные показатели: <ul style="list-style-type: none"> — общее количество коллективных средств размещения; — количество коллективных средств размещения гостиничного типа; — пассажирооборот на туристских и экскурсионно-прогулочных маршрутах; — количество специализированных средств размещения; — количество организаций общественного питания; — количество учреждений отдыха и лечения, культурно-досугового типа; — памятники археологии, истории и воинской славы, архитектуры, искусства, природы и садово-паркового искусства 2. Объем платных услуг: <ul style="list-style-type: none"> — коллективные средства размещения; — коллективные средства размещения гостиничного типа; — специализированные средства размещения; — туристские; — учреждения отдыха и лечения, культурно-досугового типа 3. Экспорт платных услуг: <ul style="list-style-type: none"> — коллективные средства размещения; — коллективные средства размещения гостиничного типа; — специализированные средства размещения; — туристские; — учреждения отдыха и лечения, культурно-досугового типа
Показатели, характеризующие мультипликативный эффект развития туризма	<ul style="list-style-type: none"> — доля сферы туризма в валовом внутреннем продукте региона; — доля занятости туристской индустрии в общей занятости региона; — доля налоговых поступлений сферы туризма в доходной части бюджета Белгородской области; — доля инвестиций в туристской индустрии в общем объеме инвестиций региона

Однако нельзя забывать, что туризм — явление не только экономическое, но и социально-культурное. В этих условиях возникает объективная необходимость государству в лице местных органов вла-

сти иметь реальный хозяйственный механизм для придания сфере туризма гуманной направленности и сохранения природы, местных традиций и культуры.

УДК 796.51 (571.151)

ОЦЕНКА РЕКРЕАЦИОННОЙ ЕМКОСТИ И РЕКРЕАЦИОННОЙ НАГРУЗКИ ТЕРРИТОРИИ (на примере долины нижней Катунь)

Е. В. Мардасова, В. Е. Адаменко

Проведена оценка рекреационной ёмкости и рекреационной нагрузки на территорию долины нижней Катунь. Проанализировано соотношение полученных показателей для отдельных муниципальных образований административных районов Алтайского региона. Предложены меры по ограничению нагрузки на исследуемую территорию.

Водный туризм является одним из самых массовых и доступных видов в Алтайском регионе. С каждым годом происходит увеличение потока туристов на Алтай, большая часть которых отдыхает у воды и на воде, в основном на территории долины нижней Катунь. Этот участок реки Катунь наиболее интересен для проведения водных походов, так как здесь находится достаточное количество водных препятствий, трудность их прохождения и категория сложности зависят от уровня воды в реке.

Туристская инфраструктура в долине нижней Катунь развита достаточно хорошо. Пункты заброски туристов на водные маршруты находятся вдоль Чуйского и Чемальского трактов, что обеспечивает легкую транспортную доступность к руслу реки. Многочисленные туристические базы расположены в основном на отрезке пути от поселка Рыбалка до поселка Чемал. Здесь же сосредоточены и многочисленные туристско-экскурсионные объекты (озеро Манжерок, Чемальская ГЭС, Камышлинский водопад, Тавдинские пещеры и др.).

Все туристические предприятия, расположенные в долине нижней Катунь, предлагают туристам водные походы и сплавы. Таким образом, организация и проведение водных туров являются наиболее приоритетными направлениями среди других видов отдыха. Кроме этого, в долине нижней Катунь реализуется ряд программ по развитию особых экономических зон туристско-рекреационного типа, таких как «Бирюзовая Катунь» и «Алтайская долина», а также проект по созданию всесезонного горнолыжного комплекса «Манжерок», что ведет к увеличению рекреационной нагрузки на данную территорию.

Важность расчетов рекреационной емкости и нагрузки на долину нижней Катунь связана с необходимостью гармонизации интересов экономики по развитию туристско-рекреационной деятельности и сохранения территорий природного комплекса и обеспечения благоприятного качества окружающей среды. Данный участок максимально используется в рекреационном водопользовании и организации отдыха туристов, что вызывает необходимость сопоставления емкости с фактической рекреационной нагрузкой на территорию. При определении рекреационной емкости и нагрузки была использована методика Д. Р. Абдуллиной и проанализированы статистические данные: общая площадь долины нижней Катунь и ее отдельных участков, количество и площадь населенных пунктов на исследуемой территории, численность постоянных жителей населенных пунктов, общая вместимость туристических комплексов [Абдуллина и др., 2008].

На основе полученных данных была рассчитана рекреационная нагрузка территории по следующей формуле:

$$D_t = \frac{N}{F}, \quad (1)$$

где D_t чел./км² — рекреационная нагрузка на береговые комплексы; N , чел. — число отдыхающих на данном рекреационном участке; F , км² — площадь используемого комплекса.

При расчете нагрузки на рекреационные объекты учитывалась не только численность посетителей, отдыхающих с учетом фактора сезонности, но и жителей, проживающих на данной территории. В долине нижней Катунь расположены 24 населенных пункта, численность постоянного населения которых составила 33665 чел. [Республика Алтай]. При расчете числа туристов использовались статистические данные о вместимости всех туристических предприятий, расположенных на нижнем участке реки Катунь. В результате показатель рекреационной нагрузки составил 102,6 чел./км².

Емкость территории рассчитывалась с учетом системы корректирующих поправочных коэффициентов, учитывающих степень развития экологической инфраструктуры и уровень освоенности рекреационной территории по формуле 2:

$$\sum_t = \frac{M_{нагрузка}}{S_{пл}} * r * f * g * j * q, \quad (2)$$

где \sum_t — показатель природной рекреационной ёмкости территории, чел./км²; $M_{нагрузка}$ — показатель максимальной нагрузки территории, связанный с влиянием антропогенного фактора, чел.; $S_{пл}$ — общая площадь рассматриваемой территории, км²; k, f, g, j, q — система корректирующих поправочных коэффициентов, учитывающих степень развития экологической инфраструктуры и уровень освоенности рекреационной территории (охват рекреационной территории сетями канализации, системой сбора, хранения, транспортировки и утилизации отходов и др.).

Таким образом, максимальная фактическая природная рекреационная емкость территории составила 6,2 чел./км².

Расчет минимальной природной рекреационной емкости данной территории с учетом только постоянно проживающего на территории исследования населения составил 1,7 чел./км².

Для определения оптимальной природной рекреационной емкости территории использовался усредненный показатель, который рассчитывался по формуле 3:

$$\sum_{opt. т} = \frac{\sum_{макс. т}}{\sum_{мин. т}}, \quad (3)$$

где $\sum_{макс. т}$ — максимальная природная рекреационная емкость территории, чел./км²; $\sum_{мин. т}$ — минимальная природная рекреационная емкость территории, чел./км².

В результате получили значение 3,6 чел./км².

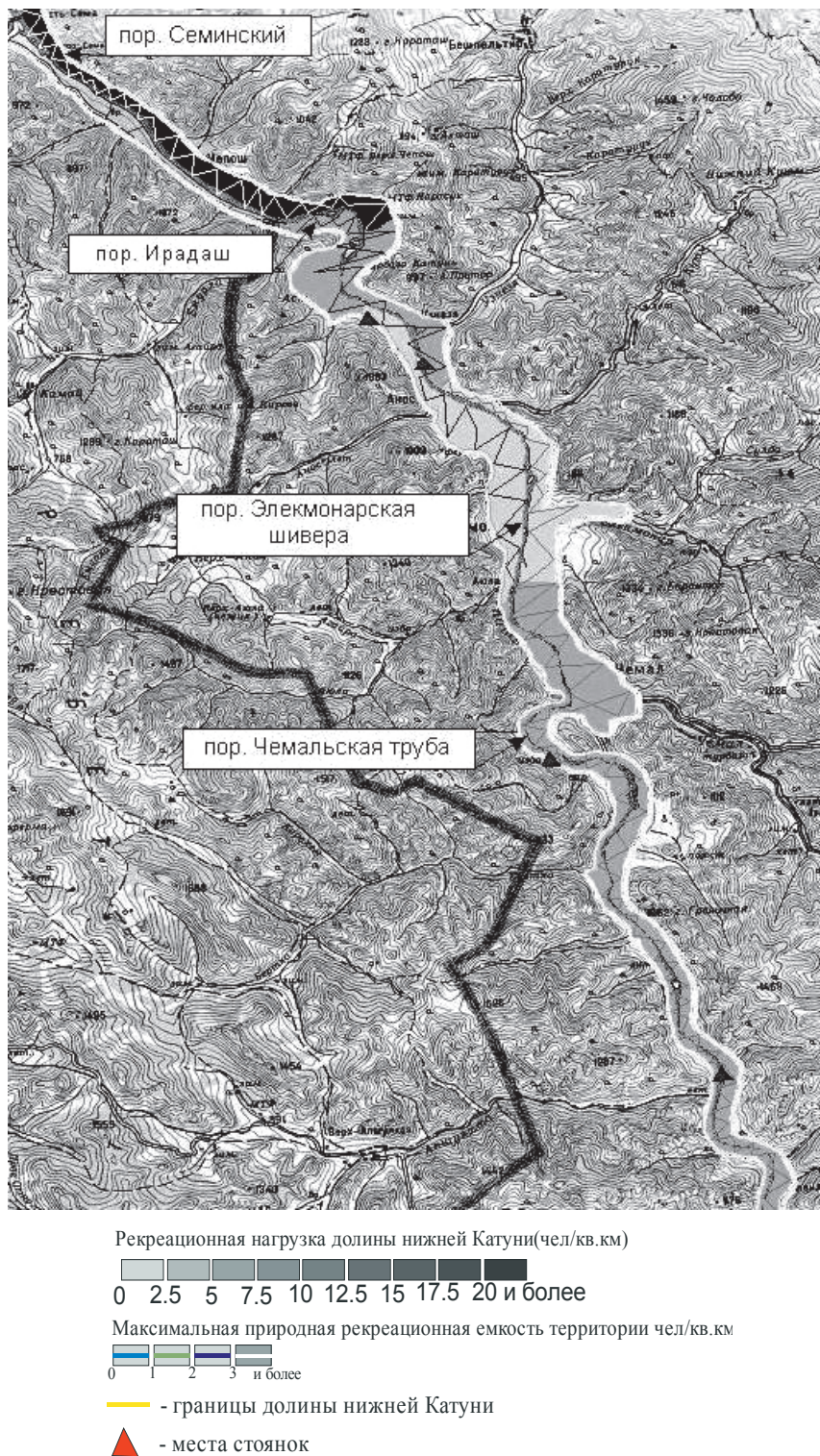
На основе данных результатов можно сделать вывод о значительных превышениях допустимой рекреационной нагрузки на долину нижней Катунь по отношению к ее природно-рекреационной емкости, что связано с ярко выраженной сезонностью массовых туристских поездок в Алтайский регион.

Для пространственной дифференциации были проведены расчеты рекреационной нагрузки и емкости по участкам территорий муниципальных образований (МО), расположенных в долине нижней Катунь — Чемальского, Майминского и Алтайского районов (табл.).

Рекреационная нагрузка и рекреационная емкость муниципальных образований исследуемой территории, чел./км²

Название административного района	Название муниципального образования	Рекреационная нагрузка	Рекреационная емкость
Чемальский (Республика Алтай)	Чемальское	3,2	1,2
	Элекмонарское	2,5	1,4
	Аносинское	0,7	0,3
	Узнезинское	3,5	0,5
	Чепошское	35,4	3,4
Майминский (Республика Алтай)	Муниинское	10,7	0,9
	Манжерокское	10,5	1,4
	Соузгинское	8,2	1,8
	Майминское	104,4	4,7
Алтайский (Алтайский край)	Айское	16,9	2,2

Проанализировав полученные данные, мы составили картосхему, отображающую соотношение рекреационной нагрузки и ёмкости на участки исследуемой территории (рис.).



Соотношение рекреационной нагрузки и рекреационной емкости долины нижней Катунь на территории муниципальных образований Чемальского района

Анализ соотношения природно-рекреационной емкости к реальным нагрузкам на исследуемых участках позволил сделать следующие выводы. Максимальная нагрузка приходится на Чеповское МО. Это связано с тем, что здесь на незначительной по площади сконцентрировано большое количество ту-

ристических предприятий. В разряд максимальной рекреационной нагрузки попадает Майминское МО, где наблюдается наибольшая плотность населения. Немаловажным фактором является его приграничное расположение по отношению к Алтайскому краю. Все остальные участки долины характеризуются средними и минимальными показателями рекреационной нагрузки.

Таким образом, как в общем для всей территории долины нижней Катунь, так и для отдельных ее участков характерно превышение рекреационных нагрузок по отношению к рекреационной емкости. Проанализировав проблемы, возникающие в результате увеличения потока туристов, мы предложили возможные пути их решения. Вариантом снижения рекреационной нагрузки на долину Катунь может стать перенаправление потока отдыхающих на другие природно-рекреационные объекты, перевод природных комплексов в природно-технические системы, налаживание системы сбора и утилизации отходов. Меры по снижению рекреационной нагрузки могут применяться при организации любых видов отдыха, включая проведение водных походов на Катунь.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

Абдуллина Д. Р., Мальцева Н. Н., Потравный И. М. Методика определения природной рекреационной емкости территории // Территория и планирование. 2008. № 4.

Республика Алтай [Электронный ресурс]: муниципалитеты. Официальный интернет-портал. URL: <http://www.altai-republic.com/>

УДК: 338.483 (4)

МЕЖДУНАРОДНЫЙ ТУРИЗМ В СТРАНАХ ЦЕНТРАЛЬНОЙ И ВОСТОЧНОЙ ЕВРОПЫ: ЭКОНОМИКО-ГЕОГРАФИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ

О. А. Мечковская

На основе комплексного экономико-географического анализа международного туризма в странах Центральной и Восточной Европы выявлены тенденции и проблемы устойчивого развития туристского сектора и показана эволюция территориальной структуры туристского пространства в 1990–2000-х гг. Обозначены некоторые направления повышения конкурентоспособности национального туристского продукта стран региона.

В условиях устойчивого постиндустриального развития сектор туристских услуг становится одной из ведущих отраслей хозяйственного комплекса, что определяет актуальность его экономико-географических исследований. Главным объектом современных исследований в географии туризма является туристское пространство мира либо отдельных стран. В то же время остаются неизученными тенденции развития территориальной структуры туризма на региональном уровне, например, в Центральной и Восточной Европе, где идут процессы активной реструктуризации экономики, а туристическое хозяйство выступает мощным стимулятором регионального развития. В связи с этим актуальным считается выявление новых тенденций формирования территориальной организации и предпосылок устойчивого развития туризма в странах Центральной и Восточной Европы на основе комплексного экономико-географического анализа международного туризма.

Методологической основой комплексного экономико-географического анализа явились теории мирохозяйственных связей и конкурентоспособности, пространственной поляризации туристского рынка (И. Пирожник, А. Александрова), туристского пространства (Р. Батлер, С. Лишеwski). Основой анализа является концепция устойчивого развития, предусматривающая системный подход к изучению

тенденций, обусловленных комплексом факторов социально-экономического, естественно-ресурсного и экологического характера. Изучение эволюции научных школ и теоретических подходов к исследованию туристского пространства и применение комплекса различных методов (страноведческого, сравнительно-географических, экономико-математических и других видов анализа) позволяет на новой методологической основе провести сопряженный социально-экономический анализ трансформации всей туристической отрасли и выявить современные тенденции устойчивого развития туризма в странах Центральной и Восточной Европы, которые заключаются в следующих положениях:

1. Регион Центральной и Восточной Европы считается зоной интенсивного развития международного туризма, что стало следствием принципиально новых функциональных особенностей в его пространственной структуре на постиндустриальной стадии развития мирового хозяйства. Основной тенденцией международного туризма стран с переходной экономикой является усиление внутрирегиональных различий в географической структуре.

Новые функциональные изменения в мировой пространственной структуре туризма, связанные с усилением его роли во всех сферах человеческой деятельности, с одной стороны, и динамичным и интенсивным освоением туристского пространства периферийных зон — с другой, привели к ее трансформации, а именно к уменьшению числа регионов со стагнацией в туристском развитии и увеличению зон активного туристского обмена [Мечковская, 2002].

В мировом пространстве Центральная и Восточная Европа — один из динамично развивающихся регионов, что подтверждают ежегодные темпы роста прибытий туристов, которые в 1990-х гг. составляли в среднем 9,3% и в 1,5 раза превышали среднемировые. В первой половине 2000-х гг. ежегодный рост несколько замедлился (5%), однако все равно превышал среднемировой и среднеевропейский уровни. Активизация интеграционных процессов в рамках Европейского союза, связанная с его расширением за счет многих стран Центральной и Восточной Европы, позволяет региону сохранять высокие показатели роста туризма. Немаловажную роль в усилении интенсивности туристского обмена играют дешевые авиалинии. Динамичное развитие туризма в 1990-х гг. позволило региону войти в зону интенсивного развития [Мечковская, 2001].

Основные тенденции географической структуры туризма в Центральной и Восточной Европе: выход региона за рамки внутрирегионального обмена и динамичное развитие пространственной структуры туризма с нарастанием ее поляризации. Это нашло отражение в 4 группах стран по динамике географической структуры. Причем большинство стран региона к концу 1990-х гг. вошло в группу стран с динамичным ростом потоков из стран Западной Европы и других регионов мира.

На фоне тенденции глобализации туризма в регионе выявлены внутрирегиональные различия в уровне его развития. Корреляционный анализ туристских и социально-экономических показателей выявил критерии эффективности туристического сектора: рост доходов населения; занятость в сфере услуг; уровень грамотности и средняя продолжительность жизни [Мечковская, 1998]. Критерии явились основой типологии стран Центральной и Восточной Европы по уровню социально-экономического и туристского развития на 1993, 1996 и 2000 гг., соответствующих основным этапам рыночных реформ. Сравнение типологий показывает тенденцию к усилению внутрирегиональных диспропорций между группой лидеров (Чехия, Польша, Венгрия, Словения, Хорватия) и странами с низким уровнем развития. В настоящее время отставание этих стран по интенсивности туризма и некоторым макроэкономическим показателям (ВНП на душу населения) составляет более 4 раз. Другой особенностью считаются наметившиеся диспропорции в группе с низким уровнем развития, что позволяет разделить их на две подгруппы: с положительной динамикой (Литва, Румыния, Украина, Болгария) и подгруппой в состоянии стагнации (Албания, Беларусь, Молдова, Македония). Таким образом, современной тенденцией социально-экономического и туристского развития в Центральной и Восточной Европе является уменьшение числа стран в стадии стагнации.

2. Основными предпосылками устойчивого развития туризма стран Центральной и Восточной Европы являются: активное внедрение рыночных механизмов в туристский сектор, повышение ранга функций туризма в хозяйственном комплексе от сопутствующей отрасли к дополняющей и ведущей, развитие альтернативного и традиционного туризма на новом качественном уровне и увеличение числа полифункциональных туристских центров.

Основными факторами формирования территориальной структуры туризма на новом качественном уровне в странах Центральной и Восточной Европы являются социально-экономические, связанные

с инвестиционной политикой, внедрением инноваций, развитием интеграционных процессов и созданием благоприятной социокультурной среды. В группе эндогенных факторов основным выступает реформирование туристического сектора, связанное с реформой организационно-управленческой структуры, преодолением монополизма в оказании туристских услуг и созданием условий для конкуренции между производителями. В результате внедрения рыночных механизмов в странах региона произошла стабилизация факторов спроса и предложения в туризме [Мечковская, 2002]. Возможности широкого выхода региона на мировой туристский рынок связаны с усилением роли международного туризма в национальной экономике, что отражает динамика доли туристских поступлений в структуре макроэкономических показателей, показывающая изменение ранга функций туризма в хозяйственном комплексе от сопутствующей к дополняющей и ведущей [Мечковская, 2004]. В настоящее время туризм стал отраслью специализации в большинстве стран (Хорватия, Чехия, Венгрия и др.), о чем свидетельствуют высокие показатели доли доходов в ВВП и объеме экспорта, превышающие соответственно 7 и 10%.

Устойчивое развитие международного туризма в странах региона обусловлено также повышением эффективности использования рекреационных ресурсов, основными направлениями которого являются сохранение имиджа традиционного туризма (лечебно-оздоровительного, познавательного, спортивного и др.) и поиск новых форм его развития на качественно новом уровне. Такие страны (Чехия, Венгрия, Польша и др.) в настоящее время более эффективно реализуют свой туристский продукт, что выражается в росте доходов от туризма, среднегодовые темпы роста которых превышают 10%. В связи с увеличением туристского спроса многие центры специализируются на предоставлении комбинированных услуг, почти вдвое увеличилось число полифункциональных туристских центров, объединенных использованием природно-рекреационных и культурно-исторических ресурсов.

Важным фактором повышения эффективности использования ресурсов является альтернативный туризм, получивший развитие в связи с концепцией устойчивого развития. Принципы устойчивости в туризме сводятся к экологической, культурной и экономической устойчивости.

Альтернативный туризм служит способом обеспечения сбалансированного развития туризма, поскольку, во-первых, способствует сохранению и лучшему пониманию национальной культуры, религии, традиций и обрядов за счет тесных контактов туристов с местным населением; во-вторых, повышает конкурентоспособность страны на туристском рынке за счет активизации использования рекреационных ресурсов страны, создания полифункциональных туристских центров, насыщенных дополнительными элементами туристской аттрактивности; в-третьих, оптимизирует территориальную организацию туризма в стране за счет интенсивного развития периферийных областей; в-четвертых, способствует активному развитию внутреннего и въездного туризма, что усиливает влияние туризма на национальную экономику и платежный баланс. Кроме того, альтернативный туризм рассматривается как противоположность разрушающему природу современному массовому туризму. За счет активизации процесса развития фонда природных охраняемых территорий альтернативный туризм способствует сохранению природной среды. Главная цель — создание условий, соответствующих экологическому и гуманному принципу использования рекреационных ресурсов. Наконец, альтернативный туризм может быть развит достаточно быстро, так как использует общественный транспорт и простые условия проживания; качество сервиса и его цены обычно значительно ниже, чем при обычном туризме, большую роль также играет самообслуживание.

Динамично развивающимися видами альтернативного туризма в регионе являются экологический и фольклорно-этнографический. Многие страны (Чехия, Польша, Словакия и др.) идут по пути расширения сети охраняемых природных территорий, что способствует активному вовлечению ресурсов в экономический оборот (в 1990-е гг. площадь таких территорий увеличилась на 0,3–0,5%) [Мечковская, 2004].

3. Сдвиги в территориальной структуре туризма в странах Центральной и Восточной Европы заключаются в изменении характера освоения туристского пространства от дисперсного (с ярко выраженной деконцентрацией и стагнацией в динамике международного туризма) или очагового (с низкой концентрацией и высокой динамикой) к ареальному (с высокой динамикой и концентрацией туристских функций).

Тенденции территориальной структуры туризма выявлены посредством определения уровня его развития на различных стадиях освоения туристского пространства. Критериями определения уровня развития международного туризма служат показатели его интенсивности и территориальной концентрации. Изучение эволюции территориальной структуры выявило диспропорции в уровне территориальной концентрации и динамике с выделением четырех стадий развития туризма. Страны

с низким уровнем развития туристских функций (Беларусь, Македония и др.) находятся в стадии *зарождения*, отличаются низкой концентрацией (в среднем в группе прибытия туристов не превышают 20 чел. на 1000 чел. местного населения и одного — на 1 км²; поступления составляют около 30 долл./чел.) и стагнацией в динамике туризма, что обуславливает дисперсный характер освоения пространства с вяло текущей колонизацией отдельных участков. В настоящее время в этих районах ощущается недостаточное развитие инфраструктуры и несоответствие ее мировым стандартам качества. Туристское пространство развивается в рамках внутрорегионального обмена и считается малопривлекательным для туристов из дальних регионов, что не способствует развитию туристской функции до ранга ведущей (доля туризма в ВВП — менее 1%). Особенностью таких стран является упрощенная территориальная структура туризма, когда пространство (главным образом зарождения) представлено районами кратковременного отдыха или транзитного туризма.

На стадии *становления* находятся Латвия, Литва, Словакия, Россия и Украина с высокой динамикой экстенсивного развития туризма со среднегодовыми темпами роста туризма в среднем 20%, но низкой степенью освоения туристского пространства, что обуславливает его очаговый характер с тяготением к культурно-историческим центрам, трансграничным зонам, морским побережьям, горным территориям. Наиболее распространенными типами туристского пространства являются становление и ассимиляция, характеризующиеся увеличением притока туристов, которые руководствуются познавательными или оздоровительными мотивами, но находятся на данной территории незначительное время. Примером туристской ассимиляции служат территории с развитой функцией агротуризма, которых много в странах Балтии. Пространство становления развивается на природных рекреационных территориях и в небольших городах — культурных центрах. В обоих типах туризм незначительно влияет на территориальную структуру хозяйства, однако заметно усиление ранга функций туризма от сопутствующей к дополняющей.

Страны с развитой туристской функцией находятся на стадии *развития* (Болгария, Польша, Словения, Хорватия, Эстония) или *консолидации* (Венгрия, Чешская Республика) отличаются высокой динамикой активного туризма и степенью концентрации производства и потребления туристских услуг в крупных историко-культурных городах, пригородных зонах, горных и прибрежных районах, а также на природных охраняемых территориях. Уровень концентрации прибытий превышает 350 туристов на 1000 чел. местного населения и 40 чел./км², доходов — более 150 долл./чел. Плотность средств размещения в 1990-х гг. увеличилась почти в 1,5 раза и в настоящее время составляет в среднем 1,3 мест/км². Например, по этому показателю Чехия (2,9) и Хорватия (3,4) опережают Францию (2,2). Страны отличаются сложной территориальной структурой туризма, что выражается в сочетании как туристских районов и центров разного таксономического ранга, так и нескольких типов пространства (ассимиляция, колонизация, урбанизация), приуроченных к определенным средам отдыха и туризма (приморская, горная и др.). С точки зрения характера освоения пространства здесь выделяется ареальный тип. Одним из наиболее характерных типов пространства, которое сочетается с другими преимущественно в приморских районах или в городах — культурных центрах с пригородами, является пространство колонизации, которое характеризуется процессом устойчивого присвоения и хозяйственного освоения новых территорий в результате появления новых туристских объектов либо центров.

Страны, находящиеся на стадии консолидации, отличаются замедлением темпов роста туризма, но сохраняют высокую степень территориальной концентрации. На этой стадии число иностранных туристов приближается к числу местных жителей. Характер освоения пространства преимущественно интенсивный, многие местности под воздействием туризма превращаются в центры, население которых целиком занято в сфере туризма («Золотой треугольник», Задунайский район в составе городов Печ и Харкань). Этот процесс способствует появлению нового типа туристского пространства — урбанизации. Широкое распространение различных типов пространства обусловлено дифференциацией туристского спроса (транзит, познавательные, оздоровительные и другие мотивы, связанные с длительным пребыванием туристов на данной территории) [Mechkovskaya, 2000, 2002, 2005].

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

Мечковская О. А. Краткий анализ зависимостей между туризмом и уровнем социально-экономического развития страны // Устойчивое развитие населенных пунктов и территорий : материалы конф. Минск, 25–26 нояб. 1998 г. Минск, 1998.

Мечковская О. А. Интенсивность развития международного туризма в странах Центральной и Восточной Европы в период экономических реформ (1990–1998 гг.) // Вестник Белорусского гос. ун-та (БГУ). Сер. 2. 2001. № 2.

Мечковская О. А. Особенности использования рекреационных ресурсов стран Центральной и Восточной Европы для развития международного туризма // Вестник БГУ. Сер. 2. 2004. № 1.

Мечковская О. А. Развитие международного туризма в макрорегионах мира // Региональные проблемы социально-экономической географии: тез. докл. Республ. науч. конф., Минск, 28–30 ноября 2002 г. Минск, 2002.

Mechkovskaya O. The Development Intensity of the International Tourism in Central and Eastern Europe // Conditions of the Foreign Tourism Development in Central and Eastern Europe, 2000. Vol. 6: Changes in model of tourism in the last decade.

Meczkovskaya O. Wplyw Reformy Rynkowej Na Rozwoj Turystyki W Europie Srodkowo-Wschodniej // Turyzm. 2002. №12.

Mechkovskaya O. Territorial Development and Types of Tourist Space in Central and Eastern Europe // Conditions of the Foreign Tourism Development in Central and Eastern Europe, 2005. Vol. 8: Urban tourism — present state and development perspectives.

УДК 338.48 (571.62)

РЕГИОНАЛЬНЫЙ ТУРПРОДУКТ В УСЛОВИЯХ МИРОВОГО ЭКОНОМИЧЕСКОГО КРИЗИСА: ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ НА ПРИМЕРЕ ХАБАРОВСКОГО КРАЯ

З. Г. Мирзеханова

Приводятся общероссийские проблемы, сдерживающие эффективное развитие туризма, а также характеризуются проблемы конкурентоспособности регионального турпродукта в Хабаровском крае. Анализируются препятствия развитию туристических услуг, в том числе связанные с мировым экономическим кризисом. Уделяется внимание прогнозным аналитическим оценкам и тенденциям на рынке туристических услуг с целью учета их в национальной и региональной стратегиях развития туризма.

Туризм стал явлением, которое вошло в повседневную жизнь сотен миллионов людей. Он представляет собой вид деятельности, имеющей огромное значение для жизни современного общества, превращая использование свободного времени в важную форму межличностных связей, а также политических, экономических и культурных контактов, ставших необходимыми в результате интернационализации всех сторон жизни людей в постиндустриальном мире. В России туризм признан одним из приоритетных направлений развития страны в целом и ее регионов в частности. Согласно экспертным оценкам в стране нет субъекта, который не декларировал бы стремление развивать данный сектор экономики, возлагая на него определенные надежды оздоровления экономической ситуации. Регионы Дальнего Востока не являются исключением. В Хабаровском крае туризм рассматривается в качестве одной из ключевых отраслей специализации краевой экономики. Развитию туризма здесь способствуют:

- высокая концентрация и разнообразие уникальных природных и социокультурных ресурсов;
- необычайно выгодное географическое положение края, предопределяющее тесную связь со странами Азиатско-Тихоокеанского региона;
- относительно развитая транспортная инфраструктура;
- колорит национальных культур;

- стремление всех участников туристического рынка к созданию уникального регионального турпродукта и др.

Однако, имея практически все необходимые предпосылки для успешного функционирования данного сегмента сферы услуг, говорить о сложившемся рынке туризма здесь пока не приходится, чему есть вполне реальные объективные и субъективные причины как национального, так и регионального уровня, известные всем участникам рынка и в большинстве случаев ими же и игнорирующиеся.

Туризм представляет собой сложную и высокоинтегрированную в национальную и мировую экономики систему. Поэтому размышлять о «провалах» развития, т. е. поступательного движения вперед, регионального туризма вне связи с российской и мировой ситуацией на рынке туристических услуг ошибочно.

Российский туристический бизнес в настоящее время находится в стадии формирования. По системе показателей (интегрированный индекс) конкурентоспособности туризма, объединяющей 8 интегральных индексов — индексов наличия благоприятных условий для развития туризма, из 130 стран-участниц ВТО Россия сегодня занимает 59-е место по конкурентоспособности туристического сектора экономики, 104-е место по качеству дорог, 108-е — по открытости для туризма, 115-е по ценовой доступности размещения в гостиницах, 122-е по эффективности маркетинговой политики и брендингов туризма. По приоритетности сектора туризма в системе государственной политики страна находится на 127-м месте [Клейман, 2009].

Данная рейтинговая оценка свидетельствует о довольно сложной ситуации в туристической сфере, что находит отражение в крайней неравномерности развития рынка российского туризма. Все национальные тенденции, представленные в интегрированном индексе конкурентоспособности сферы отдыха, отражаются в региональных показателях, в большей части еще более неприглядных.

Объем выездного туризма в России, а тем более ее удаленных от центра территорий, преобладает над объемами въездного. А для развития экономики страны и ее регионов необходимо развивать внутренний туризм, тем более, что для этого имеются все предпосылки, а ресурсные туристические возможности могут удовлетворить спрос любого потребителя туристских услуг.

Между тем интегрированность экономики страны в мировое хозяйство вынуждает следовать обозначенным мировым сообществом приоритетам и учитывать мировые тенденции развития. Так, например, современные технологии позволяют как бы путешествовать по миру в отдельно взятой стране. Зимние виды отдыха в Объединенных Арабских Эмиратах, знакомство с природными зонами земного шара во многих природных парках США и подобное свидетельствуют о том, что в настоящее время реальные свойства ресурсов играют лишь относительную роль в создании привлекательного образа туристической территории.

Современный кризис, поставив отрасль на грань выживания, заставил взглянуть на проблемы туризма под другим углом зрения, что дало возможность выявить дополнительные причины, не позволяющие туристическому бизнесу занять лидирующие позиции в экономике страны в целом и ее регионов в частности.

Наиболее острыми и приоритетными для решения обозначены следующие проблемы:

1. Значительный физический и моральный износ большого числа объектов туристической индустрии, построенных еще в советское время.
2. Острый недостаток (свыше 60%) гостиничной и развлекательной инфраструктуры. В России дефицит современных гостиниц в наиболее популярных 24 туристических регионах страны, по оценкам экспертов, составляет 47%, индустрии развлечений — 32%.
3. Повсеместно ощущается труднодоступность туристических центров в связи:
 - с низкой пропускной способностью аэровокзалов, отсутствием в них принятого в мире уровня комфорта, сервиса и услуг, что отпугивает иностранных туристов с высоким уровнем доходов;
 - дороговизной транспортных услуг, обусловленной монополизмом перевозчиков и огромной протяженностью страны;
 - низким качеством магистральных автотрасс и отсутствием их на огромных пространствах Дальнего Востока.
4. Многих потенциальных туристов отпугивает сложность и несовершенство паспортно-визовых и таможенных процедур при низком уровне культуры обслуживания таможенных служб. Европейцы и американцы попадают во многие страны мира без виз, а в Россию — только с визой, которую еще и непросто получить.

5. Государство не проявляет должного интереса к эффективному развитию отрасли, что выражается в следующем:
 - неразработанности экономических механизмов использования туристических ресурсов и эффективного управления ими;
 - неэффективной налоговой политике государства, вынуждающей завышать цены на все сопутствующие туризму услуги;
 - отсутствии необходимого финансирования на продвижение национального (не говоря уже о региональном) туристического продукта. В 2008 г. на продвижение национального продукта в России было выделено 4 млн евро. В то же время на эти же нужды в Румынии израсходовано 6, Франции — 27,3, Ирландии — 64,2, Великобритании — 52,3, Австралии — 91, Испании — 96,2, Греции — 114, Турции — 120,0 (из них 12,0 млн евро только на рекламу в России) млн евро. Расходы Кипра только на рекламу в России составляют столько же, сколько Россия тратит в совокупности на все страны [Писаревский, 2009]. Маркетинговый бюджет отрасли на ближайшие годы сохранит данное соотношение;
 - низким уровне рекламной деятельности по созданию имиджа туристических центров и отдельных объектов.
6. Традиционной российской, а значит, и региональной проблемой является дефицит квалифицированных кадров, что выражается в потребности омоложения кадров (например, в гостиничном бизнесе Москвы около 60% персонала старше 40 лет), совершенствования профессиональных навыков, особенно в работе с иностранцами.
7. Российское законодательство также тормозит развитие отрасли, что выражается:
 - в неразработанности правовой базы отрасли;
 - непродуманности правовых регламентов инвестиционной политики, например, в пределах особо охраняемых природных территорий.
8. Сферу российского гостеприимства отличает низкий уровень сервиса при неадекватно высоких ценах.
9. В самой сфере туризма в сравнении с другими странами очевидны следующие недостатки:
 - необоснованное завышение цен на услуги создает неблагоприятную ситуацию для отдыха. Так, в 2009 г., в условиях кризиса и общего снижения туристских потоков, цена на отечественных курортах была на 30% выше, чем за рубежом;
 - разобщенность и отсутствие корпоративного интереса у участников туристического рынка;
 - отсутствие специализированных туроператоров, постоянно действующих механизмов передачи опыта и повышения квалификации;
 - информационный дефицит и слабая разработанность методологических основ системного учета туристических ресурсов и реализации теоретических поворотов на практике.
10. Обилие негативной информации о социальной и криминогенной обстановке в регионах страны является важным барьером не только для иностранных гостей, но и соотечественников, планирующих путешествие в России.

Естественно, данный перечень общероссийских проблем, сдерживающих эффективное развитие туризма, далеко не полный. К нему можно добавить и низкий уровень инновационных инициатив при формировании отечественного туристического продукта, и отсутствие комплексных программ по развитию туризма в большинстве регионов страны, и многое другое.

В итоге предпринимательская среда для развития туризма находится в эмбриональном состоянии, а призывы развивать внутренний туризм часто звучат «в никуда». По данным Росстата, у нас на тысячу человек в 2007 г. было 8 малых предприятий, для сравнения: в США — 70. При этом 70% занятых в туризме работают в малых предприятиях.

Решение данных проблем в условиях мирового кризиса является основой оздоровления ситуации на внутреннем рынке туристических услуг. По мнению многих экспертов, кризисная ситуация дает шанс вывести отрасль на новый уровень при условии кардинального изменения государственного подхода к развитию регионального туризма.

У регионов должен быть шанс привлечения туристов за счет активного маркетинга, льгот для предпринимателей, информационной поддержки игроков туристического рынка. Для этого нужны новые концепции ликвидного регионального турпродукта. Пока во многих субъектах Российской Федерации

таких стратегических планов либо нет, либо они слабо проработаны. В большей части регионов страны отсутствует и брендинговая политика. Например, по дальневосточным регионам только Камчатский край имеет узнаваемый на рынке туристический бренд. Специфика региональных ресурсов туристической индустрии, особенности развития регионов, государственная поддержка отрасли на «местах» должны найти отражение в стратегии развития региональных рынков туристических услуг.

В настоящее время многие регионы страны принимают целевые программы, отражающие основные направления туристической деятельности на ближайшее десятилетие. В Хабаровском крае разработан проект концепции целевой программы «Развитие въездного и внутреннего туризма на период 2013–2020 годы». Для формирования и последующей реализации программы очень важно знать ситуацию в туристической сфере на мировом и национальном рынках. Так, например, в связи с кризисными явлениями в мире национальная и региональная стратегии развития туризма должны учитывать следующие тенденции, обозначенные в прогнозных аналитических оценках на рынке туристических услуг:

1. Существенным образом изменится структура спроса на рынке, динамика делового туризма будет опережать рост туризма в целях отдыха, достигнув 25–30%.
2. Средняя продолжительность поездок сократится из-за увеличения количества отпусков. В начале 1990-х гг. люди планировали два отпуска по 14 дней. В начале третьего тысячелетия — три отпуска по 9 дней. Сейчас отмечаются предпочтения в недельных отпусках, но 4 раза в году.
3. Уменьшение периода отдыха отразится на спросе, приоритеты будут отданы комбинированным турам. Эксперты выделяют следующие наиболее востребованные комбинации: деловой — культурно-познавательный — круизы — SPA; спортивный — природный — религиозный — SPA; городской — пляжный — культурно-познавательный — SPA. Экологический туризм, который позиционируется многими регионами страны, в том числе и Хабаровским краем, не выделен в качестве приоритетного направления.
4. Ожидается и постепенное смещение организованного туризма к самостоятельному. По прогнозным оценкам, к 2013 г. более 60% туристов будут путешествовать, не прибегая к услугам туристических фирм. Это вынудит фирмы расширять спектр нестандартных видов отдыха.
5. Для повышения своей устойчивости на рынке российским игрокам следует укрепить горизонтальную и вертикальную интеграции бизнеса.
6. Развитие интернет-технологий неизбежно приведет к увеличению доли прямых продаж транспортных компаний и снижению агентской комиссии за продажи транспортных услуг. Введение системы стимулирования покупателей через Интернет усугубит положение туристических агентств по этой части доходов.
7. Завышение цены на размещение и питание на популярных курортах и в местах отдыха не способствует созданию совместных турпакетов с участием всех игроков рынка. Потребители, четко реагируя на ценовую ситуацию, в значительной степени будут перемещаться в сторону неорганизованного отдыха, тем самым оставляя без клиентов туристические фирмы [Харламов, 2009].

Хабаровский край может занять на рынке туристических услуг достойное место, приняв во внимание мировые тенденции, довольно сложную ситуацию на внутреннем рынке и сделав «ставку» на уникальность и ресурсное разнообразие территории [Основы разработки..., 2005]. Ресурсный потенциал здесь реален для формирования регионального туристического продукта с обозначенными приоритетными комбинациями туристского спроса и новыми условиями развития туристического рынка, откорректированными современными требованиями [Туристическое районирование..., 2009].

Современный уровень развития туризма в Хабаровском крае позволяет выделить и в ближайшее время акцентировать внимание на нескольких направлениях туристической деятельности с учетом тенденций системного мирового кризиса, формирующегося рынка туристических услуг, территориально-пространственной специализации ресурсов и имеющейся инфраструктуры, а также особенностей спроса стран-соседей:

1. Круизные туры по великой реке мира — Амуру. По направленности это познавательно-развлекательный тур для любителей спокойного комфортного отдыха с элементами спортивной рыбалки и использованием историко-этнографических ресурсов.
2. Спортивно-приключенческие туры по основным «сплавным» рекам, с элементами спортивной рыбалки, познавательной направленности.

3. Спортивно-приключенческие туры по маршрутам первооткрывателей и знаменитых естествоиспытателей с элементами историко-географической, историко-культурной направленности.
4. Историко-этнографические туры на территории традиционного природопользования с элементами участия в обучении основным ремеслам малочисленных народностей Севера.
5. Эколого-биологические туры в «тайны» заповедной природы на территориях буферных зон заповедников и национальных парков.
6. Познавательные-развлекательные туры по столице Дальневосточного федерального округа с элементами участия в национальных праздниках, музыкально-развлекательных шоу: «Культурный Хабаровск», «Музыкальный Хабаровск», «Новогодний Хабаровск» и др.
7. Оздоровительно-рекреационные и спортивно-развлекательные туры в пригородной зоне Хабаровской и Комсомольской урбанизированных территорий.
8. Лечебно-оздоровительные туры, основанные на уникальных, не имеющих аналогов в России бальнеологических природных ресурсах.

Учитывая приоритеты социально-экономического развития территории края, определяемые федеральными и целевыми программами, стратегия развития сектора рекреации в концепции развития въездного и внутреннего туризма на 2013–2020 гг. предусматривает активизацию инвестиционной деятельности по трем основным направлениям:

- развитие речных и морских круизов;
- создание рекреационных зон вокруг крупных городских агломераций;
- создание лечебно-рекреационных центров на базе имеющихся бальнеологических ресурсов.

Развитие данных направлений туризма в крае предусматривает привлечение финансовых ресурсов из средств федеральных целевых программ, что создает реальные условия для эффективного осуществления намеченных планов. При этом туристические маршруты по другим направлениям не останутся без внимания. Таким образом, если обозначенные в рамках соответствующей региональной программы проекты будут реализованы в жизнь при поддержке Правительства РФ, можно будет с уверенностью сказать, что въездной туристический бизнес в пределах Хабаровского края начал функционировать более эффективно. Опыта дальневосточникам в этом отношении не занимать. Так, например, в 1971 г. на Дальнем Востоке было учтено 280 тыс. организованных туристов, находившихся в походах около 3 млн человеко-дней [Шейнгауз, 1980].

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

Клейман А. А. Стратегия туристского бизнеса в России в условиях финансово-экономического кризиса // Вестник НАТ. 2009. № 4 (12).

Писаревский Е. Л. Актуальные вопросы государственного регулирования туризма в РФ // Туризм и рекреация: фундаментальные и прикладные исследования: материалы IV международной науч.-практ. конф. М., 2009.

Харламов А. В. Глобальный экономический кризис и развитие туристической отрасли // Вестник НАТ. 2009. № 4 (12).

Основы разработки кадастра туристических ресурсов (на примере Хабаровского края). Хабаровск ; Владивосток, 2005.

Туристическое районирование территории (на примере Хабаровского края). Хабаровск ; Владивосток, 2009.

Шейнгауз А. С. Лесное хозяйство и система природопользования Дальнего Востока // География и природные ресурсы. 1980. № 1.

Работа выполнена при финансовой поддержке проекта ДВО № 9-III-A-09-493, гранта РФФИ — правительства Хабаровского края 10-05-98011.

ТУРИСТИЧЕСКИЕ РЕСУРСЫ ПОСЕЛКА БИСЕРТЬ

О. А. Новгородова

Показаны туристические ресурсы посёлка Бисерть Нижнесергинского района Свердловской области. Внесены предложения по их реализации.

На Урале немало мест, которые не имеют особо широко разрекламированных достопримечательностей, но таят в себе особое обаяние российской глубинки, и в этих местах также необходимо развивать туризм — прежде всего для жителей самих этих мест. Особое внимание мы хотели бы уделить поселку Бисерть, который находится в Нижнесергинском районе Свердловской области.

В 1735 г. по распоряжению государственного деятеля, историка, в ту пору — главноуправляющего уральскими казёнными заводами Василия Никитича Татищева в районе будущего селения Бисерть переселенцами из Кунгурского уезда были построены три крепости: Верх-Бисертская, Кленовская и Бисертская. Крепости были построены с целью устройства здесь станции для проезжих и охраны Московского тракта от возможного нападения башкир. Была выстроена деревянная стена, селение снабжено ружьями и пушками [Рундквист, Задорина, 2009].

А в 1736 г. Татищев в своём научном труде «Общее географическое описание всея Сибири» подробно и аргументированно обозначил прохождение границы в «российских пределах» между частями света по Уральскому хребту. Исходя из этого Бисерть — поселение «европейское», так как оно находится на 80 километров западнее известной стелы «Европа — Азия» и в 120-ти километрах от Екатеринбурга. Расположено оно в пойме реки Бисерть на 306 м над уровнем моря, наивысшая точка — 500, низшая — 230 м [Вофси, Иглин, 1961].

В те времена на Урале довольно активно занималась горно-заводской деятельностью известная династия Демидовых. Так, в 1761 г. одним из ее представителей — Григорием Акинфиевичем Демидовым — в Бисерти был построен и запущен металлургический завод. В ноябре 1761 г. пущен в действие первый молот дляковки железа, заложена плотина. На улице, которая раньше называлась Шанчера, что по-марийски означает «Щепная», был построен первый деревянный храм в Бисертском поселении «Во имя Рождества Христова» и освящен в 1788 г. Ныне в здании бывшего храма находится профессиональный колледж имени Демидовых [Вофси, Иглин, 1961].

В 1942 г. этот населенный пункт получил статус рабочего поселка Бисерть. К тому времени там находились центры металлообработки и деревообрабатывающей промышленности (производство древесины, пиломатериалов, мебели). Сейчас Бисерть является одной из 67 территорий Свердловской области, которые получили статус городского округа [Вофси, Иглин, 1961].

В районе нашего поселка — богатые леса, по составу они преимущественно смешанные. Уже около 250 лет лес вырубается. Раньше это делали ради заводских и строительных нужд и на дрова, теперь лесозаготовительное и лесоперерабатывающее производство ведет леспромхоз и отдельные предприниматели [Вофси, Иглин, 1961].

Район характеризуется богатством фауны: здесь водятся лоси, косули, с недавнего времени появились кабаны, попадают также медведи, волки, красные лисы, рыси, зайцы, белки, мелкие хищники. В хвойных лесах встречаются глухари, тетерева, рябчики, серые куропатки [Вофси, Иглин, 1961].

Все речки в нашем районе впадают в реку Бисерть и ее притоки. Она имеет протяженность около 160 км и впадает в реку Уфу. Ее притоки — Чигишан, Барышан, Мельничная, Баская и другие — характеризуются быстрой горной струей и кристально чистой водой. Они подпитываются горными ключами. В водоемах водится рыба — в основном окунь, чебак, ерш, щука, налим, лещ, пескарь, хариус.

Территория, прилегающая к Бисерти, по природным условиям относится к низкогорному южно-таежному району Свердловской области. Большинство хребтов, называемых здесь увалами, простирается на десятки километров. Вершины увалов обычно покрыты выходами на поверхность каменистых горных пород. Содержимое этих выходов — песчаники, глинистые сланцы, конгломераты кварца и полевого шпата, имеются залежи железной руды. До 1925 г. заводская домна работала на местной

руде с содержанием железа до 45–50%. Есть даже проявления нефти и газа, но промышленная разработка их не ведется.

По климату район Бисерти — горноуральский, здесь долгая многоснежная зима, поздняя холодная весна, прохладное короткое лето и ранняя дождливая осень. В год выпадает от 500 до 520 мл осадков. Снежный покров держится в среднем 170 дней в году [Вофси, Иглин, 1961].

Итак, Бисертский городской округ, с виду неприметный, хранит в себе интереснейшую историю, удивительные уральские пейзажи и целую кладовую природных ископаемых. Но, к сожалению, все это богатство по сей день остается неосвоенным. На сегодняшний день в поселке совершенно не развит туристический сектор. Поэтому наши предложения связаны с его развитием через оборудование специальных мест и привлечением туристов на данную территорию.

Представляется, что гостям нашего поселка интересно было бы посетить исторические места, полюбоваться пейзажем и отдохнуть на природе. А у жителей поселка, в свою очередь, расширились бы возможности в проведении досуга.

В Бисерти есть пруд, по которому можно пустить лодки. Катание на лодках в летнее время по Бисертскому пруду можно совместить с экскурсией: показать плотину, сделать остановку и пройти к ней; полюбоваться природой, остановиться на «трех соснах» — так местные жители называют место у пруда, где часто собираются отдыхающие. Здесь необходимо оборудовать беседку, место для костра, обеда и отдыха. Туристы, наверняка, захотят искупаться в пруду, поэтому необходимо обезопасить это место. Рядом с плотиной, где туристы будут гулять, есть ключ, он оборудован в виде каменного домика, о котором можно придумать легенду, чтобы тем самым украсить рассказ экскурсовода.

Поселок Бисерть находится в глубинке, как бы в чаше, и там есть несколько мест, откуда видна вся панорама поселка. Их необходимо также оборудовать, чтобы туристы, приходящие туда, смогли наслаждаться прекрасным видом и сделать несколько фотографий. Как раз на одном из таких возвышений я и предлагаю поставить постамент «Европа-Азия» в честь 280-летия поселка. На остальных, для привлечения интереса туристов, можно также установить постаменты, но уже другого содержания, например, возрождая традицию русского православия, устраивать праздник во имя Петра и Февронии, куда бы могли приходить семейные пары в день свадьбы и просто влюбленные. На основе только этого администрация музея поселка уже могла бы составлять программы организации событийных мероприятий с проведением концертов.

В Бисерти также есть два парка культуры и отдыха при, но они, к сожалению, не оборудованы. Когда-то давно, пока завод поселка еще не перешел в частные руки, в одном из парков было установлено колесо обозрения, качели в виде лодочек, тир, а сейчас от этого не осталось ничего. Наше предложение направлено и на то, чтобы восстановить эти парки. Ведь если в них будет все оборудовано и развит сервис, то население не останется безучастным, люди семьями будут приходить туда, особенно в летом, а зимой там можно заливать каток и оборудовать пункт проката и горячего быстрого питания.

Существует версия, что на территории поселка находятся залежи алмазов. Но их разработка не осуществляется ввиду нерентабельности предприятия по их добыче. Однако, на наш взгляд, это благодатная тема для легендирования Бисерти. В действующем музее поселка можно разместить макет алмаза, а на окраине поселка, примерно в двух километрах от музея и центра, оборудовать туристскую тропу «В поисках алмазов», на которой организовать место стоянки. На тропе можно организовать экскурсионно-анимационную программу, которая в игровой форме позволит туристам самостоятельно поискать «алмазы» (естественно, ненастоящие).

В заключение отметим, что наши предложения направлены на создание благоприятных туристических условий и, как следствие, на привлечение финансовых потоков в поселок Бисерть. Представляется, что он будет пользоваться успехом и среди местного населения, и среди гостей.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

- Вофси И. М., Иглин А. С. 200 лет Бисерти. Свердловск, 1961.
Жирнов В. Н. Моя жизнь. М., 2009.
Рундквист Н. А., Задорина О. В. Иллюстрированная краеведческая энциклопедия. Екатеринбург, 2009.

УДК 338.482.2

РАЗРАБОТКА КОММУНИКАЦИОННОГО КОМПЛЕКСА ТУРИСТСКОЙ ФИРМЫ

Л. Б. Нюренбергер

Исследуются коммуникационные аспекты деятельности предприятий сферы услуг, в том числе туристских. Доказывается, что именно коммуникационный комплекс в современных условиях может рассматриваться как наиболее действенный инструмент повышения эффективности функционирования туристической фирмы.

Разработка и принятие маркетинговых решений в системе туристического предпринимательства базируются на трех аспектах понимания маркетинга: маркетинг как философия, способ организации деятельности турфирмы и инструментарий, воздействующий на процесс обмена, в который вступают и в котором непрерывно взаимодействуют субъекты этой системы. Как философия, маркетинг требует, чтобы им как концепцией туристского бизнеса овладел каждый работник. Однако этого еще недостаточно, так как маркетинг требует соответствующего способа организации данной деятельности. В условиях единой философии организации туристского бизнеса, нацеленной на установление партнерских отношений с клиентами, сотрудники должны иметь возможность обмениваться информацией, координировать свои планы и их выполнение. Отсутствие барьеров между функциями и сотрудниками, распространение философии маркетинга по всей организации становится важным преимуществом в конкурентной борьбе. Однако знание философии маркетинга, умение управлять бизнес-идеями не могут быть достаточными для организации эффективного предпринимательства в сфере туризма. Необходим еще и инструментарий — совокупность способов, методов, с помощью которых можно было бы воздействовать на клиентов и другие субъекты системы туристского маркетинга для достижения поставленных целей.

Таким инструментарием, как уже говорилось, является комплекс маркетинга. В сфере туристского предпринимательства, с нашей точки зрения, инструменты маркетинговой политики будут выглядеть следующим образом (табл.).

Инструменты маркетинговой политики турфирмы

Товарная политика	Договорная политика	Распределительная политика	Коммуникационная политика
Качество Фирменная политика Политика дифференциации Ассортиментная политика Политика гарантий и обслуживания клиентов	Политика цен турпродуктов Условия оказания и оплаты Политика рекламы Политика дифференциации схем оплаты	Анализ и выбор каналов реализации услуг Маркетинг-логистика Политика размещения Политика местонахождения клиентов и рынков	Организация взаимодействия менеджеров с субъектами системы маркетинга Планирование и организация бизнес-коммуникаций Реклама Прямой маркетинг Стимулирование Личная продажа Организация связи с общественностью

Каждый субмикс туристского маркетинга содержит как тактические, так и стратегические инструменты. Считается, что большое стратегическое значение имеют инструменты товарного, договорного и распределительного субмиксов, тогда как коммуникативный микс как инструмент, обеспечивающий информационную осведомленность фирмы, имеет тактическую значимость. Однако в условиях маркетинга взаимодействия коммуникативный микс приобретает все большее стратегическое, а не только тактическое значение.

Соотношение элементов комплекса маркетинга в туристской сфере имеет свои особенности. Турфирмы производят специфичный товар в виде услуг, не имеющих натурально-вещественного выражения и материализующихся в договорах в жестких конкурентных рамках. Очевидно, что в этих условиях

при продвижении туристских услуг такие элементы комплекса маркетинга, как цена и распределение, перестают играть основополагающую роль в комплексе туристского маркетинга. При индивидуальном продвижении услуг потребителем, согласно философии маркетинга отношений, на первое место выдвигается функция взаимодействия и установления партнерских отношений, а функции цены и распределения также не играют основополагающей роли.

Таким образом, можно говорить, что ведущим элементом в комплексе маркетинга отношений туристских услуг являются коммуникации.

Современная наука рассматривает явление коммуникации с самых различных позиций. В общем смысле под коммуникациями понимают распространение, передачу информации, сообщений (мыслей, сведений, новостей и т. п.), т. е. все методы и формы передачи информации и влияния на избранную аудиторию. С социологической точки зрения это сложный, многократно расчлененный процесс воздействия на объекты, с множеством промежуточных результатов, механизм, посредством которого осуществляются взаимоотношения между людьми. С точки зрения социальной психологии в сфере как общественных, групповых, так и личных отношений — это специфический процесс общения и взаимодействия людей при помощи языка или других знаковых систем. С точки зрения экономики — не менее сложный процесс обеспечения связи между субъектами хозяйственной жизни, включая потребителей.

Несмотря на многообразие определений коммуникаций, общая их характеристика состоит в том, что явление коммуникации в целом и маркетинговых коммуникаций в частности представляет собой органично-целостный системный объект. У такого объекта связи между элементами носят взаимный характер и описываются нелинейными зависимостями, т. е. они взаимообусловлены, а следовательно, сложны, многосторонни, многообразны. Сложность маркетинговых коммуникаций заключается в следующем:

- наличие в них большого числа различных типов процессов;
- все эти процессы важны для эффективного функционирования системы;
- формы протекания процессов не фиксированы и непостоянны;
- каждый процесс находится в тесной зависимости от результатов предыдущего и от информации, полученной из окружающей среды;
- в ходе достижения различных целей одни и те же процессы, выполняющие одни и те же функции, используются в самых разнообразных контекстах и сочетаниях;
- последнее часто порождает иерархические, повторяющиеся и рекурсивные (взаимосвязанные) по своей природе эффекты.

По структуре различают два вида коммуникаций: межличностные (или простые) коммуникации — это общение и взаимодействие и неличностные (массовые) коммуникации — это процесс манипулирования средствами и методами коммуникаций. В литературе достаточно подробно описаны эти два типа коммуникаций и их отличия. Отметим только, и это важно для нашего исследования, что и та, и другая модели коммуникации характеризуются наличием обратной связи.

В случае межличностной коммуникации обратная связь носит явный, или произвольный, характер. Именно благодаря такой обратной связи коммуникатор уже в ходе передачи сообщения может воспринимать результаты своей деятельности, соотносить их с поставленными целями, а следовательно, при необходимости корректировать свое поведение.

В случае неличностной (массовой) коммуникации обратная связь носит неявный характер и даже, на первый взгляд, может не обнаружиться, особенно в случае единичного акта (или серии единичных актов) массовой коммуникации, или когда коммуникатор (например рекламодатель) не прилагает никаких усилий по ее налаживанию. Но даже в этих случаях коммуникатор обнаруживает обратную связь в изменении статистики продаж, в динамике финансовых показателей, в беседе (взаимодействии) со своими клиентами, так как он не изолирован от внешней среды. Таким образом, в массовой коммуникации обнаруживается естественное наличие обратной связи, какой бы длинной она ни была.

УДК 061.75

СОЗДАНИЕ ЦЕНТРОВ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ТУРИЗМА В СТРУКТУРЕ УНИВЕРСИТЕТОВ

В. Л. Погодина

Обосновывается необходимость подготовки магистров образования по профилю «образовательный туризм». определяются квалификационные характеристики специалиста с использованием компетентностного подхода.

Система высшего образования России переживает в настоящее время период активного реформирования. Гуманитаризация высшего образования предполагает подготовку не только хорошего профессионала, но и всесторонне образованного, культурного и эрудированного человека. С точки зрения содержания образования это дает возможность разнообразить учебные планы, что позволяет сделать процесс обучения более увлекательным для обучающихся. Использование разнообразных форм учебной и внеучебной деятельности дает возможность расширить спектр средств, предназначенных для формирования универсальной и профессиональной компетентности будущих выпускников.

В российской высшей школе содержание профессиональной деятельности специалиста традиционно рассматривалось через различные категории: цели образования, виды деятельности, профессиональные задачи, умения, качества, компоненты, функции образовательного процесса. Современные требования определения сущностных характеристик профессиональной деятельности выпускника вуза основываются на компетентностном подходе. Компетентностный подход положен ныне в оценку качества образования. Такой подход утверждает необходимость задачного построения содержания подготовки, создания условий для выбора и построения индивидуального образовательного маршрута, активной самостоятельной образовательной деятельности, комбинирование независимой и аутентичной оценки. При этом компетентность следует понимать как интегральное качество личности, определяющее способность решать задачи на основе знаний, опыта, мотивации и ценностных ориентаций [Байденко, 2006].

Спектр используемых образовательных технологий обучения студентов постоянно расширяется. Одной из эффективных технологий является образовательный туризм.

Образовательными следует считать туры, организуемые в рамках познавательного туризма, целью которого является выполнения задач, определенных учебными программами образовательных учреждений. Идеи значимости туризма для реализации дидактических и воспитательных задач не новы, они корнями уходят еще ко времени Древнего мира. Активно пропагандировали образовательные поездки педагоги Франции, Англии, Германии в XVIII–XIX вв. В практике российской школы образовательный туризм имеет более чем вековые традиции. Крупнейшими педагогами, занимавшимися данной проблемой, являлись И. И. Полянский, Б. А. Федченко, С. П. Кравков, М. П. Римский-Корсаков, И. И. Михайлов, Л. А. Ильин, Н. П. Анциферов, А. Е. Ферсман, Б. Е. Райков, Д. М. Кайгородов, В. Е. Герд, А. Ф. Родин, А. В. Даринский и др. Накоплен немалый опыт по доказательству положительного образовательного и воспитательного эффекта, который может быть достигнут в ходе путешествия. В настоящее время интерес к подобным поездкам возрождается, расширяется спектр предоставления учащимся образовательных возможностей в период совершения ими путешествий.

Образовательный туризм — феномен интеграции образования и туризма через организацию туристско-образовательной деятельности для достижения целей и задач, определяемых учебными программами и направленными на становление и развитие личностно значимых качеств обучающихся. Внедрение многообразия форм и методов организации путешествий с образовательными целями возможно только на основе воплощения новых идей, совершенствования процессов производства туристских продуктов, расширения ассортимента услуг в образовательной и туристской сферах.

Имеется перечень профессий, по которым качественно подготовить специалиста без использования такой формы учебной работы, как образовательный туризм, невозможно. Среди подобных специальностей — лингвистика, география, геология, биология, история, экология, лесопользование и др. Государственными образовательными стандартами вузовской подготовки по ряду специальностей предусма-

триваются практики (в системе подготовки географов, биологов и историков они называются полевыми в отличие от учебных, производственных). Невозможно привести пример профессионального направления, в котором образовательный туризм не мог бы быть использован в качестве эффективной формы обучения.

Для будущих профессионалов туристской индустрии рассматриваемый вид туризма имеет особое значение. В период профессиональной подготовки по данному направлению студенты должны осуществлять туристскую образовательную деятельность, как в ходе участия в образовательных поездках (походах), так и в роли организаторов путешествий с образовательными целями.

На современном этапе актуализируются проблемы конкурентоспособности высших и средних специальных учебных заведений и их выпускников на рынке труда. Анализируя качество подготовки специалистов в области туризма вузами страны, исследуя учебные программы и применяемые технологии обучения, а также оценивая профессиональную компетентность молодых специалистов — выпускников вузов, нередко приходится констатировать ряд объективных противоречий: между необходимостью применять знания в реальных условиях профессиональной деятельности, требующей определенной готовности, самоотдачи, и психологическими возможностями выпускников; между широкими возможностями учебных дисциплин для формирования методологической культуры студентов и фактической организацией обучения [Соломин, Погодина, 2007]. Преодолению перечисленных противоречий, на наш взгляд, может способствовать целый комплекс мер. Одной из них является создание при вузах, ведущих профессиональную подготовку бакалавров и магистров туризма, центров образовательного туризма.

Создание подобных центров отвечает современным требованиям, предъявляемым к университетам страны государством, поскольку предлагаемое структурное подразделение может иметь статус «дочернего» предприятия при вузе. Его эффективное функционирование подобного позволит вузу не только получать дополнительные доходы, но и обеспечит будущих работников туристской сферы комплексом компетенций, предписанных государственным образовательным стандартом.

Университетские центры туризма призваны реализовывать организационную и консультационную деятельность в сфере туризма с образовательными целями. Создание при вузах центров образовательного туризма будет способствовать:

- привлечению учащейся молодежи к участию в туризме круглогодично, включая сезоны низкой туристской активности;
- развитию международного и внутреннего молодежного туризма в регионе;
- оптимизации деятельности вузов, направленной на повышение качества учебной и воспитательной работы по формированию универсальных и профессиональных компетенций студентов разных специальностей;
- предоставлению студентам вузов, получающим образование по туристским специальностям, условий для прохождения ими учебных и производственных практик, а также установлению учащимися вузов личных и профессиональных контактов с будущими партнерами по бизнесу;
- координации усилий структур, профессионально занимающихся туристской деятельностью, с научными, учебными заведениями в России и других странах, на пути поиска оптимальных в настоящий период форм и методов организации образовательного туризма учащейся молодежи.

Эффективность использования туризма в образовании зависит от компетентности его организаторов, способных постоянно совершенствовать качество предоставляемых услуг, создавать условия для оптимального решения как организационно-туристских, так и образовательных задач. Успешность продвижения инновационных туристских продуктов в сфере оказания образовательных услуг зависит от способности участников проявить творческий подход к анализу туристско-ресурсного потенциала, готовности выявлять потребности и обосновывать способы их удовлетворения посредством поиска новой предпринимательской идеи и создания структуры для ее реализации; возможности генерации идей и создания новаций.

Работа центра должна базироваться на следующих принципах: бизнес-активности, конкурентности, инновационности, логичности, целостности и модульности деятельности, дополнительной функциональности, пространственной конкретности, гуманизации и международной интеграции. Центры призваны координировать усилия научных и учебных заведений, а также структур, профессионально занимающихся туристской деятельностью, на пути поиска оптимальных в настоящий период форм и ме-

тодов организации образовательного туризма учащейся молодежи. Это позволит повысить уровень профессиональной компетентности будущих выпускников университетов.

Важнейшими функциональными задачами университетских центров образовательного туризма могут стать:

- изучение теоретических основ, тенденций развития, а также опыта организации образовательного туризма в России и за рубежом;
- разработка основных направлений, содержания и форм организации поездок с учебными целями;
- выявление ресурсного потенциала образовательного туризма в России и за рубежом, выработка предложений по его практическому эффективному использованию;
- разработка и внедрение в деятельность центра инновационных программ, созданных на основе новых туристских технологий;
- создание и развитие базы данных по корреляции организационно-законодательных основ системы высшего образования в России и за рубежом (законов об образовании, образовательных стандартов, учебных планов, требований, предъявляемых к качеству образования, формируемым компетенциям);
- осуществление мероприятий по совершенствованию качества оказания услуг в сфере образовательного туризма;
- прием и сопровождение приезжающих в город, где расположен вуз, ученых, учащихся высших и средних учебных заведений;
- отправление студентов и преподавателей региона расположения вуза в поездки с образовательными целями по стране и за рубеж;
- проведение образовательных экскурсий различной тематической направленности для студентов;
- привлечение школьников к работе центра (просветительская и профориентационная деятельность);
- осуществление мероприятий по совершенствованию качества проведения учебных и производственных практик студентов туристских и других специальностей;
- организация студенческих и профессиональных семинаров, конференций, форумов по проблемам современного состояния и перспективам развития образовательного туризма в России и за ее пределами на базе вузов, осуществляющих подготовку бакалавров, специалистов и магистров по туристскому профилю;
- установление контактов с учреждениями образования различного профиля, нацеленных на совершенствование развития образовательного туризма;
- оказание консультационной помощи в организации и проведении мероприятий образовательного туризма для педагогических и руководящих кадров высших и средних образовательных учреждений региона расположения вуза;
- установление профессиональных контактов с туристскими фирмами, учебными учреждениями, осуществляющими деятельность в сфере образовательной туристской технологии;
- популяризация университета как дестинации образовательного туризма.

Участие студентов различных специальностей в поездках (походах), организуемых университетским центром образовательного туризма, будет способствовать формированию у обучающихся в ходе туристско-образовательной деятельности следующих универсальных компетенций.

Общенаучные компетенции

Умение находить и анализировать информацию из различных источников. Готовность использовать теоретические знания на практике. Базовые представления об основах психологии и педагогики, способствующие развитию общей культуры и социализации личности, приверженности к этическим ценностям. Знание основ экономического поведения. Знание принципов самоорганизации в живой и неживой природе, достаточных для оценки безопасности пребывания человека в природной и техногенной средах.

Системные и инструментальные компетенции

Способность понимать и использовать идеи и соображения. Возможность организовывать время. Способность принятия решений. Способность использовать в учебной деятельности современные информационные технологии для сбора, обработки и интерпретации данных, необходимых для формирования суждений по соответствующим социальным, научным и этическим проблемам. Готовность

использовать навыки работы с информацией из различных источников для решения учебных и социальных задач.

Социально-личностные и общекультурные компетенции

Общая образованность, широта кругозора. Настойчивость в достижении цели. Выносливость. Управление временем. Стремление к успеху. Способность использовать этические и правовые нормы. Знание и понимание своих прав и обязанностей как гражданина России (гражданственность, правопослушность, толерантность). Понимание и соблюдение базовых ценностей культуры. Умение работать самостоятельно и в коллективе. Навыки культуры социальных отношений. Умение критически переосмысливать свой социальный опыт. Гуманистическая ориентированность. Коммуникабельность. Приверженность этическим ценностям. Знание и понимание норм здорового образа жизни, включая вопросы профилактики зависимостей. Умение использовать средства физической культуры для оптимизации работоспособности [Азарова и др., 2007].

Работа студентов, обучающихся по туристским образовательным направлениям, в качестве организаторов в туристском образовательном центре будет способствовать формированию у будущих специалистов туристской сферы деятельности таких профессионально значимых компетенций:

- готовность к достижению целей и критическому переосмыслению накопленного опыта;
- способность к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения;
- возможность использовать нормативные правовые документы в своей деятельности;
- готовность соблюдать этические и правовые нормы, регулирующие отношения между людьми;
- способность работать в коллективе и самостоятельно,
- готовность к межкультурным коммуникациям;
- стремление к саморазвитию, повышению своей квалификации;
- понимание социальной значимости своей будущей профессии и обладание высокой мотивацией к выполнению профессиональной деятельности;
- владение основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации, обладание навыками работы с компьютером, способность работать в глобальных компьютерных сетях, готовность соблюдать основные требования информационной безопасности;
- способность применять теоретические знания при решении практических задач в профессиональной деятельности в туристской индустрии;
- умение составлять договорную документацию для всех контрагентов туристской деятельности, компетентно определять необходимую структуру и содержание туристского продукта, использовать международные системы бронирования услуг в туризме;
- способность анализировать основные проблемы взаимодействия центра и клиентов;
- способность к деловым коммуникациям, в том числе на иностранном языке в профессиональной сфере;
- возможность оценивать рынки сбыта, потребителей, клиентов, конкурентов в туристской индустрии, применять инструменты управления и контроля качества продукции и услуг туристской деятельности;
- способность выбирать и применять эффективные технологии продаж;
- владение навыками создания новых туристских продуктов и услуг с использованием современных технологий и методов проектирования, способность самостоятельно находить и использовать различные источники информации по проекту туристского продукта;
- применение навыков формирования и продвижения туристских продуктов и услуг в сфере образовательного туризма;
- обладание знаниями по теоретическим основам психологии делового общения, коммуникативной техники и технологии общения;
- готовность использовать правовые, нормативно-технические и организационные основы безопасности жизнедеятельности;
- знание методов организации и обеспечения безопасности туристов и туристской деятельности (коммерческой, информационной, технической);
- способность диагностировать и выявлять различные типы проблемных ситуаций в деятельности предприятий туристской индустрии, разрабатывать меры по их предупреждению и преодолению;

- готовность к разработке современных технологий создания туристского продукта;
- способность к реализации туристского продукта с использованием информационных и коммуникативных технологий;
- склонность к работе в трудовых коллективах предприятий туристской индустрии;
- возможность эффективного общения с потребителями туристского продукта;
- готовность к применению инновационных технологий в деятельности центра образовательного туризма и др.

В системе российского среднего специального и высшего образования уделяется значительное внимание подготовке специалистов в области туризма. Во всех крупных туристических центрах страны функционируют учебные заведения (или их представительства, филиалы), занимающиеся обучением организаторов туристской деятельности. Однако организаторов образовательного туризма нет. Возникает трудноразрешимая проблема: специалист в области туризма не способен качественно подготовить и провести образовательный тур в связи с недостаточностью знаний специфики науки, которую собирается осваивать турист, а педагогу, решающемуся на организацию образовательного тура, не хватает знаний процессуальных основ организации поездок (походов). Опыт подготовки учителей географии, специализирующихся в сфере туристской учебной деятельности, убеждает в эффективности подхода, в соответствии с которым образовательные туры должны организовывать и проводить именно учителя-предметники, получившие комплекс знаний, необходимых для успешного участия в структуре туристского бизнеса.

Факультет географии Российского государственного педагогического университета им. А. И. Герцена проводит обучение магистров образования с профилем подготовки «образовательный туризм». Процесс формирования профессиональной компетенции магистров, специализирующихся в сфере образовательного туризма, будет более эффективным, если организация и управление процессом формирования готовности студентов к применению знаний в профессиональной деятельности осуществляются на основе системообразующего информационно-деятельностного подхода к обучению, если применяется оптимальное сочетание теоретических и практических составляющих форм учебной и научной деятельности, а также самостоятельной работы, в ходе которой используются задания прикладного и творческого содержания и др. Теоретические положения должны подкрепляться возможностями их использования на практике, в том числе в ходе прохождения студентами учебных практик, подпадающих под категорию форм образовательного туризма.

Для совершенствования подготовки магистров на факультете географии создан Центр научного и образовательного туризма. В работе центра в качестве организаторов туристско-образовательной деятельности постоянно участвуют магистранты. Это позволяет развивать у них следующие профильно-специализированные компетенции педагога — организатора образовательного туризма:

Знание основных теорий и направлений российской и зарубежной туристики. Способность понимать, критически анализировать получаемую бизнес-информацию. Готовность демонстрировать базовые общепрофессиональные теоретические знания о предпринимательстве в сервисной туристской деятельности. Профессионально профилированные знания, умения и навыки в области туристского бизнеса. Способность применять на практике базовые общепрофессиональные знания теории и методов стратегии выстраивания успешной деятельности по организации и проведению образовательных туров. Способность понимать принципы составления проектов образовательных маршрутов. Готовность пользоваться нормативными документами, определяющими стоимость оказания услуг. Возможность применять на практике знания теоретических основ управления в сфере туристско-образовательного сервиса. Способность использовать организационно-управленческие навыки в профессиональной деятельности.

Способность применять знания в области географии для освоения профильных методик и выполнения заданий по организации и проведению образовательного туризма. Возможность формирования общей туристско-образовательной компетентности учащихся, выявление на основе диагностических показателей уровней ее сформированности, достаточной для участия в образовательных поездках. Способность к выявлению необходимости, определению возможности и реализации образовательного туризма на основе диагностики потребностей учебных программ, интересов и возможностей и учащихся.

Возможность контролировать учебные достижения учащихся, результаты, достигнутые при использовании туристско-образовательной технологии, проводить анализ и оценку с точки зрения их соответ-

ствия замыслу и условиям, выяснять причины успехов и неудач, определять направления дальнейшей коррекции. Способность к организации и руководству учебно-исследовательскими работами учащихся и проведению полевых практикумов. Возможность выстраивания системы туристско-педагогической деятельности образовательного учреждения, разрабатывать проект путей и условий ее реализации, определять цели туристско-образовательной работы с учащимися и педагогами, прогнозировать результаты. Обладание умением определять этапы образовательного процесса и распределять время учебно-воспитательной работы в ходе использования туристско-образовательной технологии; отбирать и применять оптимальные маршруты, методы и средства проектирования и организации образовательных путешествий. Готовность составлять маршруты, карты, путеводители, справочные пособия, методические рекомендации для педагогов и учащихся по образовательному туризму. Установление профессиональных контактов со специалистами, заинтересованными в развитии образовательного туризма в данном и иных регионах, в том числе за пределами России; привлечение коллег, заинтересованных в участии в туристско-педагогической деятельности по профилю своей специальности. Готовность работать в различных образовательных учреждениях, а также в фирмах, агентствах, других учреждениях, занимающихся организацией детского и молодежного туризма образовательного профиля, принимать участие в работе центров, координирующих развитие в регионе развитие данного вида туризма. Коммуникационные деловые навыки, необходимые для установления и развития рабочих контактов с местной администрацией, в том числе комитетами, занимающимися вопросами образования и воспитания молодежи, представителями учреждений культуры, спорта, туристскими фирмами, родителями, а также средствами массовой информации, российскими и иностранными партнерами образовательного учреждения по вопросам развития въездного и выездного образовательного туризма в регионе. Способность к изучению туристско-образовательного потенциала различных дестинаций и образовательных учреждений, а также к участию в исследованиях проблем эффективного экономического использования туристского образовательного потенциала территории или центра, проведению маркетинговых экспертиз проектов различного типа, определения перспектив туристского развития и проектирования района или объекта. Возможность разработки, продвижения на туристский рынок и реализации инновационных программ развития образовательных путешествий. Рефлексия собственной туристско-педагогической деятельности, коррекция ее с точки зрения дальнейшего профессионального совершенствования. Проектирование путей, способов и форм повышения своей туристско-педагогической компетентности [Погодина, 2009].

Таким образом, образовательный туризм в высшей школе в настоящее время представляет собой как форму организации учебного процесса, так и образовательную технологию, позволяющую формировать у студентов профессиональную и профильно-специализированную компетентность, а также развивать необходимые для современного человека универсальные социально-личностные и общекультурные качества (гностическую, морально-волевую, коммуникативную, организаторскую и имиджевую компетенции). Участие в работе подобных центров студентов, профессионально связанных с туризмом, трудно переоценить в плане формирования их профессиональной компетентности.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

- Азарова Р. Н., Борисова Н. В., Кузов В. Н. Поход к систематизации универсальных компетенций. М., 2007.
- Байденко В. И. Выявление состава компетенций выпускников вузов как необходимый этап проектирования ГОС ВПО нового поколения : метод. пособие. — М., 2006.
- Соломин В. П., Погодина В. Л. Современное состояние и перспективы развития образовательного туризма в России // Известия РГПУ им. А. И. Герцена. 2007. № 8 (30): Психолого-педагогические науки (педагогика, психология, теория и методика обучения).
- Погодина В. Л. Компетентностный подход в подготовке организаторов образовательного туризма // Среднее профессиональное образование. 2009. №12.

УДК 504.062

О МЕТОДИЧЕСКИХ ПРОБЛЕМАХ ОПРЕДЕЛЕНИЯ РЕКРЕАЦИОННОЙ ЕМКОСТИ ОЗЕРНЫХ ГЕОСИСТЕМ АЛТАЙСКОГО КРАЯ

Н. Г. Прудникова

Сравниваются допустимые рекреационные нагрузки и емкость озер Алтайского края, определенные по разным альтернативным методикам.

Одним из важных для человека компонентов ландшафта, определяющим качество его отдыха, является вода: как поверхностная, так и подземная. Водные объекты обладают ярко выраженным притягательным эффектом и, безусловно, доминируют в пейзаже. В зависимости от температурного режима открытых водоемов, являющегося одним из основных рекреационных факторов, а также площади акватории водоемов, наличия естественных речных препятствий, привлекательных для разных видов спорта, наличия качественной питьевой и разнообразия минеральных вод дифференцируется рекреационная значимость той или иной территории. При оценке озер первостепенное значение придается их «масштабности», т. е. площади зеркала, а также прозрачности воды.

Разработка норм рекреационных нагрузок направлена на установление максимально допустимых объемов и режима использования той или иной территории при условии устойчивого функционирования ландшафтных комплексов. Рекреационная нагрузка имеет два аспекта — количественный и качественный [Блага, Рудык, 2005]. При первом оценивают посещаемость и одновременную рекреационную нагрузку, но не отражают реальной нагрузки. В количественном аспекте рассматриваемого показателя должны быть отражены не только количество рекреантов в единицу времени на единице площади, но и продолжительность их пребывания на объекте рекреации. При качественном аспекте нормы рекреационных нагрузок не могут быть установлены без анализа ландшафтной и функционально-хозяйственной структуры территории.

При разработке допустимых норм нами были учтены оба аспекта. В отношении существующего опыта нормирования рекреационных нагрузок мы отметили ряд особенностей [Прудникова и др., 2010]. Нами был проведен анализ качества воды (на примере озер, расположенных в разных природных зонах) и определен трофический уровень водоемов [Прудникова, 2006]. Учитывая разные методики, можно определить устойчивость озерных систем Алтайского края, расположенных в степном и лесостепном низкогорье, степном предгорье, равнинной лесостепи и допустимую рекреационную нагрузку на них:

1. По временным методическим указаниям [Временная методика..., 1987] вместимость зон отдыха лесоозерных зон определяется из расчета пропускной способности пляжей

$$V_{\text{ом}} = B_{\text{м}} : B_{\text{чел}} \times K_{\text{к}},$$

где $V_{\text{ом}}$ — одновременная вместимость прибрежной зоны отдыха; $B_{\text{м}}$ — общая протяженность береговой пляжной полосы; $B_{\text{чел}}$ — норма протяженности береговой пляжной полосы, приходящаяся на одного человека, принимается до 1 м; $K_{\text{к}}$ — коэффициент сменности посетителей пляжа (величина, обратная нормативному коэффициенту одновременной загрузки пляжа, равному 0,9) принимается 1,1–1,3.

По данным указаниям, вместимость зоны отдыха района оз. Ая согласно отчету в летний период массового отдыха одновременно составляет 3000 чел. Вместимость зоны отдыха озера Колыванского составляет — 4500; Белого — 2500; Красиловского — 1900; Кулундинского — 5900, Большого Ярового — 7000. Но при определении нагрузки по этой методике не учитываются санитарно-бактериологические требования.

2. Определению оптимальной емкости рекреационной системы [Комплексная оценка..., 1991] предшествует пофакторный анализ потенциальной емкости природного комплекса на пляжные территории. При этом учитывается то, что пляжные ресурсы могут наращиваться за счет создания искусственных пляжных сооружений на акватории, в прибрежной зоне и т. д.

Рекреационная емкость акватории определяется по формуле

$$W = P \times N_c \times K_1 \times K_2 \times K_3,$$

где P — площадь прибрежной части акватории шириной до 20 м при длине удобной для купания береговой полосы 500 м, что составит 1 га; N_c — норматив допустимой рекреационной нагрузки на приозерную акваторию — 1000 чел. на гектар; K_1 — коэффициент временной загрузки пляжа от общей вместимости — 0,9; K_2 — коэффициент одновременно купающихся от общего числа на пляже — 0,4; K_3 — коэффициент одновременно находящихся в данной зоне купания из общего числа купающихся — 0,6. По результатам комплексной оценки допустимая потенциальная емкость района оз. Ая по предложенной формуле на акваторию озера составляет 4600 чел. (пропускная способность пляжей — 2250 чел.).

Допустимая потенциальная емкость района зоны отдыха озера Кольванского составляет — 5200; Белого — 3700; Красиловского — 2400, Кулундинского — 6700, Большого Ярового — 84000. Эта методика также не учитывает санитарно-бактериологические требования.

3. Для оценки природной рекреационной емкости территории предлагается методика, которая базируется на комплексном учете ряда факторов [Абдулина и др.]. Максимум допустимых нагрузок на рекреационные территории, которые обычно рассчитываются на единицу площади и должны соответствовать природным рекреационным емкостям, определяются следующим образом:

$$\sum_r = M_n / S_{пл} \times k \times f \times g \times j \times q,$$

где \sum_r — показатель природной рекреационной емкости территории, чел./га; M_n — показатель максимальной нагрузки территории, связанный с влиянием антропогенного фактора (количество людей), чел.; $S_{пл}$ — общая площадь рассматриваемой территории, га; k, f, g, j, q — система корректирующих поправочных коэффициентов, учитывающих степень развития экологической инфраструктуры и уровень освоенности рекреационной территории.

Для определения оптимальной природной рекреационной емкости территории предлагается использовать усредненный показатель, который рассчитываем по формуле

$$\sum_{\text{опт}} = \sum_{\text{макс}} / \sum_{\text{мин}};$$

где $\sum_{\text{макс}}$ — максимальная природная рекреационная емкость территории, чел./га; $\sum_{\text{мин}}$ — минимальная природная рекреационная емкость территории, чел./га.

В расчетах следует также учитывать степень влияния на особо охраняемую территорию (g) в зависимости от ее уязвимости и статуса. Данный коэффициент, учитывающий степень влияния на особо охраняемую территорию, также зависит от степени уязвимости и статуса особо охраняемой территории и определяется по формуле

$$g = g_y \times g_c,$$

где g_y — коэффициент уязвимости территории.

По данной методике природная рекреационная емкость исследуемых территории составляет: Ая — 900; Кольванское — 1200; Белое — 450; Красиловское — 600, Кулундинское — 1800, Большое Яровое — 2100 чел.

4. Рекреационную нагрузку можно рассчитать по методике, разработанной Е. Г. Шеффером, известной как метод локальных участков [Шеффер, 1973].

Для оценки величины рекреационной нагрузки была принята шкала нормы единовременных рекреационных нагрузок, адаптированная к ландшафтам Алтайского края. Максимальная допустимая норма плотности для геокомплексов, в которых проводилось определение рекреационной нагрузки, — 13,9 чел./га [Клюкин]. В исследованных геокомплексах величина рекреационной нагрузки варьирует в интервале от 0,14 до 14,3 чел./га.

По данной методике природная рекреационная емкость исследуемых территории составляет: Ая — 1150; Кольванское — 1950; Белое — 840; Красиловское — 1000, Кулундинское — 2630, Большое Яровое — 2980 чел.

5. Пляжно-купальные ресурсы этого пляжа могут быть рассчитаны по формуле, предложенной В. И. Преловским [1998].

$$P = P_{\text{д}} \times E \times T,$$

где P — величина (объем) пляжно-купального ресурса, чел./дней; $P_{\text{д}}$ — площадь пляжа, га; E — емкость пляжа, чел./га; T — длительность периода с температурой воды $+16^{\circ}\text{C}$ и выше, число дней.

Площадь пляжа считается достаточной в следующих случаях: 1) при непроточном водоеме $10\text{--}15\text{ м}^2/\text{чел.}$ и $5\text{--}10\text{ м}^2/\text{чел.}$ при проточном; 2) для травяных пляжей — $30\text{--}40\text{ м}^2/\text{чел.}$ При этом на одного купающегося должно приходиться не менее $160\text{--}200\text{ м}^2$ водной поверхности, а одновременно на 1 га пляжа допускается пребывание не более чем 200 чел.

Тогда при ширине пляжей для одновременного размещения группы рекреантов в 10 чел. требуется не менее 50 м длины пляжа, а при валунно-галечном пляже шириной 3 м для этой же группы потребуется уже пляж длиной 150–160 м. При купальном сезоне в 100 дней рекреационная емкость таких пляжей будет соответственно 20 и 7 тыс. чел./га в год, или 20000 и 7000 чел. на 1 км пляжа. Следовательно, даже пляж длиной в 1 км обеспечивает возможность приема десятков и первых сотен рекреантов одновременно.

По данной методике природная рекреационная емкость исследуемых территории составляет: Ая — 650; Колыванское — 960; Белое — 380; Красиловское — 680, Кулундинское — 2300, Большое Яровое — 4100 чел.

6. Согласно Правилам обеспечения безопасности людей на водоемах Алтайского края, утвержденным постановлением Алтайского краевого Законодательного собрания от 4 апреля 1997 г. №107, п. 2.8. и по результатам заключения государственной экологической экспертизы №142 от 27.05.99 площадь водного зеркала на одного купающегося должна составлять 15 м^2 . Несмотря на то, что акватория Айского озера равна 9,3 га (93000 м^2), потенциальная площадь для купания существенно меньше и по экспертной оценке равна 38500 м^2 (длина береговой линии района купания 1100 м, ширина района купания 35 м). Длина береговой линии, оборудованная существующими пляжами, значительно меньше: пионерлагерь «Березка» — 150 м, здравница «Ая» — 250 м, база отдыха «Долина» — 100 м. Таким образом, в соответствии с существующими Правилами..., одновременно на оз. Ая, в местах оборудования береговой линии под пляжную зону могут купаться не более 600–700 чел. На озере Колыванском могут одновременно купаться не более 800–900 чел.; Белом — 200–300; Красиловском — 350–450, Кулундинском — 1200, Большом Яровом — 1800.

Таким образом, существующие методики позволяют определить допустимую нагрузку на озерную геосистему по объему воды, протяженности береговой линии, но они не учитывают санитарно-бактериологических требований. Для определения количественной оценки допустимой нагрузки водоемов рекреационного назначения предлагается методика, которая учитывает не только пропускную способность пляжа, нормативы допустимой нагрузки на акваторию, но и санитарно-гигиенические требования. Для определения допустимой емкости территории нами использовались показатели биогенных веществ (органические соединения азота и фосфора). Основными параметрами являлись площадь мелководной зоны и объем водной массы (береговая территория водоема и акватория, используемые для отдыха), и вместимость рекреационной зоны (определялись общим количеством людей, имеющих возможность одновременно отдыхать на выделенной территории с учетом устойчивости геоконструкций к рекреационным нагрузкам). Среднее количество биогенных веществ за год можно определить как количество смыва микрофлоры с тел отдыхающих и поступление отходов их жизнедеятельности, оставленное в рекреационной зоне в период купального сезона.

В оценках поступлений загрязняющих веществ в результате купания с продуктами физиологического обмена человека и косметикой наблюдается большой разброс, а определение их весьма затруднено. По данным зарубежных исследователей, в суточной норме выделений человека содержится от 2 до 18 г азота и 2–5 г фосфора. По некоторым оценкам, поступления загрязняющих веществ от одного купающегося составляет от 0,08 до 2,4 г фосфора и 0,7–14 г общего азота [Как организовать..., 1998]. Это не учитывая того, что, по данным российских санэпидемслужб, «фекальность» пляжей составляет 80%. Вследствие этого нагрузка купальщиков не может быть более 50–100 чел./га пляжа в день.

Помимо биогенных элементов, в расчете на 10 тыс. купающихся в воду поступают ежедневно органические соединения натрия, кальция, магния, калия и хлора. Расчет поступления суточной составляющей концентрации i -го загрязняющего вещества в водный объект от отдельных видов отдыха (купание, любительское рыболовство, отдых на побережье и т. п.) в j -й рекреационной зоне может осуществляться с помощью зависимости [Васильев, Кукушкин, 1988]:

$$C_{pi} = A_i F_j A_j / V_j,$$

которая для видов отдыха на акватории преобразуется в зависимость

$$C_{pi} = A_i A_j / H_j,$$

где A_i — удельный показатель поступления i -го вещества от рассматриваемого вида отдыха (от одного отдыхающего); F_j — площадь рекреационных зон на побережье и акватории; A_j — рекреационная нагрузка за сутки; V_j — объем водной массы в j -й рекреационной зоне; H_j — средняя глубина воды в j -й рекреационной зоне.

Проводимые на озерах исследования показали, что при существующих длинах береговой линии на пляжах озер при рекомендуемой ширине купания 25–30 м, средней глубине прибрежных участков 1,5–4 м, санитарно-гигиеническим показателям и нормативам качества непроточных вод для рекреационной деятельности ПДК по общему азоту — 1,5 мг/л и фосфору — 0,5 мг/л рекреационная нагрузка (поступления биогенных веществ от любительского рыболовства не учитывались) за сутки на акваторию озер нагрузка не должна превышать: Ая — в среднем 600; Кольванское — 850; Белое — 250; Крайновское — 400, Кулундинское — 1100, Большое Яровое — 1600 чел.

7. Методика пределов допустимых изменений — ПДИ (Limits of Acceptable Change — LAS), которая в настоящее время широко признана в большинстве стран мира: в зависимости от того, какие изменения в том или ином природном комплексе организаторы туризма (включая в первую очередь и руководство охраняемых территорий) считают приемлемыми, такой уровень рекреационной нагрузки и будет принят за допустимый [Калихман и др., 1999].

В последнее время в национальных парках развитых стран определение точных количественных нормативов не обязательно. Встречаются утверждения, опровергающие положение о том, что состояние природной среды рекреационных территорий прямо пропорционально нагрузке на нее. На отсутствие прямой зависимости между естественной устойчивостью природы и допустимыми нагрузками указывает простой пример. По исследованиям большинства ученых, одними из наиболее уязвимых к рекреационной нагрузке являются самые мокрые, заболоченные места. Однако во многих национальных парках мира (Эверглейдс в США, Никко в Японии, Лахеама в Эстонии и др.) ежегодно по тропам, пролегающим через верховые болота и оборудованным деревянным настилом, проходят тысячи и даже миллионы экскурсантов, и, тем не менее, объекты природы на окружающей территории пребывают в полной сохранности [Чижова, 2002]. Если в методике допустимых нагрузок основным показателем является предельно допустимое количество посетителей в единицу времени на единицу площади, то в методике предельно допустимых изменений за основной показатель выбраны предельно возможные изменения исходных природных ландшафтов.

Метод строгого нормирования допустимых нагрузок не гарантирует сохранения природы, и на смену этому подходу пришел управленческий подход: планирование в первую очередь не количества туристов и отдыхающих, а долгосрочных целей и задач, форм и видов рекреационной деятельности, различных моделей развития рекреации.

Это альтернатива методике допустимых рекреационных нагрузок. На территории Алтайского края планирование и управление озерными системами осуществляется перераспределением рекреационного потока: активно функционирует комплекс «Бирюзовая Катунь», на многих водных объектах работает служба экологического мониторинга, проводятся комплексные ландшафтно-экологические исследования территорий и эколого-географические экспертизы. Но это осуществляется не систематически и не на всех озерах, используемых в рекреационной деятельности. С каждым годом нагрузка на экосистемы озер увеличивается в отдельных районах края, очень часто туристами используются водоохранные зоны. Для налаживания работы механизмов регулирования нагрузок в крае необходимо применять и альтернативные методики, и устанавливать дифференцированные нормы рекреационной нагрузки на ландшафт:

- обосновать предельно допустимые пределы суммарной вместимости объектов;
- определить зоны ограниченного развития рекреации, зоны потенциального развития, резервные рекреационные зоны;
- разработать и ввести правила соблюдения природоохранного законодательства в рекреационных зонах и санкции за их нарушение.

Выбор оптимального стратегического курса развития региона при учете всех потенциально важных социально-экономических факторов напрямую связан с экологическим состоянием территории.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

- Абдуллина Д. Р., Мальцева Н. Н., Потравный И. М. Методика определения природной рекреационной емкости территории [Электронный ресурс] URL: <http://www.landindustry.ru/content/view/1172/>
- Блага Н. Н., Рудык А. Н. Нормирование рекреационных нагрузок на городские и пригородные ландшафты: основные аспекты // Рекреационная география. М., 2005.
- Васильев Ю. С., Кукушкин В. А. Использование водоемов и рек в целях рекреации. Л., 1988.
- Временная методика определения рекреационных нагрузок на природные комплексы при организации туризма, экскурсий, массового повседневного отдыха и временные нормы этих нагрузок. М., 1987.
- Как организовать общественный экологический мониторинг: Руководство для общественных организаций / под ред. М. В. Хотулевой. М., 1998.
- Калихман А. Д. и др. Методика «пределов допустимых изменений» на Байкале — участке Всемирного наследия ЮНЕСКО. Иркутск, 1999.
- Клюкин М. А. Определение рекреационной нагрузки в окрестностях озера Ая [Электронный ресурс] URL: http://www.altaiinter.info/council/summer_school/school_2008/thesis/thesis_4/
- Комплексная оценка природно-ресурсного потенциала и экологического состояния озера Ая и прилегающей территории, с определением возможности расширения дома отдыха до 1000 мест // Итоговый отчет НИИББ. Томск, 1991.
- Прудникова Н. Г. К методике определения устойчивости озерных геосистем в рекреационной нагрузке // Современное состояние и тенденции развития туризма и гостиничного хозяйства: сб. ст. / под ред. В. З. Мазлоева. М., 2006.
- Прудникова Н. Г., Барышникова О. Н., Бондарович А. А., Танкова М. В. Устойчивость ландшафтов к рекреационному воздействию и рекреационная емкость территории на примере низкогорий Алтая // Вестник Национальной академии туризма. 2010. № 1 (13).
- Преловский В. И. К вопросу о методах оценки ресурсов и расчета емкости рекреационных территорий // Исследование и конструирование ландшафтов Дальнего Востока и Сибири. Владивосток, 1998.
- Чижова В. П. Определение допустимых нагрузок на туристско-экскурсионных маршрутах // Экологический туризм на пути в Россию. Принципы, рекомендации, российский и зарубежный опыт. Тула, 2002.
- Шеффер Е. Г. Ландшафтные исследования и планирование отдыха // Известия ВГО. 1973. № 4.

УДК 338.482.2

СОВРЕМЕННЫЕ ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ КУЛЬТУРНО-ДОСУГОВОЙ СРЕДЫ КРУПНЫХ МЕГАПОЛИСОВ

Е. Ю. Пятова

Современное социально-экономическое развитие всех стран и народов, и российского государства в том числе, осуществляется в условиях нарастающей глобализации, развертывающейся информационной революции, расширяющейся интеграции и конвергенции. При этом возникают и развиваются новые элементы развлечений для туристов — торгово-развлекательные центры.

Среда развлечений и туризма довольно динамично развивалась в России в последние годы, причем высокого уровня достигли не только выездной, выездной, но и внутренний туризм. Существенно увеличилось количество торгово-развлекательных центров (ТРЦ), кинотеатров, игорных клубов, туристических фирм. Выросло число компаний, предлагающих различные виды развлекательных услуг туристам. Оживление общей деловой активности обусловило повышение спроса на услуги индустрии развлечений

и анимации. Однако финансовый кризис нивелировал многие из этих достижений, объемы доходов населения значительно уменьшились, поэтому спрос на данные услуги несколько снизился. При этом мы рассматриваем крупные торгово-развлекательные центры как полноценные элементы культурно-развлекательного пространства мегаполисов, к которым, безусловно, относится Новосибирск.

Получение прибыли теми компаниями, которые задействованы в индустрии развлечений и туризма, напрямую зависит от того, как они адаптировались к новым условиям и какие услуги могут предложить. Возможность привлечения инвестиций в эту отрасль будет зависеть от способности компании, задействованной в данном секторе бизнеса, продемонстрировать и подтвердить свой высокий уровень профессионализма.

Идея объединить под одной крышей множество различных магазинов существует как минимум несколько тысяч лет. Большинство исследователей считает, что первыми известными прототипами современных торгово-развлекательных центров в Европе были древнегреческие агоры и древнеримские форумы, а на Востоке — крытые базары.

Сегодня современные торгово-развлекательные центры, помимо выполнения своей первоочередной функции — обеспечение потребителей необходимыми товарами, превратились в популярное место отдыха и развлечений, где можно пообщаться с близкими и друзьями, заняться спортом, обучиться чему-то новому, приобщиться к искусству и многое другое. Очевидно, что и на Западе, и в России торгово-развлекательные центры эволюционируют именно в этом направлении — все более значимыми становятся комфортность объекта, разнообразие развлекательной части, креативный стиль управления.

В настоящее время в условиях нарастающей конкуренции в сфере торгового предпринимательства наиболее популярной организационной формой торговли являются именно торгово-развлекательные центры, которые в максимальной степени пытаются соответствовать потребностям как покупателя, так и продавца. Такая популярность и столь стремительное развитие объясняются целым рядом их социально-экономических и организационно-экономических преимуществ перед традиционными формами организации торговли и в первую очередь их привлекательностью для населения (большой выбор товаров и услуг, общая благоприятная среда и комфорт обслуживания, экономия времени, удобство подъездов и паркования и т. д.), что, в свою очередь, обуславливает их высокую экономическую эффективность. В отличие от стихийно складывающихся торговых сетей и торговых зон, современные торгово-развлекательные центры представляют собой единые комплексы функционально и пространственно взаимосвязанных между собой предприятий торговли, сферы развлечений, общественного питания, бытового и других видов обслуживания.

Даже в кризисное время российский рынок розничной торговли является одним из самых привлекательных в мире: согласно данным обзора «Розничные сети: степень глобализации бизнеса 2010», проведенного крупнейшей компанией в сфере коммерческой недвижимости CB Richard Ellis, Россия занимает 12-е место в списке 69 самых привлекательных стран для международных ритейлеров. Согласно отчету, в России сегодня присутствует 41% международных операторов.

В данный момент индустрия торгово-развлекательных центров в России переживает переходный период. Конкуренция между торговыми центрами переходит на качественно новый уровень. Хотя по количеству торговых площадей на одного жителя российские торговые центры пока отстают от американских и европейских, конкуренция между функционирующими торгово-развлекательными центрами уже очевидна. Однако, в отличие от развитых рынков, борьба за покупателя идет не между передовыми розничными продавцами, а между традиционными и современными ее форматами, обеспечивающими более широкий выбор качественных товаров и услуг.

В более отдаленной перспективе стабильный коммерческий успех будут иметь только правильно позиционированные (и относительно крупные) торговые объекты. В первую очередь это зависит от профессионально выстроенной концепции торгового объекта, филигранного подбора операторов и качественного управления.

Актуальность вопроса очевидна. Современное социально-экономическое развитие всех стран и народов, и российского государства в том числе, осуществляется в условиях нарастающей глобализации, развертывающейся информационной революции, расширяющейся интеграции и конвергенции. В этих условиях возникают и развиваются новые формы торгового предпринимательства — торгово-развлекательные центры. Их деятельность, организация и основные тенденции развития в контексте общего процесса функционирования торгового капитала в XXI в. представляют серьезный научный интерес.

Степень разработанности проблематики торгово-развлекательных центров не одинакова по отношению к ее отдельным аспектам. Наиболее серьезно разработаны вопросы рыночной стратегии торговых центров. Вместе с тем теоретико-методологические аспекты развития торговых центров остаются еще слабо разработанными.

Подводя итоги в области совершенствования коммерческой концепции ведущих торгово-развлекательных центров города Новосибирска, необходимо выделить следующее.

Во-первых, развитие торгово-развлекательных центров в России идет крайне неравномерно. Если во многих сравнительно крупных городах торговые центры в традиционном понимании этого термина до недавнего времени отсутствовали вовсе, то в других наблюдается перенасыщение рынка. Причем прямой зависимости между размером покупательной способности населения города и степенью насыщения нет.

На сегодняшний день рынок торгово-развлекательных центров в Новосибирске остается ненасыщенным (дефицит качественных торговых площадей составляет около 30%). Вместе с тем мировой экономический кризис внес свои коррективы и сломил наметившиеся в 2006–2008 гг. тенденции к экстенсивному пути развития (т. е. за счет увеличения количества объектов), заморозив большинство новых строительных объектов. Рентабельность инвестиций в строительство торговых центров существенно упала, а сроки окупаемости в среднем увеличились в 2,5 раза (с 3–5 до 8–10 лет).

Во-вторых, общее состояние рынка торговой недвижимости Новосибирска в первом полугодии 2010 г. можно охарактеризовать как «депрессивная стабилизация». Ситуация заметно лучше, чем в 2009 г., но о серьезном росте говорить рано. Наметились первые положительные тенденции: в торгово-развлекательных центрах стало меньше свободных площадей, прекратилось падение арендных ставок, снизилась ротация арендаторов, усилились позиции местных торговых операторов, готовых входить в новые проекты на фоне сокращения спроса со стороны международных и федеральных игроков рынка.

В-третьих, основной и самой серьезной проблемой современных торгово-развлекательных центров является отсутствие коммерческой концепции как таковой. Чаще всего концепцию заказывают непрофессионалам, которые пренебрегают проведением маркетинговых исследований, а если и проводят их, то делают это формально либо не умеют правильно интерпретировать полученные данные.

В результате не выполняется триединое предназначение торговой концепции, согласно которой владелец объекта должен извлекать максимальный доход на вложенные средства, арендатор — добиваться наибольшего оборота, а посетитель — получать как можно больше положительных эмоций и удовлетворять свои потребности покупателя.

В-четвертых, возрастает необходимость более серьезных усилий и больших бюджетов для разработки концепции, открытия и популяризации торгово-развлекательных центров. В данный момент проблема по большей части состоит в наличии ошибок при выборе места строительства торгового центра и отсутствии проработанной концепции, что является причиной того, что площади в новых ТРЦ пустуют с момента начала их работы.

Грамотно сформулированная коммерческая стратегия не является гарантией успеха ТРЦ (к неудаче могут привести более успешные действия конкурентов, изменение экономической ситуации в стране и пр.), однако ее наличие значительно укрепляет рыночную позицию торгового центра и увеличивает его шансы на достойное существование. Лидеры рынка торговой недвижимости рассматривают расходы на маркетинг (к числу которых относится и разработка коммерческой концепции) как инвестиции в будущее.

Внесение изменений в коммерческую концепцию торгово-развлекательных центров и усиление внешней и внутренней рекламы позволяет с оптимизмом смотреть на будущее культурно-досуговой среды Новосибирска.

Разработка теоретических и практических вопросов развития и функционирования торгово-развлекательных центров в условиях информатизации и глобализации хозяйства в целом, а также развития современных форм розничной торговли в частности, является острой научной проблемой, имеющей важное народнохозяйственное значение. От ее решения в значительной мере зависит конкурентоспособность крупных российских мегаполисов.

УДК 882 (476) – 31

РОЛЬ ИСТОРИКО-КУЛЬТУРНОГО НАСЛЕДИЯ В ФОРМИРОВАНИИ ТУРИСТСКОГО ПРОДУКТА МАЛОГО ПРИГРАНИЧНОГО ГОРОДА (на примере Кричева Могилевской области)

А. Н. Решетникова

Проанализированы основные направления использования историко-культурного наследия малых городских поселений Беларуси для формирования трансграничных экскурсионных маршрутов культурного туризма на примере белорусско-российского приграничья. Изучен историко-культурный потенциал одного из малых приграничных городов Беларуси — Кричева, выявлены наиболее ценные его элементы и возможности использования в экскурсионном туризме. Предложены основные направления интерпретации исторических и историко-биографических ресурсов с целью расширения и оптимизации использования историко-культурного наследия данного города.

Приоритетным партнером Республики Беларусь в сфере развития туристских связей является Российская Федерация. Ключевыми факторами формирования взаимного туристского обмена выступают: географическое соседство, безвизовый режим пересечения границы, общность историко-культурного наследия, отсутствие языкового барьера, развитые торгово-экономические и культурные связи. В расширении туристских связей важную роль играет приграничный туристский обмен на сопредельных территориях Российской Федерации и Республики Беларусь.

В качестве опорных туристских центров приграничных территорий выступают малые исторические города — административные центры районов. Малые города, представляющие наиболее многочисленную группу городских поселений Беларуси (81%), играют важную роль в сохранении историко-культурного наследия страны и формировании ее туристского образа. Они являются хранителями истории, самобытности белорусского народа, его национальной культуры и традиций. В ряде малых исторических городов сохранились аттрактивные объекты архитектурного наследия. Малый город имеет неповторимый образ, особый характер, определяемый его историей, степенью развития экономики, традициями развития ремесел и торговли, географическим положением, уровнем коммуникационной доступности и т. д. [Ничкасов, Клевко, 2008].

Специфика историко-культурного потенциала приграничного малого города состоит в том, что он сформирован в условиях многовекового взаимопроникновения традиций, элементов материальной и духовной культуры, социально-экономических и исторических процессов развития соседних стран. Культурно-исторический туристский продукт малого приграничного города является не только элементом национальных экскурсионных программ, но и может быть востребован на туристическом рынке соседних стран, включен в систему межгосударственных трансграничных туристских маршрутов культурного туризма. Перспективными направлениями развития туризма в малых исторических городах белорусско-российского пограничья являются культурно-познавательный, событийный, этнический, ностальгический, этнографический, религиозный. Однако периферийное положение и отсутствие сформированной рыночной туристской среды зачастую являются сдерживающими факторами развития туризма в малых городах приграничных территорий Беларуси и России.

В зоне белорусско-российского приграничья расположен ряд малых городских поселений, обладающих уникальным историко-культурным наследием. В нем сплелись воедино традиции белорусской и русской культуры, нашедшие отражение в памятниках культового зодчества, дворцово-парковой и усадебной архитектуры, объектах и памятных местах, связанных с жизнью и деятельностью известных исторических личностей. Малые исторические города белорусско-российского приграничья (Мстиславль, Кричев, Чечерск, Ветка, Городок и др.) обладают значительным потенциалом для формирования культурно-познавательных маршрутов и активизации развития приграничного туризма.

Объектом данного исследования является историко-культурный потенциал Кричева как одного из перспективных центров приграничного туризма.

Кричев — один из древнейших городов Посожья, расположен на востоке Могилевской области, на правом берегу р. Сож в 104 км от Могилева, является административным центром пограничного с Российской Федерацией Кричевского района. Несмотря на периферийный характер, рекреационно-географическое положение города достаточно выгодное. Оно определяется расположением на автомагистрали Бобруйск — Рославль — Москва, прохождением через Кричев железнодорожных направлений на Оршу, Могилев, Унечу и Рославль (Россия), соседством с важным региональным экскурсионным центром национального значения — Мстиславлем, приграничным положением с Российской Федерацией. Расположение города на крупной реке Сож создает перспективы его включения в водные экскурсионные маршруты.

История Кричева насчитывает более чем восемь с половиной веков. В письменных источниках город впервые упоминается как Кречют под 1136 г. в уставе Ростислава Мстиславича, князя Смоленского. Однако археологические исследования свидетельствуют о том, что в этих местах люди жили еще в начале V–VI вв. Интересно, что Кричев возник одновременно с другими городами среднего Посожья — Мстиславлем и Пропойском. Исторически они играли роль приграничных форпостов — военных крепостей и административных центров Смоленского княжества [Ткачев, 2002].

Долетописный Кричев в X в. находился на городище железного века Городец, которое размещалось на левом берегу ручья Кричевца, впадающего в Сож. Сохранилась часть площадки городища с элементами оборонительных валов и рвом. Другое древнее поселение на территории Кричева существовало на высоком правом берегу Сожа, где позже возникло городище Замковая гора и откуда пошло первое письменное упоминание о городе. Замковая гора занимает выступ берегового плато площадью более 0,5 га, высота над уровнем воды в Соже около 15 м. Здесь сохранились остатки оборонительного вала высотой 5 м и шириной у основания около 20 м, овальная площадка городища 100×60 м, отделенная от остального плато глубоким рвом. Среди археологических находок — керамическая посуда, орудия труда, украшения, оружие. В течение XII–XIII вв. центр жизни города переместился из Городца на высокий правый берег Сожа, где и был построен Кричевский замок. С сохранившейся части городища открывается великолепный вид на реку.

В 1358 г. при князе Ольгерде Кричев был включен в состав Мстиславского княжества и приобрел статус приграничного города-крепости великого княжества Литовского. Кричевский отряд принимал участие в Грюнвальдской битве. Кричевский замок считался одним из важнейших порубежных замков, состоянием которого, досмотром укреплений и организацией обороны интересовались великие князья, а затем и короли Речи Посполитой. В 1410 г. город посетил король Ягайло, в том же году князь Витовт, а в 1664 г. — король Ян Казимир.

В XVI в. город неоднократно подвергался осадам. Дважды, в 1507 и 1535 гг., он был сожжен дотла, однако, учитывая приграничное положение, его быстро восстанавливали. В XVII в. укрепления замка состояли из пяти башен, перед замком находился оборонительный ров шириной 42 м, через который был переброшен деревянный мост на сваях.

В 1663 г. город получил Магдебургское право. В привилее, данном Кричеву Владиславом IV, отмечалось, что Магдебургское право дано в целях создания лучших условий для развития города и в качестве своеобразной милости за верность горожан и мужественную оборону города. Одновременно Кричев получил герб, на котором был изображен «в красном поле барочного щита золотой кавалерский крест, слева от него серебряный меч рукоятью вниз», а также право на строительство ратуши на рыночной площади. Изображение оружия на гербе было характерно для порубежных городов Речи Посполитой и отражало их роль в обороне государства. Издавна крест и меч являлись символами охраны, защиты и победы христианских ценностей. Крест подобной формы олицетворяет также мужество и доблесть защитников города. Своей многовековой историей жители Кричева доказали право обладать таким крестом. В 2002 г. кричевский герб был зарегистрирован в Гербовом матрикуле Республики Беларусь.

Русско-польская война (1654–1667 гг.) была последней войной, в которой Кричев выступал как крупная военная крепость. Во время Северной войны 1700–1721 гг. в результате активных боевых действий город и замок сильно пострадали. До наших дней дошли частично сохранившиеся остатки нижних частей каменных башен.

На Кричевских землях, под Малятичами, одержала первую свою победу над шведами (после Нарвы) армия Петра I. С высокого берега Сожа от Замковой горы открывается вид на широкий заливной луг, где в 1708 г. располагался походный лагерь русских войск, сохранился родник, который когда-то утолял жажду русских воинов.

С начала XVIII в. наблюдался территориальный и экономический рост Кричева: открыта торговая пристань, развито медно-бронзолитейное дело, достиг своего расцвета гончарный промысел. Кричевские мастера изготавливали изделия из красной глины, глазурованную столовую посуду, кафель, декоративные архитектурные украшения, вазы, игрушки. Изделия мастеров отличались высоким уровнем технологии производства. Традиции гончарного ремесла сохраняются в городе и поныне благодаря работам народной студии декоративно-прикладного искусства.

С 1772 г. начинается история Кричева в составе Российской империи. Российская императрица Екатерина II для укрепления своего влияния и позиций на недавно присоединенных западных землях наделяла ими российских помещиков, особенно государственных сановников и военных чинов. Так появились на восточных белорусских землях владения Румянцева, Зорича, Суворова, Голицына. Одно из наиболее крупных владений — Кричевское староство с 14274 крепостными — Екатерина II подарила князю Г. А. Потемкину.

В истории каждого города есть личности, сыгравшие в его судьбе особую роль, ставшие катализаторами перемен и преобразований. Для Кричева таким человеком был князь Г. А. Потемкин, известная яркая личность российской истории. При Потемкине здесь развернулась бурная экономическая деятельность. В этих местах выращивались лен и конопля, которые шли на изготовление парусины и канатов. Кричевская мануфактура выпускала серое и белое полотно, брезентовую ткань и холст. Решив использовать природные ресурсы своих новых владений (огромные запасы мачтового и строевого леса — корабельной сосны и дуба), князь построил судоверфь на берегу Сожа. Реку углубили, соорудили причалы, через заливные луга прокопали каналы, по которым сплавляли лес. В городе вступили в действие кирпичный и медноплавильный заводы, 33 мельницы. В это время Кричев являлся одним из крупных промышленных центров региона, важной базой по обеспечению формирующегося Черноморского флота. В 1786 г. на воду спустили первое судно «Десна», потом построили еще 23 парусных и весельных судна. Мачты некоторых судов, сделанные из цельных деревьев, достигали 44 метров. Интересен тот факт, что Кричевская эскадра была укомплектована матросами в основном из местного населения. На этих судах Екатерина II совершила со свитой плавание от Киева до Днепровских порогов. Кричевская флотилия вошла в состав Черноморского флота, а парусник «Десна» стал флагманом эскадры адмирала Пущина и прославился в боях с турками. Таким образом, строки истории маленького белорусского поселения Кричев вошли в летопись становления и развития Черноморского флота России.

Еще одной амбициозной затеей Потемкина явилась постройка в Кричеве дворца, который в отличие от всех прочих сооружений того периода, навсегда утраченных и оставшихся лишь на страницах исторических документов и рисунках, сохранился и является визитной карточкой и основным туристским объектом города.

Построен дворец в конце XVIII в. к приезду Екатерины II, которая, направляясь в свои южные владения, посетила Кричев 19 января 1787 г. Автор проекта — выдающийся русский зодчий И. Е. Старов, автор проекта Таврического дворца в Санкт-Петербурге. Дворец представляет собой двухэтажное П-образное в плане здание с центральным ризалитом на главном фасаде. Первоначально архитектурный облик дворца носил черты классицизма. Это проявилось в общем симметричном построении плана, элементах декора главного и боковых фасадов, в анфиладной планировке, наличии на главной оси постройки овального зала, выступающего во внутренний двор полукружием. Интерьеры дворца были богато украшены лепкой, камины и печи — оригинальными кафельными плитками [Архітэктурна Беларусі, 1993, с. 255].

По заказу Потемкина дворец выстроен в виде монограммы из букв «П» и «Е», соответствующие инициалам князя и императрицы. Вокруг дворца был разбит пейзажный парк с липовыми аллеями. Он был заложен еще при Потемкине и занимал около 10 га. Известно, что у князя работал знаменитый садовод В. Гульд — один из замечательных мастеров паркостроения XVIII в. В 1789 г. он объехал поместья Потемкина в Могилевской губернии. Вероятнее всего, побывал и в Кричеве, для которого и создал пейзажный парк. Получить представление о нем можно по аналогии с другими работами Гульда — прежде всего это парк Таврического дворца в Петербурге, а также парки в Бахчисарае, Херсоне. Сейчас от дворцового парка сохранились только отдельные деревья.

Обосновавшись в Крыму, Потемкин продал свои Кричевские владения. Новым владельцем дворца стал представитель древнего рода Ян Гольинский. Семейство Гольинских также заботилось о городе, но без прежнего размаха, к концу XVIII в. промышленность Кричева значительно сократилась.

Во время городского пожара в 40-е гг. XVIII в. Кричевский дворец сильно пострадал, после чего был отстроен с некоторыми изменениями. В конце 1840-х гг. Стефан Гольинский решил обновить свою резиденцию в соответствии с архитектурной модой. С главного фасада исчез классический декор оконных обрамлений, а над окнами второго этажа были вылеплены стрельчатые сандрики (не сохранились). Многочисленные перестройки дворец испытал в советское время: там размещались педучилище, средняя школа, школа-интернат. В результате здание оказалось в плачевном состоянии. В 1980-е гг. начались работы по реставрации дворца, однако из-за недостатка финансирования практически на 20 лет памятник был законсервирован. В 2003 г. княжеский дворец включили в Государственный список историко-культурных ценностей, а затем — в Инвестиционную программу. К 2008 г. была завершена его реставрация.

На современном этапе часть помещений дворца отдана Кричевскому краеведческому музею, где собрана богатая информация об истории Кричева и его окрестностей. Коллекция музея насчитывает свыше 15 тыс. экспонатов основного фонда [Туристские регионы..., 2008, с. 514]. Наибольший интерес представляют материалы археологических раскопок Кричевского замка, коллекции монет и оружия XIV в. В экспозиции ярко представлена связь Кричевщины с Грюнвальдской битвой 1410 г., события Северной войны 1700–1721 гг. в крае, Кричевское восстание 1740–1744 гг., материалы о Кричевской судовой верфи. Широко представлены в экспозиции музея материалы о Великой Отечественной войне.

В XVII–XVIII вв. Кричев выделялся среди других белорусских городов большим количеством православных храмов. Здесь насчитывалось 8 церквей: во имя чудотворца Николая (в замке), Успения Богородицы, Пророка Илии, Святого Юрия, Воскресения Христова, Рождества Богородицы, Параскевы Пятницы и Преображения Господня. На главной площади города рядом с православным храмом стояли костел и синагога. Ни один из этих храмов не сохранился. Утрачен был и великолепный костел в стиле неоготики, построенный в середине XIX в. под патронажем семьи Гольинских.

В старой части города из уцелевшего архитектурного наследия следует отметить здание почтовой станции XIX в., Свято-Николаевскую и Воскресенско-Пятницкую церкви.

Кричевская почтовая станция построена в 1843 г. по типовому проекту, обслуживала дорогу Москва — Брест — Варшава. Представляет собой комплекс зданий, расположенных вокруг прямоугольного в плане двора. Центральное каменное здание главным фасадом повернуто к дороге. Является памятником гражданской архитектуры неоготического стиля.

Деревянная Свято-Николаевская церковь располагается на высоком правом берегу Сожа в живописном месте на Замковой горе. Первоначально храм был построен в конце XIX — начале XX в. в виде трехсрубной композиции. Отстроенная после войны церковь является памятником деревянного зодчества.

Свято-Воскресенский Параскевинский собор (Воскресенско-Пятницкий храм), расположенный рядом с центральной площадью города, построен в 1880 г. на пожертвования горожан.

Глубокий след в истории Кричевщины оставила Великая Отечественная война. В Кричеве и его окрестностях находится ряд мемориалов и памятных мест, посвященных героической борьбе народа с немецко-фашистскими оккупантами: обелиск на месте боя геройски погибшего артиллериста Н. Сиротина у д. Сокольничи, курган Славы с обелиском в микрорайоне Сож, памятник защитникам Кричева и Сожского рубежа в 1941 г. у шоссе Кричев — Рославль и ряд других.

Современный Кричев имеет линейную структуру — он на 16 км протянулся с севера на юг вдоль реки Сож. Это редкий для Беларуси тип городской планировки. Кроме того, современная планировочная структура Кричева очень близка к планам города XVIII в. Например, трассы улиц старой части города (Комсомольской, Сожевской, Сиротинской и других) почти полностью совпадают с направлениями улиц конца XVIII в. [Архітэктурна Беларусі, 1993, с. 255]. Это говорит о преемственном развитии планировочной структуры. Регулярная перепланировка, которая массово проводилась в городах после вхождения белорусских земель в состав Российской империи, Кричева не коснулась. Важной причиной этого явилось логичное направление улиц с учетом сложного рельефа, изрезанного оврагами и водоемами. Архитектурно-планировочный каркас города, сформированный еще в XVI–XVII вв., сохранил свою жизнеспособность в течение столетий, что придает ценность градостроительному наследию Кричева.

На современном этапе туристско-экскурсионный потенциал Кричева востребован не в полной мере. Существуют единичные предложения на национальном экскурсионном рынке. Город включен в марш-

рут тура «В столицу Белорусского Поднепровья» (Белыничи — Шклов — Горки — Мстиславль — Пустынки — Кричев — Могилев), отдельные региональные экскурсионные маршруты («Храмы Мстиславщины»: Могилев — Кричев — Ануфриево — Мстиславль — Пустынки) [Туристские регионы Беларуси, 2008]. В формирующейся экскурсионной специализации города доминирует историко-краеведческая тематика. С учетом того, что значительная часть архитектурных памятников древнего Кричева не сохранилась, культурно-исторический потенциал города может быть дополнен за счет интерпретации исторических и историко-биографических ресурсов на основе эффективного использования локального историко-краеведческого материала.

На протяжении веков в периоды лихолетий Кричев не раз подтверждал свой статус города воинской славы. Логичным будет включение города в маршруты военно-исторической тематики, проведение военно-патриотических мероприятий в рамках событийного туризма. Древняя история Кричева, сохранившиеся археологические и исторические объекты, свидетельства исторических событий, проходивших на этой земле, являются основой для формирования туристского образа Кричева как порубежного города-крепости, города-воина. Реконструкция наиболее знаковых для города объектов (древнее замыше, крепостные стены) послужит восстановлению образа места.

К сожалению, значительная часть историко-культурных памятников Кричева утрачена. В этой связи особенно важной является качественная интерпретация сохранившегося историко-культурного наследия города с учетом его древней истории, общности историко-культурного развития с другими порубежными городами Беларуси (Мстиславль, Чечерск, Славгород) в составе Великого княжества Литовского и Речи Посполитой, включенности в общий контекст исторического развития белорусских земель в составе Российской империи.

Информационный потенциал города, в котором сохранились лишь единичные историко-культурные объекты, может быть дополнен за счет мифологизации туристских ресурсов. Для Кричева перспективным направлением является использование историко-биографических ресурсов, связанных с пребыванием и деятельностью на его территории известных исторических личностей (Петр I, Екатерина II, князь Г. А. Потемкин). Целесообразна для Кричева разработка экскурсионной темы «Роль известных исторических личностей в судьбе города». Данное направление актуализирует роль города в трансграничных экскурсионных маршрутах, привлечет интерес со стороны российских туристов.

Визитной карточкой Кричева должен стать дворец Потемкина, где в качестве основных объектов показа выступят восстановленные интерьеры, а также расширенная экспозиция краеведческого музея. Дворец планируется задействовать в маршрутах Мстиславской туристской зоны. Он может стать частью специализированных экскурсионных программ «По старинным усадьбам и паркам Поднепровья», которые объединят малые городские поселения белорусско-российского пограничья с ценными дворцовыми и усадебно-парковыми ансамблями (Мстиславль, Кричев, Жиличи, Хальч и др.).

Использование памятников и памятных мест Кричевщины, связанных с событиями Северной войны, позволит разнообразить содержание и структуру экскурсий исторической тематики. Целесообразно создание единого туристского маршрута, объединяющего исторические объекты Кричева с мемориальным комплексом, посвященным известной победе русских войск в 1708 г. над шведским корпусом генерала Левенгаупта при д. Лесная (Славгородский район Могилевской обл.), историческими местами, связанными с событиями Северной войны и победой русской армии над шведами у д. Доброе Мстиславского района Могилевской области.

В соответствии с Программой развития туризма Могилевской области планируется разработка трансграничного водного маршрута по рекам Остер и Сож (от Рославля Российской Федерации), одним из основных экскурсионных пунктов которого должен стать Кричев.

Таким образом, историко-культурный потенциал малых городских поселений Беларуси, рассмотренный на примере Кричева, является важной основой формирования специализированного туристского продукта приграничных зон.

Информация об общих страницах истории, культурного развития приграничного региона является основой для формирования туристских программ исторической, архитектурно-градостроительной, этнографической и краеведческой тематики, предпосылкой для организации мероприятий событийного туризма. Взаимными усилиями соседних стран памятники и события общей истории могут воплотиться в туристский продукт и интегрироваться в сеть трансграничных туристских маршрутов.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

- Архітэтура Беларусі: энцыкл. давед. Мінск, 1993.
Ничкасов А. И., Клевко Э. Н. Малые города Беларуси: прошлое, настоящее, будущее // Архитектура и строительство. 2008. № 2.
Ткачев М. А. Замки Беларуси. Минск, 2002.
Туристские регионы Беларуси / под общ. ред. И. И. Пирожника. Минск, 2008.

УДК 378

СОЗДАНИЕ СИСТЕМЫ НЕЗАВИСИМОЙ ОЦЕНКИ КАЧЕСТВА ОБРАЗОВАНИЯ — ОСНОВА СЕРТИФИКАЦИИ КВАЛИФИКАЦИЙ

Б. А. Савельев

Рассмотрены предпосылки создания системы взаимодействия субъектов образования и государственных органов.

В последнее время стала очевидной и, к сожалению, даже не требующей особых доказательств, неудовлетворенность общества, государства, рынка труда и самих учащихся, формируемой в соответствии с государственным образовательным стандартом второго поколения профессиональной компетенцией выпускников вузов. Достаточно очевидно также и то, что причины такого положения лежат не только в высших учебных заведениях, но и в большой степени в образовательной политике государства, развившейся, в частности, в недофинансировании образования, в отчуждении от проблем образования работодателей и бизнеса в целом, а также родственников учащихся и самих учащихся как заинтересованных представителей общества. Добавив сюда российскую демографическую составляющую и неизбежный ряд ошибочных действий каждого реального и потенциального участника образовательного процесса, получим в результате то, что мы имеем, т. е. ситуацию, представляющую угрозу процессу успешной модернизации и диверсификации экономики и конкурентоспособности страны на глобальном рынке.

На этом многофакторном фоне трудно и, может быть, даже бесполезно ожидать появления панацеи от одного из вышеназванных участников образовательного и постобразовательного процессов. Вместе с тем, мы наблюдаем активную позитивную, более того, взаимосвязанную деятельность большинства из названных субъектов образования по выправлению ситуации в образовании всех уровней, в частности, в высшем профессиональном образовании.

Учредитель (он же государство) через органы управления образованием усиливает финансирование системы высшего профессионального образования, переводит ее преимущественно на двухуровневую подготовку (бакалавр, магистр), формирует федеральные государственные образовательные стандарты, содержащие развернутые социально-профессиональные квалификационные требования, с набором профилей подготовки для каждого направления бакалавриата. Кроме того, государство принимает ряд мер по передаче части традиционно принадлежащих ему функций по обеспечению и контролю качества обучения обществу в лице бизнес-сообществ. Имеется в виду вступивший в силу 1 декабря 2007 г. Федеральный закон «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации в целях предоставления объединениям работодателей права участвовать в разработке и реализации государственной политики в области профессионального образования». Кстати, положение о государственно-общественном характере управления отечественным образованием было включено уже в Закон РФ «Об образовании» (1992 г.). Почти десять лет спустя этот принцип получил развитие в одобренной Правительством РФ Концепции модернизации российского образования на период до 2010 г.,

где указывалось, что «в процессе модернизации образования предстоит обеспечить, во-первых, открытость образования как государственно-общественной системы и, во-вторых, переход от патерналистской модели к модели взаимной ответственности в сфере образования, к усилению роли всех субъектов образовательной политики и их взаимодействия».

Можно констатировать, что в России созданы правовые предпосылки для существования и развития государственно-общественных форм участия в совершенствовании образования. Сейчас в стране для всех уровней образования решается задача превратить отвлеченную социологическую категорию «общество» в реальные общественные институты с их практическим участием в этой деятельности. В этой связи нельзя не упомянуть о многолетней плодотворной деятельности учебно-методических объединений учебных заведений РФ в различных областях профессионального образования. Особо хочется подчеркнуть приоритетность этой формы государственно-общественного управления и ее возможность влиять на качество учебного процесса всех уровней профессиональной подготовки (начального, среднего, высшего, послевузовского). В то же время лишь несколько функций УМО стали, в той или иной степени, самостоятельно управленческими в государственном масштабе: присвоение грифа УМО учебникам и учебным пособиям, разработка ГОС, примерных учебных планов, примерных учебных программ по дисциплинам, методических пособий для преподавателей и т. п. Другие процедуры носят, как правило, экспертный характер с условием окончательного решения, принимаемого в органах управления образованием.

В складывающихся сегодня условиях становится актуальным совершенствование действующих и поиск новых форм объединения, в том числе и общественности учебных заведений в целях снятия противоречий между образовательными интересами трех важнейших агентов — государства, общества и личности. Появление на образовательном поле новых участников — представителей бизнес-общества — неизбежно ведет к формированию новых отношений во всей системе образования. Это длительный и скорее всего конфликтный процесс, поэтому его анализ необходимо делать как можно раньше и чаще.

На наш взгляд, одним из ведущих партнеров в этом ряду является Российский союз промышленников и предпринимателей (РСПП), в центре внимания которого давно находится сфера образования. В структуре РСПП имеется Департамент социальной политики и трудовых отношений, создано Национальное агентство развития квалификаций. РСПП, как отмечает его президент Александр Шохин, «является методическим центром в области разработки профессиональных стандартов и требований к компетенциям и квалификациям выпускников, которые, в свою очередь, должны стать основой для разработки государственных образовательных стандартов и программ обучения в системе профессионального образования различных уровней».

Разработаны и 28.06.2007 утверждены распоряжением президента РСПП Положение о профессиональном стандарте и Макет профессионального стандарта. Эти документы способствуют переходу РСПП от частных взаимодействий отдельных компаний с учебными заведениями к системному взаимодействию бизнеса и сферы образования. Многие крупные отрасли экономики уже активно втянуты в разработку профессиональных стандартов. Именно союзы работодателей могут наиболее объективно сформулировать требования к специалистам, в которых заинтересован современный бизнес, что будет способствовать преодолению несбалансированности рынков труда и образовательных услуг в системе профобразования. В тесном сотрудничестве союзов работодателей с системой образования видится путь, на котором можно добиться наибольшей эффективности в вопросах повышения качества образования и его соответствия уровню развития современных технологий.

РСПП как общероссийское объединение совместно с отраслевыми и региональными объединениями работодателей планирует не только разрабатывать профессиональные стандарты, но и создавать системы оценки полученных профессиональных квалификаций. Центры сертификации, создаваемые как по отраслевому, так и по региональному принципам, должны будут выдавать сертификаты, подтверждающие соответствие уровня подготовки требованиям работодателя, содержащимся в профессиональных стандартах. Речь идет не только о высшем профессиональном образовании, но и о любой профессиональной подготовке, полученной «на протяжении всей жизни», в том числе дистанционно, заочно или самостоятельно.

В этой связи следует отметить, что 25 июня 2007 г. заключено Соглашение о взаимодействии между Министерством образования и науки РФ и РСПП, предметом которого является взаимодействие в обла-

сти развития образования и повышения качества трудовых ресурсов в пределах компетенции каждой из сторон по следующим направлениям:

- создание и развитие национальной системы квалификаций, профессиональных стандартов и государственных образовательных стандартов профессионального образования, отвечающих задачам развития российской экономики и общественным потребностям;
- создание системы независимой оценки качества образования и сертификации квалификаций;
- содействие развитию современных инновационных профессиональных образовательных программ.

В рамках этого Соглашения РСПП подготовил комплекс предложений по участию работодателей в образовательном процессе. В частности, в 2008 г. планируется провести экспертизу более 250 образовательных стандартов.

Если государственные образовательные стандарты и их реализация — достаточно освоенная учебными заведениями сфера деятельности, то квалификационные сертификаты являются в полном смысле новацией в профессиональном образовании. Однако подготовку к их получению своими выпускниками вузам следует начинать сейчас. Надо сказать, что Российский государственный университет туризма и сервиса (РГУТиС) как базовый вуз УМО по образованию в области сервиса и туризма уже приступил к выработке подхода к решению данной задачи. На ряде форумов председатель Совета УМО — ректор РГУТиС А. А. Федупин и его заместитель — проректор РГУТиС Т. Н. Ананьева поднимали вопрос о создании в университете специального корпоративного факультета для подготовки выпускников университета по программам узкопрофильной профессиональной подготовки, адекватной сертификатным требованиям. Такой факультет может функционировать в различных формах финансирования. Это может быть государственно-частное партнерство, где вуз как государственное учреждение берет на себя материальное, учебно-методическое и кадровое обеспечение, а в качестве заказчика квалифицированных и соответственно сертифицированных специалистов, финансирующих обучение, выступают заинтересованные представители фирм бизнес-сообщества. Можно использовать и модель трехсторонних договорных отношений (обучающийся — вуз — фирма), что обеспечит большую эффективность. Создание такого факультета, вполне вероятно, может сопровождаться и предложением о размещении на этой же базе отраслевого центра сертификации квалификаций.

УДК 378: 338.48

АКАДЕМИЧЕСКАЯ МОБИЛЬНОСТЬ В РАМКАХ БОЛОНСКОГО ПРОЦЕССА — ФАКТОР ФОРМИРОВАНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОГО СПЕЦИАЛИСТА СФЕРЫ СЕРВИСА

Л. В. Семенова

В рамках Болонской конвенции рассматриваются актуальные вопросы формирования академической мобильности специалистов сферы туризма и гостеприимства, а также представлены направления развития академической мобильности в Балтийском государственном университете им. И. Канта.

К Болонскому процессу — интеграционному движению, направленному на создание единого образовательного пространства, Российская Федерация присоединилась в сентябре 2003 г., обязавшись до 2010 г. реализовать основные его принципы в собственной образовательной системе. В целом, формирование в рамках Болонского процесса общеевропейской системы высшего образования основано на общности принципов функционирования высшего образования. Одним из принципов, рассматри-

ваемых в рамках Болонского процесса, наряду с введением двухуровневой кредитной системы обучения, формированием привлекательности европейской системы образования, контролем качества образования, обеспечением трудоустройства выпускников, является расширение академической мобильности. Отметим, что академическая мобильность студентов, академического и административного персонала представляется как основа создания европейского пространства высшего образования, а главной ее целью выступает возможность получения разностороннего «европейского» образования по выбранному направлению подготовки, обеспечение доступа в центры знаний, где формируются ведущие научные школы, расширение познаний во всех областях европейской культуры.

Академической мобильности студентов, преподавателей и административного персонала вузов в рамках Болонского процесса придается большое значение. Именно поэтому в данной области Болонская декларация сформулировала такие задачи, как «способствовать мобильности за счет преодоления препятствий, эффективному осуществлению свободы передвижения, уделяя особое внимание:

- для студентов — доступу к учебным заведениям и соответствующим услугам;
- для преподавателей, исследователей и административного персонала — признанию и подтверждению периодов, проведенных в европейских странах, в целях научных исследований, преподавания и переподготовки, не нарушая их статуса и законных прав [Болонская декларация...].

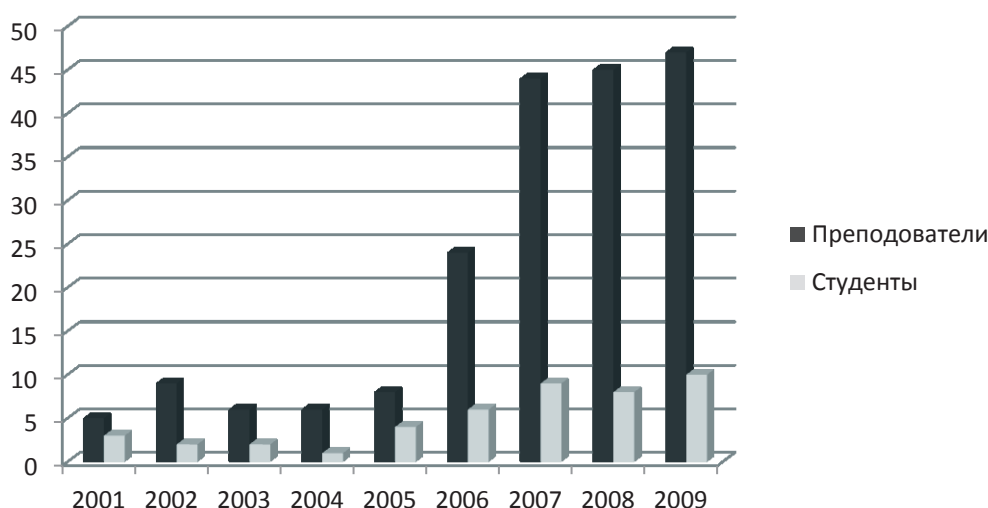
Необходимо отметить, что «академическая мобильность» отличается от традиционных зарубежных стажировок прежде всего тем, что, во-первых, студенты едут учиться за рубеж хоть и на ограниченные, но длительные сроки: от семестра до учебного года, и, во-вторых, во время таких стажировок они учатся полноценно, не только изучают язык и ознакомительно отдельные дисциплины, а проходят полный семестровый или годичный курс, который им зачитывается по возвращении в базовый вуз [Итоги работы...].

Кроме вышесказанного, нужно отметить, что в рамках Болонского процесса академическая мобильность рассматривается как горизонтальная (обучение в течение семестра, года), так и вертикальная (полное обучение студента в зарубежном вузе), с примечанием, что виртуальная мобильность не является заменой физической мобильности.

В силу возрастающих потребностей в квалифицированных сотрудниках в сфере туризма и гостеприимства выпускники высших учебных заведений должны обладать различными деловыми качествами, формированию которых и способствует академическая мобильность, что успешно реализуют многие европейские университеты.

Балтийский федеральный университет (ФБУ) им. Иммануила Канта активно взаимодействует с ними в этом направлении. Одним из аспектов формирования академической мобильности студентов сферы сервиса и важным инструментом в обеспечении как качества образования выпускников, так и преподавания на факультете и его соответствия международным стандартам является международное сотрудничество факультета сервиса БФУ им. И. Канта. Интенсивные международные контакты и поддержка со стороны ряда международных организаций сыграли значительную роль в обеспечении учебного процесса современными программами, отвечающими стандартам качества ведущих зарубежных университетов. Международная деятельность направлена на повышение положения БФУ им. И. Канта в системе высшего образования РФ и дальнейшую интеграцию в мировое образовательное и научное сообщество. Эта работа осуществляется в рамках программ сотрудничества с ведущими зарубежными университетами, реализации международных образовательных программ и проектов, осуществлении совместной научно-исследовательской деятельности, организации научно-практических семинаров и конференций, обмена преподавательскими кадрами и развитии студенческой и преподавательской мобильности.

Так, если в 2001 г. были установлены международные связи и научный обмен преподавателями и студентами с учебными заведениями Польши, Швеции, Литвы и Германии, то уже в 2009 г. к этому списку присоединились вузы Латвии, Великобритании, США, Испании, Греции и Франции. Активность в данном направлении проявляют не только профессорско-преподавательский состав кафедры социально-культурного сервиса и туризма, но и студенты, которые участвуют в различных международных конференциях и семинарах. Динамика расширения международной деятельности и представлена на рисунке.



Участие преподавателей студентов в международных конференциях и семинарах в 2001–2009 гг.

Широкие и устойчивые международные контакты в области социально-культурного сервиса и туризма подкрепляются заключенными международными договорами, охватывающими различные сферы деятельности факультета. Так, в рамках договора о двухстороннем сотрудничестве между БФУ им. И. Канта и Университетом Западной Англии (Бристоль, Великобритания) преподаватели кафедры социально-культурного сервиса и туризма реализуют европейскую магистерскую программу «Двойной диплом» по специальности «Маркетинг для устойчивого развития». Студенты кафедры социально-культурного сервиса и туризма принимают активное участие в различных международных проектах.

Активное участие студентов и преподавателей в международной деятельности, постоянное изучение студентами туристско-рекреационной базы США, Ирландии, Германии, Литвы, Австралии, Польши и других стран позволяет повысить уровень будущего специалиста в сфере туризма и гостеприимства.

Этому способствуют двусторонние договоры о сотрудничестве, заключенные с университетским колледжем гостеприимства и гостиничного хозяйства (Сопот, Польша), международной программой «Балтийский университет», Уппсальским университетом (Швеция), университетом города Пултуска (Польша), Гданьской высшей школой туризма и гостиничного хозяйства (Польша), Клайпедским университетом (Литва), Олынтынской высшей школой им. Й. Русецкого (Польша), университетом Западной Англии (Бристоль, Великобритания). В рамках заключенных договоров студенты выезжают на ознакомительную, учебную и производственные практики.

Несомненным положительным фактом является то, что в болонских документах отсутствуют ограничения по количеству поездок студента. Однако контроль качества обучения в рамках Болонского процесса должен жестко контролировать такие поездки для обеспечения подготовки конкурентоспособного специалиста. Продолжительность обучения в различных университетах различная, но, как правило, составляет 3–6 месяцев.

В заключение необходимо сказать, что академическая мобильность как студентов, так и преподавателей имеет огромное значение, так как помогает формированию профессионализма и позволяет строить общение на качественно новом цивилизованном уровне, что, в свою очередь, отражается на эффективности совершенствования результатов труда.

БИБЛОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

Болонская декларация «Европейское пространство высшего образования» [Электронный ресурс] // СПС «КонсультантПлюс».

Итоги работы Координационной группы Болонского процесса по мобильности [Электронный ресурс]. URL: http://archive.diary.ru/~international/?comments&postid=61292502&htm&uid=7rss_signature=&

УДК 338.48

ПРОБЛЕМА ОЦЕНКИ ВЛИЯНИЯ ТУРИЗМА НА СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ РЕГИОНА

Л. Г. Сидоров, И. М. Сидорова

Рассматривается проблема оценки влияния сферы туристских услуг на социально-экономическое развитие страны и региона.

Развитие туротрасли, особенно в регионах, является своеобразной антикризисной мерой, так как туризм — катализатор социально-экономического развития. В первую очередь это обеспечение занятости, снижение социальной напряженности. Например, для того чтобы разработать и сертифицировать экскурсионные маршруты на своей территории, не требуется особых средств, нужно привлечь для этого соответствующие кадры, подготовить региональные и муниципальные программы развития туризма. Сегодня целый ряд государств увеличивает финансирование на продвижение своего турпродукта. Туризм сегодня в состоянии дать быструю и эффективную отдачу от вложенных средств, причем гораздо быстрее, чем промышленное производство.

Свои результаты в период кризиса дает и частно-государственное партнерство. Разрабатываются и уже реализуются федерально-целевые программы по развитию инфраструктуры для туристской деятельности. Это и Дальний Восток, и Юг России, и Северо-Запад. Создаются особые экономические зоны туристско-рекреационного типа [Кризис подтолкнет..., 2009, с. 23].

Для оценки имеющейся материальной базы сферы туристских услуг, формирования инвестиционных проектов и их продвижения на рынке встает вопрос создания единой информационной системы. В то же время качество статистических данных, имеющихся в РФ, не позволяет четко представить ситуацию, происходящую в сфере туристских услуг. Это затрудняет анализ эффекта воздействия туризма на экономику страны и региона.

Необходимо отметить, что недостаточность усилий по поддержанию имиджа России как туристской страны на мировом рынке также отрицательно влияет на гостиничную индустрию, не позволяя достичь оптимального прироста количества туристских прибытий в РФ [Сфера услуг, 2001, с. 593–612].

Таким образом, в Российской Федерации на сегодняшний день выделены следующие основные общие проблемы развития сферы туристских услуг:

- несоответствие мировым стандартам качества и безопасности при мировом рыночном уровне цен;
- многие объекты показа и средства размещения требуют капитального ремонта, обновления;
- недостатки системы лицензирования и сертификации туристских услуг;
- кризис въездного и внутреннего туризма;
- отсутствие достоверной и полной официальной статистики, отражающей реальную ситуацию в туризме, а также долю его налоговых поступлений в госбюджет, в занятости населения, в структуре ВВП;
- недостаточная разработка методик оценки влияния сферы туристских услуг на экономику страны и региона.

Государственные органы и деловые круги все больше заинтересованы в использовании экономического эффекта туризма. Речь идет о том, что туристская деятельность позволяет создать новые рабочие места, а массовые мероприятия и общественные акции обеспечивают многомиллионные поступления в экономику. Эффект мультипликатора используется для определения косвенного воздействия расходов туристов и рыночных секторов, которые могут получать дополнительный доход благодаря туризму [Сидоров, 2005].

Получение доходов от туристской деятельности весьма привлекательно для товаропроизводителей по ряду причин. Значимость этой сферы позволяет товаропроизводителю утвердиться в деловых

кругах, приобрести авторитет в работе с общественными организациями и общественностью в целом. Что, в свою очередь, может отражаться в форме властных решений и социальной политики, благоприятствующей туризму. Общественное мнение также важно для осуществления туристской деятельности, так как влияние туризма проявляется во многих сферах общественной жизни. Туристические фирмы в значительной степени зависят друг от друга так же, как и от других предприятий региона, государственных органов, общественных организаций. Экономический эффект туристской деятельности и связанные с ним финансовые потоки так или иначе затрагивают весь регион. Анализ экономического эффекта создает возможность обоснованной оценки экономических связей с целью лучшего понимания роли туризма в региональной экономике.

Туристская деятельность связана с определенными финансовыми затратами. Сюда входят затраты туристских фирм, государственные расходы, направленные на развитие инфраструктуры, способствующей развитию туризма, а также затраты и внешние эффекты в экономическом выражении, распределяемые на каждого члена общества. Решения, связанные с осуществлением туристской деятельности, зачастую сводятся к дискуссии между представителями товаропроизводителей, получающих доходы от туризма, и противников увеличения расходов на туризм. Подобные дискуссии должны основываться на объективной оценке как выгод, так и расходов, связанных с туризмом. Важно также понимать, кто именно получает доходы и на чью долю приходятся расходы, связанные с туристской деятельностью. Таким образом, экономический эффект туризма является важным объектом планирования экономического развития на федеральном, региональном и местном уровнях. Знание экономического эффекта также является существенным фактором при принятии маркетинговых и управленческих решений. Общество должно осознавать значимость туризма для региона, вклад туристской сферы в его экономику. Для оценки экономического эффекта туризма применяется ряд методик: от метода экспертных оценок до комплексных математических моделей. Эти исследования сильно различаются между собой как по качеству, так и по точности. Кроме того, основой исследования могут быть разные аспекты туризма. Научные публикации в отечественной литературе носят преимущественно теоретический, общенаучный характер. В то же время обзор этой темы в средствах массовой информации чересчур упрощен и нередко искажает реальную картину. Что, в свою очередь, затрудняет принятие решений ответственными лицами и создает неадекватное представление о положении дел в отрасли у широкой общественности.

Для правильного отражения и планирования сферы туризма необходима обоснованная методика оценки экономического эффекта развития туризма. Изучение воздействия туризма на экономику страны и региона может осуществляться рядом методов. Наиболее эффективный из них — это разработка специальных моделей мультипликаторов, которые можно создать для экономики на разных уровнях (как национальном, так и региональном).

Экономический эффект туризма, как правило, вычисляется с помощью следующей базовой формулы:

$$EI = NT_i \times ES \times M, \quad (1)$$

где EI — экономический эффект туризма; NT_i — количество туристов, посетивших регион в i -м периоде; ES — средние расходы туриста в данном регионе; M — коэффициент мультипликации [Гуляев, 2003].

В соответствии с этой формулой исследование экономического эффекта туризма можно разделить на три основных этапа:

1. Определение количества и категорий туристов, посещающих регион.

Оценка и планирование туристской деятельности базируется на модели спроса или системе измерения количества посетителей в регионе. Дальнейшая оценка экономического эффекта в значительной степени зависит от этого этапа, поскольку он, как правило, является наиболее уязвимым пунктом исследования. Немногие регионы обладают точной системой оценки посещаемости, позволяющей четко отразить структуру туристской деятельности. Однако следует отметить, что современные методики сбора данных при должной доработке вполне пригодны для применения на данном этапе исследования.

2. Определение средних расходов туристов, посещающих регион.

Оценки средних затрат должны основываться на представительной выборке туристов, сгруппированных по сезонному признаку, виду туризма и территориальному делению. Расходы туристов могут варьировать среди различных групп, в связи с чем каждая выборка должна состоять не менее

чем из 50–100 чел., по каждому виду туристов. Группировка туристов по секторам необходима с тем, чтобы выделить различия между расходами местных жителей и туристов, между туристами, прибывающими с ночевками и без ночевки, по месту размещения (гостиницы, базы отдыха, санатории и т. д.) и виду транспорта. Путем умножения числа туристов на средние расходы каждого туриста мы получим оценку суммарных расходов туристов в регионе. Оценка будет зависеть от качественно выполненной сегментации и точных статистических данных. Таким образом, полученная цифра будет соответствовать суммарному прямому доходу, получаемому экономикой региона. Определяя действительный вклад, вносимый туризмом в какой-либо район страны, необходимо учитывать не только прямой, но также и некоторый дополнительный доход, получаемый экономикой региона в дополнение к первоначальному «вливанию» денег туристами. Этот дополнительный доход рассматривается как вторичный эффект туризма.

3. Учет изменений в региональной экономике с помощью вычисления мультипликационного эффекта дохода от туризма. Для вычисления вторичных эффектов расходов туристов в регионе используют модель мультипликатора.

Существует два основных типа вторичных эффектов: Косвенный доход — это доход, получаемый в результате развития деловой активности, т. е. коммерческой деятельности, с целью извлечения прямой прибыли. Например, часть денег, получаемых с туристов гостиницами, затем расходуется ими на покупку товаров в местных магазинах и оплату услуг, предоставляемых местными коммерческими предприятиями (складами, банками, страховыми компаниями и т. д.), которые, в свою очередь, могут снова потратить часть своего дохода в другой области коммерческой деятельности, например на закупку партии товаров непосредственно у производителя этой продукции. Каждое предприятие, поставляющее товары или услуги гостинице, получает косвенный доход от расходов туристов.

Предположим, что государственная статистика определила величину коэффициента дохода первого типа 1,4 и величину коэффициента дохода второго типа 1,9, тогда на каждую условную единицу прямого дохода приходится 0,40 у. е. косвенных доходов и 0,50 у. е. стимулированных доходов.

Хотя многие аналитики оценивают значения коэффициентов от 2,0 и выше, для регионального уровня более реалистичными являются значения от 1,0 до 1,5. Высокие значения коэффициентов дохода часто являются результатом переоценки стимулированного дохода. Стимулированный доход вычисляется с учетом рециркуляции денежных средств, полученных в виде прямого и косвенного доходов.

Величина коэффициентов зависит от четырех основных факторов:

- 1) масштабы и разнообразие экономики региона. Крупные регионы со сложной экономикой, производящие высокотехнологичные товары и услуги, будут иметь высокие коэффициенты, так как домашние хозяйства и коммерческие организации могут приобрести большинство товаров и услуг, в которых они нуждаются, внутри региона;
- 2) географическая характеристика региона. Регионы с большей площадью при всех равных условиях будут иметь более высокие коэффициенты, чем меньшие по площади, поскольку высокие транспортные затраты создают тенденцию к снижению доли импорта. Регионы, которые занимают центральное положение относительно соседних территорий, также будут иметь более высокие коэффициенты, чем регионы, расположенные на окраине;
- 3) особенности экономических секторов, принимаемых к рассмотрению. Коэффициенты изменяются в различных секторах экономики в зависимости от показателей занятости и других величин, а также склонности предприятий, относящихся к каждому сектору, покупать товары и услуги, производимые внутри региона. Предприятия, связанные с индустрией туризма, отличаются крайней трудоемкостью, поэтому результатом их деятельности служат в большей степени стимулированные, нежели косвенные эффекты. Когда для области берется единственный коэффициент, он представляет собой совокупное значение, полученное в результате анализа нескольких секторов экономики. Более точные оценки вторичных эффектов возможны, если используются сегментные коэффициенты. Сегментный коэффициент позволяет оценить вторичный эффект доходов от туризма для отдельно взятого сектора;
- 4) год. Коэффициент характеризует состояние региона на определенное время. Коэффициенты для данного региона со временем могут изменяться в результате изменений в экономической структуре и значении цен. При использовании региональных экономических моделей и коэффициентов объем расходов строго привязан к ценам того периода, в котором проводилось исследование. Показатели занятости и относительные коэффициенты склонны изменяться бы-

стрее, чем коэффициенты продаж или дохода, поскольку они более чувствительны к общему объему инфляции.

Регионы с ограниченным экономическим потенциалом будут иметь низкое значение коэффициентов мультипликации (коэффициент дохода первого типа от 1,1 до 1,2 и коэффициент дохода второго типа менее 1,5). В больших регионах с развитой экономикой коэффициенты дохода от туризма будут иметь большее значение (коэффициент дохода первого типа от 1,3 до 1,5 и коэффициент дохода второго типа порядка 2,0) [Экономико-математический..., 2003].

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

Гуляев В. Г. Туризм: экономика и социальное развитие. М., 2003.

Кризис подтолкнет к созданию эффективных механизмов развития туризма... // Туризм: Практика, проблемы, перспективы. 2009. № 2.

Сидоров Л. Г. Методика оценки экономического эффекта развития туризма // Качество жизни: сотрудничество науки, власти, бизнеса и общества : материалы II международного форума. М., 2005.

Сфера услуг: проблемы и перспективы развития. М., 2001. Т. 3.

Экономико-математический энциклопедический словарь / под ред. В. И. Данилова-Данильяна. М., 2003.

УДК 91.008+796.51 (571.150)

ГЕОКУЛЬТУРНОЕ ПРОСТРАНСТВО АЛТАЙСКОГО КРАЯ КАК ОСНОВА РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА

И. Б. Соболев, А. Г. Редькин

Рассмотрены подходы к изучению геокультурного пространства, дано собственное определение данного понятия. В качестве составляющей геокультурного пространства Алтайского края выделяются культурные ландшафты, ядра которых нанесены на карту. Представлена характеристика выделенных территорий, обосновывающая развитие на них туризма.

Общенаучное толкование понятия «пространство» формируется в рамках философии. В Философском энциклопедическом словаре (2003) понятие «пространство» определено как «форма бытия материи, характеризующая ее протяженность, структурность, сосуществование и взаимодействие элементов во всех материальных системах». Еще в работах античных мыслителей мы можем проследить, как трактовалась данная категория: понятие «среды», которая охватывает все «тела» (Анаксагор и Аристотель), мир «нетелесной сущности», субстанции, т. е. пространства (Левкип и Демокрит) [Аристотель, 1981; Рожанский, 1968].

Пространство всегда было есть и будет в фокусе географических исследований, так как география настолько является «пространственной наукой», насколько, например, история является наукой «временной». Особое значение для формирования «пространственной» традиции в географии имели труды И. Канта и его классификация наук на сущностные, хронологические и хорологические — географические и пространственные.

Хорологический принцип в развитии географии был обоснован К. Риттером и А. Геттнером. На протяжении XX в. хорологическая концепция трансформировалась, и сейчас географы уже давно отошли от представлений о пространстве как вместилище объектов. Появилось множество «частных» пространств — от «физического» до «социального», среди которых есть и географическое, или геокультурное пространство (ГКП) [Стрелецкий, 2002].

Четкого понятия «геокультурное пространство» в географической науке не существует. Однако, начиная разговор о нем, прежде всего логично определить сущность самого понятия «культура». «Культура»

тура» происходит от латинского слова и означает «возделывание», «образование», «развитие». Может быть, именно такая множественность трактовок привела к огромному разнообразию определений этого понятия (около двухсот). В самом широком смысле под культурой понимают все, что создано людьми в процессе физического и умственного труда для удовлетворения разнообразных материальных и духовных потребностей. В более узком смысле культура — это идейное и нравственное состояние общества, определяемое материальными условиями его жизни и выражаемое в его быте, идеологии, образовании и воспитании, в достижениях науки, искусства, литературы.

На наш взгляд, если теория науки будет двигаться по этому пути, то возникнет столько же много определений ГКП, как и самого понятия «культура». И в настоящий момент под определением «геокультурное пространство» подразумеваются абсолютно разные вещи. Таким образом, «геокультурное пространство» — это:

- 1) пространственно-временное сочетание общественных объектов, явлений и процессов в совокупности с природным окружением;
- 2) пространство общества в совокупности со всеми сферами географической среды;
- 3) система устойчивых культурных реалий и представлений, формирующихся на конкретной территории в результате сосуществования, переплетения, взаимодействия, столкновения различных вероисповеданий, культурных традиций и норм, ценностных установок, глубинных психологических структур восприятия и функционирования картин мира [Замятин, 1999, 2002];
- 4) пространство ойкумены — заселенной, освоенной или иным образом вовлеченной в орбиту жизни общества части географической оболочки Земли с ее пространственными структурами хозяйства и формами организации жизни общества;
- 5) пространство геокультуры и геополитики, а также вытекающей отсюда политики безопасности;
- 6) результат длительного культурного взаимодействия различных этнических и субэтнических групп [Костина, 2006, с. 3];
- 7) закономерное сочетание объектов культуры, синтезируемых из разнородных элементов (природных и социальных, материальных и идеальных), сформировавшихся в результате геокультурных процессов (пространственно-временных проявлений культурогенеза) [Костина, 2006, с. 10].

Но человеческая деятельность не ограничивается материальным миром, сама культура и ее ценности не всегда имеют материальное выражение. Поэтому мы можем говорить о других видах пространства, которые, на наш взгляд, тоже могут охватить понятие «геокультурное пространство», например: «пространство представлений» [Замятина, 2002]; «геотехнопространство» [Розанов, 2003] и прочие типы географических пространств (политическое, социальное экономическое, религиозное и т. д.).

Остановимся на главных характеристиках ГКП. Географическое пространство понимается как пространство (вместилище) географических объектов либо порядок их взаиморасположения. Культурное пространство как термин встречается в самых разнообразных вариантах. Например, культурное пространство трактуется «как система регулятивных оснований человеческой деятельности и ее знаково-символического содержания, воплощенного в многообразных продуктах культурной практики». Мы будем придерживаться следующей трактовки: культурное пространство — это пространство, в котором существуют прошедшие и современные слои культуры.

Географические индивидуумы, составляющие геокультурное пространство, есть культурные ландшафты. Их мозаика, иерархия, внутренняя структура отражают организацию геокультурного пространства [Костина, 2006, с. 10].

Культурный ландшафт — не просто результат сотворчества человека и природы, но также целенаправленно и целесообразно формируемый природно-культурный территориальный комплекс, который обладает структурной, морфологической и функциональной целостностью и развивается в конкретных физико-географических и культурно-исторических условиях. Его компоненты образуют определенные характерные сочетания и находятся в определенной взаимосвязи и взаимообусловленности [Веденин, Кулешова, 2001]. Сами культурные ландшафты тоже, в свою очередь, находятся в определенной взаимосвязи и взаимообусловленности, которая представляется геокультурным пространством.

Таким образом, мы пришли к формулировке определения данного понятия. Итак, геокультурное пространство — система локально расположенных культурных ландшафтов и слоев культуры, а также памятников природы, культуры, архитектуры, произведений искусства, образующих исторически обусловленное историко-культурное наследие территории.

Культура научила человека манипулировать пространством и временем, мышление человека может отделять пространство от времени и наоборот, как это делают живопись (пространственное искусство) или музыка (временное искусство). Тем самым культура как бы освобождает человека от власти пространства и времени, позволяя ему жить в иной реальности [Каган, 1988]. У каждого индивидуума своя реальность, свой мир, и каждый человек — отдельный микрокосм, отдельное пространство. Поэтому в связи с ростом индивидуализма в настоящее время в туризме растет популярность индивидуальных туров, VIP-туров, и они, как правило несут культурно-познавательный характер, что актуализирует проблему использования ГКП в туризме.

Рассмотрим территорию Алтайского края с точки зрения теории ГКП, что целесообразно для развития познавательных видов туризма. Край имеет богатую историю и культуру. Самобытность Алтайского края представляют 4446 объектов историко-культурного наследия, из них 623 памятника архитектуры, 570 — истории, 29 — искусства, 1038 — Великой Отечественной войны, 2186 — археологии, 390 вновь выявленных археологических объектов, 131 памятник федерального значения [Тарунов и др., 2007].

Составляющей ГКП Алтайского края являются культурные ландшафты. В крае мы выделяем пять ядер геокультурного пространства.

Первое ядро, условно названное «Золотые ворота», включает в себя Бийск и его окрестности. Исторический Бийск — это город неповторимого архитектурного облика, город памятников, самобытная страница Алтая. В Бийске 272 памятника архитектуры, истории и культуры, около 50 памятников археологии, 11 памятников природы. Исторически Бийск был пограничной крепостью между русскими переселенцами и коренными алтайцами. 250 лет назад, со времен добровольного вхождения алтайского народа в Российское государство, Бийск становится «воротами в Азию»: с него начинался караванный путь в Монголию и Китай, торговля с которыми привела к становлению купечества. По территории современного Бийска в III тысячелетии до н.э. проходило северное ответвление Великого шелкового пути. Бийск по праву носит статус исторического года. На территории города, впервые на Алтае в начале XX в. была открыта палеолитическая стоянка древнего человека. Рядом с Бийском зарождается одна из 10 крупнейших рек мира — Обь. На Чуйском тракте и в Бийске известный писатель, актер и кинорежиссер В. М. Шукшин снимал кинофильмы «Живет такой парень», «Печки-лавочки», документальный фильм «Наш город». Ежегодно здесь проводятся Бийские Шукшинские чтения. Бийск — ворота Горного Алтая, откуда идут дороги на всемирно известные Телецкое озеро, гору Белуху, курорты Чемал и Белокуриха, плато Укок. Само собой разумеется, что нужно использовать этот культурный потенциал для развития познавательных видов туризма.

В первом ядре алтайского геокультурного пространства, кроме русских, проживают коренные жители Алтая: телеуты и кумандинцы, а также мордва. В первом и втором ядрах — русские переселенцы, казаки, казахи, чалдоны, кержаки. Там еще сохранились остатки их культур.

В качестве второго ядра ГКП мы выделяем «Горную Колывань». Строительная культура на Алтае насчитывает множество различных рудодобывающих заводов и комплексов, связанных с горной промышленностью. Змеиногорск принадлежит к тем городам, которые, безусловно, заслуживают статуса исторического города России. Исторический центр и памятники архитектуры Змеиногорска представляют уникальную культурную и историческую ценность: Дом горных офицеров (ул. Ленина, 7), Бергамт, контора змеиногорских рудников (ул. Ленина, 18), усадьба купца Митина (ул. Щорса, 9), музей горного дела. С 1749 по 1761 г. строилась Змеиногорская крепость. Она вошла в состав укреплений Колыванской военно-оборонительной линии, сложившейся к 1757 г., а с 1765 г. — в состав Колывано-Кузнецкой линии. В 1806–1810 гг. по проекту П. К. Фролова в Змеиногорске создается первая в России рельсовая дорога. Но массового туризма в этом городе не наблюдается, хотя находится он недалеко от Колыванского озера. Однако существуют проекты по развитию этой территории для туризма, например, программа НПЦ «Наследие» «Создание историко-мемориального комплекса Колывано-Воскресенского горного округа России XVIII–XIX веков», которая в 2001 г. вошла в состав региональной программы «Серебряное кольцо Сибири» [Тарунов и др., 2007].

Колыванская шлифовальная фабрика Курьинского района специализировалась на изготовлении крупных декоративных изделий: ваз, торшеров, каминов, столешниц, колонн для дворцов и усадеб; выполнялись заказы и для Эрмитажа, где по сей день стоит Царица ваз, изготовленная на Алтае. Другие памятники Курьинского района принадлежат второй половине XIX в. и началу XX в. Это административные, общественные и культовые постройки преимущественно в формах эклектики. Особую группу памятников составляют деревянные жилые дома, крестьянские усадьбы. Однако к этому же ядру будут относиться гора Синюха, Колыванское и Савушкинское озера Краснощековского района, по которым мы можем судить

об истории горообразования на Алтае, познавать их реликтовую ценность. Пожалуй, сюда направляется значительное число людей, но диких туристов, поток которых носит неорганизованный характер, что ведет к загрязнению и без того заболочиваемого озера и появлению других проблем. Хотя существуют проекты по развитию маршрутов и созданию туристических комплексов в этом районе, но с выбором экстенсивной стратегии развития на первый план выйдут наболевшие экологические проблемы.

Третьим ядром культурного ландшафта — «Чарышская долина» — целесообразно считать территорию, имеющую не только культурный, но и природный потенциал для развития туризма. Это Чарышский район. В состав ядра входит археологический памятник мирового значения «Денисова пещера», водопады на реке Шинок, горная река Чарыш, ряд озер и пантолечебница. Кроме активных и оздоровительных видов туризма, здесь можно развивать и познавательный туризм: село Чарышское сохранило дома, связанные с жизнью и бытом чарышских казаков. В одном из них размещен музей истории села. Здесь также проживают татары и украинцы.

Четвертое ядро ГКП — «Соленые озера» мы выделяем на территории Кулунды как центр ностальгического сельского туризма. На этой территории было три волны переселения русских на Алтай: старожилы, или «сибирские» (до 1865 г.), переселенцы, или «росейские» (после 1865 г.), третья волна — освоение целины. Здесь по сей день проживают татары, мордва, украинцы, немцы. Кроме этого, территория соленых озер имеет бальнеологический потенциал (грязе- и солелечение), который нужно развивать для роста туризма. Культурный ландшафт этих районов необходимо сохранять. Огромные туркомплексы порой подавляют красоту природы и полностью уничтожают крестьянское зодчество. Следует облагораживать алтайские деревушки, дающие иностранцам успокоение, если мы ориентируемся на них. Тем более, что этот ландшафт является результатом деятельности природы и человека.

Если речь идет о сотворчестве человека и природы, то примером может стать, конечно же, Барнаул и его окрестности — пятое ядро культурного ландшафта. Он собрал в себя такое количество памятников архитектуры, что на знакомство с ними ушло бы несколько часов. Рассмотрим же некоторые из них как пример культурных ландшафтов города. Наиболее богата культурными памятниками историческая часть города — Старый город, Демидовская площадь, ул. Ползунова, Алтайский краеведческий музей, река Барнаулка, Нагорная часть — данный ландшафт является ядром основания города эпохи горнозаводского производства. Барнаул и прилегающую территорию мы относим к ГКП, который предлагаем назвать «Житница Сибири». В Барнауле проживают представители практически всех национальностей Алтайского края.

Таким образом, на территории Алтайского края нами выделены ядра культурного ландшафта, имеющие особо высокий потенциал для развития познавательного туризма. «Золотые ворота» — ядро, охватывающее Алтайский, Смоленский районы и Бийск; «Чарышская долина» — Чарышский район; «Горная Кольвань» — Змеиногорский и Курьинский районы, «Соленые озера» — Благовещенский, Кулундинский, Славгородский районы; «Житница Сибири» — Барнаул и его окрестности. Также выделены транспортные коридоры — пути сообщения между ядрами ГКП (рис. 1).

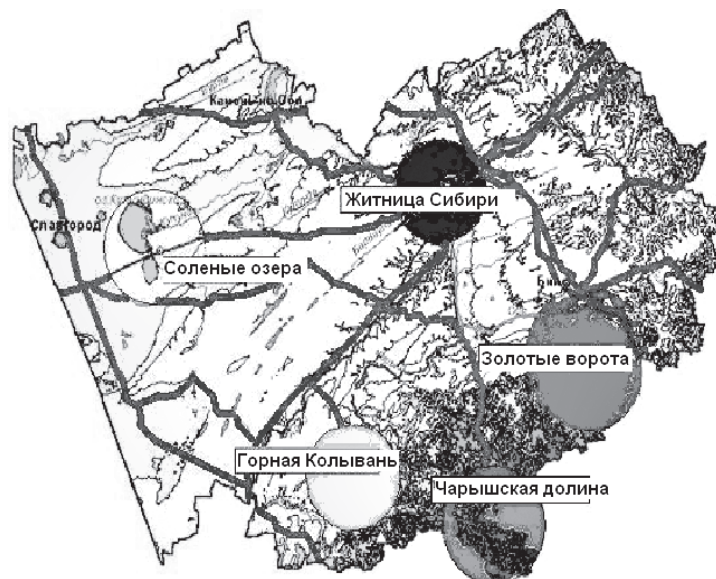


Рис. 1. Ядра геокультурного пространства Алтайского края

В целях развития туризма необходимо сохранение ГКП как объекта наследия. При этом очень важно сберечь традиционные черты культурного ландшафта, сложившиеся в течение длительного исторического периода обустройства территории конкретной этнической группой. Современная массовая культура (как и в советское время) приводит к размыванию национальных особенностей и многоликого мира алтайских деревень, поэтому важно создать очаги сохранения традиционных культур, без которых невозможно развитие экзотического познавательного туризма.

Тем самым мы сохраняем не только самобытность культурного ландшафта как составляющей геокультурного пространства, но и ландшафтное разнообразие региона, страны, мира. Выявление и сохранение ГКП территории имеет большое значение для развития нации, её самосознания, самоуважения.

Коснемся вопроса развития туризма в сельских районах Алтайского края. Во многих районах края развалено сельское хозяйство, наблюдается демографический кризис и упадок, что означает утрату культурного пространства. Молодое и мобильное население, если не покидает сельский район, то спивается, оставшиеся в деревнях старики, как по числу, так и по финансовым возможностям, оказываются не в состоянии поддерживать на прежнем уровне экономические функции общины. Чтобы решить эту проблему, администрация Алтайского края приняла программу развития сельского туризма. Местным жителям выделяются средства, чтобы создать «зеленые дома», куда могут приехать погостить горожане. До этого указанный вид туризма развивался стихийно не столько в горных территориях, но в деревнях, стоящих на грязе-солевых озерах (например с. Светлое Завьяловского района, Гуселетово).

ГКП формируется, как правило, под влиянием нескольких этносов. В нем можно найти следы деятельности множества народов, представителей самых различных этнических групп, вклад которых в формирование культурного слоя ландшафта нередко более заметен и существен, чем вклад коренного или живущего там сейчас населения, поскольку один и тот же участок Земли в разные исторические времена был ареной жизнедеятельности самых разных народов. Об этом свидетельствуют памятники археологии, топонимика, традиционные формы архитектуры, элементы быта, технологии природопользования. По данным Росстата, нами была выполнена карта «Доля малых национальностей по районам Алтайского края» (см. рис. 2), из которой видно, что больший процент малых национальностей проживает на северо-западе Алтайского края, следовательно, именно в этих районах в первую очередь необходимо создавать этнические музеи, тематические парки и вовлекать этнокультурное наследие в сферу туризма.

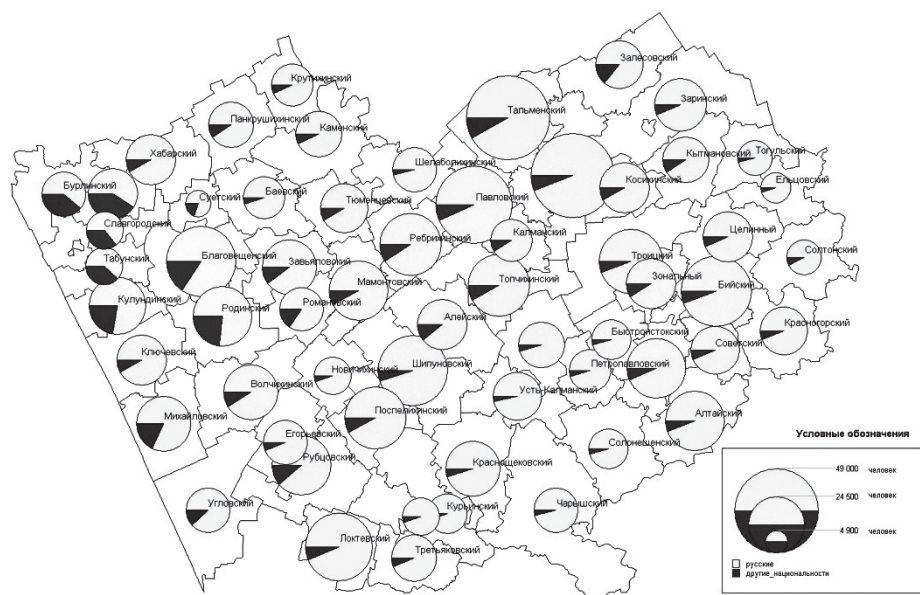


Рис. 2. Доля малых национальностей по районам Алтайского края

Само собой разумеется, что культурные ландшафты и ГКП привлекательны для туристов. Поэтому сегодня любые, даже очень небольшие участки культурного ландшафта должны рассматриваться в контексте наследия. Их необходимо изучать и сохранять. Куда следует отнести туристские ресурсы? Во всем их многообразии, разночтении и толковании ответ должен быть ясен всем: в первую очередь к невоз-

обновляемому потенциалу планеты [Веденин, 1997]. Поэтому в целях сохранения своей уникальности, историко-архитектурной, природной составляющей культурные ландшафты хоть и должны способствовать развитию туризма, но категория природных ландшафтов все же нуждается в квотировании посещаемости в связи с необходимостью сохранения этого уникального наследия.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

- Аристотель. Физика // Сочинения: в 4 т. М., 1981. Т. 3.
- Веденин Ю. А. Очерки по географии искусства. М., 1997.
- Веденин Ю. А., Кулешова М. Е. Культурный ландшафт как объект культурного и природного наследия // Известия АН. Серия Географическая. 2001. № 1.
- Замятин Д. Н. Моделирование географических образов: Пространство гуманитарной географии. Смоленск, 1999.
- Замятина Н. Ю. Когнитивные пространственные сочетания как предмет географических исследований // Известия АН. Серия Географическая. 2002. № 5.
- Каган М. С. О философском уровне анализа отношения искусства к пространству и времени // Пространство в искусстве: межвуз. сб. науч. тр. Л., 1988.
- Костина Д. С. Ландшафтный анализ геокультурного пространства и этнокультурного взаимодействия в восточных районах Ставропольского края : дис. ... канд. геогр. наук. Ставрополь, 2006.
- Рожанский И. Д. Проблема движения и развития в учении Анаксагора // Успехи физических наук. 1968. Т. 95. Вып. 2.
- Розанов Л. Л. Геотехнопространство — концептуальное понятие общей географии // Известия АН. Серия Географическая. 2003. № 3.
- Стрелецкий В. Н. Географическое пространство и культура: мировоззренческие установки и исследовательские парадигмы в культурной географии // Известия АН. Серия Географическая. 2002. № 4.
- Тарунов А. М., Ломакин А. И. и др. Алтайский благодатный край // Наследие народов Российской Федерации. Можайск, 2007.
- Философский энциклопедический словарь / ред.-сост. Е. Ф. Губский и др. М., 2003.

УДК 659

РЕКЛАМНАЯ КОММУНИКАЦИЯ В СИСТЕМЕ СОВРЕМЕННОГО ТУРИСТСКОГО ОБРАЗОВАНИЯ

Н. Ф. Старыгина

Рассматривается специфика рекламного текста в сфере туризма, его функционально-семантические особенности, а также место и роль туристского образования в структуре современного общества. Описывается одна из ключевых компетенций педагогики — информационно-рекламная компетенция, которую можно определить как способность студента осуществлять проектирование и разработку рекламной кампании туристского предприятия, основываясь на ядерных этапах креативного позиционирования туристской услуги как продукта, а также анализируется композиционно-семантическая характеристика рекламной коммуникации в сфере туризма и др.

Первые исследования рекламной коммуникации должны были дать ответ на вопрос: как с максимальной эффективностью можно воздействовать на формирование общественного мнения и управлять поведением различных социальных групп в сфере туристского образования?

Ответ давался на основе анализа следующих позиций: особенностей социальной структуры общества, обусловленной существующим уровнем развития экономических и политических институтов; со-

стоянием системы коммуникаций и элементов, ее составляющих; разработанных на момент исследований методов и технологий управления коммуникативными потоками [Мозолин, 2008].

Мы можем утверждать, что в ходе экономических и политических изменений, свойственных современному обществу, произошла модификация социальной структуры и в сфере туристского образования. Параллельно с «вертикальной» однонаправленной рекламной коммуникацией массового общества начинает возникать интерактивная «сетевая» рекламная система взаимодействия.

Однако появление «сетевых» феноменов в массовой коммуникации не предполагает отказа от имеющегося набора каналов коммуникации (традиционные СМИ, система публичных мероприятий и др.). Скорее, мы можем говорить об адаптации различных каналов к современным условиям.

Стратегия модернизации туристского образования предполагает, что в основу обновленного содержания высшего профессионального образования будут положены ключевые аспекты компетентности, в том числе рекламной деятельности, по направлению 100200 «Туризм».

В мировой образовательной практике понятие «компетентность» выступает в качестве центрального, своего рода «узлового» понятия.

Категория «компетентность» шире понятий знания, навыки, умения, она включает в себя не только когнитивную и операционно-технологическую составляющую, но и мотивационную, этическую, социальную и поведенческую [Коржавина, 2008].

Данный факт, безусловно, не может не отразиться на базовых мероприятиях, предлагаемых студентам в качестве защиты курсовых проектов по дисциплине «Реклама в туризме».

Студенты могут выполнить курсовой проект на тему: «Разработка рекламной кампании» (на примере турпредприятия Екатеринбурга и Свердловской области).

По нашим наблюдениям, проектирование турпутешествия достаточно актуально для современного Уральского региона, так как на сегодняшний день туристский рынок является одним из успешно развивающихся сегментов социально-культурного сервиса.

Туристский бизнес переживает настоящий бум. Одновременно с увеличением потока желающих посетить другие страны и регионы быстрыми темпами растет количество турпредприятий, в том числе в городе Екатеринбурге.

В качестве примеров на указанную тему мы выбрали несколько моделей рекламной акции. Учитывая, что студенты в работе должны обязательно использовать основную структурную композицию, презентировать материал можно разнообразно и креативно.

Чтобы рекомендуемая рекламная продукция максимально выполняла свою функцию — привлекала партнеров и клиентов, мы обратились к основным структурным компонентам экологического туризма, в частности, к информативности и достоверности информации. К структуре и содержанию рекламного текста сферы экологического туризма предъявляются следующие требования:

1. Использование информационного блока (основного рекламного текста). Его главная задача заключается в возможности описать отдельные маршруты, а также дополнительные и сопутствующие услуги, предлагаемые конкретными турпредприятиями. (Например, рекламная кампания природного парка «Оленьи ручьи» предполагала издание буклета с подробным описанием самого парка, начиная с истории создания, представлением удивительно разнообразной флоры и фауны. Кроме этого, в буклете разработаны и описаны познавательные экскурсии: экологические и краеведческие маршруты, пешеходные экскурсии по парку «По долине реки Серга», «Железный век» и др.).

Обязательными составляющими информационного блока в печатных массмедиа являются иконические средства: изображение, фотография, схема и т. д. В брошюре «Оленьи ручьи» такие иконические средства представлены в виде фотографий: стоянка «Дикий мед», лестница-трап, Капрелянов мост, а также указана схема пешеходных маршрутов.

2. Использование слогана — короткого лозунга или девиза турпредприятия, который отражает направление деятельности организации, качество предлагаемой услуги. Слоган может передаваться и в прямой, и в иносказательной форме; может быть рифмованным и нерифмованным. Основная функция слогана — привлечь внимание целевой аудитории, а затем запомниться. (Ярким примером может послужить слоган брошюры природного парка «Самаровский Чугас»: **ВОЙДИ В ЛЕС ДРУГОМ!** А на фоне текста изображены фотографии животных и насекомых — появляется ощущение сопричастности, единения, гармонии с живым миром).

3. Эхо-фраза (кода) — заключительное предложение рекламного текста, которое обобщает и вновь обращается к главной мысли рекламного сообщения. Особенностью коды в рекламном тексте экологического туризма является и само значение полной сохранности природной среды, которое сегодня возможно лишь в особо охраняемых территориях — заповедниках, природных парках, национальных парках, заказниках (например, на обложке рекламных открыток Ханты-Мансийского автономного округа (ХМАО) эхо-фразой является словосочетание — СПАСТИ И СОХРАНИТЬ, ср. со слоганом — Во благо природы Югры).

Кроме этого, студенты, работая над созданием рекламной кампании, указывают в курсовом проекте наиболее актуальный жанр, используемый тем или иным рекламодателем. Например, в экологическом туризме наиболее часто представлена модульная реклама — традиционное в нашем понимании рекламное объявление в газете, определенных стандартных размеров, заключенное или не заключенное в рамку, имеющее текстовое или иллюстративное наполнение. В структуру модульной рекламы входит статья, заметка, репортаж. Экологическая тематика сферы туризма органична для каждого рекламного текста.

В рамках разнообразных контрольных мероприятий студенты имеют возможность использовать модульную рекламу, описывая туруслугу и приводя все ее необходимые характеристики: географические данные, удобство, цену и т. д. Природоохранная составляющая может быть ее выгодной отличительной чертой, что делает данную туруслугу более конкурентоспособной, так как она отвечает потребностям аудитории в качественных и полезных для здоровья вещей, предметов, продуктов.

Большая часть рекламных объявлений публикуется местными рекламодателями. Среди них лидируют розничные торговцы (около 50%). Это объясняется тем, что в большинстве случаев регион распространения издания совпадает с торговым регионом рекламодателя. Например, газета «Глубокий Сабун» издается природным парком «Сибирские Увалы» учреждения Ханты-Мансийского автономного округа — Югра. В этой газете использованы различные жанры рекламы: статья «Дары леса», «Сибирский хуторок», заметка «Будьте здоровы».

Экотуристы нуждаются в подробной и специализированной информации как до, так и во время поездки. Предоставление полной информации является как раз одним из тех элементов, которые и отличают экотуристские впечатления от традиционного туризма, и эта информация может предоставляться в различных формах, включая брошюры, путеводители, листовки, карты, разъяснительные центры, «экомuzeи», обозначенные тропы и, конечно, сами гиды-экскурсоводы.

В рекламных материалах по экотуризму должна содержаться достаточная информация о впечатлениях, на которые могут рассчитывать туристы, включая сведения о флоре, фауне, рельефе, геологии и о посещаемой экосистеме в целом. Сюда должна также включаться правдивая информация о размещении и организации питания, а также рекомендации о том, что можно и чего нельзя делать в данном турцентре.

Предоставление всей этой информации до покупки экотура позволит потенциальным клиентам провести различие между настоящими экотуристскими операторами и теми, кто только хочет эксплуатировать модные веяния. А маркетинговые каналы и рекламные средства для экотуристских услуг должны согласовываться с типом туризма, который предлагается клиенту, и с типологией экотуристов.

Дальнейшее исследование рекламной коммуникации показало, что современное туристское образование — это еще и вид лингво- и социокультурного взаимодействия.

Влияние туризма на различные сферы социума, в том числе и когнитивные, вызывает потребность в семантическом осмыслении лингвистических и паралингвистических феноменов этой сферы деятельности.

Туризм, достигающий больших масштабов и вовлекающий глобальные людские ресурсы в коммуникационный рекламный процесс, в сфере своего производства и потребления не может не иметь письменных источников информации. Именно они вносят определенный вклад в становление массового туризма, наиболее динамично развивающегося явления современности.

Языковая концептуализация сущности феномена туризма, определение его значения как лингвокультурной и социальной практики на современном этапе не могут не отражаться в текстах соответствующих этому феномену жанров. Кроме того, масштабность и темп развития данного феномена, меняющего жизнь человечества, ставит перед научным сообществом потребность выявления текстового пространства и определенного лингвистического и психолингвистического обоснования его функционирования, что приведет к созданию эффективных в коммуникативном плане текстовых моделей сферы туризма.

Отсутствие чётких ориентиров в определении текста предметной области «туризм» как особого жанра, существование проблем, связанных с функционированием лингвистических и паралингвистических феноменов в текстовом пространстве, ставит перед исследователем задачи, требующие своего решения.

Корпус представленного экспериментального материала составил 700 русскоязычных рекламных текстов сферы туризма. Материалом для проведения анализа послужили рекламные туристические тексты, извлеченные методом сплошной выборки из журналов «Вояж и отдых» (2003, №12; 2004, №1; 2005; 2006), «Туризм и отдых» (2004, №2–5; №25, 2004; 2005; 2006), «Семь дней» (2004, №5–7, 2005; 2006), газет «Телесемь» (2004, №8–10; 2005; 2006), «Наш дом» (2003, 2004, 2005, 2006).

Такой выбор названных источников обусловлен тем, что в сравнении с другими печатными жанрами газетная и журнальная реклама обладает следующими преимуществами:

1. Высокая избирательность, дифференцированность по различным социально-экономическим группам;
2. Долгое функционирование объявления;
3. Престижность;
4. Сопровождение текста цветным графическим изображением;
5. Хорошее качество воспроизведения материала (журнальная реклама);
6. Доступность (газетная реклама).

Кроме этого, реклама, в частности журнальная, обладает своей специфической аудиторией, это обстоятельство связано со сравнительно высокой стоимостью журналов, т. е. потребители, читающие их и, соответственно, составляющие целевую аудиторию, должны обладать достатком не ниже среднего, это читательская аудитория премиум-класса.

Еще одно свойство целевой аудитории состоит в том, что это, как правило, — читающая публика, которая не довольствуется информацией, получаемой с помощью других СМИ, а сознательно покупает журналы для чтения. Кроме того, что тематика газетных и журнальных сообщений конкретна — сфера туризма (туризм, туризм и отдых), она обладает еще одним общим свойством — это реклама потребительских услуг, которые каждый человек может использовать в повседневной жизни соответственно уровню своего достатка.

Все указанные выше факторы, безусловно, определяют и выбор языковых средств, используемых в журнальной и газетной практике и отличающий ее от других видов рекламы.

Для изучения лингвистических особенностей рекламного туристического текста был выбран наиболее важный аспект — семантический, т. е. анализ единиц языка как таковых, в их прямом значении: анализ лексики, морфологии, синтаксиса. Содержание семантического уровня служит выражением для некоего нового коннотативного, метафорического, «образного» метасодержания [Медведева, 2003].

Семантическая структура рекламного текста сферы туризма представляет собой некую систему организаций и учреждений, функционирующих с целью предоставления и реализации туристских услуг, а также осуществление туристской деятельности отдельных групп населения.

По нашим наблюдениям, туристический рекламный текст содержит несколько обязательных структурно-семантических элементов:

- 1) адресант — отправитель, который предлагает основные, сопутствующие и дополнительные услуги;
- 2) турпродукт, который включает основные, сопутствующие и дополнительные услуги;
- 3) потребитель (получатель) — турист, который пользуется услугами турпредприятия.

Кроме этого, семантическая структура рекламного текста сферы туризма содержит обязательную юридическую информацию:

- почтовый или юридический адрес (индекс, город, станция метро, улица, дом, офис), например, 129, Москва, Гиляровского, 8–1, 116, Москва, Краснопресненская набережная, 12–1210, Екатеринбург, Челюскинцев, 2/5, офис 54, БМП-ГРУПП на Сухаревской, 1 и др.;
- телефонные номера всех видов: местные, единые, многоканальные (105–77–45; 726–39–70; 375–83–69);
- факс (741–3333, 928–9393);
- E-mail (www.Londonforyou.ru, www.planeta-tour.ru, www.francetoyrm.ru);
- номер лицензии (лицензия ТД0010732/33, лицензия ТД № 0009982, лицензия ТД № 0015236).

Немаловажным аспектом исследования рекламного текста сферы туризма является невербальная (иконическая) информация [Анисимова, 2003]. Этот вопрос — проблема экспликации пространства в креолизованном туристическом тексте — станет в дальнейшем предметом нашего исследования.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

- Анисимова Е. Е. Лингвистика текста и межкультурная коммуникация. М., 2003.
Коржавина В. Н. Инновационный потенциал стратегических коммуникаций: региональный аспект. Екатеринбург, 2008.
Медведева Е. Н. Рекламная коммуникация. М., 2004.
Мозолин А. В. Инновационный потенциал стратегических коммуникаций: региональный аспект. Екатеринбург, 2008.

УДК 911.3:338.48(100)

ВЛИЯНИЕ ПРОЦЕССОВ РЕГИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ИНТЕГРАЦИИ НА РАЗВИТИЕ МЕЖДУНАРОДНОГО ТУРИЗМА

О. Г. Ступина

Раскрывается суть процессов региональной экономической интеграции, рассматриваются предпосылки регионального сотрудничества в международном туризме. Особое внимание уделено изучению деятельности отдельных интеграционных объединений в сфере индустрии путешествий, проведен их сравнительный анализ. Содержатся выводы о влиянии регионализации на развитие международного туризма на современном этапе.

Региональная экономическая интеграция является характерной чертой современного этапа развития мирового хозяйства. Суть данного явления заключается в увеличении объемов и многообразия экономических связей между участниками рынка различного уровня, а также между государствами в рамках отдельного региона. Этот процесс сопровождается ростом количества и качества совместно формируемых и реализуемых элементов их экономической политики и практики [Дергачев, Вардомский, 2010].

Явление образования международных региональных экономических объединений впервые стало наблюдаться вскоре после окончания Второй мировой войны и в последние два десятилетия получило широкое развитие. В современной научной литературе выделяются три волны регионализации (табл. 1).

Начиная с середины XX в. в мире было создано значительное число наднациональных альянсов. По данным Всемирной торговой организации (ВТО), по состоянию на 31 июля 2010 г. в мире зафиксировано 474 региональных торговых соглашения, 283 из которых — действующие [Regional..., 2010]. Большинство таких объединений было создано около двадцати лет назад, в начале 1990-х гг.

Таблица 1 (составлена по: [Дергачев, Вардомский, 2010]) фиксирует изменение условий формирования, целей и характера региональных интеграционных группировок с момента образования первых объединений государств. Международные региональные экономические организации постепенно приобретают дополнительные цели, такие как благосостояние и миграция населения, образование и культура, охрана окружающей среды, а также сотрудничество в области туризма. Несмотря на то, что индустрия путешествий изначально не значилась среди приоритетных сфер взаимодействия государств в рамках региональных интеграционных объединений, туризм опосредованно оказался затронут через соглашения в экономике, региональной, социальной и экологической политике. Позднее заметные шаги по укреплению взаимодействия в области туризма были сделаны в ряде региональных интегра-

ционных группировок, таких как Европейский союз (ЕС), Ассоциация государств Юго-Восточной Азии (АСЕАН), Карибское сообщество (КАРИКОМ), Южноафриканское сообщество развития (САДК), Североамериканское соглашение о свободной торговле (НАФТА) и др.

Таблица 1

Волны регионализации

Волна регионализации	I	II	III
Название характерной модели регионализма	<i>Старый регионализм</i>	<i>Новый регионализм</i>	<i>Открытый регионализм</i>
Период	1950-е — конец 1970-х гг.	начало 1980-х — 1990-е гг.	с 1990-х гг.
Примеры региональных объединений	Европейское экономическое сообщество (ЕЭС, 1957), Ассоциация государств Юго-Восточной Азии (АСЕАН, 1967), Совет экономической взаимопомощи (СЭВ, 1949)	Североамериканское соглашение о свободной торговле (НАФТА, 1994), Южный общий рынок (МЕРКОСУР, 1991), Содружество независимых государств (СНГ, 1991)	Африканский союз (АС, 2001), Шанхайская организация сотрудничества (ШОС, 2001), Евразийское экономическое сообщество (ЕврАзЭС, 2000)
Краткая характеристика	ориентир на достижение военно-политических целей; биполярный мир; преобладание экономики масштабов; ключевая роль государства во внешнеэкономической деятельности; сильные протекционистские тенденции	растущая глобализация экономики; активное участие компаний, банков, общественных организаций, органов регионального и местного управления; ослабление военно-политических задач; появление новых целей (охрана окружающей среды, социальная политика, культура, развитие демократии)	развитие кооперационных связей; снятие ограничений на движение товаров, капиталов и рабочей силы в пределах региона; постепенное объединение существующих субрегиональных группировок; принятие обязательств по отказу от протекционизма; стимулирование внерегиональных связей; формирование малоставных группировок (например «треугольников роста»)

Импульсом к усилению сотрудничества стран в сфере индустрии путешествий стал целый ряд геополитических и экономических преобразований вследствие распада СССР и развала мировой социалистической системы в начале 1990-х гг. Постепенное установление демократических принципов и переход к свободной рыночной экономике в странах бывшего социалистического лагеря привели к росту хозяйственной открытости этих государств, а также к расширению и углублению международных контактов. Увеличение открытости государственных границ для перемещения путешествующих лиц было вызвано, во-первых, экономической целесообразностью, поскольку туризм является важным источником валютных поступлений и способствует улучшению платежного баланса, оказывает благоприятное влияние на развитие торговли, выступает катализатором социальных изменений в обществе, стимулирует совершенствование местной инфраструктуры и играет важную роль в устранении негативных последствий структурных изменений хозяйства стран. Во-вторых, росту степени открытости границ способствовало значительное давление со стороны ряда международных организаций и лоббистских группировок, таких как Совет таможенного сотрудничества, который в 1973 г. установил Киотскую конвенцию, содержащую рекомендации по устранению расхождений в таможенных процедурах и практике; Всемирная туристская организация (ЮНВТО), в 1999 г. принявшая Глобальный этический кодекс туризма; Организация экономического сотрудничества и развития (ОЭСР) и др.

Процессы региональной интеграции оказывают влияние на функционирование и структуру мирового рынка путешествий, для которой характерна пространственная неоднородность, сложившаяся в результате международного туристского разделения труда. Изучению структурной организации глобального туристского пространства посвящен ряд работ А. Ю. Александровой, где выделяется Центр,

образованный наиболее развитыми в туристском отношении странами, отсталая Периферия и Полупериферия, занимающая промежуточное положение [Александрова, 2009]. Исследования процессов региональной экономической интеграции на мировом туристском рынке в современной географической науке немногочисленны. Среди них наиболее значимыми являются работы американского географа Д. Тимоти, а также ряда азиатских исследователей (Чанг, Гхимире и др.).

Таблица 2

Сравнение некоторых региональных интеграционных группировок, 2008 г.

Показатель	ЕС	НАФТА	КАРИКОМ	АСЕАН	САДК
Год создания	1957	1994	1973	1967	1992
Число членов	27	3	15	10	15
Численность населения, млн чел.	496,87	443,72	16,69	573,87	263,50
Общая площадь, млн км ²	4,18	20,20	0,43	4,33	9,65
ВВП (по текущему курсу), трлн долл.	18,33	16,68	0,07	1,50	0,47
ВВП на душу населения (по текущему курсу), тыс. долл.	36,89	37,60	4,0	2,61	1,79
Число международных туристских прибытий, млн	379,94	97,72	5,96	61,74	21,05
Доходы от международного туризма, млрд долл.	391,48	138,93	7,46	59,90	13,21

Источник: рассчитано по [World Development Indicators, 2009; World Tourism Organization, 2010].

Сотрудничество в области туризма в рамках региональных интеграционных группировок осуществляется по-разному, в зависимости от типа объединения, состава ее участников, уровня их экономического развития, степени интегрированности, культурных и исторических особенностей, уровня развития туризма и ряда других факторов.

Европейский союз — экономическая региональная группировка, основанная на полной интеграции ее членов, имеющая единый механизм региональной деятельности и унифицированное законодательство. Шенгенское соглашение (об отмене паспортного таможенного контроля), наличие единой валюты (евро), координация деятельности стран ЕС в области транспорта, гражданской авиации — все это создает благоприятные условия для перемещения путешествующих лиц в пределах Евросоюза. В 2007 г. около 72% доходов государств ЕС от международного туризма было сформировано за счет путешествий резидентов стран-членов в границах региона [EU residents..., 2009].

Несмотря на длительную историю существования данного регионального объединения, идея проведения единой политики в области туризма возникла относительно недавно, первые упоминания о ней встречаются в документах конца 1990-х — начала 2000-х гг. Однако реально такая политика проводится лишь на протяжении последних нескольких лет. Это связано с тем, что долгое время роль туристской отрасли в экономике стран Евросоюза не была в достаточной степени оценена и осознана, а ее развитие в рамках единой Европы регулировалось рядом программ и стратегий связанных с ней секторов экономики.

Власти различных уровней стран-членов ЕС (национальные, региональные и местные) уже давно стали оказывать существенные формы поддержки туристской деятельности и осуществлять контроль над ней через налоговое регулирование, создание транспортной и телекоммуникационной инфраструктуры, региональное развитие, охрану окружающей среды, подготовку персонала и содействие продвижению туристских направлений и продуктов.

Участие основных органов ЕС (Еврокомиссии, Европейского Совета, парламента, экономического и социального комитета, комитета регионов и др.) в области туристской политики постепенно увеличивается с середины 1990-х гг. по мере роста осознания роли этой отрасли в экономике европейских государств. В 2006 г. был опубликован документ Еврокомиссии «Новая туристская политика ЕС: навстречу тесному сотрудничеству для европейского туризма» (A renewed EU Tourism Policy: Towards a stronger partnership for European Tourism), где в качестве основной цели обновленной политики Евросоюза в об-

ласти туризма определено повышение конкурентоспособности отрасли, создание большого числа привлекательных рабочих мест, а также поддержание устойчивого развития туризма в Европе и мире. Для ее реализации Комиссия должна работать в тесном сотрудничестве как с национальными правительствами стран-членов ЕС, так и различными участниками туристского бизнеса [A renewed EU..., 2006, S. 4–5].

Основные усилия новой политики туризма должны быть сосредоточены в следующих приоритетных областях:

- улучшение оценки масштаба и прозрачности туристской отрасли ЕС, включая совершенствование сбора статистических данных в этой области и поддержку продвижения европейских дестинаций;
- содействие устойчивому развитию туризма;
- координация и регуляция мер, оказывающих влияние на сферу туризма, как на общеевропейском, так и национальных уровнях, в том числе совершенствование использования доступных финансовых инструментов ЕС.

В ЕС финансовая поддержка на создание туристской инфраструктуры, сохранение природного и культурного наследия выделяется из средств структурных фондов: Европейского фонда регионального развития (ЕФРР), Европейского социального фонда (ЕСФ), Европейского сельскохозяйственного фонда, Европейского фонда рыболовства (ЕФР) и Фонда сплочения (ФС). Получателями средств являются как отдельные коммуны, так и трансграничные регионы, получившие название еврорегионы. Примеры успешных проектов в области туризма, реализованных при поддержке ЕС, повсеместно встречаются в пределах Европейского континента. Одним из наиболее показательных является трансграничный проект в долине Торнио по созданию совместной инфраструктуры в городах-близнецах на границе Финляндии и Швеции. Шведский город Хапаранда и финский Торнио, получившие название «Евросити», активно продвигаются как совместная туристская дестинация в рамках объединенной Европы. Здесь создается новый городской центр с офисными зданиями, парками, торгово-развлекательными площадками и другими объектами инфраструктуры [Prokkoala, 2010, p. 9].

Ассоциация государств Юго-Восточной Азии (АСЕАН) — политическая, экономическая и культурная региональная межправительственная организация стран, расположенных в Юго-Восточной Азии, созданная в 1967 г. на основе Бангкокской декларации. Кооперация в области туризма в рамках этой организации начала проводиться уже вскоре после ее основания в конце 1960-х гг. Приоритетными направлениями деятельности АСЕАН в сфере туризма, обозначенными в Соглашении АСЕАН по туризму (ASEAN Tourism Agreement), подписанном в 2002 г., являются:

- продвижение АСЕАН как привлекательного туристского направления как внутри, так и за пределами региона;
- усиление кооперации в сфере туризма между странами-членами для повышения ее эффективности и конкурентоспособности;
- значительное снижение ограничения для туризма и путешествий между участниками АСЕАН;
- создание интегрированной сети предприятий сферы туризма;
- продвижение АСЕАН как единой дестинации на мировом рынке путешествий с высоким качеством оказываемых услуг;
- взаимное сотрудничество в развитии человеческих ресурсов в отрасли, создании, обновлении и расширении туристской инфраструктуры и услуг;
- обеспечение благоприятных условий для более глубокого участия государственного и частного секторов в развитии туризма, внутрирегиональных путешествий и создании объектов туристской инфраструктуры и услуг [ASEAN..., 2003].

В последние годы туристские администрации стран АСЕАН проявляют особую активность в разработке национальных и региональных стратегий развития и программ их реализации. Их тесное сотрудничество выступает эффективным механизмом для обмена опытом, гармонизации курсов и программ развития, проведения маркетинга, тренингов, распространения информации.

Национальные туристские организации постоянно работают над улучшением имиджа региона как направления для путешествий в глазах мирового сообщества. Они в том числе участвуют в борьбе с эпидемиями инфекционных заболеваний (в частности, холеры), смогом от лесных пожаров в Индонезии, негативными сообщениями в средствах массовой информации о регионе. Периодически проводятся так называемые годы посещения АСЕАН (Visit ASEAN Year (1992), Visit ASEAN Millennium Year (2002)).

Создан интернет-портал www.visitASEAN.travel, где можно получить информацию по многим туристским направлениям и видам отдыха в регионе, а также забронировать номер в отеле, тур или билет на самолет.

В последние годы национальные туристские организации АСЕАН активно занимаются улучшением работы воздушного транспорта, продвижением круизного туризма, повышением мобильности персонала в пределах региона. Недавно были разработаны основные критерии и требования для стандартов АСЕАН в области услуг по размещению и питанию.

Развитие регионального туризма в настоящее время занимает важную часть туристской политики данной группы стран, несмотря на то, что доля прибытий путешествующих лиц из стран АСЕАН в общем объеме международного туристского потока велика и составляет около 45% [Tourist..., 2008]. Улучшается транспортная инфраструктура, постепенно снижаются визовые барьеры и ведутся работы по упрощению процедуры обмена валюты. Однако для развития внутрирегионального туризма существует ряд препятствий, связанных с политической нестабильностью в ряде стран, а также с различиями в уровне жизни между отдельными участниками группировки, что создает угрозу возникновения массового потока миграции из бедных (Камбоджа, Лаос, Мьянма) в более благополучные страны (Малайзия, Сингапур, Таиланд).

Одной из эффективных форм региональной интеграции государств-членов АСЕАН является создание «треугольников экономического роста», которые объединяют приграничные области трех стран. В сфере туризма примером такого сотрудничества может служить кооперация на границах Индонезии (о-ва Риау), Малайзии (штат Джохор) и Сингапура. Этот треугольник развивается, используя сконцентрированные на относительно небольшой территории, но разделенные государственными границами объекты рекреации и транспортной инфраструктуры: аэропорт и пассажирский порт Сингапура, курорты Малайзии и Индонезии с их высококлассными пляжами и полями для гольфа и относительно недорогим обслуживанием.

Североамериканское соглашение о свободной торговле (НАФТА) — соглашение о свободной торговле между США, Канадой и Мексикой, вступившее в силу в 1994 г. и заменившее собой американо-канадское соглашение о свободной торговле 1989 г. В отличие от своего предшественника НАФТА не содержит механизмов, напрямую затрагивающих туристскую деятельность, однако оказывает косвенное влияние на ее развитие через регулирование временного въезда граждан стран-членов интеграционной группировки, торговли услугами, инвестиций и развития телекоммуникаций [NAFTA Secretariat].

Южноафриканское сообщество развития (САДК) — торгово-экономический союз стран Юга Африки, созданный в 1992 г. на базе Конференции по координации развития Юга Африки. В контексте региональной кооперации развитие туризма в странах САДК является приоритетной задачей, так как эта сфера деятельности генерирует и поддерживает поступления валютных доходов, способствует созданию рабочих мест, развитию человеческих ресурсов и сельских территорий. В 1996 г. в рамках САДК была создана Региональная туристская организация стран Южной Африки (РЕТОСА). Под ее руководством осуществляется проект по созданию трансграничных природно-рекреационных заповедников [Transfrontier..., 2009].

Карибское сообщество (КАРИКОМ) — региональная экономическая организация, созданная в 1973 г. с целью интеграции стран-членов путем создания общего рынка, предусматривающего единый внешний тариф, применение правил происхождения товара, реализацию согласованного плана фискальных мероприятий, координацию внешней политики участников, а также сотрудничество в технической, социальной и культурной областях. Для беспрепятственного перемещения людей в 2010 г. планировалось запустить программу Caripass по выпуску специальной карты — документа, удостоверяющего личность, позволяющего его владельцам перемещаться в пределах КАРИКОМ, минуя процедуру паспортного контроля. Предполагается, что сначала к программе присоединятся десять из пятнадцати членов Сообщества [CARICOM...].

Таким образом, региональная экономическая интеграция оказывает как прямое, так и опосредованное влияние на развитие международного туризма и имеет следующие общие черты.

1. Проведение *единой политики в области туризма, согласованная разработка комплексных национальных и региональных программ развития отрасли* оказывает непосредственное воздействие на индустрию путешествий участников интеграционного объединения, однако осуществляется редко.
2. *Свободное передвижение людей* в пределах региональных объединений наряду с уменьшением торговых барьеров является одной из важных целей интеграционных группировок. Данное положение, как правило, касается как посетителей из стран-членов регионального альянса, так

- и туристов из прочих государств. Кроме того, оно способствует беспрепятственному перемещению людей, занятых в сфере туризма. Так, например, граждане ЕС получают право работать в любой стране Евросоюза.
3. *Транспорт.* Либерализация рынка отдельных видов пассажирских перевозок, а также создание единой транспортной системы внутри региона приводит к снижению тарифов, улучшению транспортного сообщения между государствами-членами, повышению качества обслуживания, сокращению времени поездок и оптимизации туристических маршрутов.
 4. *Налогообложение.* Различия в налогообложении в пределах интеграционной группировки выражаются в разнице (иногда существенной) цен на товары и услуги в странах региона. С одной стороны, это выступает некоторым препятствием для поездок, а, с другой — стимулирует развитие отдельных специфических видов туризма, таких, например, как шоп-туры и приграничный туризм. Так, например, низкий уровень акцизов в Люксембурге позволяет жителям из соседних государств приобретать более дешевое автомобильное топливо и совершать другие выгодные покупки.
 5. Введение *единой валюты* в рамках интеграционного объединения оказывает благоприятное влияние на развитие туризма, поскольку способствует росту конкуренции и приводит к постепенному согласованию цен в регионе. Это предоставляет возможность туроператорам, сетям отелей, агентствам по аренде автомобилей и другим генераторам туристских услуг функционировать в едином валютном пространстве, на расширенном рынке с более прозрачным ценообразованием, что приводит к снижению цен на турпродукты и, соответственно, росту потока путешествующих лиц. Кроме того, отсутствие необходимости обмена валюты при пересечении государственных границ во время поездки также благоприятно влияет на туристскую активность в регионе, поскольку позволяет избежать психологического дискомфорта и дополнительных переplat, связанных с данной процедурой.
 6. *Экологическим аспектам и проблемам устойчивого развития*, особенно в последнее время, уделяется значительное внимание в рамках деятельности различных региональных группировок. Страны участвуют в согласовании принципов экологического менеджмента в туризме, занимаются совместным изучением и мониторингом влияния индустрии путешествий на окружающую среду.
 7. Проведение *совместного маркетинга и продвижения* в рамках интеграционного объединения позволяет значительно повысить конкурентоспособность региона на мировом туристском рынке. По сути, региональные экономические альянсы, особенно находящиеся на высоком уровне интеграции, формируют общий рынок, подобный национальному. Страны, входящие в состав такого объединения, становятся единой, более крупной туристской дестинацией, что способствует росту числа посетителей в регионе, увеличению продолжительности их пребывания и, соответственно, расходов, которые путешествующие лица несут во время поездки. Кроме того, эффект масштаба способствует установлению более низких цен на рынке.
 8. Вопросам *регионального развития и трансграничного сотрудничества* в рамках некоторых, наиболее зрелых и развитых интеграционных объединений (таких, например, как ЕС и АСЕАН), уделяется большое внимание. Масштаб таких проектов велик, и часто они напрямую касаются развития туризма.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

- Александрова А. Ю. Структурно-функциональный анализ туристического пространства мира // Вестник Московского университета. Серия 5. География. 2009. № 4.
- Дергачёв В. А., Вардомский Л. Б. Регионоведение. М., 2010.
- A renewed EU Tourism Policy: Towards a stronger partnership for European Tourism/Commission of the European Communities. Brussels, 2006.
- ASEAN Tourism Agreement. Phnom Penh, 24.01.2003. [Electronic resource]. URL: <http://www.aseansec.org/13157.htm>.
- CARICOM Travel Card. [Electronic resource]. URL: <http://www.caripass.org>.
- EU residents spent €94.2bn outside the EU for travel purposes in 2007 // Eurostat: Statistics in Focus. 2009. №23.

- NAFTA Secretariat. [Electronic resource]. URL: <http://www.nafta-sec-alena.org/en/view.aspx>
- Prokkola E.-K. Borders in tourism: the transformation of the Swedish-Finnish border landscape // Current Issues in Tourism. Issue 3. 2010.
- Regional trade agreements. WTO, 2010. [Electronic resource]. URL: http://www.wto.org/english/tratop_e/region_e/region_e.htm.
- Timothy D. J. Tourism and political boundaries. London, 2001.
- Timothy D. J., Teye V. B. Political boundaries and regional cooperation in tourism // A companion to tourism/A. Lew, M. Hall, A. Williams (eds.). Oxford, 2004.
- Tourism Highlights 2010 Edition/UNWTO, 2010. [Electronic resource]. URL: <http://www.unwto.org/facts/eng/highlights.htm>
- Tourist arrivals in ASEAN. ASEAN, 2008 [Electronic resource]. URL: <http://www.aseansec.org/Stat/Table28.pdf>.
- Transfrontier Conservation Area (TFCA). RETOSA, 2009 [Electronic resource]. URL: <http://www.retosa.co.za/regional-initiatives/transfrontier-conservation-area>.
- World Development Indicators. The World Bank, 2010. [Electronic resource]. URL: <http://data.worldbank.org/indicator>.

УДК 338.4

МАРКЕТИНГОВОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ПРЕДПОЧТЕНИЙ НА РЕГИОНАЛЬНОМ РЫНКЕ ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННЫХ УСЛУГ (на примере Кабардино-Балкарской Республики)

Т. Х. Тавкешева, А. Х. Каранашев

Особое внимание уделено проблемам полноценного и качественного определения потребностей и нужд населения в сфере туристско-рекреационных услуг путем проведения маркетинговых исследований. В результате анализа полученных в ходе исследования данных выявляются факторы, сдерживающие развитие туристско-рекреационных услуг в регионе и вносятся предложения по их устранению.

Изучение реальных потребностей населения в туристско-рекреационных услугах выступает ключевым элементом при их формировании. Для полноценного и качественного определения потребностей и нужд населения необходимо проводить маркетинговые исследования в сфере туристско-рекреационных услуг. В научных исследованиях с этим связано решение другой важной задачи маркетингового исследования — определение конкурентных позиций конкретного вида туристско-рекреационного продукта на изучаемом рынке и ориентация их на разработку и внедрение таких услуг, а также обеспечение его реализации потенциальным потребителям.

В целях раскрытия исследуемой проблематики развития рынка туристско-рекреационных услуг и обоснования значимости выработки решений, формирующих конкурентоспособность данных услуг, на территории Кабардино-Балкарской Республики необходимо установить их место на региональном рынке, выявить предпочтения потребителей, а также определить состояние туристско-рекреационного комплекса в настоящий момент.

Нами было проведено исследование, в котором приняли участие 300 респондентов, проживающих на территории Кабардино-Балкарской Республики (КБР). В качестве основного был использован метод анкетирования. По данным Государственного комитета КБР по статистике, на конец 2008 г. в республике проживало 892,4 тыс. чел., из них 44% — сельское население. Молодежь в возрасте от 15 до 24 лет состав-

ляля 160,1 тыс. чел.; следующая возрастная группа — от 25 до 34 лет — 153,4 тыс. чел.; население в возрасте от 35 до 44 лет — 127 тыс. чел., и, наконец, население в возрасте от 45 до 54 лет — 129,4 тыс. чел.

Респондентам было предложено заполнить анкету, состоящую из 20 вопросов. Изучение потребителей начиналось с личностных характеристик респондента. Выборка была сформирована таким образом, чтобы учесть все возрастные группы населения с дифференцированным уровнем дохода. Так, из числа опрошенных 54% женщин и 46% мужчин. С точки зрения возрастной дифференциации наибольшее число респондентов находится в возрасте 18–28 лет (44%), 25% респондентов — 29–39 лет. Далее следует возрастная категория 40–50 лет (19%) и более старшая возрастная категория свыше 50 лет (12%).

Структура респондентов с точки зрения их профессиональной принадлежности и уровня доходов представлена на рисунке 1.

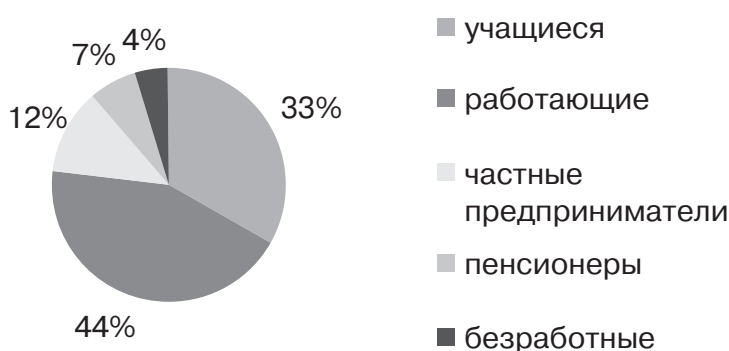


Рис. 1. Профессиональная структура респондентов

В результате опроса 44% составили работающие, 33% — учащиеся, 12% — частные предприниматели, 7% — пенсионеры и 4% — безработные.

Первый шаг к изучению предпочтений — это изучение современного состояния рынка. На вопрос нашей анкеты «Как часто Вы путешествуете?» большинство респондентов (а это 71%) ответили — один раз в год, 13% — два раза в год и 16% респондентов в графе «ваш вариант» отметили, что либо не путешествуют, либо путешествуют, но крайне редко (рис. 2).

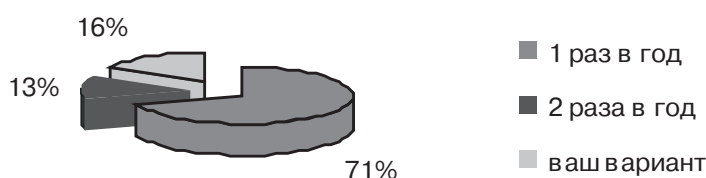


Рис. 2. Структура ответа на вопрос «Как часто Вы путешествуете?»

Второй вопрос был непосредственно посвящен тому, сколько дней обычно составляет путешествие респондента. На что 70% ответили: от 3 до 10 дней, 18% — от 10 до 15 дней, 9% — менее 3 дней и 3% — более 15 дней (рис. 3).

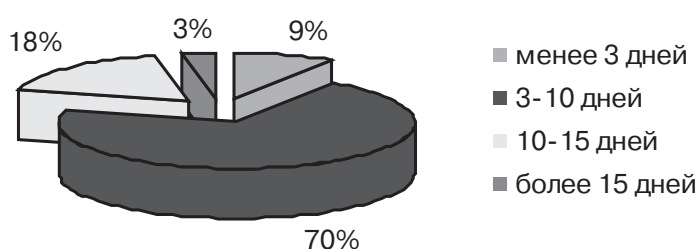


Рис. 3. Структура ответа на вопрос «Сколько дней Вы обычно путешествуете?»

На вопрос о предпочтениях в выборе времени года для путешествий ответы распределились следующим образом (рис. 4).

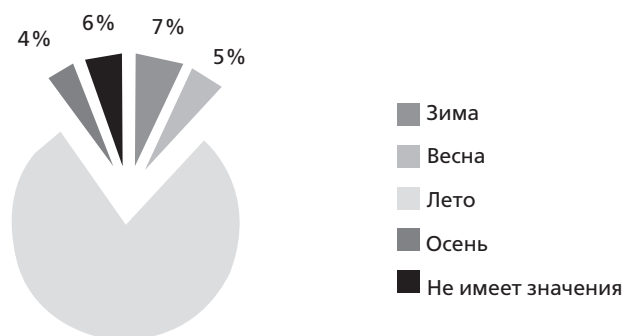


Рис. 4. Структура ответа на вопрос «Какое время предпочтительнее для путешествий?»

Как видно из рисунка, с большим превосходством в 78% лидирует лето, поэтому имеет смысл развивать так называемые летние виды отдыха.

При выборе наиболее приоритетного вида туризма мы получили следующую картину (табл. 1).

На пункт вопроса расположить по приоритетности критерии путешествия, получены следующие результаты (табл. 2).

Таблица 1

Анализ предпочтений по видам туризма

Виды туризма	Доля предпочтений, %
Познавательный	36
Оздоровительный	30
Спортивный	15
Лечебный	11
Экологический	3
Деловой	3
Религиозный	2

Таблица 2

Анализ предпочтений по видам туризма

Критерии путешествия	Доля предпочтений, %
Безопасность	31
Высокий сервис	27
Стоимость тура	23
Популярность	19

Рассматривая вопрос о том, где предпочитают отдыхать участники опроса, мы получили следующие результаты (рис. 5).

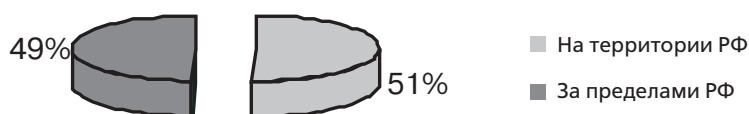


Рис. 5. Структура ответа на вопрос «Где Вы предпочитаете отдыхать?»

Можно наглядно увидеть, что 51% желают отдыхать за пределами РФ, 49% предпочитают проводить отдых на территории Федерации.

Результат ответа на вопрос «Где Вы отдыхали в большинстве случаев?» показал, что 28% отдыхали за пределами РФ, а 72% — на территории РФ.

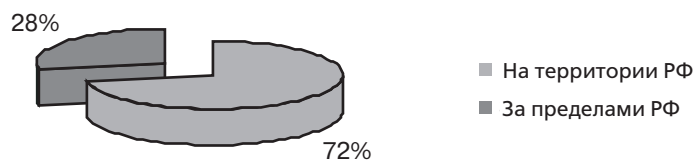


Рис. 6. Структура ответа на вопрос «Где Вы отдыхали в большинстве случаев?»

Ответы на вопрос «Сталкивались ли Вы с некачественным предоставлением туристских услуг на территории КБР?» помогут нам проанализировать качество предоставляемых туристско-рекреационных услуг (рис. 7).

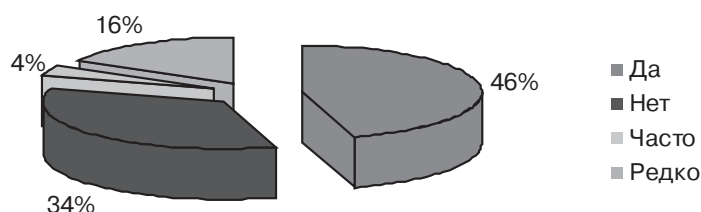


Рис. 7. Структура ответа на вопрос «Сталкивались ли Вы с некачественным предоставлением туристских услуг на территории КБР?»

При ответе на вопрос «Какова, на Ваш взгляд, степень участия регионального органа управления в развитии туризма в КБР?» большинством респондентов был отмечен вариант «Затрудняюсь ответить» — 38%, 27% ответов были, что степень участия «Незначительная», 26% дали ответ «Значительная» и всего 9% ответило категорично «Не участвует» (рис. 8).

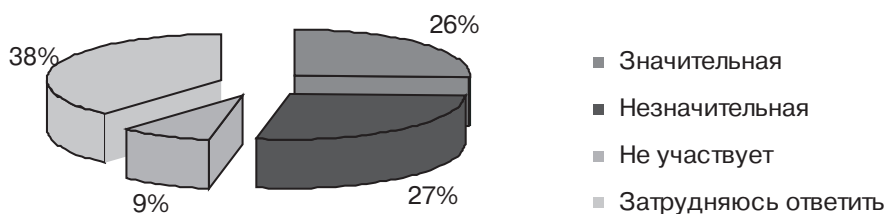


Рис. 8. Структура ответа на вопрос «Какова, на Ваш взгляд, степень участия регионального органа управления в развитии туризма в КБР?»

На вопрос «Стоит ли, на Ваш взгляд, развивать индустрию туризма в КБР?» можно отметить, что вариант «Да, несомненно» выбрали большинство респондентов (рис. 9).

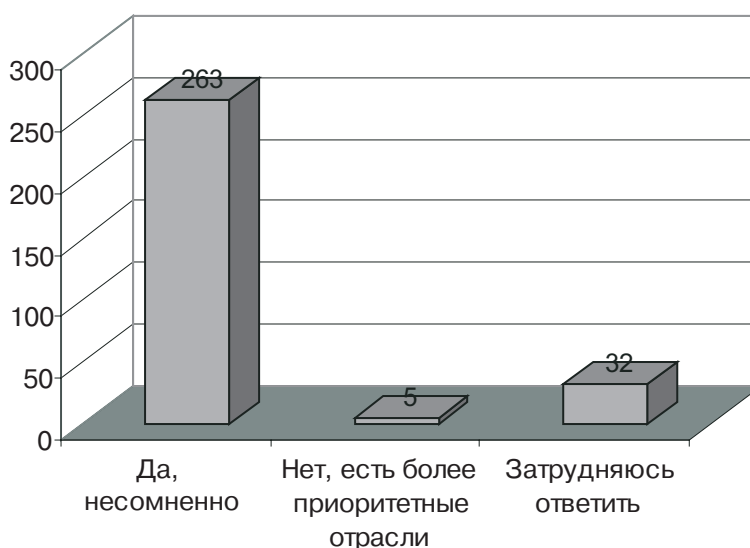


Рис. 9. Структура ответа на вопрос «Стоит ли, на Ваш взгляд, развивать индустрию туризма в КБР?»

К сожалению, приходится констатировать, что на вопрос «В каком состоянии, по Вашему мнению, прибывает туристско-рекреационный комплекс в КБР?» вариант «Высоком» не был отмечен ни одним из опрошенных. Разница между вариантами «Среднем» и «Низком» составляет менее 3%, т. е. данный

факт свидетельствует о необходимости реконструкции материально-технической базы и повышения уровня сервиса (рис. 10).

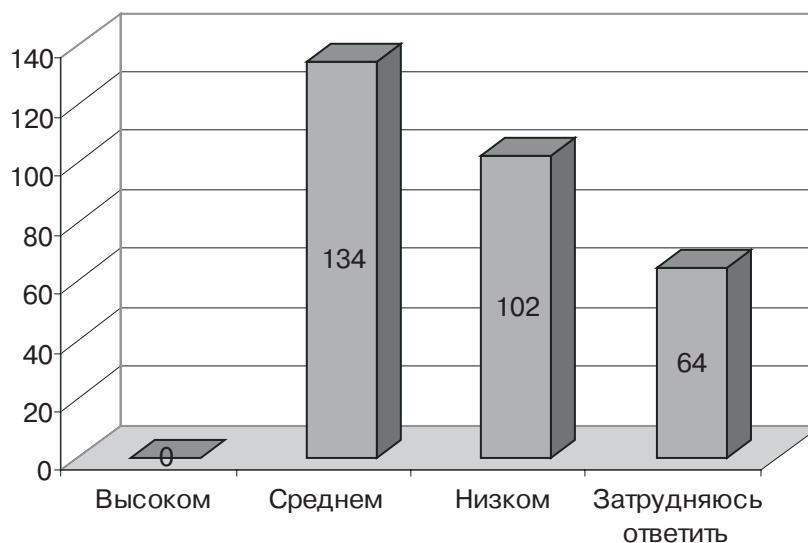


Рис. 10. Структура ответа на вопрос «В каком состоянии, по Вашему мнению, прибывает туристско-рекреационный комплекс в КБР?»

Выявление и изучение факторов, влияющих на востребованность у населения туристско-рекреационных услуг, является одной из главных целей деятельности маркетингового исследования на современном этапе. Определив эти факторы, можно попытаться воздействовать на них, регулировать посещаемость и спрос, т. е. в процессе управления необходимо учитывать массу причин, оказывающих влияние на выбор потребителей туристско-рекреационных услуг. Современный рынок должен быть ориентирован на потребителя, на его запросы и обладать в то же время конкурентоспособным преимуществом на рынке услуг.

Итак, в результате проведенного анализа маркетингового исследования, направленного на изучение состояния рынка туристско-рекреационных услуг и выявления потребительских предпочтений населения КБР, можно заключить:

- на сегодняшний день большинство (71% респондентов) населения республики путешествует один раз в год, а длительность путешествия составляет в 70% случаев от 3 до 10 дней;
- наиболее предпочитаемым временем года для путешествий по опросу респондентов в 78% случаев является лето;
- по мнению опрошенных, лидирующие позиции в выборе вида туризма занимают: познавательный, оздоровительный и спортивный;
- при выборе первостепенных критериев путешествия на первом месте находится личная безопасность, на втором — стоимость тура, на третьем — уровень сервиса.

Что касается качества предоставляемых в КБР туристско-рекреационных услуг как одного из факторов, влияющих на мотивы выбора места отдыха, исследование позволило выявить следующее:

- а) в большинстве случаев население сталкивалось с некачественным предоставлением услуг;
- б) роль государства в развитии туристско-рекреационного комплекса незначительна, по мнению опрошенных, требуется больше вложений в развитие данной сферы услуг;
- в) материально-техническая база и уровень сервиса находятся на среднем уровне.

Как известно, развитие рынка туристско-рекреационных услуг оказывает достаточно мощное воздействие на социально-экономическую и природно-экологическую структуру принимающей территории. Роль рынка туристско-рекреационных услуг в экономике региона: его доли в ВРП, занятости, инвестициях, доходах бюджета является одной из ключевых проблем, именно поэтому активное участие государства является крайне необходимым условием эффективного развития рынка туристско-рекреационных услуг как в стране, так и в регионе.

Решение следующих задач позволит увеличить спрос населения на туристско-рекреационные услуги в КБР:

- обеспечение качественного предоставления туристско-рекреационных услуг;
- улучшение материально-технической базы туристско-рекреационного комплекса;
- обоснованная политика ценообразования в сфере туристско-рекреационной индустрии;
- подготовка и переподготовка кадров туристско-рекреационной сферы;
- усиление работы, направленной на позиционирование туристско-рекреационных возможностей Кабардино-Балкарской Республики как на внутреннем, так и внешних рынках туристско-рекреационных услуг посредством проведения четко продуманной маркетинговой политики.

УДК 378.1

ИЗ ОПЫТА ПОДГОТОВКИ КАДРОВ ДЛЯ ЭКСКУРСИОННОГО ТУРИЗМА

Т. А. Федорцова

Освещаются вопросы подготовки специалистов для экскурсионного туризма, формирования у них профессиональных знаний, умений и навыков на практических занятиях при изучении основных дисциплин «Экскурсоведение» и «Экскурсионный менеджмент».

Изменения, которые произошли в сфере туризма Беларуси на современном этапе, выразившиеся в преобладании выездного туризма над въездным и внутренним, привели к значительному спросу на специалистов в области выездного туризма, что нашло отражение в системе подготовки специалистов для данного направления в высших учебных заведениях нашей страны. В связи с этим на сегодняшний день практически все высшие учебные заведения Республики Беларусь готовят только экономистов-менеджеров для выездного туризма. Однако туризм как отрасль хозяйства и уникальное социально-экономическое явление с его разноплановой деятельностью во многом теряет, если подготовка кадров сведена к одной, пусть даже очень хорошей специальности. Тем более это важно в связи с изменяющимися приоритетами в развитии туризма в стране.

Активизация в последние годы государственной политики в отношении туристской сферы, придание ей статуса приоритетного направления экономики дает основание ожидать значительного оживления внутреннего туристского рынка и рынка въездного туризма, важное место на которых должен занять экскурсионный туризм, являющийся неотъемлемой частью как внутреннего, так и въездного туризма. В недалеком прошлом он был крупнейшей составляющей туристской сферы в Республике Беларусь. Важность развития экскурсионного туризма определяется еще и тем, что именно в сфере экскурсионного туризма можно в короткое время создать качественный внутренний продукт с заданными свойствами, удовлетворяющий потребности самых различных категорий местного населения и иностранных туристов. Одно из основных условий создания этого продукта — культурно-исторический потенциал — в Республике Беларусь есть. Это страна с древней и богатой историей, самобытной культурой. На ее территории расположено значительное количество исторических городов: Новогрудок — первая столица Великого княжества Литовского, Русского и Жемойтского; Полоцк, Туров, Гродно — центры славянских княжеств IX и XII вв. и др. Во многих городах сохранились старинные храмы и монастыри, дворцы и замки магнатов Речи Посполитой и Российской империи, ценные архитектурные, исторические и культурные памятники. Широко представлены места, связанные с именами выдающихся личностей (А. Мицкевича, М. Огинского, Э. Ожешко, И. Домейко, Ф. Скорины, Т. Костюшко, М. Шагала и др.), центры народных ремесел и промыслов. Богата Беларусь уникальными природными комплексами и объектами, памятниками природы и ландшафтами высокой эстетической ценности. То, что наша страна находится, как иногда образно говорят, «на водоразделе» между восточной и западной славянскими цивилизациями

ми, делает ее культурно-исторический и природный потенциал еще более привлекательным. По оценке БелНИИП градостроительства, в экскурсионном туризме в настоящее время можно использовать около 2 тысяч культурно-исторических объектов, т. е. ресурсный потенциал Беларуси представляет хорошую базу для разработки обзорных и тематических экскурсий и позволяет развивать как внутренний, так и въездной экскурсионный туризм.

Однако наличие только ресурсной базы недостаточно для развития экскурсионного туризма. Наряду с ресурсным потенциалом важным моментом в формировании рынка экскурсионных услуг как составляющей рынка внутреннего и въездного туризма является кадровое обеспечение, без которого трудно представить себе производство конкурентоспособного экскурсионного продукта как для местного населения, так и для иностранных туристов, посещающих страну. Таким продуктом в первую очередь является экскурсия, а для ее подготовки необходимы специалисты, владеющие методикой подготовки и проведения экскурсии (методисты и экскурсоводы).

Как показал опыт подготовки таких специалистов в Белорусском государственном университете (БГУ), большую роль в их профессиональном становлении играют такие дисциплины, как «Экскурсоведение» и «Экскурсионный менеджмент».

Эти дисциплины занимают особое место в учебном плане специализации «География туризма и экскурсионный менеджмент» на географическом факультете БГУ, направленной на подготовку методистов экскурсионной работы и экскурсоводов. Эти дисциплины имеют не только теоретическую, но и большую практическую значимость, поскольку обеспечивают взаимосвязь процесса формирования профессиональных знаний и приобретения практических навыков и умений в процессе обучения.

По этой причине большое значение в преподавании этих дисциплин имеет организация и проведение практических занятий и контролируемой самостоятельной работы студентов. По нашему мнению, учебная деятельность студента на практических занятиях должна быть организована таким образом, чтобы эти занятия позволили ему закрепить теоретические знания, полученные в процессе лекционных занятий, подготовиться к осмысленной самостоятельной работе по разработке, организации и проведению комплексных и тематических экскурсий, управлению экскурсионной работой.

На современном этапе развития и внедрения в университетское образование в нашей стране новых современных обучающих технологий, ориентированных на расширение самостоятельной работы студентов под руководством преподавателя, эта работа приобретает особую значимость. Проведение практических занятий по дисциплинам «Основы экскурсоведения» и «Экскурсионный менеджмент», как и по другим специальным дисциплинам туристского цикла, призвано решать триединую задачу: давать знания по изучаемой проблематике, обучать навыкам применения полученных знаний, формировать творческий подход к подготовке и проведению экскурсии, управлению экскурсионной работой, а также собственное видение ее специфики.

Весь этот процесс мы максимально индивидуализировали для того, чтобы студент мог не только закрепить теоретические знания, но и почувствовать их значимость, увидеть свою роль и место в туристическом бизнесе как разработчика уникального туристского продукта (экскурсии), который способен решать сложные индивидуальные практические задачи. Для этого в ходе практических занятий каждый студент получает индивидуальное задание по каждой изучаемой теме, которое представляет собой микроисследование по какому-то определенному вопросу, основанное на обширной информации, предоставляемой студенту преподавателем. Эту информацию студент самостоятельно, с учетом полученных на лекциях и в процессе подготовки к практическим занятиям знаний, обобщает, сопоставляет и проводит самостоятельный анализ полученного материала, делает выводы и заключения, представляет свой собственный вариант решения по изученному вопросу. При этом студенту предлагается изучить разнообразные подходы к решению поставленной задачи: подобрать и апробировать общие и специальные методические приемы, необходимые для раскрытия индивидуальных особенностей объекта показа; выбрать наиболее подходящие варианты маршрута, остановки на нем, места выхода к экскурсионным объектам и т. д. Все свои решения он должен обосновать. Так, работая творчески по освоению материала по дисциплине «Экскурсоведение», студент самостоятельно выявляет роль и место объектов экскурсии (основные, дополнительные, сопутствующие) в зависимости от ее тематики, связывает их в определенной последовательности в экскурсионный маршрут, анализирует и подбирает наиболее подходящие для их демонстрации экскурсантам методические приемы показа и рассказа, формирует «портфель экскурсовода». Результатом каждой такой практической работы

является отработанный самостоятельно этап подготовки экскурсии, выполненный с учетом подходов и требований методики подготовки экскурсии, соответствующим образом оформленный и подкрепленный своими собственными выводами. По такой же схеме выполняются практические задания и по дисциплине «Экскурсионный менеджмент».

Таким образом, на практических занятиях студенты получают возможность самостоятельно, под руководством преподавателя, пройти весь путь подготовки экскурсии, принятия разного рода управленческих решений, контроля за качеством экскурсии и т. д.

Кроме этого, при изучении отдельных тем в целях усиления контроля над самостоятельной работой студентов нами проводится письменное тестирование, позволяющее выявить пробелы в знаниях, для того, чтобы затем на основе анализа типичных ошибок в тестах еще раз обратить внимание студентов на наиболее значимые моменты в изучаемых темах, которые ими усвоены недостаточно. Такая форма организации учебной работы повышает ответственность студентов к подготовке к практическим занятиям, а также позволяет быстро ликвидировать вольные или невольные пробелы в знаниях.

Еще одной формой учебной работы студентов по названным дисциплинам является контролируемая самостоятельная работа. Студентам предлагается подготовка зачетных работ, представляющих собой разработку одночасовых пешеходных экскурсий для школьников с написанием контрольного текста и составлением технологической карты экскурсии. Это позволяет не только закрепить теоретические знания, но и попробовать себя в качестве разработчика туристского продукта. Кроме этого, каждый из студентов имеет возможность попробовать себя и в роли экскурсовода. Зачет по этим работам проводится в виде экскурсии по разработанной теме. Экскурсантами выступают студенты и преподаватель, которые затем анализируют проведенную экскурсию. По результатам обсуждения каждым студентом составляется «Карточка прослушивания», в которой дается полный письменный анализ прослушанной экскурсии. Таким образом, данный вид учебной работы дает возможность еще раз на практике закрепить полученные знания, умения и навыки. Разумеется, мы даем себе отчет в том, что разовое проведение экскурсии, конечно же, не позволит студенту овладеть мастерством экскурсовода. Для этого необходима большая напряженная работа. Однако, на наш взгляд, такая форма практического занятия дает возможность проверить свои склонности к работе в качестве экскурсовода и определить будущую профессию. Те, кто проявляет склонность и желание дополнительно овладеть профессией экскурсовода, могут сделать это или в секции студенческого научного кружка на факультете, или в Национальном агентстве по туризму.

В результате такой организации самостоятельной контролируемой работы студентами были подготовлены экскурсии, которые теперь проводятся их силами для студентов факультета и школьников. Например, экскурсия по университетскому дворику, Михайловскому скверу.

Как показал опыт, такая организация учебной работы на практических занятиях также позволяет подготовить студентов к производственным практикам, которые они проходят самостоятельно в туристских предприятиях, правильному анализу результатов проведенных исследований. Это значит, что, придя на производственную практику в туристскую фирму, студент не остается просто наблюдателем происходящего, а может оказать квалифицированную помощь в методическом обеспечении проводимых фирмой экскурсий, предложить новые решения возникших проблем с позиций тех умений и навыков, которые были получены в процессе обучения.

Далее эти умения и навыки находят применение при написании курсовых и дипломных работ, когда полученные знания воплощаются в авторские разработки экскурсий по Беларуси. При качественном выполнении, интересных творческих находках такие разработки передаются в туристские фирмы, на базе которых студент выполнял эту работу, где и находят практическое применение, а студент, таким образом, создает себе рабочее место.

В заключение хотелось бы отметить, что, как показала практика, показателем эффективности такой подготовки является сокращение срока адаптации выпускников к профессиональной деятельности и ее качественное выполнение.

УДК 796.51

АНАЛИЗ ПРОСТРАНСТВЕННО-ВРЕМЕННЫХ ОСОБЕННОСТЕЙ РЕГИОНАЛЬНОГО ТУРИСТСКОГО ПОТОКА

С. В. Харламов

Представлен анализ туристских потоков для выявления мотивации поездок и региональных особенностей развития туристской деятельности в Алтайском крае. Структура въездного потока из других регионов России и зарубежных стран за 2004–2009 гг. в количественной форме (таблица) и картографическом отображении позволяет определить специализацию туристских зон края.

Современные задачи развития внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации определены соответствующей Программой Правительства РФ, рассчитанной на период до 2016 г. (Распоряжение Правительства РФ от 19.07.2010 г. №1230-р «Об утверждении концепции Федеральной целевой программы „Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011–2016 гг.)“»).

Важным результатом этой Программы является определение туристических кластеров в различных регионах России, в которых на развитие объектов инфраструктуры выделяются субсидии федерального бюджета. Общий объем финансирования составляет 96 млрд руб. Это беспрецедентное решение в новой истории туризма Российской Федерации.

Административным субъектам РФ для включения в Программу необходимо отвечать комплексу критериев и требований. Среди них:

- наличие региональной Программы развития туризма;
- проектно-сметная документация на объекты инженерной инфраструктуры, обеспечивающая дальнейшее развитие туристической индустрии;
- заключение государственной экологической экспертизы на эти проекты;
- подтверждение долевого участия бюджета субъекта РФ и муниципальных бюджетов и пр.

На территории Алтайского края этим требованиям отвечает в той или иной степени несколько зон развития туристской деятельности разной функциональной направленности, находящихся в горной и равнинной частях:

- курорт Белокуриха и прилегающие к нему местности (далее Белокуриха);
- Алтайский район, в том числе туристский комплекс левобережья реки Катунь (Алтайское);
- Горная Колывань;
- курортный город Яровое и Славгородский район (Яровое — Славгород);
- оздоровительно-лечебный комплекс на озерах Завьяловского и Романовского районов (Завьялово — Романово);
- лечебно-оздоровительный комплекс на озерах Егорьевского района (Егорьевка);
- город Бийск — культурно-исторический центр на транзитном туристическом пути (Бийск);
- город Барнаул — деловой и культурно-исторический центр (Барнаул);
- туристско-познавательный центр Солонешенского района (Солонешное);
- Горный Чарыш;
- транзитный туристский путь по дороге федерального значения М-52 (Новосибирск — Бийск — Ташанта), часть которого, проходящая южнее Бийска, имеет историческое название Чуйский тракт.

Поскольку сумма финансирования, предусмотренная Программой, имеет вполне конкретное значение и должна удовлетворить интересы других административных субъектов РФ, встала задача отбора наиболее актуальных кластеров на данном этапе развития туризма Алтайского края. При решении этой задачи главным критерием отбора является туристский поток, поскольку именно он характеризу-

ет такие важные показатели туристской деятельности, как количество туристов и отдыхающих, а также сезонность и цикличность туристических посещений.

Анализ туристских потоков позволяет глубже понять мотивацию поездок, выявить региональные особенности развития туристической деятельности в Алтайском крае. Так, в ряде мест значительные устойчивые туристские потоки сформировались к объектам, не имеющим надлежащей инфраструктуры, для которых иногда характерно полное отсутствие каких-либо объектов туристической индустрии. Например, это соленые и щелочные озера в западной равнинной части края.

Динамика туристских потоков является отражением качества услуг, что необходимо учитывать участникам туристского рынка Сибири в условиях ранее не имевшей какого-либо серьезного значения конкуренции. Примером является конкуренция между горнолыжными центрами Алтайского края, Кемеровской области и Красноярского края.

Проведение детального анализа пространственных особенностей распределения туристического потока на примере Алтайского края — одного из субъектов Южной Сибири с активным развитием туристской деятельности — является предметом исследования данной работы.

Общий туристский поток

Динамика общего турпотока в Алтайском крае за последнее десятилетие имеет положительную тенденцию с незначительным уменьшением на пике финансово-экономического кризиса в 2009 г. В настоящее время общий турпоток превышает цифру в один миллион туристов в год.

Для определения численности общего потока использована информация управлений экономики муниципальных образований (районов) и городских округов (городов) края, предоставляемая ежегодно в Главэкономике Алтайского края. При этом учитывались те виды туристской деятельности и объекты туристической индустрии, которые утверждены Федеральным законом «Об основах туристской деятельности в РФ» в определениях таких основных понятий, как «туризм» и «туристская индустрия»: виды туризма по целям поездок — лечебно-оздоровительный, оздоровительный, познавательный, спортивный, деловой, паломнический и др. Учитывались посетители различных средств размещения (гостиниц, домов отдыха, туристических баз, кемпингов, детских лагерей отдыха, усадеб сельского туризма, индивидуального жилья, сдаваемого отдыхающим, и др.), объекты санаторно-курортного комплекса (санатории, профилактории, лечебницы, здравницы, лечебно-оздоровительные базы мараловодческих хозяйств и др.).

Следует отметить, что такой подход к учету субъектов туристского потока позволяет охватить весь спектр многообразия туристских интересов в регионе и несколько отличается от стандартов официальной статистики, выделяющих только три группы услуг: туристические, гостиничные и санаторно-оздоровительные. При этом перечень видов хозяйствующих субъектов, от которых собирается информация по количеству посетителей, получивших туристические услуги, в значительной мере не соответствует основным понятиям («туризм», «туристская деятельность», «туристская индустрия»), принятым Федеральным законом «Об основах туристской деятельности». Данный факт является одной из главных причин того, что сведения официальной статистики о туристских потоках и туристской деятельности не отражают реальной действительности, кроме того, органам официальной статистики не удается обеспечить полный охват хозяйствующих субъектов, работающих на туристском рынке. Данный вывод подтверждают результаты единовременного регионального обследования туристской деятельности, проведенного территориальным органом Федеральной службы государственной статистики по Алтайскому краю на примере Алтайского района, являющегося лидером развития туризма в Алтайском крае [Мочалов и др., 2007].

Современные темпы развития туризма в регионе требуют представления более реальных сведений о туристской деятельности, в частности, о туристском потоке. По структуре потока — около 70% составляют жители других регионов России, 25% — жители Алтайского края и до 5% — иностранные граждане.

Специфика географических административно-территориальных и дорожно-транспортных условий Алтайского края такова, что кроме собственного турпотока, через его территорию проходит транзитом весь поток туристов, направляющихся в Республику Алтай (РА). Величина этого потока по оценкам Правительства РА также превышает один миллион человек в год. Автомобильная дорога М-52 «Новосибирск — Бийск — Ташанта» — единственная, отвечающая требованиям туристов и отдыхающих, транспортная связь РА со всеми субъектами РФ. По этой же трассе проходит международный ту-

ристский поток в Монголию, численность которого ежегодно увеличивается, но невелика — менее 0,5 тыс. чел. в год.

По территории Алтайского края проходит еще один международный транзитный, незначительный по объему поток путешествующих жителей соседних регионов и иностранцев. Он направляется к туристским ресурсам Восточно-Казахстанской области Республики Казахстан. Проходит по федеральной автомобильной магистрали А-349 Барнаул — Рубцовск — Веселоярск (граница с Республикой Казахстан) с ответвлением в Пospelихе через Змеиногорск до погранперехода Михайловка в Республику Казахстан. Величина этого потока около одной тысячи человек в год, но он растет и будет увеличиваться дальше.

Структура въездного турпотока из регионов РФ

Въездной российский турпоток определялся по результатам экспертных оценок. Обследований территории по определению количественных параметров потоков туристов, прибывающих из других регионов страны, не проводилось, соответственно, данная тема очень интересна для самостоятельного исследования.

Наибольшую часть данного потока — около 70% — составляют жители соседних субъектов Сибирского федерального округа (СФО): Новосибирской, Кемеровской, Омской и Томской областей. Около 10% турпотока — жители Уральского федерального округа (УрФО), главным образом жители Ханты-Мансийского автономного округа (ХМАО), Тюменской и Свердловской областей. Еще 10% составляют жители Москвы и Санкт-Петербурга, остальные 10% приходятся на другие регионы РФ.

Основным средством прибытия в Алтайский край туристов и отдыхающих из СФО является автомобильный транспорт, из УрФО — примерно в равной мере автомобильный и железнодорожный транспорт, из Москвы и Санкт-Петербурга — преимущественно авиационный и железнодорожный транспорт.

Структура въездного туристского потока из зарубежных стран

Величина туристского потока из-за рубежа является отражением многих качественных показателей туристской деятельности региона, а именно: качества туристских ресурсов, уровня развития туристской индустрии и инфраструктуры, степени продвижения региона и его туристского продукта на международном рынке и др.

Говоря об Алтайском крае, следует иметь в виду одно очень важное обстоятельство. Первые представители туристических компаний из зарубежных стран, а также первые пробные группы иностранных туристов появились здесь только в начале 90-х гг. прошлого века. В эпоху строительства социализма в Сибири для иностранных туристов предлагался только Байкал. Пользовалось популярностью у иностранцев и железнодорожное путешествие по Транссибирской магистрали с короткими экскурсионными остановками в крупных сибирских городах, в том числе в Новосибирске.

Алтай интуристам не предлагался, следовательно, здесь не было гостиниц, транспорта, маршрутов, пригодных для такого уровня клиентов. Не было соответствующей квалификации у обслуживающего персонала, отсутствовала какая-либо реклама Алтая как туристской дестинации. Такая ситуация заставила первых коммивояжеров из зарубежных стран в начале 90-х гг. XX столетия сделать заключение о неадекватности исключительно разнообразных и привлекательных туристских ресурсов и туристской индустрии нашей территории, предлагающей низкое качество услуг.

Соответственно, количество иностранных туристов в Алтайский край в 1990 г. не превышало 100 человек в год.

В отличие от потока туристов из регионов РФ, для анализа потока иностранных туристов имеются официальные данные миграционной службы РФ по Алтайскому краю. Регистрация иностранных граждан в зависимости от целей проводится по следующим пяти категориям поездок:

- с частными целями;
- осуществление деловых поездок;
- туристические цели;
- в целях образования;
- для осуществления трудовой деятельности.

Исходя из норм, установленных Законом «Об основах туристской деятельности в РФ» и зафиксированного в нем понятия «турист», иностранцы, прибывшие не только с туристическими, но и с частными целями, а также для осуществления деловых поездок, все могут быть отнесены к числу туристов,

поскольку они проводят в нашей стране более одних суток с ночлегом, продолжительность их пребывания не превышает 6 месяцев (виза для граждан, прибывших с этими целями, не выдается более чем на полгода), они не получают за свою деятельность материального вознаграждения из источников финансирования в нашей стране (от работодателя). В таблице предлагаются цифры, свидетельствующие о посещении иностранными гражданами Алтайского края с учетом трех первых категорий по целям поездки.

Численность иностранных туристов, посетивших Алтайский край в 2004–2009 гг.

Численность иностранных туристов	Год					
	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Всего,	48495	51272	53349	61223	66343	72392
в том числе:						
с частными целями	42322	46150	50861	56515	61236	65489
с целью осуществления деловых поездок	424	355	334	455	728	1609
с туристическими целями	5749	4761	2154	4253	4379	5294

Численность туристов из-за рубежа имеет устойчивую тенденцию роста. Количество стран, откуда они приезжают, в разные годы меняется от 61 до 83.

Если все страны разделить на две группы — ближнего и дальнего зарубежья, то среди стран ближнего зарубежья, жители которых проявляют наибольший интерес к поездкам в Алтайский край, выделяется Республика Казахстан (РК), а среди стран дальнего зарубежья — Федеративная Республика Германия (ФРГ). Однако по качественному составу потока эти две страны имеют существенное различие. Так, от общего числа частных поездок поток из РК составляет более 70%, из ФРГ — более 2%; деловых поездок — из РК около 45%, из ФРГ — более 1%; туристических поездок — из РК около 15%, из ФРГ — более 65%.

В настоящее время в России, как и во всем мире, особое внимание вызывает поток туристов из Китайской Народной Республики. В этой стране, имеющей самые высокие в мире темпы развития экономики, настолько же быстро растет количество граждан, финансовое благополучие которых позволяет им совершать путешествия по странам мира. На фоне заметного увеличения в центре России за последние годы граждан КНР, приехавших с целью туризма: практически с нуля на рубеже веков до нескольких десятков тысяч в конце первого десятилетия XXI в., в Сибирском федеральном округе в целом, и в Алтайском крае в частности, число туристов из КНР по-прежнему близко к нулю [Харламов, 2009, 2010].

Распределение потока туристов по территории края

Пространственная структура потока связана с туристскими зонами, сформировавшимися в последние два десятилетия (рис. 1). Анализ динамики формирования зон показывает увеличение их числа на 60% за этот период. В данном случае туристская зона представляет собой территориальную рекреационную систему муниципального или городского уровня в классическом понимании [Теоретические основы..., 1975]. При этом очень важно подчеркнуть, что подсистема управления в составе выделенных зон также действует, что выражается в наличии районных или городских программ развития туризма, подкрепленных финансированием и деятельностью структурных подразделений исполнительной власти.

Еще одна специфика развития туристской деятельности в Алтайском крае заключается в том, что до конца 80-х гг. прошлого века, т. е. до выхода из состава края Горно-Алтайской автономной области (ГААО), весь поток туристов направлялся в ГААО. Из действующих в настоящее время туристских зон на тот момент туристская деятельность осуществлялась в городе-курорте Белокурихе, городах Барнауле и Бийске, а также осуществлял свои транспортные функции транзитный путь по автомагистрали М 52.

Появление новых туристских зон в большинстве своем обязано стихийно возникшим и активно развивающимся туристским потокам к разнообразным туристским ресурсам левобережья Катунь в Ал-



1. **Барнаул.** Деловой, лечебно-оздоровительный, познавательный туризм.
2. **Курорт Белокуриха.** Лечебно-оздоровительный, оздоровительный, спортивный, деловой туризм.
3. **Алтайский район.** Оздоровительный, спортивный туризм.
4. **Бийск.** Познавательный, паломнический туризм.
5. **Солонешенский район.** Оздоровительный, познавательный туризм.
6. **Горный Чарыш.** Оздоровительный, спортивный, промысловый туризм.
7. **Горная Колывань.** Познавательный, оздоровительный туризм.
8. **Егорьевский район.** Лечебно-оздоровительный, оздоровительный, промысловый туризм.
9. **Завьяловский и Романовский районы.** Оздоровительный, лечебно-оздоровительный туризм.
10. **Яровое и Славгородский район.** Лечебно-оздоровительный, оздоровительный туризм.
11. **Транзитный туристский путь по автомагистрали М 52**

Рис. 1. Туристские зоны Алтайского края и их специализация

тайском районе; природным, археологическим и историческим объектам Солонешенского, Чарышского районов и Горной Колывани; озерно-боровым лечебно-оздоровительным местностям Ярового, Славгородского, Завьяловского, Романовского, Егорьевского районов [Романов, Харламов, 1999; Халамов, Корчагин, 2005; Харламов, Харламова, 2007].

Основной поток туристов (около 80%) движется по федеральной автомагистрали М 52 от границы с Новосибирской областью через Бийск до границы с Республикой Алтай. Этот поток имеет две питающие ветви: одна по автомагистрали «Алтай — Кузбасс», по которой на Алтай попадает значительный поток из Кемеровской области; вторая ветвь — по автомагистрали, подходящей со стороны Барнаула.

Основной турпоток имеет два главных ответвления: одно отходит по автомагистрали на Барнаул к туристским зонам Яровое — Славгород, Завьялово — Романово, Егорьевка, Горная Колывань и Горный Чарыш. Второе ответвление отходит в Бийске к турзонам Белокуриха и Солонешное.

Туристский поток в турцентр левобережья Катунь (турзона Алтайского района) проходит по участку автомагистрали М 52, проходящему по территории Республики Алтай, а затем по двум мостам через Катунь возвращается в Алтайский край.

Остальные 20% туристов попадают в край по нескольким второстепенным путям:

- со стороны Новосибирской области по автомагистрали на Камень-на-Оби и далее к турзонам Яровое — Славгород и Завьялово — Романово;
- по железной дороге Татарское — Кулунда — Барнаул — Бийск к туристским зонам Яровое — Славгород, Завьялово — Романово, Барнаул и Бийск;
- по автомагистрали со стороны Республики Казахстан через пограничные пункты Веселоярск, Михайловка к туристским зонам Горная Колывань, Егорьевка;

- со стороны Республики Алтай через Аю к турзонам Алтайского района и Белокурихе;
- по автодороге со стороны Новокузнецка Кемеровской области через Ельцовку к турзонам Бийск, Белокуриха, Алтайский район;
- авиационный поток туристов «Москва — Барнаул».

Сезонность туристских потоков

Высокий сезон в Алтайском крае приходится на летние месяцы июнь — август с максимальным пиком в июле — первой половине августа. В этот период все туристские зоны работают с максимальной нагрузкой. С мая по сентябрь в Алтайский край прибывает 75% от всего годового потока.

Зимний сезон имеет один короткий пик посещаемости в конце декабря — начале января, связанный с новогодними и рождественскими праздниками.

Специфика туристических ресурсов и уровень развития объектов туристической турзон Завьялово — Романово, Яровое — Славгород, Горный Чарыш обуславливают их работу по приему туристов только в летний сезон.

Наличие небольшого количества мест круглогодичного действия в турзонах Солонешное, Горная Кольвань, Егорьевка позволяет принимать зимой небольшой поток туристов, приезжающих в новогодние дни, а также с целью зимней рыбалки и катания на небольших горнолыжных трассах.

Круглогодичную туристскую деятельность осуществляют туристские зоны Белокуриха, Алтайский район, Бийск, Барнаул и транзитный путь по автомагистрали М 52.

Основные виды зимнего туризма в крае:

- лечебно-оздоровительный с поездками в санаторно-курортные учреждения;
- спортивный с катанием на горных лыжах;
- деловой с участием в различных форумах, выставках, фестивалях;
- оздоровительный с отдыхом и развлечениями на новогодние дни, а также во время студенческих и школьных каникул.

Около половины зимнего потока туристов обслуживает курорт Белокуриха.

Таким образом, по условиям сезонности следует выделять две группы потоков: круглогодичную и сезонную (рис. 2).

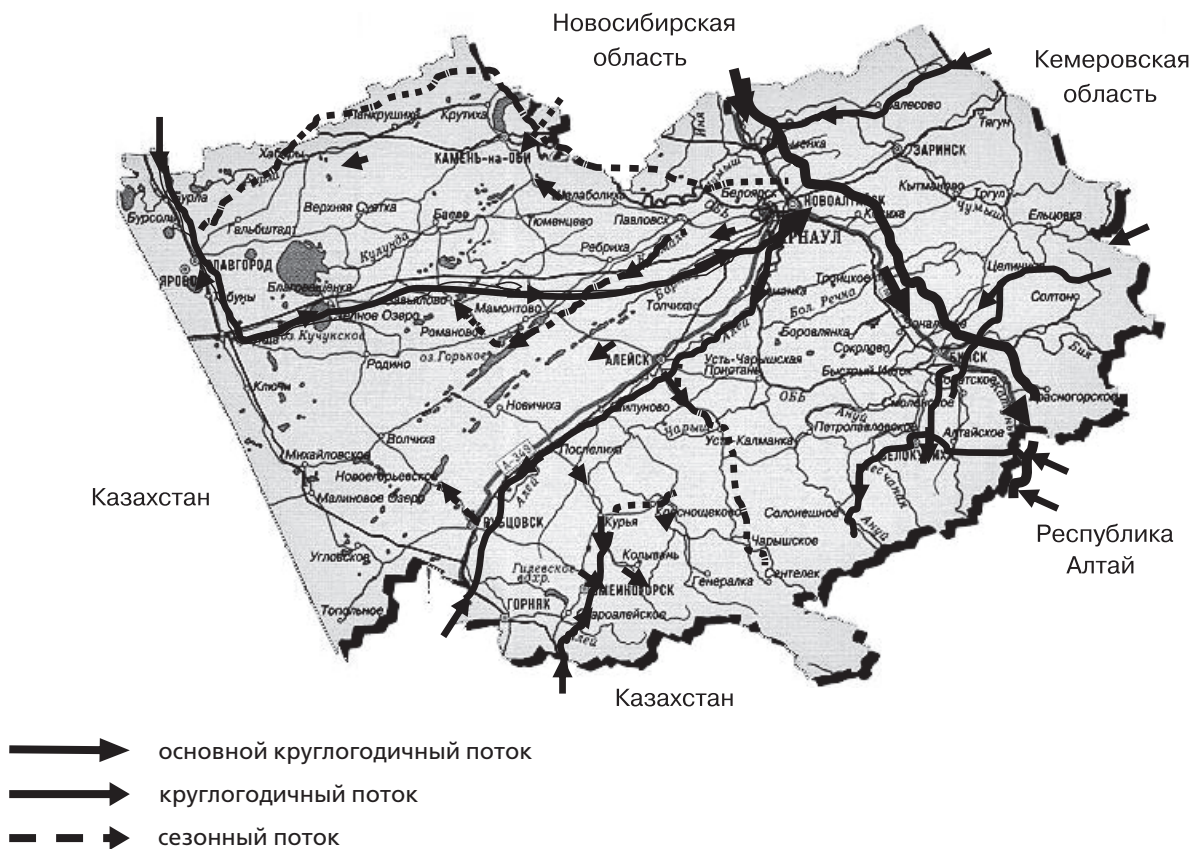


Рис. 2. Туристские потоки, обеспечивающие деятельность туристских зон Алтайского края

Результаты анализа потоков, обеспечивающих деятельность туристских зон, послужили основой для принятия решения по выбору конкретных территорий Алтайского края для включения в целевую программу развития внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации: это турзоны Белокуриха, Бийск и отдельные объекты транзитного пути по автомагистрали М 52. На территории Алтайского района уже реализуется два крупных федеральных проекта — «Бирюзовая Катунь» и «Сибирская монета».

В данном исследовании затронут только один аспект пространственно-временного распределения туристского потока одного из регионов юга Сибири, касающийся региональных интересов только Алтайского края. При исследовании межрегиональных потоков в этой части России для оптимизации транспортной сети необходимо дополнительно анализировать и другие аспекты.

Тема изучения и постоянного мониторинга региональных турпотоков имеет важное практическое значение и должна найти свое место в рекреационно-географических исследованиях сибирских ученых.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

Мочалов В. М., Давыдова А. И., Супонина И. В. Туризм как объект статистического обследования (методология, опыт, проблемы регионального и муниципального учета). Барнаул, 2007.

Романов А. Н., Харламов С. В. Горная Кольвань. Туристские районы Алтайского края. Барнаул, 1999. Теоретические основы рекреационной географии / под ред. В. С. Преображенского. М., 1975.

Харламов С. В. Современное состояние взаимодействия Алтайского края с КНР в сфере туризма // Сотрудничество Алтайского края с КНР: проблемы и перспективы. Барнаул, 2009.

Харламов С. В. Состояние и перспективы проекта туристического маршрута «Алтай — Золотые горы» и международного туризма в рамках четырех государств Алтайского региона // Трансграничное сотрудничество: экономические и социально-гуманитарные аспекты Большого Алтая: материалы междунаучно-практ. конф. (28–31 августа 2010 г., Барнаул-Белокуриха) / под общ. ред. Н. М. Никонова; Алт. гос. техн. ун-т им. И. И. Ползунова. Барнаул, 2010.

Харламов С. В., Корчагин П. А. Туризм и отдых в юго-западной части Алтайского края (характеристика условий, оценка, рекреационное районирование и пути развития). Барнаул, 2005.

Харламов С. В., Харламова Н. Ф. Колыбель человечества. Туристская карта-схема Солонешенского района. Серия: Туристские районы Алтайского края. М 1: 200000. Барнаул, 2007.

УДК: 338.48

ПОЛОЖИТЕЛЬНЫЕ И ОТРИЦАТЕЛЬНЫЕ АСПЕКТЫ ВОЗДЕЙСТВИЯ СЕЗОННЫХ ВОЛН В ТУРИЗМЕ

М. А. Хлиманкова

Рассматривается один из аспектов такого сложного явления как сезонные колебания в туризме, а именно влияние сезонных волн на развитие туристской отрасли. Зачастую данное явление связывают исключительно с природными явлениями. В этом заключается основная ошибка, которая ведет к неправильному пониманию и истолкованию сезонных колебаний, поскольку сезонность — это социальное явление, которое неразрывно связано с деятельностью человека. Выделяются как положительные, так и отрицательные аспекты воздействия сезонных волн на развитие туризма.

Туризм — это динамично развивающаяся отрасль мировой экономики. Как любая другая отрасль хозяйства, она имеет свои особенности развития. Если проследить динамику развития туризма в мире на протяжении последних 100 лет, то можно четко увидеть периоды резкого подъема (расцвета), которым предшествовали периоды интенсивного, можно даже сказать, галопирующего роста и перио-

ды резкого спада (депрессии), которые были обусловлены как внутренними факторами развития, так и внешними причинами, такими как войны, экономические депрессии, стихийные бедствия. Такое циклично-волновое развитие туристской индустрии, как показала А. Ю. Александрова, сопровождается закономерной сменой ядер мирового туристского пространства [Александрова, 2002, 2009].

При анализе статистических данных можно четко уловить тенденции и динамику развития туристской отрасли. Как для любой другой отрасли экономики, для туризма характерно циклическое развитие, при котором за определенные промежутки времени динамика явления (или ее составляющие) периодически изменяется. При такой модели четко прослеживается этап зарождения, на котором идет становление или преобразование и зарождение новых черт туристской отрасли. На смену первому этапу приходит период активного подъема, когда туристская отрасль начинает активно взаимодействовать с другими секторами экономики, увеличивается количество туристских прибытий. Третья фаза развития — это пик развития, когда наблюдается максимальное число туристских прибытий, отрасль приносит максимальный доход. На смену пику приходит этап постепенного снижения активности, который сменяется стагнацией или депрессией. И все повторяется сначала [De Groote..., 2009].

Если рассмотреть динамику развития туристской отрасли в более коротком временном интервале (год), то можно заметить те же самые черты. Так называемые сезонные волны характерны для всех видов туризма, а также для всех территорий, вовлеченных в данный экономический процесс.

Сезонное развитие туристской отрасли обусловлено рядом причин, которые условно можно разделить на две большие группы: первичные и вторичные причины [Baum, Lundtorp, 2001].

К первичным причинам относится группа природных факторов, непосредственно связанная с сезонами года и климатическими условиями на определенной территории (разница в температурном режиме, количество осадков, выпадающих в виде снега и дождя, количество солнечной радиации, продолжительность светового дня и т. д.). Как известно, сезонные различия увеличиваются при удалении от экватора и, как следствие, растут сезонные колебания в туризме, определяющиеся этими причинами.

К вторичным причинам относятся институциональные факторы. Они сложились в результате установления традиций и в большинстве случаев зафиксированы в законодательстве определенной страны. Эта группа наиболее обширна и различна, сюда можно отнести такие факторы, как праздники, школьные/студенческие каникулы, период отпусков, мода и традиции и т. д.

Таким образом, сезонные колебания в туризме — это сложный и многогранный процесс, каждую составляющую которого необходимо досконально изучать для понимания полной картины происходящего, прогнозирования и моделирования следующих этапов развития.

Учитывая, что сезонные колебания непосредственным образом накладывают отпечаток на развитие туристской отрасли, то для дальнейшего изучения данного явления необходимо определить последствия сезонных волн для развития туризма.

Сезонные колебания имеют как положительные, так и отрицательные последствия воздействия на данную отрасль. Если рассмотреть все компоненты туристско-рекреационной системы, то можно выделить пять компонентов, на которые сезонные волны оказывают непосредственное влияние. Причем во всех пяти группах наблюдается как положительный, так и отрицательный эффект от сезонного развития туризма. К этим группам относятся: окружающая среда, экономика, местное население, рабочая сила. Рассмотрим каждый из компонентов по отдельности.

Первый компонент — это экономика (экономическая деятельность), главной составляющей которой, более всего подверженной сезонному влиянию, являются материально-техническая база и инфраструктура туристско-рекреационных комплексов [Jin Young Chung..., 2009]. Главное негативное влияние заключается в том, что при такой модели развития материально-техническая база в туристской отрасли используется не на полную мощность. Основная загрузка и, как следствие, экономическая отдача происходит в период высокого сезона, в то время как в межсезонье и в период низкого сезона те же самые отели и инфраструктура в целом заполняются лишь на 10% или вообще пустуют. Как следствие, владельцам туристских объектов приходится нести финансовые потери, связанные с содержанием этих объектов в период низкого и сниженного спроса. Нередко на определенный период времени эти объекты туристской инфраструктуры вообще закрываются или не используются как профильные.

С другой стороны, период сниженного спроса дает время для переоснащения, переоборудования или строительства новых объектов материально-технической базы туристской отрасли. К примеру, переоснащение отеля проще и быстрее произвести, когда объект закрыт для посещения, нежели выби-

рать время, выводить из оборота часть номерного фонда во время высокого сезона, для того чтобы провести реконструкцию.

К экономической группе компонентов также относятся инвестиционные вложения. Учитывая, что фактор сезонности делает туристскую отрасль более подверженной экономическим рискам, поэтому частные предприниматели неохотно вкладывают свои средства в развитие отрасли. Очень велик риск потери вложенных денежных средств. Кроме того, прибыль интенсивно поступает не на протяжении всего года, а лишь в определенный промежуток времени, поэтому инвестиционная привлекательность туристской отрасли не так велика, как, например, нефтяной промышленности или строительства.

Вторым компонентом, подверженным сезонному влиянию туристской деятельности, является окружающая природная среда.

Бесспорно, при неправильном управлении туристская деятельность может нанести огромный вред окружающей природной среде. Во время высокого и пикового сезонов происходит значительное увеличение количества отдыхающих на сравнительно небольшой по площади территории, что ведет к чрезмерному использованию природных ресурсов и их деградации. Зачастую во многих регионах случаются перебои с питьевой водой и электричеством. Кроме того, происходит замусоривание территории, чрезмерная нагрузка на почву ведет к ее эрозии, истощается биологическое разнообразие.

Тем не менее во время низкого сезона происходит восстановление окружающей среды. Иногда самостоятельно, иногда при помощи человека биологическая система приходит в относительно стабильное и исходное состояние. Во время межсезонья и низкого сезона происходит подготовка территории к следующему наплыву туристов.

Примерно такое же влияние оказывают сезонные колебания на местное (коренное) население.

Отрицательным последствием является то, что во время высокого сезона, когда происходит значительное увеличение числа туристов, как следствие, увеличивается и социальная напряженность, возрастает уровень преступности, увеличивается вероятность террористической угрозы [Time Shift..., 2006]. И как следствие, местным жителям так или иначе приходится менять свой уклад жизни, что не всегда благоприятно сказывается на психическом и душевном состоянии человека.

Во время низкого сезона происходит противоположное явление. Местные жители возвращаются к обычному образу жизни, происходит восстановление моральных и психологических сил перед следующим туристским сезоном. Исключением здесь может служить культурно-познавательный туризм в больших мегаполисах. Из-за большого количества жителей города экскурсанты оказывают незначительное и довольно кратковременное увеличение населения, что практически никак не сказывается на самих горожанах.

Последний компонент, на который сезонные волны оказывают заметное влияние, — это рынок рабочей силы. Прежде всего здесь стоит выделить отсутствие круглогодичной занятости населения. Работодателям невыгодно содержать полный штат сотрудников в течение всего года, это ведет к еще большим материальным издержкам. Как следствие, в туристском бизнесе распространяется явление, когда минимальное количество сотрудников работают круглый год, причем нередко в низкий сезон происходит снижение заработной платы, а в период высокого сезона привлекается дополнительная рабочая сила. Тем не менее такое явление имеет свои подводные камни и негативные последствия.

Поскольку работники привлекаются на ограниченное время (несколько месяцев), то в большинстве случаев необходимы определенное время и, соответственно, затраты на их обучение. Кроме того, это низкоквалифицированные кадры, которые не имеют специального образования и технических навыков. Все это приводит к снижению качества обслуживания и, как следствие, к общему ухудшению туристских услуг.

Во многих регионах, где туризм является лидирующей отраслью, уменьшение числа занятых в туризме ведет к временной безработице.

С другой стороны, во время высокого сезона появляются дополнительные рабочие места, что способствует занятости местного населения. Дополнительные вакансии становятся неплохим подспорьем для людей, занятых в других отраслях, не связанных с туризмом, которые на время высокого сезона закрываются или снижают мощности производства. У людей появляется дополнительное свободное время и возможность заработка.

Кроме того, открываются возможности не только для местных жителей, но и для людей из других регионов, которые имеют свободное время и хотят провести его с пользой. Это замечательная возмож-

ность заработка для домохозяек, а также студентов, которые имеют довольно продолжительные летние и зимние каникулы. Кроме того, туризм дает возможность человеку не только повысить свое благосостояние, но и свой статус и, как следствие, удовлетворить свои духовные потребности.

Таким образом, сезонные колебания в туристской деятельности не только носят негативный характер, но и имеют положительные стороны. Сезонность — очень сложное понятие, и однозначно говорить, что здесь имеют место только отрицательные последствия, не стоит. Отсюда возникает следующий вопрос: надо ли бороться с сезонными колебаниями в туризме или все же необходимо учитывать всю совокупность факторов, перед тем как принимать решение о необходимости применения методов сглаживания сезонных колебаний на той или иной территории.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

- Александрова А. Ю. Структура туристского рынка. М., 2002.
- Александрова А. Ю. Структурно-функциональный анализ туристического пространства мира // Вестник Московского университета. Серия 5: География. 2009. № 4.
- Baum T., Lundtorp S. Seasonality in Tourism. Oxford, 2001.
- De Groote P. Periodicity of tourism: A comparative study // 2ème Journée de Recherche sur le Tourisme. 2009.
- Jin Young Chung. Seasonality in tourism: a review // E-Review of tourism research. 2009. Vol. 7. № 5.
- Time Shift, Leisure and Tourism. Berlin, 2006.

УДК 504.062.2

МУНИЦИПАЛЬНАЯ ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННАЯ СИСТЕМА: ГЕОЭКОЛОГИЧЕСКОЕ СОПРОВОЖДЕНИЕ ПЛАНИРОВАНИЯ И РАЗВИТИЯ

С. З. Шевченко

Освещены вопросы теории формирования территориальных туристско-рекреационных систем на основе анализа территории по ведущим факторам и с учетом геоэкологических ограничений. Изложены результаты применения теоретических положений в работах по обоснованию геоэкологической модели туристско-рекреационного развития Чемальского района Республики Алтай. Целевой установкой исследования определена необходимость оптимизации пространственной организации туристско-рекреационного хозяйства с целью рационального использования и сохранения горных природных комплексов и их компонентов.

В современной системе государственного устройства и организации власти в стране, четко разграничивающей вопросы полномочий между федеральными, региональными и местными органами государственной власти, большое значение придается муниципальному уровню (Федеральный закон «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации» №131-ФЗ). Это, в свою очередь, обуславливает иерархию всех сфер хозяйственной деятельности, в том числе туристско-рекреационной, и адресует важнейшие функции планирования и управления на места.

В соответствии с трактовкой туристско-рекреационной системы как территориального единства рекреантов, природно-культурного комплекса, инженерных рекреационных объектов, обслуживающего персонала и систем управления В. И. Кружалин предложил выделять три уровня систем, соответствующих трем уровням административного деления [Кружалин, 2008]. На территориях муниципальных образований формируются элементарные туристско-рекреационные системы — совокупность компактно расположенных объектов экскурсионного показа, зон отдыха и рекреационных предприятий. Сочета-

ясь, туристско-рекреационные системы муниципального уровня в пределах границ отдельного региона (республики, области, края) формируют региональную туристско-рекреационную систему. Региональные туристско-рекреационные системы образуют единую национальную систему — верхний уровень в иерархии туристско-рекреационных систем.

Поскольку «система» в самом широком смысле определяется как множество элементов, находящихся в отношениях и связях друг с другом, которые образуют определенную целостность, единство, то территориальная, в том числе и муниципальная, туристско-рекреационная система подразумевает существование множества взаимосвязанных компонентов — структурных и функциональных частей, обеспечивающих функционирование и целостность системы:

- природных и культурных комплексов;
- технических сооружений (инженерных объектов);
- обслуживающего персонала;
- органа управления;
- отдыхающих (рекреантов) [Преображенский и др., 1988, с. 3].

Развивая системное направление туристско-рекреационных исследований В. И. Кружалин в пределах границ туристско-рекреационных систем выделяет три типа взаимосвязанных каркасов: площадные, линейно-узловые и этносоциальные [Кружалин, 2008]. К каркасам площадного типа относятся геолого-геоморфологический, ландшафтный, экологический, селитебный, культурно-исторический. К линейно-узловым — транспортный, энергетический, информационный, водоснабжения и канализации (коммунальный). Этносоциальный каркас формируется из местных жителей и рекреантов и является «живой соединительной тканью» туристско-рекреационной зоны. Сочетание различных видов туристско-рекреационных каркасов в пределах каждого типа, их набор определяют степень сложности проектирования и освоения туристско-рекреационной системы.

Планирование, формирование, контроль и управление перечисленными структурными частями и их совокупностью при осуществлении туристско-рекреационной деятельности наиболее реально достижимы в масштабах муниципального района. Этому способствуют:

- относительно небольшие площади административного образования;
- замкнутый хозяйственный комплекс и часто однородная экономическая специализация;
- наличие статистической информации, необходимой для разносторонних анализов и прогнозов;
- возможность оперативного планирования и управления.

Принимая во внимание вышесказанное, складывающийся в границах муниципального района туристско-рекреационный комплекс со всеми присущими ему структурами, свойствами и атрибутами, планируемый и управляемый в соответствии с муниципальной стратегией устойчивого развития и являющийся неотъемлемой частью природно-социально-экономической системы административного района, рассматривается нами как муниципальная туристско-рекреационная система.

Из определений туристско-рекреационной системы и анализа материалов тематических исследований многих авторов очевидно следующее:

- туристско-рекреационная система — сложный природно-социально-экономический феномен, изучение которого осложняется отсутствием унифицированных понятий, детально разработанных специфических подходов и методов, единиц измерений и т. д.;
- территориально-информационной основой туристско-рекреационной системы являются особенности природы и социокультурной среды. В качестве первых выступают элементы географической оболочки, вторых — историко-культурные объекты и «климат доброжелательности»;
- в структуре туристско-рекреационных систем приоритет принадлежит природным комплексам. Инфраструктура в идеале проектируется исходя из экологических требований законодательства, по принципу причинения минимального вреда природным комплексам и в гармонии с окружающей природной средой;
- проектирование и исследование туристско-рекреационных систем наиболее достоверно в направлении от самого низшего уровня к высшему — от локального к глобальному. Условиям локального уровня отвечают муниципальные районы, глобальному (в национальном аспекте) — страна в целом;
- тесное взаимодействие географических, биологических (экологических) и социально-производственных систем в рамках туристско-рекреационных систем обосновывает необходимость гео-

экологического подхода к их изучению. В этом случае рассмотрению подлежат экологические аспекты природопользования, вопросы взаимоотношений человека и природы, приспособление хозяйства к вмещающему ландшафту, последствия взаимодействия биотических и абиотических компонентов, закономерности функционирования и эволюции антропогенно измененных экосистем.

Поскольку туристско-рекреационные системы тесно взаимодействуют с географическими системами: природные и культурные комплексы входят в состав рекреационных систем и используются ими в качестве ресурса и (или) района спроса, то это позволяет констатировать наличие признака территориальности — принадлежности к классу географических систем. И наоборот, рассмотрение природных условий и ресурсов претерпевает преломление через призму целевого использования территории, в нашем случае — туристско-рекреационного. Это, в свою очередь, ориентирует на обязательность и первоочередность применения природо- и экологоориентированных подходов к планированию и развитию туристско-рекреационных систем.

Основными территориальными единицами, в границах которых проявляются характерные сочетания компонентов ландшафта, является размерность «местности». Вслед за Ю. И. Винокуровым мы рассматриваем их как «комплексы определенной морфологической структуры, обладающие характерными сочетаниями почвенных разностей, растительных группировок, форм рельефа и других компонентов ландшафта», представляющие собой «обобщенное понятие целой системы существующих в природе местностей» [Винокуров, 1980]. Учитывая сложность связей между природными факторами, размещением хозяйственных систем и ответными реакциями среды необходимо использование системного подхода к оценке территории.

Ветвью системного подхода, согласно В. С. Преображенскому с соавторами, является ландшафтный подход [Преображенский и др., 1988]. Под ним понимается применение ряда положений учения о ландшафтах вне собственного исследовательского поля ландшафтоведения. Подход применим к решению широкого круга вопросов, выходящих за рамки ландшафтоведения, и направлен на изучение связей между структурой природной среды и территориальной организацией хозяйства, в том числе — туристско-рекреационного и природоохранного.

Ландшафтный подход в сочетании с факторным анализом создает возможность для проведения пространственного анализа территории в целях планирования туристско-рекреационной деятельности. В конкретном (целевом) случае факторный анализ направлен на оценку природных рекреационных ресурсов (рельефа, гидрологических объектов, микроклиматов, растительности, природно-исторических объектов) и их антропогенно обусловленных свойств (целевое предпочтение, степень нарушенности, рекреационная емкость и т. п.) для целей структурного планирования туристско-рекреационной системы муниципального уровня.

В число задач целевого пространственного факторного анализа в границах каждой ландшафтной местности входят:

- а) определение критериев оценки каждого из факторов;
- б) балльная оценка каждого из критериев;
- в) интегральная оценка каждой ландшафтной местности по ведущим факторам;
- г) экспертная интерпретация результатов оценки;
- д) графическое отображение объектов и анализ пространственного распределения значений.

Поскольку оценка качества рекреационных ресурсов во многом носит субъективный и неоднозначный характер, необходимо обозначить базовые положения подхода:

- высокое качество отдыха обеспечивается только многообразием возможностей (лечебных, спортивных, познавательных, эстетических и пр.);
- первозданность, необычность, самобытность рекреационных ресурсов определяют их общечеловеческую ценность;
- потребность человека в общении с «дикой природой» естественна и должна быть непременно удовлетворена;
- природные рекреационные ресурсы исчерпаемы, имеют ограниченные возможности к восстановлению, незаменимы [Башалханова, 1987].

Рассмотренные методические подходы применены в работах по обоснованию геоэкологической модели туристско-рекреационного развития МО «Чемальский район» Республики Алтай. Чемальский рай-

он относится к наиболее перспективным территориям туризма и рекреации, имеет базовую инфраструктуру и стабильный рост интереса к природным рекреационным ресурсам. Район располагается в отрогах хребтов Северного Алтая, в среднем течении Катуня. Современная система расселения и размещения хозяйства района обусловлена ландшафтными особенностями территории, в первую очередь — геолого-геоморфологическими. Основная часть населенных пунктов, хозяйственных объектов (в том числе туристических баз, кемпингов и т.д.) и мест неорганизованного отдыха расположена в долине Катуня. Необходимость оптимизации пространственной организации хозяйства с целью рационального использования и сохранения природных комплексов и их компонентов потребовала детального анализа природно-территориальной основы и ресурсов туризма и рекреации в районе, выявления ведущих факторов формирования туристско-рекреационных комплексов в горах, проведения факторного анализа территории.

На первом этапе была составлена шкала качественной балльной оценки по каждому компоненту ландшафта: рельефу, климату, поверхностным водам, растительному и животному миру, природным и культурно-историческим памятникам. Для каждого фактора определены наиболее значимые критерии. Так, например, критериями оценки благоприятности рельефа приняты абсолютная высота местности, крутизна склонов и экспозиция склонов; климата — продолжительность безморозного периода, сумма температур выше +10 °С, продолжительность периода с устойчивым снежным покровом, скорости ветра; водных объектов — температура воды, скорость течения рек, тип русла, характер берегов, качество воды; растительности и животного мира — тип растительности, породный и видовой составы и др.; природно-исторического наследия — наличие ООПТ, памятников археологии, природных достопримечательностей.

Кроме критериев, поддающихся количественной оценке, рассматривались качественные характеристики местностей. Так, при оценке рельефа учитывались многообразие геоморфологических форм, панорамность и живописность окружающих пространств, наличие карстовых полостей и останцовых форм; для растительности — ненарушенный растительный покров; для животного мира — существование ресурсных и охраняемых видов животных и птиц; для объектов природно-исторического наследия — наличие и значимость особо охраняемых природных территорий, памятников истории и культуры, уникальных природных объектов и явлений.

В итоге наибольшей привлекательностью обладают территории (в границах ландшафтных местностей) с максимально широкими туристско-рекреационными возможностями. Рекреационная ценность территории снижается по мере уменьшения разнообразия компонентов ландшафта и имеет наименьшую значимость при монотонном рельефе, суровом климате, длительно ограничивающем пребывание на открытом воздухе, при дефиците воды, скудно представленной флоре, фауне и отсутствии объектов историко-культурного наследия.

Суммарная качественная оценка изменяется в пяти диапазонах, соответствующих градациям пригодности территории для использования в рекреационных целях:

- непригодные;
- пригодные для частичного использования;
- благоприятные;
- весьма благоприятные;
- наиболее благоприятные,

что отражает степень существующих различий типичности ландшафта, биоразнообразия, памятников природы и историко-культурного наследия, благоприятности климата и вод для отдыха человека.

К наиболее благоприятным отнесены территории (ландшафтные местности), характеризующиеся продолжительным теплым периодом, наличием озер и рек до третьей категории сложности в сочетании с среднегорным рельефом, значительными лесными массивами, а также обеспеченные хорошими транспортными условиями. Все основные факторы оцениваются в них высшим баллом.

К весьма благоприятным отнесены территории (ландшафтные местности), в которых отсутствует или невысоко оценивается один или два из основных факторов (например, совсем нет лесных массивов или ограничен подход к воде).

К благоприятным относятся территории, в которых отсутствуют или невысоко оцениваются более двух основных факторов.

К территориям, пригодным для частичного использования, относятся те, в которых хорошо развиты два основных фактора.

Как непригодные оцениваются территории, в которых отсутствуют основные факторы, благоприятствующие рекреации, или имеют весьма низкие значения.

Таким образом, по наличию и значению основных факторов формирования туристско-рекреационных систем определяется функция рекреационной территории — способность предоставления возможностей для определенного вида туристско-рекреационной деятельности.

Важнейшим этапом планирования стала оценка допустимого рекреационного воздействия на естественные природные ландшафты. Основой послужила «Временная методика определения рекреационных нагрузок на природные комплексы при организации туризма, экскурсий, массового повседневного отдыха и временных норм этих нагрузок» (М., 1987), дополненная адаптированной к условиям Алтайской горной страны методикой, разработанной в Алтайском государственном университете [Научное обоснование..., 2004; Дополнение к научному обоснованию..., 2004].

В представленном исследовании расчеты устойчивости природных комплексов к тем или иным видам рекреации имеют площадной характер и базируются на ландшафтной дифференциации (местностях) исследуемой территории. В зависимости от характера и свойств основных компонентов ландшафта (почвенный покров, растительность и т. п.) они группируются по степени устойчивости к основным категориям рекреационных нагрузок (нормам среднегодовых единовременных рекреационных нагрузок).

На основании этой методики определены нормативы и рассчитаны допустимые рекреационные нагрузки на природные комплексы Чемальского района. Наиболее жесткие нормы установлены для крутых расчлененных горных склонов преимущественно соляных экспозиций с остепненными изреженными березовыми и березово-лиственнично-сосновыми лесами. Средние значения норм соответствуют надпойменным террасам с березово-лиственнично-сосновыми лесами различного уровня, а также выположенным (10–15°) горным склонам, вершинам и выположенным водораздельным поверхностям с березовыми и березово-лиственнично-сосновыми лесами. Повышение норм нагрузки возможно посредством введения коэффициентов [Временная методика..., 1987], за счет учета протяженности дорог и троп от 10 до 25 м/га — в 1,5, от 25 до 100 м/га — в 2, от 100 до 250 м/га — в 3 раза. Максимально высокие допустимые среднегодовые единовременные рекреационные нагрузки установлены для песчано-гравийных и гравийно-галечниковых пойм больших рек с разреженной травяно-кустарниковой растительностью, высоких плоских речных террас с остаточными озерами, а также пологих придолинных склонов. Для агроценозов рекреационная нагрузка не устанавливалась.

Выполненные этапы работ позволили сформировать базу для дальнейшего структурного планирования муниципальной туристско-рекреационной системы. Основываясь на полученной информации о территориальной дифференциации рекреационно значимых свойств и качеств природных ландшафтов, а также геоэкологических ограничений их использования, на следующем этапе работ предполагается выявить пространственные и внутренние особенности участков территории. Связав их с существующей хозяйственной инфраструктурой, в том числе рекреационной, следует провести экологоориентированное планирование структуры туристско-рекреационной системы Чемальского района Республики Алтай как составной части экологоориентированного хозяйственного комплекса муниципального района.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

Кружалин В. И. Научное обоснование создания единой туристско-рекреационной системы России // Туризм и рекреация: фундаментальные и прикладные исследования: труды III Международной научно-практической конференции / МГУ им. М. В. Ломоносова, географический факультет. Москва, 24–25 апреля 2008 г. М., 2008.

Советский энциклопедический словарь. М., 1989.

Винокуров Ю. И. Ландшафтные индикаторы инженерно- и гидрогеологических условий Предалтайских равнин. Новосибирск, 1980.

Преображенский В. С., Александрова Т. Д., Куприянова Т. П. Основы ландшафтного анализа. М., 1988.

Башалханова Л. Б. Методические подходы к стоимостной оценке рекреационных ресурсов // Актуальные вопросы геологии и географии Сибири. Томск, 1998. Т. 4.

Временная методика определения рекреационных нагрузок на природные комплексы при организации туризма, экскурсий, массового повседневного отдыха и временные нормы этих нагрузок. М., 1987.

Научное обоснование создания природного парка краевого значения «Ая» в Алтайском районе Алтайского края (отчет о научно-исследовательской работе). Барнаул, 2004.

Дополнение к научному обоснованию создания природного парка краевого значения «Ая» в Алтайском районе Алтайского края (отчет о научно-исследовательской работе). Барнаул, 2004.

УДК 378.147

КОНКУРС ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МАСТЕРСТВА КАК ФОРМА САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ, ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО СПЕЦИАЛЬНОСТЯМ ТУРИСТСКОГО ПРОФИЛЯ

Н. В. Ягина, Т. А. Кравчук

Доказывается, что подготовка специалистов туристского профиля на современном этапе должна быть нацелена прежде всего на позитивное изменение жизни молодых людей и гарантировать им трудоустройство и эффективную карьеру.

Современное образование в сфере туризма является одной из крупнейших высокодоходных и наиболее динамично развивающихся отраслей мировой экономики. Число рабочих мест в туристском образовании составляет около 200 млн, или 8% от общих показателей занятости в мире [Квартальнов, 2003]. Развитие туризма как профессиональной сферы деятельности обусловлено экономическими и социально-культурными изменениями, оказывающими влияние на состояние рынка труда и систему образования в России [Зорин, 2003].

Подготовка кадровых ресурсов для сферы туризма — это важная составляющая в становлении будущего специалиста — мастера своего дела. Туристскому рынку, отличающемуся особо острой конкуренцией, требуются высокопроизводительная и гибкая рабочая сила, способная адаптироваться в современном ритме жизни [Гулиев, 2004]. В этих условиях содержание профессионального туристского образования должно создать условия корпоративности, когда уже на стадии обучения закладываются будущие корпоративные связи (технологические стандарты туристских цепей; франшизные отношения; нормы сертификации и пр.), и ориентироваться на получение знаний, умений и навыков, успевающими за быстрой сменой технологий [Зорин, 2003].

Вместе с тем в профессиональном туристском образовании пока не сложилась эффективная система взаимодействия подготовки специалистов туристской индустрии. На наш взгляд, важной тенденцией развития профессионального туристского образования является создание современных условий в подготовке будущих специалистов туристской индустрии, моделирование туристских мероприятий, обеспечение эффективного взаимодействия систем среднего и высшего образования с предприятиями индустрии туризма. Важным элементом в становлении будущего специалиста туристской индустрии является погружение студентов на всех этапах профессиональной подготовки в условия туристских событий: учебные практики и стажировки, участие студентов в туристских выставках, ярмарках, проведение конкурсов профессионального мастерства и т. д.

Объект исследования — процесс профессиональной подготовки студентов, обучающихся по специальностям туристского профиля, в рамках конкурса профессионального мастерства.

Предмет исследования — особенности организации конкурса профессионального мастерства студентов, обучающихся по специальностям туристского профиля.

Цель исследования заключается в повышении качества профессиональной подготовки и развитие творческой инициативы студентов высшего образовательного учреждения, осуществляющего подготовку специалистов в сфере туризма.

Задачи исследования:

- 1) выявить уровни профессиональной готовности студентов к самостоятельной работе в свете требований современной профессиональной школы;
- 2) расширить диапазон профессионального общения студентов;
- 3) повысить уровень профессионального мастерства студентов.

В рамках научного исследования по проблеме подготовки специалистов туризма нами был проведен конкурс профессионального мастерства студентов, обучающихся по специальностям туристского профиля. Конкурс профессионального мастерства студентов представлял собой комплексный смотр подготовленности студентов к профессиональной деятельности в современных условиях. К участию в конкурсе были допущены студенты, обучающиеся по специальностям 100103 «Социально-культурный сервис и туризм» (далее СКСиТ) и 032103 «Рекреация и спортивно-оздоровительный туризм» (далее РиСОТ).

К студентам, участвующим в конкурсе профессионального мастерства, предъявлялись следующие требования:

- 1) иметь высокий уровень знаний по дисциплинам общепрофессионального блока;
- 2) владеть практическими навыками презентации информационных материалов в области туризма и образования, самопрезентации на туристской выставке;
- 3) уметь вести дискуссию по проблемам образования, сервиса и туризма.

Проведение конкурса профессионального мастерства студентов, обучающихся по специальностям туристского профиля, осуществляла кафедра теории и методики туризма и социально-культурного сервиса, деканат факультета туризма, рекреации и реабилитации и отдел производственной практики Сибирского государственного университета физической культуры (СибГУФК). Особенности организации, проведения и условия подготовки конкурса профессионального мастерства закреплены в положении о конкурсе. Для подготовки и проведения конкурса был создан организационный комитет, утверждены программа и состав жюри.

Конкурс профессионального мастерства в 2009 г. проводился впервые для студентов, обучающихся по специальностям СКСиТ и РиСОТ, по итогам преддипломной практики. Всего в конкурсе приняли участие 32 студента: 17 студентов специальности СКСиТ и 15 студентов специальности РиСОТ. Конкурс проходил в два этапа, первый этап подразумевал компьютерное тестирование по дисциплинам, выносимым на государственную аттестацию по специальностям «СКСиТ» и «РиСОТ». В течение 90 минут конкурсанты отвечали на вопросы из 10 (СКСиТ) и 7 (РиСОТ) предметов блока общепрофессиональных, специальных дисциплин и дисциплин специализации. Определялось общее количество правильных ответов, победитель номинации выявлялся по наибольшей сумме набранных баллов.

Второй этап конкурса проходил в виде туристской выставки. Конкурсантам необходимо было подготовить 5-минутную презентацию тура, туристского лагеря, региона или образовательной программы в сфере туризма. Студенты также должны были оформить выставочный стенд и разработать раздаточный материал (прайсы, буклеты, каталоги, сувенирная продукция, бейджик и т. д.), который сопровождал представленную презентацию. Каждый студент выступал индивидуально, у каждого конкурсанта было специально оборудованное для презентации место, с компьютером и столом. Члены жюри и присутствующие могли задать вопросы и поучаствовать в обсуждении представленной презентации. Для оценки студентов было сформировано жюри в составе 7 человек из числа профессорско-преподавательского состава СибГУФК и представителей туристских фирм Омска. Конкурсанты оценивались по критериям, представленным в таблице 1.

Выступающие оценивались по 5-балльной шкале за каждый критерий оценки. Победитель номинации определяется по наибольшей сумме набранных баллов. Конкурс профессионального мастерства является результатом деятельности самостоятельной работы студентов. Процесс подготовки и участия в конкурсе профессионального мастерства позволяет формировать навыки самостоятельной работы в учебной, научной, профессиональной деятельности, способности принимать на себя ответственность, самостоятельно решать проблему, находить конструктивные решения, выход из кризисной ситуации и т. д.

На каждом курсе у студентов закладывается база, определенный состав знаний, умений и навыков, формируется комплекс конкретных профессионально значимых качеств. Различные виды практик, проведение деловых игр, участие студентов в специализированных туристских мероприятиях позволяют закреплять и получать новые знания и совершенствовать систему умений и навыков, необходимых в будущей профессиональной деятельности. Самостоятельная работа студентов в данном случае выступает

средством включения обучающихся в активную познавательную деятельность и обеспечивает успешность профессионального обучения. По итогам проведения конкурсов профессионального мастерства, различных видов практик, стажировок студенты должны показать высокий практический уровень подготовки к будущей профессиональной деятельности в сфере туризма.

Результаты исследования: итоги конкурса профессионального мастерства показали, что студенты специальности 100103 СКСиТ намного профессиональнее и интереснее представили материал, в отличие от студентов специальности 032103 РиСОТ (табл. 1). Студенты специальности СКСиТ были выделены по таким критериям, как логика презентации, умение устанавливать контакт с аудиторией, держаться, индивидуализировать речь, использовать раздаточные материалы, презентовать себя. Студенты специальности РиСОТ практически не использовали раздаточный материал и не в полном объеме ими были подготовлены стенды. Члены жюри отметили хороший уровень развития коммуникативных и творческих способностей студентов специальности СКСиТ. Вместе с тем студенты двух специальностей активно занимались подготовкой к конкурсу, с большим энтузиазмом представляли материал, на высоком уровне демонстрировали свои профессионально деловые качества. Однако уровень подготовки студентов специальности РиСОТ ниже, о чем говорят итоги конкурса (см. табл. 2). В процессе презентации студентов специальности РиСОТ членами жюри было отмечено состояние неуверенности, небольшие трудности контакта с аудиторией, отсутствие мимики и жестов. Очевидно, это связано с расхождением в учебных планах специальностей, со спецификой деятельности. Студенты специальности РиСОТ в большинстве случаев отдают предпочтение спорту, подготовке и участию в соревнованиях. К тому же студенты специальности СКСиТ в процессе профессиональной деятельности занимались организацией и проведением анимационных праздников и вечеров; участвовали в таких мероприятиях, как «Индустрия туризма: лечение и отдых», «Лето 2010» и т. д. На наш взгляд, это позволило студентам специальности СКСиТ выступить на высоком уровне.

Таблица 1

Средний балл студентов разных специальностей по критериям оценки

№ п/п	Критерии оценки	Специальность	
		СКСиТ	РиСОТ
1	Приветствие (способность заинтересовать, обратить внимание)	3.9	3.3
2	Логика презентации (актуальность, компоновка, соответствие услуг тематике путешествия)	3.9	3.2
3	Умение устанавливать контакт с аудиторией (создание благоприятного психологического климата в общении)	4	3.2
4	Умение индивидуализировать речь (владение профессиональной речью, интонацией, мимикой, жестами)	3.9	3.1
5	Умение держаться на публике (ответы на вопросы, участие в дискуссии)	3.8	3
6	Использование раздаточных материалов	4	2.8
7	Соответствие содержания электронной презентации и текста	4	3.2
8	Умение презентовать себя (внешний вид, демонстрация профессиональных деловых качеств)	4.2	3.3
9	Креативность представленного материала	3.8	3
10	Средний балл	3.9	3.1

Таким образом, проведение таких мероприятий, как конкурсы профессионального мастерства, участие студентов в туристских выставках и погружение студентов в современные условия будущей профессиональной деятельности, моделирование туристских мероприятий с активным участием студентов, обучающихся по специальностям туристского профиля, позволяет повысить уровень профессионального мастерства студентов. Подобные мероприятия активизируют студентов к получению большего объема знаний, ведут к самосовершенствованию, расширяют диапазон профессионального общения студентов. Такие мероприятия интересны студентам и позволяют развивать творческий потенциал студентов.

Таблица 2

Соотношение оценок студентов, участвующих в конкурсе профессионального мастерства, %

Баллы	Специальность	
	СКСиТ	РиСОТ
4–5	47	—
3–4	53	60
менее 3 баллов	—	40

Выводы:

1. Профессиональная подготовка студентов, обучающихся по специальностям туристского профиля, должна быть ориентирована на создание современных условий, моделирование туристских мероприятий, повышение самостоятельности при получении знаний.
2. Уровень подготовки студентов специальности РиСОТ ниже, чем у студентов специальности СКСиТ. В процессе участия в конкурсе студенты специальности СКСиТ продемонстрировали хороший и отличный уровни развития коммуникативных и творческих способностей.
3. Процесс подготовки к конкурсу профессионального мастерства требовал от студентов знаний, умений и навыков, необходимых в туристской деятельности. Студенты активно занимались подготовкой к конкурсу, на хорошем уровне демонстрировали разработанные туристские продукты, что способствовало расширению диапазона профессионального общения студентов и повышению уровня профессионального мастерства.
4. В основе эффективной подготовке к конкурсу профессионального мастерства выступает самостоятельная работа студентов, которая сформирована за весь период обучения и играет существенную роль в структуре личности современного специалиста высшей квалификации.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

- Гулиев Н. А. Теоретико-методологические проблемы и предпосылки подготовки менеджера регионального туризма. Омск, 2004.
- Зорин И. В., Зорин А. И. Профессиональное образование и карьера в туризме. М., 2003.
- Квартальнов В. А. Теория и практика туризма. М., 2003.

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ

Авилова Н. Л., доктор исторических наук, профессор Юго-Западного государственного университета (Курск).

Адаменко В. Е., студент Алтайского государственного университета (Барнаул).

Александрова А. Ю., доктор экономических наук, профессор Московского государственного университета им. М. В. Ломоносова.

Ананьева Т. Н., доктор социологических наук, профессор, проректор Российского государственного университета туризма и сервиса (Москва).

Арефьев В. Е., кандидат географических наук, доцент Алтайского государственного университета (Барнаул).

Архипов А. Е., кандидат экономических наук, доцент Новосибирского государственного университета экономики и управления.

Барзыкин Ю. А., кандидат экономических наук, вице-президент Российского союза туриндустрии, председатель Комитета Торгово-промышленной палаты РФ по предпринимательству в сфере туристской, курортно-рекреационной и гостиничной деятельности (Москва).

Белюсова А. М., ассистент Новосибирского государственного университета экономики и управления.

Бондарович А. А., кандидат географических наук, доцент Алтайского государственного университета (Барнаул).

Брусиловская А. О., аспирант Сибирского университета потребительской кооперации (Новосибирск).

Бугров Д. В., кандидат исторических наук, первый проректор Уральского федерального университета имени первого Президента России Б. Н. Ельцина (Екатеринбург).

Вампилова Л. Б., кандидат географических наук, доцент Ленинградского государственного университета им. А. С. Пушкина (Санкт-Петербург, Пушкин).

Василенко Е. А., аспирант Московского государственного университета им. М. В. Ломоносова.

Войтенко М. В., кандидат педагогических наук, доцент Алтайского государственного университета (Барнаул).

Гировка Н. Н., кандидат географических наук, заведующий кафедрой Нижегородского государственного архитектурно-строительного университета (Нижний Новгород).

Глотова Ж. В., кандидат педагогических наук, доцент Балтийского федерального университета им. Иммануила Канта (Калининград).

Глухова Е. Ю., преподаватель Камчатского кооперативного техникума (Петропавловск-Камчатский).

Горбунов В. В., доктор исторических наук, профессор Алтайского государственного университета (Барнаул).

Горюшкина Н. Е., кандидат исторических наук, доцент Юго-Западного государственного университета (Курск).

Давыдова А. А., доцент Камчатского филиала Российского университета кооперации (Петропавловск-Камчатский).

Драгилева И. И., кандидат географических наук, доцент Балтийского федерального университета им. Иммануила Канта (Калининград).

Дутов Т. П., преподаватель Сибирского государственного университета путей сообщения (Новосибирск).

Егорова Н. Н., кандидат экономических наук, доцент Кузбасского государственного технического университета (Кемерово).

Ермакова Ж. А., доктор экономических наук, профессор Оренбургского государственного университета.

Иваницкая Т. Ю., старший преподаватель Белгородского университета потребительской кооперации.

Илюхина Г. И., начальник учебно-методического центра УМО по образованию в области сервиса и туризма (Москва)

- Канина Н. П., преподаватель Сибирского государственного гоуниверситета путей сообщения (Новосибирск).
- Каранашев А. Х., доктор экономических наук, заведующий кафедрой Кабардино-Балкарского государственного университета (Нальчик).
- Карицкая И. М., старший преподаватель Новосибирского государственного университета экономики и управления.
- Кирюшин К. Ю., кандидат исторических наук, доцент Алтайского государственного университета (Барнаул).
- Кирюшина Ю. В., кандидат искусствоведения, доцент Алтайского государственного университета (Барнаул).
- Ковынева Л. В., кандидат экономических наук, заведующая кафедрой Дальневосточного государственного университета путей сообщения (Хабаровск).
- Кравчук Т. А., кандидат педагогических наук, доцент Сибирского государственного университета физической культуры и спорта (Омск).
- Крылова Н. А., преподаватель Кузбасского государственного технического университета (Кемерово).
- Кулюшина Н. Е., старший преподаватель Кабардино-Балкарского государственного университета (Нальчик).
- Лебедь Д. В., ассистент Алтайского государственного университета (Барнаул)
- Лысикова О. В., кандидат исторических наук, доцент Саратовского государственного технического университета.
- Макарский А. М., кандидат педагогических наук, декан факультета Ленинградского государственного университета им. А. С. Пушкина (Санкт-Петербург, Пушкин).
- Макринова Е. И., доктор экономических наук, профессор Белгородского университета потребительской кооперации.
- Мардасова Е. В., старший преподаватель Алтайского государственного университета (Барнаул)
- Мечковская О. А., кандидат географических наук, доцент Белорусского государственного университета (Минск, Республика Беларусь).
- Мирзаханова З. Г., доктор географических наук, профессор, зав. лабораторией Института водных и экологических проблем ДВО РАН (Хабаровск).
- Мутавчи Е. П., старший преподаватель Балтийского федерального университета им. Иммануила Канта (Калининград).
- Новгородова О. А., студентка Уральского государственного лесотехнического университета (Екатеринбург).
- Нюренбергер Л. Б., доктор экономических наук, заведующий кафедрой Новосибирского государственного университета экономики и управления.
- Погодина В. Л., доктор педагогических наук, профессор Российского государственного педагогического университета им. А. И. Герцена (Санкт-Петербург).
- Полякова И. Л., магистрант Оренбургского государственного университета.
- Прудникова Н. Г., кандидат географических наук, доцент Алтайского государственного университета (Барнаул).
- Пятова Е. Ю., ассистент Новосибирского государственного университета экономики и управления.
- Редькин А. Г., кандидат географических наук, заведующий кафедрой Алтайского государственного университета (Барнаул).
- Решетникова А. Н., старший преподаватель Белорусского государственного университета (Минск, Республика Беларусь).
- Савельев Б. А., кандидат технических наук, профессор, ведущий специалист УМО по образованию в области сервиса и туризма (Москва).
- Семенова Л. В., кандидат экономических наук, доцент Балтийского федерального университета им. Иммануила Канта (Калининград).
- Семибратов В. П., кандидат исторических наук, старший преподаватель Алтайского государственного университета (Барнаул).
- Сидоров Л. Г., кандидат экономических наук, старший преподаватель Рыбинской государственной авиационной технологической академии им. П. А. Соловьева.

Сидорова И. М., доктор философских наук, профессор Рыбинской государственной авиационной технологической академии им. П. А. Соловьева.

Соболь И. Б., старший преподаватель Алтайского государственного университета (Барнаул)

Старыгина Н. Ф., старший преподаватель Уральского государственного лесотехнического университета (Екатеринбург).

Ступина О. Г., аспирант Московского государственного университета им. М. В. Ломоносова

Тавкешева Т. Х., ассистент Кабардино-Балкарского государственного университета (Нальчик).

Федорцова Т. А., кандидат географических наук, доцент Белорусского государственного университета (Минск, Республика Беларусь).

Харламов С. В., кандидат географических наук, начальник отдела Главного управления экономики и инвестиций Алтайского края (Барнаул).

Хлиманкова М. А., аспирант Московского государственного университета им. М. В. Ломоносова.

Шевченко С. З., глава Чемальского района Республики Алтай (с. Чемал).

Штейнгольц Б. И., кандидат экономических наук, заведующий кафедрой Новосибирского государственного технического университета.

Ягина Н. В., преподаватель Сибирского государственного университета физической культуры и спорта (Омск).

СОДЕРЖАНИЕ

<i>Авилова Н. Л., Горюшкина Н. Е.</i> Православные образы Курского края и их роль в развитии религиозного туризма в регионе	3
<i>Александрова А. Ю.</i> Политико-административная граница как туристский ресурс	6
<i>Ананьева Т. Н.</i> Тенденции инновационного развития образования в области сервиса и туризма	14
<i>Арефьев В. Е.</i> Туризм и среда: актуальность системных исследований.....	18
<i>Архипов А. Е., Белоусова А. М.</i> Особенности взаимоотношений с потребителями на рынке туристских услуг.....	24
<i>Барзыкин Ю. А.</i> Актуальные проблемы и основные направления развития туристской индустрии в России	26
<i>Бондарович А. А.</i> Туристское регионоведение в России	30
<i>Брусиловская А. О., Штейнгольц Б. И.</i> Роль маркетинга в процессе управления конкурентоспособностью территорий	33
<i>Бугров Д. В.</i> Подготовка специалистов индустрии туризма и гостеприимства с учетом перспектив регионального развития и потребностей рынка труда (на примере Среднего Урала)	38
<i>Вампилова Л. Б., Макарский А. М.</i> Перспективы развития туризма в Ленинградской области	46
<i>Василенко Е. А.</i> Исторические предпосылки развития транснациональных гостиничных цепей	50
<i>Войтенко М. В.</i> Специфика мотивации обучения студентов — будущих специалистов сферы туризма	52
<i>Гировка Н. Н.</i> Структурная модель туристского кластера территории Нижегородской области	57
<i>Глотова Ж. В., Драгилева И. И., Мутавчи Е. П.</i> Профессиональное межкультурное общение будущих специалистов по сервису и туризму.....	64
<i>Глухова Е. Ю.</i> Система экологического образования на особо охраняемых природных территориях Камчатки.....	66
<i>Давыдова А. А.</i> Содержание национально-регионального компонента общепрофессиональной подготовки специалиста по туризму	69
<i>Дутов Т. П.</i> Тенденции развития услуг в сфере туристско-рекреационного бизнеса в России.....	72
<i>Егорова Н. Н.</i> Имиджевая составляющая в реализации диверсификационной стратегии развития региона	74
<i>Ермакова Ж. А., Полякова И. Л.</i> Направления формирования туристского образа и имиджа Оренбургской области.....	77
<i>Илюхина Г. И.</i> Профиль подготовки как основа профессиональной адаптации выпускника к потребностям рынка труда.....	80
<i>Канина Н. П.</i> Становление профессиональных компетенций в рамках вуза.....	83
<i>Каранашев А. Х.</i> Способы повышения инвестиционной привлекательности перспективных рекреационных местностей Кабардино-Балкарской Республики	86
<i>Карицкая И. М.</i> Взаимодействие производителя и потребителя образовательных услуг как фактор формирования социально-профессиональной компетентности	92
<i>Кирюшин К. Ю., Горбунов В. В., Семibrатов В. П., Кирюшина Ю. В.</i> Историко-культурное наследие тюркского времени (V–XI вв. н.э.) на территории Алтайского района Алтайского края.....	94

<i>Кирюшина Ю. В., Кирюшин К. Ю., Семибратов В. П.</i> Перспективы интеграции археологического наследия Нижней Катуни в сферу туризма	104
<i>Ковынева Л. В.</i> Этнографический туризм: опыт, проблемы, тенденции	110
<i>Крылова Н. А.</i> Перспективы развития культурного туризма в Кемеровской области.....	115
<i>Кулюшина Н. Е.</i> Методы оценки профессиональных качеств студентов специальности «социально-культурный сервис и туризм».....	120
<i>Лебедь Д. В.</i> Перспектива развития водного туризма в долинах рек Мульта, Кураган, Кучерла и Аккем	124
<i>Лысикова О. В.</i> Глобальные тренды и локальные модусы развития экологического туризма	127
<i>Макринова Е. И., Иваницкая Т. Ю.</i> Формирование комплексного подхода к разработке и продвижению услуг внутреннего и въездного туризма.....	129
<i>Мардасова Е. В., Адаменко В. Е.</i> Оценка рекреационной емкости и рекреационной нагрузки территории (на примере долины нижней Катуни).....	135
<i>Мечковская О. А.</i> Международный туризм в странах Центральной и Восточной Европы: экономико-географические аспекты устойчивого развития.....	138
<i>Мирзаханова З. Г.</i> Региональный турпродукт в условиях мирового экономического кризиса: особенности формирования на примере Хабаровского края	142
<i>Новгородова О. А.</i> Туристические ресурсы поселка Бисерть	147
<i>Нюренбергер Л. Б.</i> Разработка коммуникационного комплекса туристской фирмы.....	149
<i>Погодина В. Л.</i> Создание центров образовательного туризма в структуре университетов.....	151
<i>Прудникова Н. Г.</i> О методических проблемах определения рекреационной емкости озерных геосистем Алтайского края.....	157
<i>Пятова Е. Ю.</i> Современные особенности формирования культурно-досуговой среды крупных мегаполисов	161
<i>Решетникова А. Н.</i> Роль историко-культурного наследия в формировании туристского продукта малого приграничного города (на примере Кричева Могилевской области)	164
<i>Савельев Б. А.</i> Создание системы независимой оценки качества образования — основа сертификации квалификаций.....	169
<i>Семенова Л. В.</i> Академическая мобильность в рамках Болонского процесса — фактор формирования конкурентоспособного специалиста сферы сервиса.....	171
<i>Сидоров Л. Г., Сидорова И. М.</i> Проблема оценки влияния туризма на социально-экономическое развитие региона	174
<i>Соболь И. Б., Редькин А. Г.</i> Геокультурное пространство Алтайского края как основа развития туризма.....	177
<i>Старыгина Н. Ф.</i> Рекламная коммуникация в системе современного туристского образования	182
<i>Ступина О. Г.</i> Влияние процессов региональной экономической интеграции на развитие международного туризма.....	186
<i>Тавкешева Т. Х., Каранашев А. Х.</i> Маркетинговое исследование потребительских предпочтений на региональном рынке туристско-рекреационных услуг (на примере Кабардино-Балкарской Республики)	192
<i>Федорцова Т. А.</i> Из опыта подготовки кадров для экскурсионного туризма	197

<i>Харламов С. В.</i> Анализ пространственно-временных особенностей регионального туристского потока	200
<i>Хлиманкова М. А.</i> Положительные и отрицательные аспекты воздействия сезонных волн в туризме.....	206
<i>Шевченко С. З.</i> Муниципальная туристско-рекреационная система: геоэкологическое сопровождение планирования и развития.....	209
<i>Ягина Н. В., Кравчук Т. А.</i> Конкурс профессионального мастерства как форма самостоятельной работы студентов, обучающихся по специальностям туристского профиля	214
Сведения об авторах.....	218

Научное издание

**НАУКА И ТУРИЗМ:
СТРАТЕГИИ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ**
ВЫПУСК 1

Сборник статей

Редактор — Л. И. Базина
Подготовка оригинал-макета —
О. В. Майер, З. К. Васильева

Издательская лицензия ЛР 020261 от 14.01.1997 г.
Подписано в печать 14.12.2012
Форма 60X84/16. Бумага офсетная. Печать трафаретная.
Усл.-печ. л. 26,0. Тираж 100 экз. Заказ 284

Типография Алтайского государственного университета
656049 Барнаул, ул. Димитрова, 66